

梦想照耀预期

我们曾经预测，4月份将是年内最低点，5月是购房好时机。到6月上旬，我们又大胆宣称，楼市的观望期已经过去。虽然2013年才过去半年，房地产市场常常反复波动，现在就声称最低点和观望期已经过去，似乎有点操之过急，但我们愿意再次指出，若出现激烈的政策变化，这几乎已成定局。

造成房地产市场实际上只是二手房市场暂时观望的，是国五条及其实施细则。但正如国五条宣布伊始所遭遇的强烈抗议一样，其实施效果恐怕也与政策制定者的初衷相悖——据我们的门店和其他同仁普遍反映，新增税负绝大部分被转嫁到了买方身上。也就是说，该政策仍在变相推高房价。

调控没有放松，房价却在继续上涨。新房方面，虽然北京、广州、深圳、南京、郑州等城市，明里暗里采取了限价措施，但只是强迫开发商将涨价的步伐放慢了一点而已。像北京，新开楼盘大都是一抢而光，售价只有涨得多和少而已。二手房更不用说了，自去年二季度以来就没有停涨过，而且涨幅远远超过新房，有些楼盘一年内甚至上涨了50%。

部分二三线城市成交量环比有所下滑，但饶有意味的是，作为调控最严厉同时也是主要调控目标的北京二手房市

场，今年上半年成交量却是同比大增。北京的二手房去年大约是3月中下旬开始启动的，二季度迅速增长。而今年4月很快跌入谷底，5月下旬略有暖色。就市场热度而言，今年的一季度与去年的二季度相当，今年的二季度与去年的一季度相当，但上半年北京二手房成交量却要超出去年同期七成，这表明作为交易基础的市场规模，正在快速放大。而这正是房地产经纪机构所乐于望见的大湖。

以上叙述是想说明，即使像北京遭遇限价、加税等严重的政策压力，整个房地产市场也还是昂扬地沿着上行轨道在生长。可以肯定，如果下半年政策层面没有什么大的变化，无论新房还是二手房，都将维持上升趋势。

那么，下半年针对房地产的调控会不会发生重大变革呢？

国五条发布以来，舆论一片质疑之声，而房价不跌反涨的事实，也证明以20%个税为代表的加压政策是想当然拍脑袋的产物。这些市场运行情况，应该被监测进而传达到了决策层。我们看到，二季度的国务院常务会议，均未对房地产调控作出新的部署，有几次会议甚至没有提及，最多是一句“继续搞好房地产调控”一带而过。

关心宏观经济的同仁会注意到，今

年以来，我国经济处于下滑通道，各项主要经济指标均不甚乐观。6月下旬出现的银行间流动性紧张，其实是经济现状骤然而真实的折射。正如主流经济学家所指出的，我国经济转型面临严峻的选择。

房地产是影响经济增长的重要行业。但我们必须指出，虽然经济失速，但绝不像个别专家意淫的那样，中央会因此放松房地产调控，否则整个经济和社会经过短暂的激素刺激后，必迎来灾难性的崩溃。明智的决策层不会作出如此短视的选择。经济要转型，增速要下来，习惯了GDP动辄增长9%的人们，要经历一段较长时间的阵痛。

我们了解到的信息是，今年四季度十八届三中全会和中央经济工作会议之前，有关房地产调控的政策基本不会有变化。过去的调控政策如国五条20%个税政策，不会宣布废除，但也不会强制执行。整个三季度将在“政策真空”中度过。

四季度以后将会怎么样？谁也猜不透。但我们几乎可以断定，房地产全面的制度性变革或许没那么快，但不会延续现有的调控方式了。而无论如何变革、变动，我们都可以期待，二手房市场最糟糕的时期已经过去。属于我们行业的中国梦正在慢慢走来。

行业资讯

评论

- 6 必须容忍经济增长的持续放缓

高层声音

- 8 聚焦文化建设 推动企业发展

总部新闻

- 10 酷房网新房频道华丽亮相
11 21世纪不动产赞助印地500大赛

媒体看21世纪

- 12 无税房价猛涨
13 调控半年观察：二手房量价齐涨
14 购置学区房谨防误区

活动

骑游致青春

特别策划 创造完美客户体验

- 18 “创造完美客户体验”是一种文化
19 春夜喜雨
20 更职业 更专业
21 精确寻找客户需求



21世纪中国不动产

2013年7月 总第46期

出品：21世纪不动产中国总部

主编：张磊

设计：考拉

封面：考拉

地址：北京光华路7号汉威大厦26A

投稿邮箱：zhanglei@century21cn.com

电话：010-65617788转315

印刷：中国人民解放军第4210工厂

内刊网址：<http://www.century21cn.com/news-magazine.asp>

- 22 超出用户的需求
23 相由心生 境随心转
24 为有源头活水来

前沿交流

- 26 沟通的桥梁——信赖
26 创新为体验加分
27 坚持就是胜利
28 承诺的动力
28 完美体验超值服务
29 细节决定成败
30 善用自媒体
31 永远被正能量包围

封面专题 大起大落回归常态

- 32 下半年没有奇迹
33 北京：二手房成交远超新房
34 上海楼市量价齐升
34 广州二手房单价逼近2万元
35 深圳二手房成交量为新房1倍
35 杭州二手房成交量为近五年第二
35 武汉二手房半年接近去年全年
36 南京二手房量增价升
36 青岛二手房成交中小户型为主
36 天津二手房同比翻番
36 成都楼市成交增长近五成
37 政府不敢刺破房地产泡沫

观察

- 40 楼市已走出观望期
41 警惕“地王”对房价的传导效应
42 钱荒何时影响楼市？

聚焦

- 44 气贯长虹 企业文化建设火热铺开

文化

- 46 唐僧团队的成功秘诀
48 那些“致青春”的电影
50 书声碟影
52 民国时期的合租
53 你能猜出多少成语？
54 金色承诺，我有话要说

体系新闻

双卡双承诺

金色服务 一诺千金



郑重承诺：

我们开通客服专线，专人接听您的电话，并在24小时内回复您关心的问题。放心卡、省心卡服务承诺，欢迎拨打服务监督电话进行监督。如经查确有服务承诺未履行的，21世纪不动产将以100元/项的现金方式，表达您对我们监督的感谢。

服务监督电话：400-650-8821

“挑错有礼”等着您！完美服务，我们在路上。

国务院：支持居民家庭首套房合理信贷需求

7月5日，国务院办公厅发布《金融支持经济结构调整和转型升级指导意见》要求，银行应积极满足居民家庭首套房等合理信贷需求。同时，该文件要求认真执行房待产调控政策，严格防控房地产融资风险。6月19日国务院常务会议已提出相关要求。

两部委整顿中介市场

7月4日，住房城乡建设部、工商总局称，将集中开展房地产中介市场的专项治理，整顿和规范房地产中介市场秩序，严肃查处泄露、出售或不当使用委托人的个人信息，谋取不正当利益及借用冒用房地产经纪人员名义签署房地产经纪服务合同，以及租借房地产经纪人员资格或注册证书等违法违规行为。

500城住房信息联网“爽约”

6月30日是住建部年初承诺的实现500城个住房信息系统联网的截止日期，如今期限已过，官方却没有任何关于联网成功的表态和介绍。2011年年底，住建部提出将全国40余城市个人住房信息统一联网查询。随后，该项目和保障性住房信息系统、100个城市住房公积金信息联网系统一并，得到国家发改委的立项批准，项目周期总计约为3年。至2012年6月底，联网工作卡壳了，普遍认为受地方利益阻碍。

我国修改城市规模划定标准

目前正在广泛征求意见并抓紧

修改完善的“国家中长期新型城镇化规划”对城市规模划定标准进行了重新设定。未来我国城市规模划分将打破行政等级限制，根据城市所具备的承载力，人口集聚能力等方面进行认定。认定标准改变后，我国1.9万多个小城镇中有一大部分有望改变成“市”。我国目前有658个建成市。

2011年我国户籍城市化率为34.71%

中国国际城市化发展战略研究委员会发布的数据，2011年全国总人口为13.56亿，其中非农人口4.7亿，城市化率为34.71%，比上一年增长0.54%。在省级城市化率排行中，上海、北京、天津分别以89.32%、79.36%、61.5%排名前三。

房地产股权再融资短期难开闸

近期，上海绿地借壳金丰投资登陆A股的传闻甚嚣尘上，引发各界对于房地产股权再融资是否开闸的关注。7月初再次传出，证监会将放开房地产IPO、借壳及再融资。但据媒体多方了解，即便上述公司成功实现借壳上市，房地产再融资短期内恐难放开，房地产调控不放松，房地产融资政策就难以改变。

房地产调控新格局已奠定

决策层一再提及的房地产调控长效机制正在推进之中，其中的三大基础性工作，包括房产税试点扩容、个人住房信息系统全国联网、健全不动产统一登记制度，开始起步。6月底国

研中心组织国内各领域专家召开专题会议研讨楼市调控长效机制问题。住建部、发改委等多个部门也都在就楼市调控长效机制进行研究。

首都经济圈规划编制将启动

拖延10余年、被称为“最难编制的区域规划”——首都经济圈发展规划显露新的迹象：京津冀三省市已经分别完成首都经济圈的本地规划，上报国家有关部门，国家层面的首都经济圈发展规划编制已经启动前期准备工作。今年3月和5月，京津冀相互签署了区域合作框架协议。

千亿私募“搅局”土地市场

今年以来，楼市成交向好，土地市场呈现火爆局面，热点城市“地王”频现，开发商拿地热情不断升温。业内人士介绍，目前，房地产私募行业的规模已扩张到超过2000亿元，其中有意介入土地市场、参与房企拿地环节的资金可能有近千亿。

北京房价攀上世界之巅

据外媒报道，国际货币基金组织(IMF)数据显示，世界十大最不可忍受也被认为是最贵的房地产市场，有7个都在中国，分别是北京、上海、深圳、香港、天津、东京、悉尼、广州、伦敦、重庆，其中有7个中国城市，其中北京位居第一。这是按照房价与薪酬之间的配比度来排名的结果。

京单套房房租3660

统计显示，今年第一季度，北京单

套房平均租金价格已经攀升至3660元,较2008年大涨了82%。二季度,受政策等多方面因素的影响,北京、上海等地的房租价格又在加速上涨。有统计说,一些地区房租已经超过了月供。6月毕业季房租普遍上扬,大学毕业生大呼吃不消。

上半年京住宅销售额851亿

《2013上半年北京房企商品住宅销售额》和《2013上半年北京住宅销售额》排行出炉,上半年北京房企商品住宅销售总额851亿元。排行榜前十名销售总额高达458亿元,较2012年的357亿元上涨近28%。销售额前三名的房企均破50亿元。

北京甲级写字楼租金三年首跌

第一太平戴维斯发布二季度市场报告显示,北京甲级写字楼市场整体租金出现了自2010年以来首次下跌,环比下降0.7%,至每平米每月人民币316.5元。预计今年北京甲级写字楼整体租金将下跌2%左右,全年供给量将维持1996年以来的最低值。

北京小产权房很难转正

北京市国土局相关负责人做客首都之窗访谈时说,已售“小产权房”将分类处理,北京将选择个别区域进行试点,目前试点方案正在研究制定中,但北京从未考虑让小产权房转正。北京市高层官员已要求各区县要力争在本年度实现新增违法建设零增长。小产权房处理办法将遵循“依法依规”、“尊重历史”和“分类处理”等几大原则。

北京人均住房29.26平方米

《北京社会建设分析报告(2013)》披露,“2012年全市城镇居民人均住房建筑面积29.26平方米”,总体上相当于西方国家20世纪60年代的水平。限购前,商品房的1/3被外来人口购买,限购后降至10%,2011年,外省市个人在北京购房仅有21948套。北京居民住房平均超一户一套,流动人口人均不足6平米。

京沪穗上半年卖地收入接近去年全年

全国地价继续上涨。今年上半年,北京、上海、广州经营性用地出让金已超1739亿元,接近去年全年的1934.92亿元,其中上海经营性用地(剔除工业用地)出让金额为703.78亿元,同比增长373%。北京市土地出让金收入为664.24亿元,超过2012年全年的647.92亿元。广州的土地出让收入是307亿元,也超过去年全年。

上海商业地块强势追涨

近期众多开发商抢滩上海,高价追捧商业地块,是看中上海商办物业的增长空间。而京沪两地甲级写字楼平均租金的显著差距,则为此追涨行为提供了一个合理的解释。业内人士认为,上海商业地块已进入强势追涨通道。

16年后广州或无地可用

广州市人大常委会组织执法检查组发现,番禺区2020年指标去年就已用完,还超标了5.4平方公里。因此,

一些项目进展非常缓慢。包括广州国际创新城和广州南站启动区都面临缺地问题。广州还剩600平方公里实际可用地,按过去12年平均每年土地消耗38平方公里的速度,16年后将“无地可用”。

柳传志劝年轻人别着急买房

联想集团董事长柳传志在接受媒体采访时给年轻人建议,如果现在买房压力太大,不如调整好心态,先安心工作,等自己的薪酬高了再去追求属于自己的房产。网友“马兰花”说:“我是不想买房,可是丈母娘能同意吗?”

香港高税负吓走内地买家

香港土地注册处的数据显示,5月份香港住宅楼宇合约数量4276份,仅是去年同期的一半左右。香港楼市的波谷之间亦能窥见内地买家的潮汐涨落。根据中原地产的数据,今年第一季度香港一手市场内地个人买家比例已降至9%,为近四年新低。特区政府大幅提高印花税等,是“吓跑”内地买家的主要因素。

美国房价5月上涨12%

美国加利福尼亚州房地产分析机构CoreLogic发布的数据显示,今年5月美国的房价比4月上涨了2.6%,比上一年的同期增长了12.2%,为2006年2月以来美国房价的最大同比涨幅。美国房屋价格已连续14个月攀升,房贷利率也迅速提升。过去半年首次购房者数量也在增加。

必须容忍经济增长的持续放缓

文 | 张 军

到目前为止，中国经济的减速趋势还没有得到扭转。6月份中国制造业采购经理人指数PMI为50.1%，较上月降0.7个百分点，为四个月来最低。世界银行出版的《2013年全球经济展望》把中国今年的增长率从之前的8.4%下调到了7.7%。5月信贷数据也显示，贷款的增加也不尽人意，仅为6670多亿人民币，比4月还是减少了1200亿元之多。

当然，即使新增贷款增加到8000亿甚至更高的水平，也未必意味着经济放缓的态势真正在改变，因为在2008年以来贷款的巨量扩张使得中国的贷款规模迅速扩大到接近GDP两倍的情况下，新增贷款的增加很可能更多的是为了偿还旧债而非为用于投资。

所以真正要关注的不是贷款流量的变化，而应是存量变动，即是贷款余额是否在持续增长。但答案是否定的。

实际上，这两年多来，由于中央政府在宏观上采取收缩的政策，特别是房地产政策的调控层层加码，中国的固定资产投资增长率已经明显回落。

在2008年之前，投资的年增长总是会超过25%，而现在已经下降到不足20%，而东部地区的投资增速不到

全国水平的一半。由于固定资产投资增长的回落，工业增加值的增长回落的就更快了。

在正常年份，工业增加值平均每年保持25%的增长率，而2010-2012年的增长率则下降到了不足10%。今年第一季度更是只有7.8%。这无疑是导致经济放缓的直接原因，因为在中国的GDP中，工业增加值占了几乎一半。

这样看起来答案就非常清楚了。如果允许固定资产的投资增速再次回到25%或更高的水平，那么，中国经济增长放缓的势头就可以迅速得到制止和扭转。

毕竟，2008年在“四万亿”刺激计划下扩张起来的产能（包括迅速积累的房地产和其它资产的规模与泡沫）绝大多数是唾手可得的。所以，一旦中央政府再次启动新一轮的刺激计划，这些产能就会迅速被利用起来，将中国经济的增长率再次推高到9%，的确也不是一件多难的事。

紧接着的问题就自然是，中国的新一届政府领导人是否会再次启动新一轮的保增长计划呢？

我最近去香港和新加坡，这也是一个必然被问起的问题。坦诚地说，这个问题不好回答，但也不是没有答案。我的答案是，这要看李克强在未来几年里能容忍的最低增长率是少了，是7.8%，7.5%还是7%？

的确，尽管中国经济放缓的局面没有明显的改观迹象，但今年“两会”以来李克强总理和中国的最高领导人并没有就改变宏观经济政策发表任何公开的言论，这难免让外界倾向于相信李克强在未来几个月里改变现有经济政策的概率几乎为零。有的经济分析师甚至从李克强最近关于中国经济改革的几次讲话中判断，李克强能容忍的最低增长率已经从7.5%下降到了7%。

如果是这样，我们就需要问一下，北京为什么不采取行动？是什么让李克强按兵不动？

直到习近平主席在加州庄园与奥巴马会面，答案才露出水面。习主席对奥巴马说，我们其实是可以让经济增长得更快的，但是我们把增长目标调低了，因为我们希望通过压低增长率来实现经济的转型升级。

习主席的这段话直截了当，不仅道出了中国最高领导人对当前经济减速的最明确的看法，也帮助解释了为什么最高领导人对经济的放缓趋势至今保持沉默和不断的容忍。

习主席的这个说法很可能代表中国最高领导人的一个共识。如果这样，那么意味着，李克强政府现在首先要做的就是去清算在2008-2010年“四万亿刺激计划”下产能过快扩张的遗产。

我相信李克强总理支持这样的看

法，如果2008年以来在扩张性货币政策下形成的膨胀的产能和扭曲的结构得不到真正的压缩和矫正，接下来的信贷放松就会迅速再利用起它们。看上去，虽然经济增速短期内会加快，但肯定并不利用中长期的结构调整和产业升级。

不可否认的是，2008 - 2010年的温家宝政府推行的大规模刺激计划拖延了中国经济升级的步伐。本来在2008年美国次贷危机到来之前，中国经济在2005年的汇率冲击下已经开始累积产业结构调整的压力。

从其它东亚高增长的经济体的经历来看，汇率冲击并不是很坏的事情，因为对于一个具有长期增长潜能的经济体，外部的冲击往往是政府和企业推进产业升级和结构转型的催化剂，而汇率升值往往就扮演这样的角色。

但不幸的是，中国汇率升值推动的结构调整进程刚刚开始就被2008年的“四万亿”刺激计划终止了。在政府大规模的固定资产投资支出下（2009年的投资增长率高达32%），产业结构调整的方向不仅被干扰扭曲，而且那些在结构调整中会被逐步压缩和淘汰的产能反而又得到了进一步的加固与扩张。

因此，李克强的策略似乎应该是，要让中国经济的基本面再回到2008年之前，继续开启中国经济结构

升级的窗口，就需要痛苦地清算过去5年投资扩张的遗产，去压缩那些阻碍结构调整的产能和矫正被扭曲的投资结构。

而要做到这些，中央政府必须能够容忍经济增长的持续放缓，维持偏紧的宏观政策基本不变，从而给地方政府和企业(尤其是沿海地区)持续增压，让他们别无选择，唯有寻找新的增长源泉和增长方式方能实现进一步的经济增长。

东亚的经验表明，产业的升级、企业的转型多为应对外部冲击和内部压力的必然回应。人民币汇率的升值和工资上涨，特别是2008年的外部冲击发生以来，以出口导向战略为主的中国沿海地区的压力已经最大，加之国内经济的放缓，那里的加工制造业向内陆省份的转移必然加快了，而沿海发达地区更是要寻求以更大的开放政策和更市场化的改革来推动经济结构的变化和产业升级。这就是为什么在深圳前海特区方案之后上海自由贸易区的设计方案能很快获批的原因。

如果这样的解释顺理成章，那么又有什么理由认为李克强对经济增长放缓的这一忍耐没有限度呢？

过去我们一直用自行车的平衡原理作比喻说，中国政府是不能容忍经济增长低于8%的，因为较快的经济增长有助于缓解和解决经济发

展中的各种问题与矛盾。相反，低速的经济增长将带来更多的问題，引发社会不稳。

而今天的经济增长率已经持续在8%之下运行而李克强还能按兵不动，一个解释当然是，与10年前相比，在总量上，今天中国的就业压力已经大大缓解。这可以从最低工资普遍上涨的事实中得到佐证。如果中国今天面临上世纪90年代中后期的那种失业冲击和就业压力的话，现在经济的持续放缓就会让政府十分被动。而且真是那样的话，想必李克强总理早已出手挽回局面了。

很容易理解，工资的上涨趋势和就业压力的变小是中国经济中那些长期结构因素随经济发展而变化的结果。在当前面对外部冲击和内部压力的节骨眼上，出现工资上涨和就业压力的缓解这一趋势对打造李克强总理的所谓中国经济升级版其实相当有利，这该是幸运。

如果真能稳住了这个局面，并能积极布局和推进中长期的全面改革方案，那么，我们就应该对中国经济未来巨大增长潜力的实现保持乐观，就像中国主席习近平对美国总统奥巴马所说的那样，“中国完全能够在不断战胜困难和挑战中继续保持经济长期持续健康发展。我们对此充满信心。”（作者系复旦大学中国经济研究中心主任）

聚焦文化建设 推动企业发展

文 | 集团市场部 张磊

“双卡承诺，双重礼遇”市场活动正在21世纪中国不动产全国12个区域火热展开。消除客户交易时所产生的烦恼与焦虑，为顾客提供最好的服务、最全的品种、最快的结果，是我们作为房地产服务机构最本质的追求。因此，创造完美服务、提升客户体验，既是此次承诺活动的宗旨，也必将构成21世纪中国不动产企业文化的核心内涵。

企业文化建设，是集团董事长张东纯最关注的工作之一。张董关于文化建设的讲话，既是多年实践工作的心得总结，也是对行业发展的前瞻性眺望。事实证明，任何企业，只有凝聚了价值观，把握了目标方向，才不会摔跟头，走偏路，而要做到这一点，唯有企业文化贯穿工作的始终。

我们再次将张董有关企业文化的讲话整理出来，就是想借此为大家梳理公司的文化脉络，并结合我们的实际工作，不断去印证、沟通、积累和传承，以求能将其精髓逐渐辐射到公司的每一个成员心里，从而为21世纪不动产的快速发展注入绵绵活力。这正是企业文化的强大力量之所在。

聚焦并推动

聚焦、共识、推动和落实，这四个关键词形成了张董思考企业文化的清晰脉络。

文化的建设，从来不是一蹴而就的。早在七八年前，张董就开始将内部企业文化的梳理和提炼提到议事日程上，推动管理层将目光聚焦于企业文化之上。

我们为什么要建设企业文化，怎么做？目标是什么？

为了增强员工的理论修养，公司聘请文化管理方面的专家顾问，引导大家一轮一轮的探索、学习、讨论，企业文化为何如此重要，我们想要的文化到底是什么。

思考与学习的过程，也是沉淀蓄势的过程。通过大量的论证、无数的修改，2012年11月，21世纪中国不动产企业文化核心文本新鲜出炉。这是集体的力量，智慧的结晶，更是企业决策者的前瞻认识被普遍接受而成为企业共识的成果，它将决定未来20年或更长的时间，企业将以何种方式发展下去。

2012年年底，集团总部与各级子公司开始推动企业文化建设的落地工作。培训、预热、宣讲、认证，各项工作紧锣密鼓。文化的建设不是靠纸上谈兵，也不是简单的灌输，而是

理论认知与执行力的完善融合。

张董对子公司各个层面对企业文化的推动与落实都非常重视，目前，集团牵头开展的企业文化首批讲师认证已经完成，培训讲师队伍初见雏形，为下一步的工作开展奠定了一定的基础，但真正实现企业文化的认知认同还有很长的路要走。

文化与企业

聚焦与推动只是企业文化工作的开始，它是万里长征的第一步。

张董强调，企业文化就是一个企业的血统和DNA，它决定着我们的目标方向，所以，企业文化不但关乎企业的战略方针，同时也关系战略目标的贯彻执行，它是企业长期发展的源动力。

优秀的企业都有自己独特的文化特征，它有利于团队成员形成凝聚力，帮助大家形成共同的价值观和精神信念，并形成企业和企业成员共同遵守的行为判断标准。21世纪不动产诞生于美国，从诞生之日起就吸纳了美国文化“开放包容，崇尚平等，契约精神”等特质，经过40余年的发展，21世纪不动产已经在73个国家和地区拥有了超过10万名经纪人，成为全球最大的不动产服务体系。

21世纪中国不动产（IFM投资有

限公司)，于2010年1月登陆美国纽约证券交易所（纽约证交所股票代码：CTC），标志着21世纪中国不动产作为一家公众企业，获得了越来越多的投资者的关注和认可。到目前为止，21世纪中国不动产已成长为国内领先的房地产综合服务提供商，提供包括二手房买卖与租赁，房地产经纪品牌的特许加盟，商业地产、新楼盘的策划、销售、租赁及咨询，房地产金融，房地产互联网，房地产基金等领域的综合服务，初步形成“特许和直营”、“线上和线下”、“一手和二手”的三大融合战略。

跨越与方向

当企业有了自己的文化，下一个目标就是跨越！

企业文化是战略发展的保障和基石，但它不是静止不动的。任何伟大的理论都像信仰的灯塔一样指引着人们前行，但它又必须注入时代鲜活的内涵。企业文化亦是如此，哪怕它曾经是辉煌的、有效的，我们也没有理由固步自封，裹足不前。比如，在“海纳百川”的基础上，今年我们又重新提出了创造完美服务、提升客户体验这一崭新的服务内涵，并以公开承诺的方式纳入企业员工的服务标准。这便是企业文化在实践中的发

展。

企业文化的梳理，是公司广大成员共同参与的过程。我们的企业文化核心文本，经过了从董事长、总裁到基层经理、经纪人，多层面、多角度的调查、研究和讨论。比如，我们继承了企业原有的文化精髓，但又针对当下行业存在的普遍性问题，从企业和企业成员两个层面出发，明确提出了包含客户、企业成员、行业、房地产事业等几个层面的企业使命；提出了“秉承国际品牌，领航中国不动产综合服务；成就21世纪全球体系卓越典范”的愿景；以及“求实、责任、信任、合作、创新、坚持”等六大共同价值观。

张董指出，企业文化是从领导到普通员工共同遵循的做事原则和共同形成的做事方式，需要群策群力共同塑造和维护。企业文化建设，旨在不断提升企业成员的归属感、团队执行力，加强协作，进而对公司的经营与管理施加影响，逐渐将企业管理水平提升到文化管理的层次，最终达到企业成员自我价值的实现和顾客的高度满意。

21世纪不动产的企业文化，既包含了公司早期创业团队的理念和态度，也包含了大多数企业成员拥护的价值取向。企业通过文化建设是为了营造一种适合企业成员个



体发展的团队氛围，为企业成员提供一个实现自我价值的舞台。不管“新人”还是“老人”，都能在这一氛围下，拥有公平的竞争机会，在不断扩展的平台上与企业一起成长，共享成果。

企业文化建设不是搞运动，它是一项长期工程，是一个从上到下以及从下到上的相互传导过程，需要坚持不懈地努力。通过企业文化的长期建设，我们将形成共同的理念、共同的语言、共同的标准。金色战友们，让我们以共同的文化为指引，朝着心中伟大的愿景奋袂前行，成功属于永不放弃的你和我。

21世纪不动产 官网全新上线！

作为21世纪不动产中国对外展示的重要平台新版集团官网，为用户提供，获取21世纪不动产信息、产品和服务的同时，也成为了反馈意见了解行业动态的对外展示窗口。同时，也是21世纪不动产在互联网营销战略中的重要平台。

新版集团官网采用了，目前包括众多世界500强企业在内的大型企业，较为通用的大屏展示图，视觉冲击力强，企业形象明确，延续了亚洲人的视觉颜色习惯，以清淡简洁为主。

为了更好的便于浏览者使用，新版官网下设了五个一级导航：关于Century21、服务业务、新闻与观点、投资者关系、特许加盟。

通过新版官网的调整，能更好的突出集团国际品牌上市公司全球化的特征、业务梳理更加详细清晰、呼应网络特性增强互动、能与媒体进行良好的互动。



21世纪不动产赞助印地500大赛

美国印第安纳州波利斯赛道的印地500英里大赛，简称“印地500大赛”，它是世界上最古老的赛车比赛之一，始于1911年5月。印地500大赛目前已成为与F1大奖赛和勒芒24小时耐力赛并列的世界三大汽车赛事之一。

今年3月，21世纪不动产自豪宣布：与萨拉·费舍哈特曼赛车队（SFHR）结盟，赞助其车手——约瑟夫·牛卡顿。此举标志着21世纪不动产以“更聪明、更大胆、更迅速”为主题的品牌运动已席卷至印地500赛车场。

时隔2个多月，在5月26日的正赛中，牛卡顿驾驶超炫的21号赛车亮相。赛后牛卡顿表示，“下一轮的比赛即将开始，届时我们将不会放慢速度！”

赛手们的精彩表现值得期待。

← 全球总裁兼首席执行官Rick Davidson 身着炫酷的赛车服



无税房价格猛涨

北京晨报 2013年6月27日

“国五条”落地后，北京随之公布了其细则。“京十九条”细则的严厉程度也是举国之最，仅“二手房交易差额征收20%个税”一条，就曾让北京的二手房市场经历了3月份的爆棚、4月份的冰点。但新政制造的冰点也很快呈现消融迹象。继5月份后，6月份的北京二手房市场，仍以回暖为主基调。从前沿市场的反馈情况来看，6月上半月二手房成交量环比保持上涨势头，其中“无税房”成为北京二手房市场新的成交主角。

置换需求成主力

21世纪不动产分析师张磊介绍，最近一周二手房成交量处于上升状态，但涨幅有所放缓，它预示着二手房市场将进入一个稳定期。究其原因，张磊说，第一，目前二手房置换型的需求客户占到70%以上，这些客户买房要么是改善或升级，要么就是为了孩子上学，目标明确。由于这些二手房基本都是占据优良地段和拥有成熟生活配套设施的需求热点，价格一般都比较高，很多客户选择卖一套再贷一些款的形式来完成置换。

中介公司经纪人介绍说，置换型客户已成为目前二手房市场成交的主力客群，他们是刚需中的刚需，这些客户在选房的过程中，往往要求目标房源必须“无税”或者“少税”。在交易过程中，无论“个税”是转嫁给买方还是叠

加到房款中，客户基本选择回避，因为少则十几万甚至是几十万的新增税款，令这些刚需客户难以承受。

无税房价格猛涨

据有关数据显示，5月份北京二手房成交额中，无税房成交占7成以上。无税房的成交价也因为其紧俏度而蒸蒸日上，部分区域出现猛涨，涨幅最高已达13%。

据21世纪不动产永定路区域经理反映，目前市场整体平稳，总价低的小户型无税房成为交易主流，价格涨幅显著。近期刚成交的一套40多平方米小户型，售价从新政之后的4万元/平方米，涨到4.5万元/每平方米，单价足足上涨了5000元。

21世纪不动产清河区门店经理也反映，清景园小区无税房的挂牌价涨幅比有税房高出许多，许多有税房有价无市，上个月该小区总共才有两套房成交，大量含税房源只能由卖转租。

张磊说，在当前市场下，由于大部分老城区可选择的新房房源有限，这就给了免税二手房或者少税二手房房源涨价的机会，大量刚需购房者被迫接受涨价。“新政”后一个月内，二手房价格确实出现了暂时停止上涨的局面，但另一方面，按下葫芦翘起瓢，它又催生了无税房价格的上涨。5月份，21世纪不动产主城区领先价格指数显示，北京市二手房挂牌均价上涨了0.9%，这预期着

二手房市场已经回暖，房价重新回到上升通道。

个税催生的“一二手联动”

因为二手房税费原因，转头购买新房的购房者也不在少数，而中介公司为了提升业绩，迎合市场需求，也在丰富其产品线，这在业内叫做“一二手联动”，就是中介公司也代理一手新楼盘项目的销售业务。记者通过对北五环区域的走访了解到，由于区域内新楼盘的上市比较集中，周边中介公司也获得了更多新楼盘的代理销售机会。

21世纪不动产分析师张磊说，21世纪不动产去年一二手联动业绩创了新高，占总业绩的30%，而近期势头更猛，这主要是因为“无税房”这一特殊优势的市场背景下促成的。21世纪不动产拥有强大的门店网络和线上网络资源，可同时进行一手和二手房的销售，这对开发商来说是一种渠道补充。当前，确有不少二手房客户因为税费过高而选择新房。记者从21世纪不动产北苑家园的一家门店了解到，该区域内二手房与新房价格不相上下，在30000元至40000元之间，但购买二手房仅个税一项，其每平米单价就会增加7%左右，如果相关税费全部需要买家承担，其成本将超过同区域内的新房价格，这促使部分购房者转向新房市场。

调控半年观察：二手房量价齐涨

21世纪经济报道 2013年7月3日

北京是“国五条”执行细则最为严格的城市。但从其半年调控结果来看，除了新房市场受到限价影响，房价涨幅被明显压制以外，其二手房市场明显量价齐涨，而这其中，20%个税的严格征收起到了推波助澜的重要作用。

据中介机构统计数据显示，截至6月26日，北京市二手住宅成交量为93184套，较2012年同期上涨76.8%。2013年上半年二手房住宅成交均价为27089元/平方米，环比上涨12.3%，同比上涨24.7%，由于2012年上半年处在价格下跌后的低谷期，导致同比增幅比较明显。

据21世纪不动产市场研究部统计，由于新房限价，二手房房价涨幅已经持续超过新房。截至6月25日，北京市主城区二手房成交均价达到3.3万元左右，比去年同期上涨26%；而新房成交均价在2.4万元左右，与去年同期几乎持平。

21世纪不动产分析师张磊称，由于限价政策主要是针对新房市场的干预，不少开发商无法大幅提高房价，这也是造成最近两个月新房价格涨幅趋缓的主要原因。而二手房价格几乎缺乏有力干预手段，涨势凶猛。北京是唯一严格执行20%个税征收的城市，这个政策执行的结果是，北京二手房无税房价格一涨再涨。

张磊称，6月份的北京二手房市场仍以回暖为主基调。置换型客户已成为目前二手房市场成交的主力客群，他们是刚需中的刚需，这些客户在选房的过程中，往往要求目标房源必须“无税”或者“少税”。在这一背景下，“无税”二手房，近期价格不断攀高。

据21世纪不动产亚北区域西湖新村店反映，6月整体成交量较上月有所上涨，无税房涨势更猛，经常出现客户看好房后业主临时大幅跳价现象。例如：有一套房业主报价245万，客户决定购买后，业主又将价格涨到260万，上涨15万。还有一套69平米的房，年初140万，现在已上涨到180万，单价涨幅超过5000元。

记者走访发现，由于20%个税税负沉重，而这也是影响房贷的重要因素。据了解，北京在各区域均设置了区域二手房指导价，在购房实际操作中，购房者可以和业主采用阴阳合同的方式避税，该方式尽管可以将税负大幅减少，但网签额度压低，相应地购房者所能从银行获得的贷款也会减少。对于不能全款支付或者少量贷款的刚需客户而言，几乎无力承担有税房的新增的巨额成本。

值得注意的是，含税房的成交难度有所增大，部分业主被迫让价。据

21世纪不动产中介人员介绍，目前含税二手房的房源增加，但成交变慢，议价空间也有所扩大，部分业主为出手主动帮助做成满五年唯一住房，以此减免“个税”征收。这与大部分二手房客户放弃高税房有直接关系。

另外，由于二手房税负沉重，不少购房者将目光转向新房，而这使得新房市场成交量持续走高。

据机构统计数据显示，2013年上半年北京一手房（剔除保障房后）成交约44969套，较去年上半年同比上涨28.3%，2010-2012年上半年交易量分别为4.02万套、3.08万套、3.50万套，因此，今年上半年新房成交量为近4年最高值。

尽管新房市场房价受限价影响明显，但整体涨幅明显。数据显示，2013年上半年北京全市成交均价继续上涨，一手房（剔除保障房后）成交均价为22537元/平方米，超过2010年最高价格水平。

对于新房市场的调控，克而瑞研究中心副总经理林波认为，如果以国家统计局商品房均价数据为基准，则实现房价控制目标毫无压力，但通过行政手段来“制造”数据走势，对于房地产市场的长期发展，几乎没有任何实际意义，反而在短期内使得部分房源难以上市而人为造成供应紧张。

林波分析称，商品（下转14页）

购置学区房谨防误区

和讯房产 2013年6月26日

既是毕业季，又是“入学季”。根据就近入学政策，重点小学划片内的房子长期都是二手房市场热炒的焦点。大房换小房，新房换旧房，家长们忙碌不已。

据21世纪不动产北京安信瑞德门店监测数据显示，6月份，北京市房价环比上涨1.5%，平均每平米上涨1000元/平米左右，其中学区房涨幅一马当先，最高涨幅超过5000元/平方米。租金平均上涨5%左右。

监测数据显示，2012年北京城六区学区房成交均价比非学区房高出约6.8%，而2013年截至目前，学区与非学区房的价格差达到11.2%，价格差距逐渐拉大。中关村一小附近的学区房一居室单价已经普遍涨到9-9.5万元/平方米之间，两居室普遍涨到8-8.5万元/平方米之间，三居室在7.5到8.5万元之间不等。这些均属于

相对真实的市场价。值得担忧的现象是，由于业主瞄准了学区房的稀缺性因素，报价还在不断飙高。目前中关村周边的学区房最高报价已经飙升至13.28万元/平方米。

据21世纪不动产北京新景家园店工作人员介绍，学区房与非学区房均价差额每平米接近万元。北京已经形成了几个颇具规模的学区房热点板块，如中关村地区，包括中关村、学院路以及万柳；东城东四板块；西城的平安里板块；朝阳区朝阳门板块等。

数据显示，今年北京市小学入学适龄儿童比去年增加26421人，各区县、各学校对学生入学资格的审查更加严格。在托各种关系仍无法解决上学资格问题后，部分家长们咬牙拼起了实力：购买学区房。然而，学区房背后，也隐藏着风险。即便是购

置了学区房，也未必真有资格上“名校”。

据21世纪不动产经纪人介绍，有位学生家长今年才买的学区房，但多数学校要求户口迁入学校划片所在地区在3年以上，因此，这个孩子被阻隔在招生范围之外。还有相当一部分家长反映，孩子户籍及户口都在片内，但与房主的关系为三代或四代亲属关系，孩子报名时被拒绝，只能接受就近调剂。有的学校只接收一手房的业主，这让购买学区二手房的家长叫苦不迭。

21世纪不动产北京区域总经理寇海龙特别提醒消费者：第一，有学区房需求的购房者，必须将置业计划前置，具体是提前3年还是2年，一定要向目标学校打听清楚落户年限的规定，否则可能购买了学区房，却发现为时已晚。第二，尽量错开学区房交易的高峰时段，降低成本。有些家长总是要等到5月甚至6月才想到学区房，时间有些晚。第三，需要查明学校对生源的限制。有的学校只收一手房业主的孩子，不收二手房业主的孩子，有的则规定无论一手二手房，只有一次入学资格。所以要调查清楚原业主的小孩有没有占用学位。第四，投资学区房，面积不宜过大，以舒适为宜，勿过度追求“名校”。

（上接13页）房供不应求的局面将在下半年继续存在，尽管在限价令的压制下房价不会出现大幅度增长，但在政策允许范围内涨价的项目将会越来越多，房价总体上涨的趋势难以根本改变。

张磊等业内人士认为，北京已经是国五条执行最为严格的城市，但从上半年情况来看，一再加码的行政调

控以及加税等方式，并未对遏制房价产生积极有效的作用，反而是弊端越来越明显。这再清楚不过地表明，既往沿袭多年的房地产调控方式早已不适合市场形势，中央尽早建立房地产调控的长效机制，加快住房信息联网，同时加大普通商品房供应，合理抑制地价上涨等。



Raycom
Creative Centre
融科创意中心

TEL: 010-62509555

ADD: 北京市石景山区八角东路(西五环与长安街交汇处西北侧)

西长安街5A级写字楼现房发售 北京高端商务第一排

CRD核心载体 / 纳斯达克创新型企业先期入驻

公园休闲商务 / 西长安街唯一商务现楼 / 1700m²平层自由拆分 / 4米层高

雄踞西长安街国脉起点先机，政经之地。

紧邻地铁1号线，享立体交通。

全玻璃幕墙，采光节能。8部高效电梯，高效率出行。

融科置地，顶级写字楼专家倾力打造。



骑游致青春

文 | 集团办公室

2013年5月25日星期六的早上，21世纪不动产包括集团特许事业部、北京区、财务管理中心、集团后台职能部门、集团IT和酷房网的120位员工身着标有自主设计骑游LOGO的制服，统一出发，轻装上阵，来到北京西北部的延庆县，沿着妫河以骑游的方式向青春致敬。

上午10点整，张卫平总一声令下，11个骑游小组分为四队在当地专业领骑的带领下陆续出发。骑行沿路空气清新、风景秀美，途经清风园、静心园等景区时休息、拍照，大家再次感受到大自然的神奇魅力。各组队员互相鼓舞、团结互助，所有队员仅用一个半小时就完成了当日12公里的骑游任务，顺利到达了汇合点——幽静园。

柳沟的豆腐宴名不虚传，大家在一上午体力运动后大饱口福。餐后，



骑游途中前进中的我们

李璐璐总和张总宣布了以#C21骑游队-致青春#为话题的最具创意POSE大比拼的微博获奖者——刘冰冰总带领的第三组市场部、客服部及周鹏程总带领的第七组IT队员将纪念奖品收入囊中。

此次骑游活动，展现了21世纪

不动产员工积极进取、团结互助的精神，更将我们的“更大胆、更迅速、更聪明”的精神予以发扬。虽然只是短暂的一天行程，大家意犹未尽，我们将把积极向上的精神更多地延续在工作中，使我们的青春因共同的目标而更加精彩！👍



创意pose之——致青春



创意Pose之——向青春致敬



创意Pose之——青春C21



骑游活动全体成员合



文 | 集团市场发展中心 张 磊

“创造完美客户体验” 是一种文化

单，服务所追求的最高境界是超预期，而任务的最高境界是圆满完成，对于甲方来说，你最终得到的感受一定是不一样的，在公司里面，一个团队里面，就某一件事情来说，会有一个甲方和乙方，但从多个事情的合作角度来讲，你们之间的角色一定有交换的机会，所以即便是不在服务一线的我们，也要大力提倡“创造完美客户体验”，而提倡服务概念，是为了唤起大家积极主动的付出，做出超出预期以及你任务以外的工作。

然而，我们又如何打破常规和习惯，做出超出对方预期的“服务”呢？

其实，服务的对象是一种意识，它不是明文规定，也不受职级所限，除了买房人或者卖房人，我们必须认清在公司内部日常性工作中，谁是我们的“客户”。

“小张，请你给我一份最近市场价格方面的数据好吗？”这是一句问话，也是一个需求，你可以回答：“好的，没问题，何时要？”当然，你也可以多问一句：“干什么用？”

“有个投资公司的经理想了解一下近期北京的楼市”这是一个任务指令，也是一句需求的来源详解，你可以回答：“哦，知道了”也可以说：“这样啊，我这一份比较全面的分析报告你是否需要？”

有需求就有客户，很显然，小张是服务的提供方，而甲方提出了需

求，小张可以按时完成这个任务，因为这是他的义务，但是如果没有小张后面的问话，也许最终呈现给对方的，就是一份罗列着近期市场数据的资料，而不是一份详尽的动态市场分析报告。这是一个超预期的，从任务到服务的典型日常工作案例。从案例中，我们认清了谁是客户，又如何创造完美客户体验。

于是，这件小事给我的体会就是，创造完美客户体验首要就是有效的沟通，你要明确对方的需求和目的是什么，主动将任务升华为服务，而对方也很乐意与你交流这一需求，目的是为把事情做得更好，让他的客户得到更完美的服务，大家如此互动，岂不是一种文化氛围吗？

让大家需要你，愿意寻求你的帮助，认可你的服务，这无疑是一种能力，能力自然有高低，但在比较之前，我们应该首先学会认清客户，有效沟通，培养自己的服务意识及专业技能，这是一项职业素养。而一个人不在于他拿了什么文凭，而在于他自身修养和素质的高低，我们用通俗一点的语言说，就是在职场上，我们必须职业一点，它是潜移默化中渗透出来的交流方式与互动意识，你要给每一个你所服务过的同事或上级留下好的印象，如果我们每个人都朝着这个方向去努力，毫无疑问，它最终会形成一种文化氛围，一个积极向上的企业文化氛围。

初次听到“创造完美客户体验”是在一次采访中，21世纪中国不动产2013年发展战略对于“关注客户”一词贯穿其始终。其后，就是在与同事探讨企业文化的一个小沙龙上，大家再次着重强调了谁是我们的客户，以及如何让客户感受到完美体验。对此，我有一些个人体会和感悟，这与我的过往有关。

在房地产服务行业工作了近10年，“客户”一词给我的第一反应就是——服务，有客户，自然就要有服务，作为你要提供服务的一方，就是你的客户，无论是买房人还是你的同事或者上级领导，只要对方对你有需求，你通过专业知识满足对方的这一需求，这就是服务。但是，在通常情况下，我们大多数人会忽略这一概念，而是简单的把这些需求当成任务，亦或是一种义务去完成。从本质上讲，服务与任务区别不大，但其结果可能会有极大的不同，道理很简

春夜喜雨

文 | 北京区域 张 健

我的客户首先主要是各加盟店的店东，再次是门店的每一位员工，我身边的每一位同仁其实都是我的客户。因为我的许多工作是需要对公司各个部门的资源和加盟店进行互动整合的，我更多起到的是纽带作用，所以说，和我有业务接触的每个人都是我的客户。

面对如此规模庞大的，需求复杂的客户群，如何能做到完美客户体验呢？通过一段时间的观察和思考，我把我的体会和解决办法用四句唐诗来和大家分享一下：

“好雨知时节，当春乃发生。”任何一个客户，在合作中，急所急想所想是他期许的根源，但这在我的日常工作中就等于大量的预期准备，在客户提出需求的那一刻，及时地送到客户手上，满足客户的需求是我的目标。因此，时时收集各方面的信息，和专业人士保持联系以备不时之需等积累。同时，对市场的动向和门店的运营要有一定的预判，在客户感受到需求尚未提出时争取有所安排，帮助客户提高成长。在这方面，我们实施了和NRT系统的对接服务，安信的交管，IT市场，培训和法务部门的对接，通过我的衔接基本实现了“时时免费咨询”，必要时“有偿服务”。

“随风潜入夜，润物细无声。”在满足客户需求中，如何让客户在接受

我们的服务中有更美好的体验，颇具艺术。客户需要帮助，我们给予得顺其自然，行云流水，大家就会感觉很默契，舒心。反之不断地争取，甚至是索要，结果就是双方都有压力。而客户的需求得不到满足而又没有解决方案时，客户也就相行渐远了。所以，我们就积极研究市场动向，每月针对门店反映的问题方进行总结，开展专题培训，先后发布了针对经纪人捕捉客户的“网络端口的发布技巧”，针对门店纠纷投诉的“法务和签约技巧知识”，针对门店业绩提升的“金融衍生产品推介”，针对门店日常培训技巧的“Create21&QSP讲师认证”，针对门店新入职人员的“金锐训练营”等等。一系列的培训工作，让我们在想客户所想时尽量领先“半步”，既是客户觉得我们专业有经验，又能在客户之前帮助客户克服一些隐患风险。

“野径云俱黑，江船火独明。”当今的二手房市场，用“扑朔迷离，瞬息万变”一点也不过分，因此在门店运行中，通过我们对数据的分析，市场部对终端的品牌建设引导等等各个方面，帮助各门店梳理自己的发展战略和运营思路，也是我很重要的工作之一。特别是在一个政策即将出台时，我们应该有什么样的应对，以保证门店的运营尽量减小影响，是很重要的，毕竟规避风险保证生存是特许经营模式的第一优势。这方面我们主要是在第一时间及时的把市



场部给我们的内刊，《媒体看21世纪不动产》，主站上的《市场分析》，通过快递、邮件、飞信、QQ群等方式，一直传达到加盟店的经纪人层面。

“晚看红湿处，花重锦官城。”我们在侧重特许经营工作的“全员授权计划”、“同业创业激励计划”、“资本技术融合计划”等方案方面，也和加盟店积极互动，以争取更大资源合作，吸收更多有志充实这个行业的各方面精英，即在授权加盟方面增加了宣传面，也让有些店东曾经动荡的心更专注明店经营。

总体来说，我的客户是谁，如何创造完美客户体验，其实看似不简单又不复杂的命题。不简单，是因为它是我们工作的核心；但如果我们以每天努力满足客户需求为至上，它也就不复杂了。对我来说，我的客户就是每天和我在一工作生活的每个人，我追求的完美客户体验就是“他们从未特别感觉到我的存在，但我又真实的存在于他们之中，他们每个人都觉得我是他们身体、生活的一部分。”

更职业 更专业

文 | 集团市场发展中心 樊晓璐

身处在集团市场发展中心，我们每天都看到“文化部”的同事忙里忙外，风风火火地出出进进，天天念叨着“客户体验沙龙”，坐在他们身边的我们，多少也能体会到这股旋风，但“客户体验”这个事情，真正从思想上受到触动是上周部门开展的“如何创造完美客户体验”沙龙上。

一直在公司后台职能部门工作的我们，总觉得“客户”离我们很远，我们印象中的“客户”还停留在一线打拼的业务人员身边，买房的客户，卖房的业主，一直是我们记忆中的客户，我们隔着区域公司，对他们“见不着，摸不到”，基本是没有什么接触点。对此，我们说到“客户”，感到有点迷茫。

在21世纪不动产企业文化核心文本解析中，谈到“我们的使命”，第一条就是“创造完美客户体验”。细想，我们在公司里每一位员工，都有自己领域中的“客户”。21世纪中国不动产拥有诸多事业部，子公司，特许区域公司等，我们每个人，都是这根链条中的一员，执着于不同领域，解决着不同的问题，有着不同的“客户”，达成不同的工作目标。从这点来说，找到并认清自己的客户是当务之急。只有明确了谁是我们的客户，针对客户群把握他们切实的需求，才能进而提升自己的服务，使我们的“客户”得到完美体验。

那到底哪些人是我们的客户呢？

第一想到的是我们服务与支持的特许加盟区域，以及我们共同工作的NRT公司。在集团市场发展中心，我们要服务和支撑特许加盟区域，帮助他们在当地开展品牌的建立，发展加盟事业，在当地市场上站稳脚跟，做大做强。对于



集团下属的NRT公司，我们要提供更为切实和完善的指导，解决实际问题，他们的发展与我们更加密不可分。

其次，我们认为，我们的直属领导和高层领导也是客户之一。领导将公司目标和任务分解到我们每个部门，每位成员，努力达成这些目标是我们的工作使命，所以领导也是我们的客户。

在沙龙讨论上，我们谈论到一个比较有意思的话题，我们谈了很多我们的客户，那领导的客户是谁呢？最后我们聚焦到我们最初谈到的那些客户——买房卖房的消费者。所以这些人也是我们的客户，是21世纪不动产每位员工的终极目标客户。持续有效的提升他们的客户体验，是每个人的服务目标。

认清了我们的客户，我们该用什么样的行动，来创造客户完美体验呢？

我们认为，“专业”和“职业”是创造客户完美体验的两个必备要素；持续改善工作流程和方法是我们努力提高的手段。

在公司大的架构下，特别是当下分工日益细分，每个人都承担着重要的职责和工作目标，这就要求我们都必须对自己的领域做到足够专业，才能取得我们各层客户信任，信赖，最后达到满意。

“职业”是我们在职场上经常提到的，但不一定每个人都能做到，或者说

是做好。简单的要求比如电话铃响三下之内接听电话，每天身着正装，仪容仪表得体等等。更多的要求，比如接到领导的任务，及时反馈，定期汇报沟通，和同事合作时分工明确，职责清晰等，这些都是一个人“职业”的体现。具有良好职业感的员工，大家愿意与他合作，并更容易得到领导和同事的信任，提高客户的满意度。

作为经纪人，以及各子公司的工作人员，他们有更多与客户接触的机会，在创造完美客户体验上更多的着眼于消费者层面；而作为后台人员，特别是集团的后台职能部门，与客户接触点很少，那我们的目标就转变为如何让一线的业务公司工作人员得到良好体验，从而通过他们把完美体验传导给我们的终极客户。这就涉及到我们提到的“持续改善工作流程和方法”。在实际工作中，我们都希望能共同合作，把工作做好，但经常发现事与愿违，其实这往往不是我们人的问题，而是在工作流程和方法出现偏差。及时检查和调整，持续改善是我们一直要做的工作；同时，也要多站在对方的角度去考虑问题，往往事半功倍。

谈到这一点时，我想起了一个工作中实际发生的案例。记得有一年我们部门组织制作台历，需要统计各个特许区域的制作数量，我就此工作给各个特许区域发了邮件，告诉了他们台历制作的事情，需要大家配合反馈，反馈给谁，截止日期等信息。但过了截止日期后，一个区域打来电话，说刚知道这个事情，要求添加他们区域的数量。和印厂联系后，得知不能再加印了，那个区域的同事很生气。当时我们也觉得很无奈，因为从流程上讲，我们没有做错，邮件是和区域工作联系的最主要手段，没有及时检查你的邮箱是你的问题。（下转21页）

精确寻找客户需求

文 | 集团酷房网 颌海峰

要创造完美客户体验首先要明确目标客户，针对目标客户群把握客户需求，从而提升自己的服务，使客户得到完美体验。我们的客户分为内部及外部，从内部来讲客户是经纪人，从外部来讲客户是浏览网站的找房者，两者是相辅相成缺一不可的。

一、从内部客户分析

我们在运营一个网站的时候，我们最能体会的一点就是这个网站的用户体验的使用程度，因为使用程度就决定了我们产品购买力的问题，如果我们的网站用户体验度非常高的话，自然我们的产品就有一定的销量，反之就会很差。用户体验可以分几点。

1、吸引力

这个产品的功能及网站的设计要有个性，比较有独特性，因而就会对一批使用者产生一定的吸引力，因此我们要清晰了解他们的需求，了解吸引他们的产品很关键。

2、高质量的房源内容

不要总发布一些垃圾房源，这样客户肯定不会留在网站，跳出率也相对较高，一个高质量的房源信息很关键，这个也是留住客户的核心，提高用户体验度的关键所在。

3、使用性

减少网站问题的发生，尽以最短的时间把问题解决，并及时反馈经纪人，如网站功能达不到或降低经纪人的工作效率，那么从经纪人的体验度及使用度就会很差，所以还是从自身网站的开发解决。

4、培训及服务

从经纪人的使用操作及发房技巧尤



为重要，前者是对经纪人进行专业的讲解已达到使用者对网站诸多功能的熟练掌握，后者是对经纪人在熟练运用网站的基础上已达到把自己的房源以高质量高标准的展现给找房者，同时能给给予经纪人一些专业的指导意见，帮助经纪人获得更多的来电。

二、对外部客户分析

1、最基础的是网站的速度

如果打开网站速度非常慢的话，用户都很厌烦，因此，服务器及网站的架构非常关键，对提高用户的体验度非常关键。

2、感官体验

设计风格要符合目标用户的浏览习惯，并具有一定的引导性，在设计之前，必须明确目标客户群体，并针对目标客户的审美喜好及信息点的体现，进行分析，从而确定产品的设计风格。

3、搜索体验

以最快最便捷的方式准确的找到客户的房源信息，我们还应针对客户的搜索习惯来实现相对口的导航找房，已达到最基本的客户找房体验，如地铁找房、学区房、区域找房、公交找房等等相关围绕在客户生活中的需求点。

总之，用户体验我们尽可能的去创造，关注用户需求，创造价值内容，满足用户需求，已经成为必须。

（上接20页）

事情过去后，我们想到，可能我们这个工作流程本身是有问题的，很多区域的员工没有第一时间接收邮件的习惯，或邮箱不好用，导致一些工作错过。在后来的工作中，我们增加了区域QQ群，MSN群等，邮件发出后，我们再去群里发一下，这样区域都能及时得到总部的信息，工作配合就更加流畅了。从最终目标客户的角度来说，前线业务公司工作得心应手，我们的客户也必然得到更完美的客户体验。

这只是在工作中的一个很小的案例，大家虽然感觉没有配合默契，并没有因此产生冲突。而在工作中，我们有时会发现身边也会有工作冲突，在客观冷静的前提下，它可能不会演变成一个冲突，但在紧急的工作环境中，事件中

的每个人容易失控，做出一些不职业的行为。深究看来，每个人在紧急事件面前，在大是大非面前，有我们的第一判断，第一本能反应，这些反应来自于哪里，其实来自于我们的价值观，来自于我们耳濡目染的环境。从这一点来讲，企业文化工作任重道远，它将影响我们每位员工的行为和价值观。这是我们创造客户完美体验的基础。

创造客户完美体验，是一个永恒的课题，我们随着工作内容的调整，工作进展的阶段变更，我们的客户在变，客户的需求和要求也在变，但唯一不变的是我们认清客户，了解客户需求，持续的在每个工作细节上做稳做实，多站在对方的角度上考虑，多做一点，做细一点，创造客户完美体验，we are on the way!

超出用户的需求

文 | 集团IT部 袁海龙

要想给客户一个完美的体验，首先要做的一件事情就是将服务做到超出客户的需求范围，只有这样才能给客户一个惊喜。

网上有一个这样的案例：有个达拉斯出租车司机，他以非常优质的服务，让每一个乘客都受宠若惊地感到自己就是上帝。有个乘客好奇地问他为什么要这么做，他回答：“要在事业上有成就，我只需符合顾客的期望，但是，要在事业上登峰造极，就必须超越顾客的期望！我喜欢“登峰造极”的感觉与回馈，而不只是‘普普通通’”。

如何打造完美的用户体验，可以从以下几方面来完成：

1、谁是真正的用户

要想打造完美的用户体验，首先就是要找准谁是用戶，例如SIS+中用戶可能存在两个：一个是业务部门，一个就是IT管理部门，目前所有的需求都是通过IT管理部门进行提报的；这时候就要分清楚到底谁是真正的用戶了，IT管理部门有可能不能完全代表真正用戶的想法，于是需求调研的时候最好能够搞清楚真正的用戶需求到底是什么，这样才能为打造完美用户体验打下良好基础。



2、想方设法引发用户的兴趣

要想打造完美的用户体验，其次就是要让用户对于我们的服务产生兴趣，只有产生兴趣了，用户才会愿意使用我们的服务。例如SIS+的工作量报表，这张报表集成了所有业务人员的SIS+量化指标，例如新增房源、客源、跟进、带看、存量房等指标数据的统计，使业务人员能够很方便的在这一张报表中获取工作中的量化数据。这样用户就会很乐意使用这个功能。

3、尽量简化操作步骤

要想打造完美的用户体验，再次就是要尽量简化、减少客户的操作步骤，只有让用户的操作尽量简化，用户才会乐意使用我们开发的功能。在SIS+中存在着正能量的例子，也存在负能量的例子。正能量的例子就是SIS+的查询界面，这个界面集成了查询、写跟进、写带看等业务操作，用户可以很方便的在这一个集成界面完成日常的业务工作。负能量的例子就是：SIS+的菜单设计，目前新增一个菜单时，有点繁琐；注册完菜单，还需要重新加载一下缓存后菜单才会生效，使用起来有点不方便。

4、如何继续开发用户的需求

要想打造完美的用户体验，一定要在理解客户的基本需求的基础上，进一步深挖用户的潜在需求，只有这样才能是我们的服务超过用户的需求。才能是用户有更完美的用户体验。





相由心生 境随心转

文 | 上海区域 韩赞姣

虽说从业近十年，一切似乎已平常，不过回想起当初自己刚大学毕业，从外地来上海，为了适应镇宁路华山路的商圈以及后来的古北商圈客户群体，确实，自己做了颇多的功课，和大家分享一下，希望可以给大家一些启示。

1、专业形象

本人自认为不是很漂亮的那种类型的女孩子，长相不是很出众，如何赢得客户的认可，最后分析下来，我决定走“专业”的路线。首先穿着得体、大方、干净、整洁，给客户一种舒服的感觉，他们才会更愿意与我们相处；要求自己始终保持清醒的头脑，稳重、镇定、有条不紊；如果化妆，就是淡妆，清新自然。

2、保持微笑

保持平静、温和的笑容，尽显“亲和力”。虽然客户在他们自己所在的领域是佼佼者，很优秀，但房产，毕竟不是每个人都驾驭得十分纯熟，难免有时候也会焦躁，如果客户在和我们相处的时候，我们可以平和的、慢慢的，那么客户的情绪也会被我们感染，也会平和起来，会更集中精力和我们看房、交流。

3、倾听

在和高端客群相处的时候，我非常注重“倾听”。我们的客群绝大部分都在各自的领域是非常优秀的人才，非常有自己的主见，有自己对事物的看法和见解，我经常提醒自己，不要着急马上去做、不要去打断客户、不要急于表达自己很专业的见解，其实是更要用心去听客户的心声。尤其是在他们侃侃而谈的时候，我希望自己可以扮演一个“倾听者”的角色，用心去聆听，能最终听懂他们的需求是什么，想要的房子是什么样子的，他们想要的感觉是什么样的。只有“会听”才能“做对”。

4、培养共同语言

由于我们日常的生活，和这部分客群的生活有点远，他们所享受的时尚衣装、假日高尔夫的魅力、HOMEDAY、红酒、雪茄、豪车等等这些“高端”的代名词，似乎确实很远，但我们可以尽力通过阅读杂志、看时尚节目、看有关方面的专业介绍，用心去感悟，加强自己对这些相关方面的了解，增加彼此的共同语言。当时，东方剑桥的会所里摆放了很多免费阅读的杂志，自己经常去拿，一本接一本的阅读。

5、服务的精神

高端客群，很在乎很懂得享受服务的。他们在自己的日常生活里，也习惯了出演一个“被服务者”的角色。那我们就得更在乎我们的“服务”。耐心一点、仔细一点，大到交易流程、小到冬天的热茶、夏天的冰水等等，让客户和我们相处的时候，感觉我们是全心全意为他服务的，甚至是事无巨细的。很多人吝啬这些，其实不是的，通过服务，我们可以让客户在房产方面对我们产生“依赖性”，这样我们的生意才会更源源不断。

“一切法从心想生，相由心生，境随心转”，预祝大家业务路上顺顺当当，恭喜发财！☺



为有源头活水来

文 | 青岛区域 来凤宝

“创造完美客户体验，我们在路上！”这是21世纪不动产2013年的一个庄严承诺。那段VCR我看了不下二十遍，这既是来自一线经纪人最具代表性的总结，也回应了客户最迫切的需求。而每当接待客户时，我们首先应该想到的就是，一定要用最优质的服务，为客户创造完美的购房或卖房体验。

加盟21世纪不动产之前，我的工作一直是做一手房销售。一手房销售的发展，也经历了这么几个阶段：最开始“简易售楼处加一张桌子一个人”，有客户来就介绍下，这属于被动式销售；后来随着服务意识及竞争意识的加强，开始注重售楼处装修以及置业顾问的培训，各方面服务都有了明显的提升；随着市场竞争的不断加剧，“体验式购房”应运而生，各个开发商都开始注重样板间、体验区的升级打造，品牌物业管理顾问公司如世邦魏理仕、第一太平戴维斯等的管家式服务也被引入到购房体验中。这个阶段，客户被视为最尊贵的客人，无论买或不买，只要来到这里，就会受到各种体验式服务。在体验的过程中，无形中会把一部分B类甚至C类客户转化为A类客户，进而转化为成交。在这个过程中，客户获得的是一种被尊重的满足感，这种满足感进而转化为对未来生活的美好憧憬，进而转化为实际的购房行为。

二手房销售领域，能否借鉴一手房销售的做法，完成对体验式营销的完



美嫁接呢？我个人认为，任何事情到达了最高境界，都是相通的，营销也是如此，一手房的他山之石，完全可以为我所用。通过这些年的实践，我们总结出了以下三点做法：

1. “房源装饰” ——把最美的房子献给客户

房子不是我们的，我们没法装修，但我们通过一些方法可以让房子变得更漂亮。

对于精装修房源，公司安排责任经纪人定期到房屋进行实地打扫，让房屋内的家居摆设等整齐有序，让视线所及范围内的主要部位做到一尘不染。对于装修小缺陷等，能够通过低成本弥补维修的，都要做到不留缺陷。

对于毛坯房源，公司安排责任经纪人将房屋打扫的干干净净，要向一手房里边的“清水样板间”看齐，主要部位张贴看房指引及21世纪不动产的宣传海报。虽然没有装修，但看上去依然“英姿飒爽”！

2. “房产专家” ——用最专业的服务来满足客户

“培训”是21世纪不动产对员工最好的福利，通过培训，让每一名房产经纪人都成为“房产专家”，只有这样，才能缩短与客户建立信任的时间，才能更好地满足客户的购房需求。除了常规的培训外，我们制定了每日早会的轮值主持制度，轮值主持人除了常规内容外，必须增加国家新闻、行业新闻、商圈资讯、每日知识分享、每日案例分享、天气提醒等内容。准备这些内容的过程，就是一个学习的过程。通过一段时间的实践来看，经纪人团队的综合知识能力大大加强，这在与客户沟通的过程中更容易塑造“房产专家”的形象。只有以更加专业的服务来对待客户，才能更好的为客户提供完美的购房体验！

3. “专注为您” ——设立专职交易保障服务专员

“房屋交易买卖合同的签订，并不是我们服务的结束，而是我们服务的开始！”为此，我们专门为客户设置了交易保障服务专员，为客户完成后续工作。这样做，既为房产经纪人节省了大量时间，把精力投入到新的客户开发中，也有利于以更专业的服务完美延续客户的购房体验。

总之，“创造完美客户体验”需要我们站在客户的角度，为客户着眼，为客户负责，关注房产交易过程中的每个细节，用专业的技能和真诚的心，凝聚成无穷无尽的“源头活水”，为客户创造取之不竭的“如许清渠”，力争每一笔交易的全过程都能给客户留下接近完美的体验。

21世纪不动产 成就您的居住梦想



21世纪不动产，
73个国家和地区，41年全球房产服务经验
在中国，千家门店，万名经纪人
为您提供不动产买卖、贷款理财专业服务
助您轻松实现居住梦想！



21世纪不动产 您身边的房产专家
贵宾专线: 4006-50-8821 www.century21cn.com



文 | 青岛区域 于 爽

我很幸运地加入了21世纪不动产，一个可以展现自我、超越自我的大平台，开启了我社会人生的第一扇大门。

实话说，在此之前我对不动产这个行业知之甚少，加之我在21世纪我做的是行政工作，对于业务没有过多的接触，经验和阅历都很匮乏。但步入社会后面面临的一个问题就是租房。我以一个客户的身份与各种房产经纪人打交道过程中，从外部的视角对这个行业增加了更多的认识。

不同的经纪人所带我的感受是不一样的，我体会最深的一点是，当我完全信赖某个经纪人时，我们的沟通就会变得畅通无比，会更加激起我在这家公司租到房子的欲望。我要说的就是，一个成功的经纪人想要给顾客一个完美体验，就要从方方面面使客户完全信赖你的公司，信赖你。信赖，是良好沟通的基础，是建立关系不可或缺的桥梁。

如何做才能做到使客户信赖我们呢？很多人首先想到的，可能是舒适的咨询环境，统一的制服着装，温暖的微笑。但除此之外，我还有以下几个方面的思考。

首先，客户因为消费的经验，对一些规范模式下的服务也许已习以为常，并在心里觉得这是房产中介公司应该做的。但是，如果我们超出常规模式，给了客户增加一点新的感受，他会感觉到你对他的特别重视，如果你的创新迎合了客户需求或引发了客户的好奇心，那么他就会对这个创新增加好感并留下深刻印象，而信赖感也就油然而生了。

其次，对于客户所需要的房源，我

们应有精准的把握和呈现，以减少客户的时间和精力，给客户感觉到他是在一个安全的环境下进行交易的，而且为他提供服务的人员是最专业的。这样也会在不知不觉中形成一种信赖感。

最后，给客户营造一种完整服务体系，也就是说售前、购买、售后形成一整套完美体系，让每个客户感受到我们

的专业，从内心认可我们，信赖我们，并积极地推荐给其他人。这样，我们不仅仅得到的是一位两位客户，而是会逐渐积累大量的客户源。

只要我们努力，我们诚恳，我们真诚，每一次都会给客户带来最完美的体验。因为我们是21世纪不动产，我们的口号是——全球品牌，值得信赖。

沟通的桥梁——信赖

创新为体验加分

文 | 北京区域 张凯凯

只有从客户的不满意之处下手，做到比客户还了解自己，打造令客户愉悦的服务流程，就能成为客户的首选。

经过了20多年的发展，“把客户视为上帝”的服务理念，已从教科书下载到业务的实践中，房地产中介机构和经纪人都意识到，服务质量的好坏，直接影响到房源的销售，严重的甚至会影响企业的声誉最终影响企业的战略发展。但是，我们常常发现，纵使经纪人使出浑身力气，但就是没能引起客户的注意，或者说，客户对这些服务司空见惯。这究竟是什么原因呢？

这是因为，房地产服务的一些流程、范式，已经成为行业最基本的服务标准。在任何客户看来，这都是理所当然的。比如，现在很多城市，开车去餐馆吃饭，免费泊车已是不成文的规矩，如果在餐馆停车还要收费，肯定会招致客户极大反感。但如果你在此基础上，能增加一点服务，比如，没有车位了，餐馆也能提供泊车服务；等位的时候，提供免费果盘。这家餐馆就能给客户留

下更深的印象。

对于房地产经纪业来说，创新不一定是创造稀奇古怪的形式，可能只是将我们的服务标准、程序固定下来，并且让客户参与监督；可能只是在行业标准之外，增加一点公司自己的人性化服务和人文关怀；可能只是更注重细节，把客户需要考虑的东西都事先考虑好，将客户的风险都提前消除。人都是感情的动物，你服务到位了，点点滴滴他心里都能感知到，第二次有需要他还会再选择你。



坚持就是胜利

文 | 郑州区域 台佩佩

因为对自己的不自信，对房地产经纪行业保底工资很少的芥蒂，我曾望而却步。一次偶然的机会接触了21世纪不动产，不由自主地被驱使，填了资料，随后到公司面试。在面试过程中，看到公司的规模以及每个同事的工作状态，深深地被这个工作吸引，激情被点燃，经过几天的考虑，我把自己之前所有的顾虑都打消了，我必须要挑战一下自己，才能打造属于自己的一片舞台。

开始的跑盘，让我这个没有方向感的人大为难受，再加上对楼盘的不了解，以及同事的忙碌对我的无暇顾及和陌生的环境，让我想到了放弃，也许自己不适合这份工作，可回头想想，既然选择了，还未开始的，又怎能放弃。

后来，公司的培训让我学习到了不少东西，但终究缺乏实践，再看看同事的业务都是那么地熟练，让我非常着急，就开始不断地向同事们请教学习，跟着他们看房，慢慢地我也有了自己的房源。我接到第一个客户时，还不知道该怎么促进成交，只是模仿着同事们按照程序走，但在迷迷糊糊中客户竟然看上了这套房子，等待了好几天，终于签了。

我心里很是得瑟，心想这个工作也没那么难嘛！老天似乎知道我想什么一样，随后的几个单子都搞砸了，又让我差点放弃。比如有一次，一天早上开完晨会，接到一个

电话，了解客户需求后，就不断地带客户看房配房，跟进了快一个月后终于找到了令客户满意的房。她让我跟业主谈价，如果价位合适就要了。那时别提有多高兴了，房源客源都是我的，可是双边呀！第一天约了业主与客户磋商，因价格上有点小差异，客户说怕家人不同意，需要回家和老公商量下再跟我联系。虽说有点失望，但终归问题不大，心想明天再跟进跟进就没事了。第二天我还没给客户打电话，客户的电话就来了，说没问题，老公同意了，但说要让老公看看房，房子毕竟是大事情，老公还没看房，就定下来不太合适。这当然没问题，到时候提前10分钟看看房，然后直接去公司签合同就行了。

到了约定的时候，业主也提前来了，我接待业主，经理则帮我带客户去看房。过了一会儿，经理回来了，却未见客户。经理把我叫过去说，客户老公不同意，正站在路口争执。我一听这情况，那感觉如同大冬天被丢进冷水里一样，心凉了一大截，怎么办呢？站在我们店门口，刚好能看见站在路口的他们，当时真想冲出去把她老公拽进店里把合同给签了。但也只能干着急，不知道如何是好。大约半个小时左右，客户只身一人进来了，给业主道歉说今天不能签了，老公不同意，需要再考虑。就这样，单子黄了。

那段时间，我的心情糟得不能再



糟了，等了一个月，盼了一个月，就希望这个单子能搞定，之前的几单也都死了，现在最有希望的这一单也成了泡影，付出了那么多努力，却没有收获。我彷徨了，我凌乱了，问自己要不要继续。这样下去我恐怕都养活不了自己了，倒不如换个稳定的工作，踏踏实实地干。经理看出了我这样的心思，开导我说，如果选择了这个工作，要做好前3个月不开单的准备，因为前期都是学习摸索阶段，一定要有好心态，坚持到最后的一定是赢家！

听经理这么说后，自己想想也对，哪能那么容易成功。没错，所有的成功都是靠不断努力换来的，但我太急于求成，以为自己努力了很快就能有收获，如今自己什么都没得到，就想到了放弃。有时候挫折也是一种成长，有成长才有成功，就如那句话，时间就像一张网，你撒在哪里就收获在哪里。如果网还没撒出去就急于收网，怎么会有收获。

我让时间来证明自己所做的一切。☞

承诺的动力

文 | 深圳区域 徐丽敏

美国小学的一位校长，为激励全校师生的读书热情，公开打赌：如果学生们在11月9日前读书15万页，他在9日那天爬行上班。全校师生刻苦读书，终于在11月9日前读完了15万页书。

11月9日早晨7点校长果真四肢着

地爬行上班。为了安全和不影响交通，他不在公路上爬，而是在路边的草地上爬。过往汽车向他鸣笛致敬，有的学生索性 and 校长一起爬。经过3个小时的爬行，校长磨破了5副手套，护膝也磨破了，他终于到了学校，全校师生夹道欢迎自己心爱的校长。当校长从地上站起来时，孩子们蜂拥而上，抱他，吻

他……校长用自己的行动告诉了学生们，说话算话，一诺千金。

在21世纪不动产，我们称之为“金色承诺”。3月份，深圳工商铺部保利分行黎亮在微博上许下约见客户守时的金色承诺，集团总裁卢航看到后公开承诺：两个月为限，和客户的约，无一迟到，就送他中国军工的北斗授时手表一块。两个月过去了，黎亮没有让大家失望，履行了这份承诺，约见客户都是提前到达，从未有过迟到。6月7日上午10点，21世纪中国不动产副总裁兼深圳泛城执行董事查建根前往保利分行替卢总送上了这份“守时”的礼物。

承诺是美好的，但它也附带着责任和监督，责任是对客户的责任，监督是对自我服务的监督。卢总和黎亮的这份约定及承诺的兑现，也让我们看到了金色承诺由内而外“一诺千金”的力量。

在21世纪不动产，金色不仅是一种颜色，而是一种高标准，金色承诺即是这份高标准的载体。自3月18日21世纪不动产北京、成都、济南、上海、深圳等12个城市陆续推出“放心卡”和“省心卡”双卡承诺服务，我们在不断提升服务质量的道路上又迈进了一步。守时只是我们承诺中最基本的一项，真正做到让客户放心和省心，创造完美客户体验，这条服务之路还需每一位21人不断地去践行。我们都是传递金色服务的使者，用行动和真诚的服务向客户兑现金色承诺，这份承诺也会带给我们许多改变和收获，做金色承诺的微使者，给自己一个改变的机会，金色承诺的路上，有你，有我。

完美体验 超值服务

文 | 北京区域 段志龙

我接到了一个老客户的电话，说他一位朋友也想通过21世纪不动产购房，并将他的朋友李先生介绍给了我。

起初，李先生想购买朱雀门的房子，小区属高档社区，单价7万多。2居户型105平方米左右，整体价格约780万元，南北通透的房屋，性价比较高，但这种户型正在出售的只有一套，带客户看后，客户不是很满意。

我将客户带回店里的路上，一起畅谈现在房地产购房需注意的问题。通过交谈，我慢慢了解到客户的需求，也和客户建立了一定的信任关系，并意外地

发现，客户在朱雀门和另一楼盘间犹豫不决。

到店里后，我向客户推荐了公司代理的一手楼盘龙湖时代天街。客户在翻看该项目的简介图册时，我详细介绍了此楼盘的详细信息，客户颇有意向，当时就约客户中午看房，但客户拒绝说下午有事。经理觉得这个客户买房心切，就和他谈，龙湖时代天街是我们公司独家代理，在我们这儿，就可以直接排号、购房，看房不需要多长时间，您下午14:00准能赶回来，可别错失良机。此时我已经去KFC为客户买了午餐和饮品回来了，赢得了带客户看房的机会。最终，客户去看了龙湖的房子，很满意，17:00多跟开发商签完约，以832万元通过我们公司认购了一套房屋。

真正的完美客户体验，不仅是要为客户提供专业的房产服务，而是要做到超值服务，也就是要做到超出客户所期待的服务，这样才能感动客户；做到这一切的基础就是要时刻站在客户的角度上思考问题。



细节决定成败

文 | 郑州区域 陈 琬

转眼间，自己做经纪人这一行已经有一段时间了，从一开始的懵懵懂懂，到现在成为一名老鸟，中间也曾动摇过，但是始终没有放弃，一步一步走到现在，许多同事总是问我为什么能够签下别人认为不可能的单子，总以为我有什么秘籍，其实很简单，一句话足够：细节决定成败。

一辆小车，有上万个零件，需上百家企业生产协作；一架波音747飞机，共有450万个零部件，涉及的合作企业上千家；“阿波罗”飞船，则要2万多个协作单位生产完成。在这由成百上千、乃至上万、数百万的零部件所组成的机器中，每一个部件容不得哪怕是千分之一的差错，否则就可能危害生命。哥伦比亚航天飞机升空80秒后爆炸，机上7名宇航员遇难，而调查结果表明，造成这一灾难的“凶手”竟是一块脱落的泡沫击中了飞机左翼前的隔热系统。应该说，飞机整体性能等许多技术指标是一流的。但是一小块脱落的泡沫就毁灭了价值连城的航天飞机和7名无法用金钱衡量的生命，实在是不值得。

房产交易，关系重大，客户挑剔是难免的，是正常的。试想我们自己去买房，又何尝不是左看右看，巴不得想到每一个环节。我们的服务是与

人打交道，情感因素是很重要的。有时候，真的是细节决定成败。

1，及时快速的反应

我们经常接待顾客的时候，往往想着如何能够迅速签单，拿到佣金，但是往往越是着急，心态越会发生变化，就会注意不到一些细节，结果造成交易失败。我清晰地记得有一次业主通知降价，由于和顾客没有及时沟通，等我再次和顾客联系的时候，才被告知已经在别的公司成交，自己非常懊恼。从此我吸取教训，只要是房源信息有什么变动，一定第一时间告诉顾客，这样顾客也会觉得自己时时刻刻在关心着他。

2，充分了解房源和客户

工作中，经常会遇到一些顾客，看房的时候看得特别仔细。刚入行的时候，为了成交，自己在对房源没有充分了解的情况下就去带看，结果发现，碰到这种顾客，自己就老是以失败告终。此后，我带看之前，一定要求自己对房源要有充分的了解，特别是房子有什么瑕疵，我都会赶在顾客发现之前告诉顾客，反而效果更加好，顾客也觉得我们非常专业和真诚。

3，意想不到的细节

说到这里，不得不说的就是一瓶藿香正气水的故事。一次，一个外地顾客中午的时候来看房，当时郑州气温有40多度，顾客和我一起走在小区路上满头大汗，我突然想起包里的藿香正气水，礼貌地给那位顾客一瓶，自己也没有放在心上。但是那天晚上收到顾客信息，特别提到这件事情，觉得我是个很可靠的经纪人，由于房源确实不错，第二天顾客就来公司签单了。从那以后我的包里经常会准备云南白药和藿香正气水之类的小东西，往往能够起到出其不意的效果。

“泰山不拒细壤，故能成其高；江海不择细流，故能就其深。”所以，大礼不辞小让，细节决定成败。想做大事的人很多，但愿意把小事做细的人很少；我们不缺少雄韬伟略的战略家，缺少的是精益求精的执行者；我们不缺少各类管理制度，缺少的是制度外的人性化关怀。注重细节、把小事做细，出奇制胜。

这几年房地产行业的竞争越发的明显，并且很多顾客买房的时候不再像以前那样去“抢”，更多的是在“挑”，有的甚至是在几个公司同时比较，在这种情况下，越是急于求成，不注意细节，那么失败的几率就会大大增加，对待顾客，只有注重细节，多站在顾客的角度上思考，才能减少失误，顾客更能觉得我们的真诚和专业，米卢说过“态度决定一切”，我想，那么有了态度，细节决定成败。

善用自媒体

文 | 深圳区域 徐丽敏

在信息时代，我们的生活离不开网络，房地产经纪服务更离不开网络。如今，谁要是不知道“自媒体”，就OUT了。

什么是自媒体

当今时代，微博、微信、网络成为人们重要的发声工具，成为社会人生活中不可或缺的必需品。不同于传统媒体的周正、严谨，以传播快速、随意性大、自我性强为突出特点的自媒体，将“人人都能发声”演绎的淋漓尽致，最终成为现代企业品牌营销不可或缺的渠道之一。

那么，什么是自媒体？媒体人罗振宇将其定位为“U盘化生存”方式——自带信息，不装系统，随时插拔，自由协作。不属于任何组织，没有任何名片，由此，可为其贴上“独立”二字。是的，自媒体（We Media），就是一种具有独立性、私人化、平民化、普泛化、自主化的传播者，它以现代电子化的手段，向不特定的大多数或者特定的单个人传递规范性及非规范性信息，被称为新媒体的总称，也叫“个人媒体”。微博、微信正是当下炙手可热的自媒体平台。

微博异军突起

2010年网络舆论载体的力量对比悄然发生变化，网络论坛、博客、门户网站的新闻影响力正日渐降低，而微博客这种新兴舆论载体异军突起，互联网由此进入“全民围观”的时代。微博，即微型博客（MicroBlog），内容较多呈碎片化，晒心情、晒故事；语句言简意赅、寓意深刻；这些特点恰巧体现孔子《论语》的特色，因此网友戏称微博的始祖是孔子。2011年8月，新浪微博用户达到近2.5亿，此后，微博占据了主流人群的视野。如此强大的舆论载体，其潜在的推广功能不言而喻。

2011年9月，21世纪不动产深圳泛城官方微博正式开通，并有专人负责运营管理，截至目前，粉丝量已达到25780人，推送微博3252条，微博推送内容丰富，形式多样。在21世纪不动产，微博并不是一条单链子，它已完全体系化，链接化，形成21世纪不动产全国微博矩阵，以集团官方微博为首的系统化管理，NRT北京、上海、深圳、成都以及其他各加盟区域独立运营各区微博，强化微博体系阵营，并建立21世纪不动产官微管理群，共同提高品牌知名度及影响力。在新浪乐居推出的房产微博影响力排行榜中，集团官微@21世纪不动产一直保持着前三名的优势，21世纪不动



产上海及我们深圳官微也多次上榜并挤进前十。微博是一个公众平台，有关注就有监督，面向大众必有投诉，微博投诉机制也成为微博运营管理的一大要务。

微信，自媒体的又一春

当人们铺天盖地的玩转微博时，微信出来了。如果说微博印证了“名人效应”，那微信真正满足了“草根需求”。相较于微博，更具人性化和多元化的微信，其信息传递的精准性，一对一传播的强化性，都使得微信在短短两年时间获得3亿多的用户，这无疑也让迅速发展的自媒体时代大大的向前迈进一步，微信营销扑面而来。

2013年4月，21深圳正式开通微信公众平台企业版，从此，我们的“自媒体”又多了一个平台和一份机会。5月31日，21世纪不动产深圳泛城率先推出微信线上找房源，这不仅在21是首创，在整个房地产经纪行业也是领先推出。想了解深圳各种楼盘的房源信息，关注我们“21世纪不动产深圳泛城”官方微信，在你想要查找的房源信息前加上“s”，如：你想了解罗湖区房源情况，请输入“s 罗湖”，小金将迅速帮（下转31页）

永远被正能量包围



文 | 郑州区域 崔平敏

所谓正能量，字典上是这么说的：人就是一个磁体，宇宙就是一个磁场，世界上有一种定律叫：吸引力定律，你向宇宙要什么，宇宙就给你什么，所以有一种积极的、健康的、催人奋进的、给人力量的、充满希望的能量，这个能量会促进你快速成功，这就是“正能量”。

我是正能量的受益者。

早已经不是懵懂的少年，经常会说岁月是把杀猪刀。感叹时间消逝的那么快，又感激消逝的这些日子里学到了很多。人生观，价值观都在转变，往好的方向，不敢说经历过很多，只是丰富的

内心好像感悟了很多。

现在的生活简单，充足，每天围绕家和公司两点一线，客户和业主是我生活的主题。一点都不矫情地说，我真的爱他们。每当看到他们对我投来感谢的目光，肯定我的工作态度，成就感瞬间剧增，虚荣心瞬间也得到大大的满足，因为我有正能量。受过挫折，受过委屈，哭过鼻子，想过放弃，只是每次消极思想出现的时候我都会选择自己的方式发泄，然后最快的速度拥抱我的正能量。

记得还是新人的时候，签了一单租赁，客户业主的要求都沟通好了，合同也签了，最后收佣金的时候，业主怎么也不给，态度强硬，说我从来没出过佣金。我解释了半天，最后业主的老公可

能是因为面子过不去，就说签吧签吧，业主不开心地签了。当时我心里也恨恨的，但脑海里的正能量跳出来了，人心都是肉长的，我收服务费是应该的，客户不管什么态度出了钱就应该享受我们的服务。

所以，租赁后期的所有手续，解锁，跑物业，抄水电费，交水电费，我都一直陪同业主去。而且，一路下来我都是笑嘻嘻的，不管业主对我冷言冷语。结束的时候，印象非常深刻，在电梯里，业主对我竖起了大拇指，说了一句：“小崔，你的服务太好了，这佣金出得值得！这房子以后就交给你管理了”。

回去的路上我一直在想，所有客户都是一样的，不管是租赁还是买卖，我都应该用心去对待。不要总是去责怪客户不好，我承认有不好的客户，但毕竟是少数，有句话不是说么，你是什么样的人就会遇到什么样的客户，我们应该用自己的正能量去感染客户。相信会有不一样的感受的。

我们要学习向日葵，做一个积极向上充满正能量的人。生活中其实没多少大风大浪，人生多数时候都是自寻烦恼。所谓自寻烦恼，就是吸收的负能量太多。要学习向日葵，哪里有阳光就朝向哪里。多接触优秀的人，多谈论健康向上的话题，多想有利于人生发展的话题。心里若是充满阳光，人生即便下雨也会变成春雨。

每天记得跟自己说，早安，正能量！☀

（上接30页）您找到罗湖区的房源信息，点击屏幕右下方直接联系我们的经纪人；同比，宝安、福田……莲塘、皇岗、布吉、东海花园、星河世纪、瑞峰爱地、龙光城、中旅广场……我们微信上的房源信息全部来源于21世纪不动产酷房网，找房子，关注我们的官方微信。

微信找房源一经推出，反响不断。对于普通用户而言，这无疑是一大新的尝试，对于我们的客户，更是一道便捷的加速平台。目前，我们泛城的官方微信已经通过认证加V，作为微信公众平台，其粉丝量越高，品牌所受关注度就越高。

自媒体平台犹如企业鲜活力的标志，在线，即我一直都在这儿。通过自媒体平台自身的成长与探索，企业需做到如何去挖掘和运用，并与之自身环境相结合。同时，自媒体随着企业自身的发展而日渐走向成熟，从单一的文白推送到微博营销、活动推广，自媒体已成为网络时代的宠儿。无论是微博还是微信，我们在线上，又不仅限于线上，线上开始，线下才有更多机会。自媒体与生俱来的自我营销优势将赋予企业未来无限的力量，抓住时代的宠儿，走在时代的前端，完美，我们在路上。☞

编者按：下半年没有奇迹

国务院办公厅在7月1日印发的《关于金融支持经济结构调整和转型升级的指导意见》提出，要积极满足居民家庭首套自住购房等信贷需求，认真执行房地产调控政策，落实差别化住房信贷政策。这是对6月19日国务院常务会议的具体落实。

很显然，政府态度或者说政策，一直是并将继续决定未来房地产市场的走势。上半年的房地产市场，尤其是二手房市场，可以称得上是大起大落。从一季度特别是3月份的成交暴涨，到4月和5月份的平淡观望，如今又回归常态。毫无疑问，这是政策带来的波动。

关心宏观经济的同仁都知道，当前我国经济正处于下滑阶段。经济学家普遍认为，GDP快速增长的时期基本已经过去，我们应该习惯于未来较长时间的中低速增长。而中速还是低速，取决于经济转型的力度和长度。其中，房地产的作用依然十分重要。

正如中央不可能再出台类似4万亿的刺激政策一样，依赖房地产拉动经济的工具也已不可再用。但是，也不会轻易放弃房地产。所以，支持居民家庭首套房，与坚持房地产调控，就成为看似矛盾实则统一的政策取向，即，既需要房地产投资和住房消费作为保底，又不希望楼市大涨而增添新的泡沫，影响经济转型。

我们预计，到今年年底中央对深

层次经济改革和房地产调控全面定调以前，房地产的政策将保持沉默，也就是说，今年三季度是房地产的真空期、平静期。在此背景下，房地产市场的成交量和价格都将是保持稳定。

具体来说，首次置业和改善性需求，仍是楼市交易的主体，投资性需求对市场充满不确定，不敢轻易入市。由于限购限贷政策不会放松，购房需求也不会有太大增长，成交量会继续温和增长但幅度有限。

房价将稳中有升。新房实行限价的城市，自然涨幅被限制。而没有限价的城市，由于需求稳定，流动性不可能放宽而更可能是趋紧，因此，开发商也不太敢逆市大涨。二手房经过去年下半年以来的连续上涨，已进入滞涨阶段，未来几个月更倾向于呈现小步上涨的趋势。

下半年尤其是三季度，房地产市场没有奇迹，既不可能反身下跌，但也缺乏大涨的基础。习惯了楼市大起大落的我们，也要习惯于没有波澜庸常。至于会不会有新的调控，那需要等十八届三中全会和中央经济工作会议之后。

在此之前，让我们夯实服务标准，练好企业和个人的内功，或许二手房新一轮的爆发式增长就在不远的将来。成功从来青睐有准备的人，尤其是耐得住寂寞，能在平庸的常态工作中积蓄力量的人。 ■

北京：二手房成交远超新房

文 | 伊东

上半年，北京新房价格先抑后扬，成交量先扬后抑；二手房成交量则是先扬后抑，价格一路上涨。其中，政策是影响最大的变量。

北京是唯一严格执行国五条的城市。在北京实施细则影响下，3月二手房成交暴涨，但4月和5月迅速下跌，5月下旬有所恢复。但无税房价格涨势凶猛，这证明国五条20%个税政策的结果是适得其反，没有起到抑制房价而是助涨房价的作用。

而新房市场则由于政府部门采取直接的限价措施，而致使成交大幅萎缩，价格涨幅受到抑制。正是由于新房的供应节奏受到人为干预，使得上半年北京二手房成交量大幅超越新房。预计这种趋势在下半年仍将延续，但二者差距会有所缩小。

商品住宅成交6.2万套

包括保障房在内，北京上半年共成交商品住宅新房62292套，成交面积为661.83万平方米，同比分别增加28.8%和24.8%，创下4年来上半年同期的新高。若剔除保障房，成交约44969套，较去年上半年同比上涨28%。

机构分析认为，上半年的增长主要是由于一季度市场火热。但国五条北京细则的出台，特别是市住建委大预售环节采取“限价”等措施，供应节奏受到影响，新增供应补充不足，二季度成交量随之下挫。同时

新房价格方面，上半年经历了“先抑后扬”的过程，并在年中达到高点。据统计，1月商品住宅成交均价为22527元/平方米，2月出现下降，但从3月开始重新进入上升轨道，并在5、6月份达到24000元/平方米的高点。

据统计，上半年北京新房成交均价为22541元/平方米，同比上涨11.3%，环比上涨5.9%。据21世纪不动产监测，北京主城区新房成交均价在2.4万元左右，与去年同期几乎持平。

二手房成交近10万套

根据北京市住建委网站统计数据显示，2013年上半年，北京二手房成交量为95244套，比2012年同期成交55816套增加70.6%。这个网签量也创下了自2010年下半年以来，半年度网签量的新高，达到去年全年成交的66%。不过，在新政作用下，今年二季度楼市总体成交量环比一季度还是下滑了近三成。

据21世纪不动产市场研究部统计，截至6月底，北京市主城区二手房成交均价达到3.3万元左右，比去年同期上涨26%。另有机构统计，上半年北京二手房成交均价同比涨24.7%，二手房住宅成交均价为27089元/平方米，环比上涨12.3%，同比上涨24.7%。

6月继续回升

6月份成交量平稳中上升。截至6月28日，6月份北京新房市场网签套数为15587套，二手房市场为11037套，环比

分别上升了16.7%和32.6%。

21世纪不动产分析师张磊说，国五条细则落地两个月后，6月份北京房地产市场回升趋势显著，二手房市场以改善型刚需为主，无税房依旧是成交主力。6月份北京房地产市场成交情况表明，20%个税带来的楼市短暂观望期已提前结束：房源增多，成交量上升，价格也在稳定上涨。加上6月份为小学、初中生上学报名期，学区房的成交也十分火爆，市场在新政后显示出新一轮生机。若政策不出现大的变化，预计7月份楼市仍将保持稳定增长的态势。

张磊认为，二手房价格超过新房，是楼市逐步走向成熟的必然结果。首先，当前楼市需求以刚需为主，比如首改型需求、针对学区房的需求，而这些目标房源基本处于较成熟的主城区或大型商圈，生活配套齐全，交通便利，售价也高，很多客户都是采取卖一套买一套的方式来换购。其次，北京城区一直是呈外延式扩展，大量新楼盘都位于大兴、房山、顺义、昌平等新城，使得新房均价普遍低于二手房价格。再次，由于限价政策主要是针对新房市场的干预，不少开发商无法大幅提高房价，这也是造成最近两个月新房价格涨幅趋缓的主要原因。如果限价政策持续，二手房价格超过新房将成为常态。



上海楼市量价齐升

根据上海搜房数据监控中心统计,2013上半年上海市商品住宅成交均价为23481元/平方米,环比2012年上涨4.54%。上半年上海商品住宅月成交均价仅“等候”新国五条细则出台的3月份报于22896元/平方米,其余月份均在23000元/平方米以上。

上半年上海楼市共计成交商品住宅49809套,共计成交面积605.0万平方米,成交均价为23481元/平方米。全市17个区县中大浦东以134.7万方的签约量居首,单区垄断了全市2成以上的成交总量。上半年上海楼市量价齐升,成交量一举突破了600万平方米,与2010年下半年的成交面积相当,同时也创下了自2011年以来的最高半年成交记录。

21世纪不动产上海区域分析师黄河滔表示,3月市场受政策影响,部分购房者恐慌性入市造成了市场的“井喷”,同时也一定程度上造成了后期市场的透支。经过4、5两个月成交量回落,随着市场企稳,购房者再次由观望再度选择入市,加上5、6两个月供应放量,共同推动6月成交量再度走高。

6月全市新建商品住宅成交均价为2.4万元/平方米,高于上半年均价2.3万元/平方米,6月均价环比上涨3.2%,同比小幅下滑0.4%。从整个成交均价段来看,改善型相对集中的3万-5万元/平方米住宅成交量为22.3万平方米,环比5月上涨44.5%。值得注意的是,2013上半年该价格段的成交面积占2012全年成交的80.2%。

均价在5万元/平方米以上的高端

住宅6月成交套数为241套,为2011年2月以来单月成交最高值。从2013上半年来看,均价在5万元/平方米以上的高端住宅成交1135套,同比提升45.7%,占2012全年成交的67.5%。“自年初受刚需带动入市后,改善性产品成交始终活跃,市场对于中高端房源的需求量也逐级提升。且该热度目前暂未有降温的趋势。”黄河滔说。

广州二手房单价逼近2万元

据机构统计,2013年上半年广州二手住宅成交均价为18694元/平方米,与2012年下半年相比上升7%,与2012年上半年相比上升19.7%。6月份,二手楼市继续保持上扬的态势,数据显示,6月份广州二手住宅成交均价为19856元/平方米,环比微升2.6%,同比上升17.9%,这是自今年3月起连续第四个月二手楼价环

比出现上升的行情,但涨幅较6月的3.3%有所收窄。

值得一提的是,今年连续4个月广州二手住宅市场成交量明显超越一手住宅。据广州市国土房管局公布数据显示,从今年2月份到5月份,二手住宅市场成交量出现明显超越一手住宅的现象,至5月份一手住宅成交仅占整体成交量的39%,二手住宅成交量占当月整体市场成交的61%。而在去年5月份,局面恰恰相反,二手住宅仅占当月整体成交的42%,一手住宅成交占比58%。

业内人士分析,随着房地产开发的成熟,广州市区的一手物业一直处于稀缺的状态,只能由二手物业进行补充。相比之下,市区的二手楼在供应量、房源选择等方面都更有优势。而且,在限价、限签的情况下,一手楼市的成交受到了较大的限制,因此出现二手楼成交超过一手楼的情况并不奇怪。

二手楼价之所以出现如此之大的增量,一方面是去年上半年二手楼市本来就处于比较淡市的状态,同比基数相对较低。而从去年下半年至今,二手楼市一直保持小幅增量的过程。预计市中心拥有区位优势或名校、景观资源优势的优质物业,在市场需求旺盛但房源供应有限的带动下,价稳或继续小幅上升的机会更大。

根据目前的市场情况来看,二手楼市预计继续保持稳中有升的态势。不过,出现放量的可能性不大,主要在于目前二手楼市的房源比较有限,加上业主后市预期较高,可能会出现惜售的现象,另外二手楼成交税费较高,一定程度上抬高了置业门槛。



深圳二手房成交量为新房1倍

据搜房网深圳二手房统计,今年整个上半年深圳全市一手房总成交达到25959套,二手房1-6月则总成交50978套,而2012全年为65803套。上半年二手房成交量接近新房的1倍。成交带动了价格上涨,2013年以来,深圳二手房挂牌均价每平方米涨幅基本超过3000元。

监测数据显示,2013年6月底深圳全市二手房挂牌均价达到23150元每平方米,比起今年1月初的20834元每平方米,涨幅达到11%。与北京有所不同,深圳二手房挂牌均价出现自4月以来一直连续上涨。分析认为,展望下半年,在需求推动、土地市场高温等众多因素的推动下,房价上涨压力依然较大。在深圳一手房调控成效趋向弱的情况下,二手房的房价将仍然在下半年有涨持稳的状态。

杭州二手房成交量为近五年第二

这半年,杭城二手房市场犹如过山车。

据统计,2013年上半年,杭州主城区二手房共成交18873套,与去年9877套的成交量相比,显著上升,上升幅度为91.08%。总成交量仅次于2009年的20867套,是近五年半年成交量第二,月均成交3145套。

业内人士认为,2012年二手房一共成交了22823套,在2013年上半年二手房成交量已达到18873套的情况下,即使接下来的7、8月份是二手房传统淡季,今年超越去年二手房全

年成交量没有太大的问题。同时,如果今年下半年仍能保持4月-6月份的二手房月均2200余套成交量,那么,2013年全年二手房成交量有望达到近3万套,这将会是近五年中仅次于2009年的成交量。

从成交面积占比来看,近七成的二手成交为面积90平方米以下的中小户型。超过120平方米大户型的二手房成交量只占成交总量的20%不到。而面积段在90-120平方米之间的二手房,属于首改面积需求段,占了12%左右。也就是说,120平方米以内刚需和首改买家的成交量占了市场的八成,这部分购房者是目前市场最为主流的。这部分购房者中,除了在杭州结婚、定居的新杭州人外,因限制择校而选择优质学区房的70后、80后家长也加入了购买小户型的行列,这样做不仅可以解决孩子学区问题还能对抗长期通胀,故而中小房源持续走俏。

武汉二手房半年接近去年全年

受“新国五条”影响,武汉二手房市场上演“半年疯狂”。今年1-6月卖出的二手房,相当于去年全年的成交量。

据武汉市房管局网站公布的数据,今年1—5月,武汉二手房成交量为24249套,日均161套,同比翻了一番多。业内人士估算,6月成交量应该超过3000套。照此计算,上半年武汉二手房成交量可达2.7万余套,接近去年2.8万套的成交量。可以说,“半年时间吃了一年的饭”。

武汉二手房市场的“疯狂”,始于3月1日“新国五条”出台。今年1月、2月,武汉二手房市场延续去年末的回暖势头,成交量分别达到较高水平的3576套和2016套。3月,“新国五条”出台后,二手房交易将征收20%个税的消息,引发二手房市场“地震”,买卖双方开始与时间赛跑,纷纷抢搭政策末班车。一时间,二手房中介和房产部门的房产交易大厅门庭若市,二手房交易呈现“井喷”。3月,成交量飙升至8344套,达到近几年历史最高点,日均269套,如以交易工作时间8小时计算,每个小时成交33套。至6月,二手房市场重回观望博弈。

21世纪不动产首义路店店长方钰说,这家店今年来卖出60套二手房,3月几乎占了一半,而去年3月,平均三四天才能卖出一套。与此同时,武汉二手房挂牌和成交均价水涨船高。方钰说,上半年二手房成交均价至少涨了500元/平方米。

有些门店称,上半年成交的二手房,大都被拆迁户、求学族、结婚族等人群买走,其中拆迁户购房者占了一半。随着房租上涨,原本打算租住学区房的家庭转而购买二手房,充当“学区房”,不仅可省下几年租金,房屋本身还会升值。

业内人士认为,经历了上半年的“透支”式增长后,预计下半年武汉二手房市场无论是成交量还是成交均价,都会处于一个相对稳定的阶段,不会出现大的波动。下半年二手房成交量很难超越上半年,成交均价可能会上涨,但涨幅不会大。

南京二手房量增价升

2013年3月初,南京二手房市场被“新国五条”彻底点燃,引发了一波疯狂过户潮。3月1.4万套,4月1.1万套,5月1.05万套,6月6900套,连续三月过万的过户量,创下了历史纪录。南京2013年上半年二手房共成交55135套,相比2012年全年的55767套基本持平。也就是说,南京2013年二手房市场只用了半年的时间,完成了2012年全年的成交量。

成交量放大,二手房房价也是一路飙升。2013年6月南京市个人挂牌均价达到14500元/平方米,比年初13200元上涨9.8%,同比2012年6月的12900元上涨12.4%。而这一轮的飙涨,主要和学区房房价推动有关。

主城鼓楼和玄武区成为南京二手房市场上绝对的“领头羊”,两区相加成交总和为12784套。主城地区的学区资源是最为吸引购房者的。不少刚需表示,能一步到位的还是争取一步到位,这也是不少购置主城买家的初衷。

上半年南京新房认购47022套,成交41327套,与2012年上半年31132套成交量相比上涨32.75%。这一数据也创下了四年来新高。



青岛二手房成交中小户型为主

2013年,1~6月青岛市共卖出21008套二手房,同比增长2.4倍。值得注意的是,2012年全年青岛才卖出19609套二手房。成交均价环比微涨。

1月份延续去年年底的回暖趋势,青岛六区二手房成交量达到2634套;2月份成交量跌至1348套;3月份国家出台新国五条细则,二手房成交直线飙升至9668套;4月初楼市进入短暂的低迷期,二手房成交2548套;5月份,成交2492套;6月下旬,银行“钱荒”房贷收紧,二手房成交2318套。目前改善性需求大部分处于观望状态,刚需则正常释放。

据调查,青岛90平方米以下的小户型成交占比达75%。同时,上半年二手房网签套均面积为79.17平方米,比2012年下半年增加1.82平方米。

青岛市区二手房成交均价13604元/平方米,环比涨幅1.08%,同比涨幅3.82%。6月二手住宅成交均价为13744元/平方米,环比1月上涨2.01%。随着业主的观望增加,优质免税房源的抬价等因素的影响,成交价格涨幅在5月和6月再次扩大。

据当前走势判断,今年三季度二手房成交量可能不会爆发性增长。价格方面,二手房短期内还无法进入“降价”通道。虽然业主偶有涨价趋势回落,原因更倾向于当前的观望和僵持状态。从议价空间中也可以看出,能够在短期成交的房源,业主都不会出现让利,特别是现在较为抢手的免税房,并不排除价格出现小幅上涨的可能。

天津二手房同比翻番

根据机构统计,2013年上半年天津市二手私产住宅的交易总量为49953套,同比2012年上半年增长116.0%,与2012年下半年相比环比上涨52.3%。截至2013年6月,全市二手房成交总量占2012年全年成交总量的89.3%。

受3月份政策末班车效应的影响,2013年上半年我市二手私产住宅成交总量出现爆发式增长,购房者为了赶搭政策末班车而集中入市,令3月份的市场成交量激增,日均成交达到752套,比正常情况高出近两倍,拉动了上半年二手楼市的整体活跃。

成都楼市成交增长近五成

来自中国指数研究院的数据显示,2013年上半年重点监测的30个城市中,28个城市成交面积同比上涨,其中成都上半年总成交面积达到735.64万平方米,同比上涨48.68%,均价8455元/平方米。

2013年6月成都市商品房成交面积115.87万平方米,环比微涨1.04%,其中商品住宅成交8777套,成交面积86.45万平方米。

2013年1月成交企稳,略有上涨;2月受春节假期影响,成交量下滑明显;3月“国五条”细则出台,成交量大幅上涨,4月成交继续上涨态势。5月由于前期成交大涨,刚需得到释放,加上房交会后优惠政策缩减,致使成交大幅下滑,到不足120万平方米水平。

政府不敢刺破房地产泡沫

文 | 李一戈

前一阵银行间流动性骤然紧张，绝不是因为整体的流动性短缺。只要稍微看一下前5个月的货币数据就可知道，无论是社会融资总量还是M2，别说支撑现有的经济增幅，即使GDP到8.5%也是绰绰有余。

所有人都在问，钱去哪里了？

俗话说，人往高处走。钱也一样，哪里的收益回报高就流向哪里。确实有一部分进了贪腐者的口袋，一部分修了楼堂馆所和铁路公路地铁，但更多的，恐怕是流入了房地产市场，包括地方政府垄断的土地市场。为什么这么说？数据为证。

中国国家审计署今年6月10日发布的数据显示，2012年底，36个地方政府债务余额已接近3.85万亿元，比2010年增加4409亿元，增幅超过14%。而此前据中国之声《央广新闻》5月20日报道，国家审计署2011年审计结果显示，截至2010年底，全国地方政府的相关债务达10.7万亿元。即使是保守的年增10%计算，2011年底的地方债务超过11.7万亿，2012年可能达12.8万亿。

这只是显性债务，如果加上隐性债务，将要可观得多。财政部原

部长项怀诚今年4月6日在博鳌亚洲论坛2013年年会上称，目前中国政府的债务规模大约为7-8万亿，地方政府负债则超过20万亿。

既然永远别想获得地方债务的准确数字，那我就做好你们批评我不严谨的心理准备。我在12.8万亿与20万亿这两个数据之间取中间值，地方债务约16万亿元。按商业银行现有短期贷款利率6%计算，每年地方债务仅利息成本就将近1万亿元。请注意，这只是以最优惠的贷款利率计算。

2004年全面推行土地招拍挂制度以来，所有人都在指责地方政府的土地财政。据国土资源部统计，2012年全国土地出让合同价款2.69万亿元。我相信2013年的土地出让收入将会有较大的增长。请注意，2.69万亿元是合同价款，而非净收入。净收入按照较高比例的40%计算，为1.08万亿元。

你已经看到，它与上文所说的地方债务利息成本几乎持平。如果根据财政部最新公布的《2012年全国土地出让收支情况》数据测算，2012年实际使用土地出让收益接近6000亿元——它甚至都不够支付地方债务的利息。

6月10日审计报告中提到，18个省会和直辖市，有17个承诺以土地出让收入来偿债，比例高达95%。可是，倘若土地净收入连支付债务的利息都不够，怎么办？只有想方设法借钱，借新还旧。最通常的做法是土地抵押贷款。

据全国土地学会副理事长黄小虎研究员的调查，东部地区城市建设的投入，卖地收入占30%，土地抵押贷款占60%，财政收入只占10%。他说，以土地作为抵押物寻求贷款，找不到法理依据，但各地都这么做。

2011年以来，银监会清理地方债务平台的放贷情况，严格限制土地抵押贷款，地方政府不得不开辟



更多的资金渠道，为此它们愿意付出8%乃至10%的利息成本。其中一个主要来源便是各类理财和信托产品。这也就是为什么自2011年以来全国理财产品突然大幅增长的重要原因。

据上海普益投资顾问有限公司发布的监测报告显示，2011年，我国银行理财产品发行数量达19176款，较2010年上涨71.40%；产品发行规模达16.49万亿元人民币，较2010年增长1.34倍。2012年，银行理财产品发行数量达28239款，较2011年上涨25.84%，发行规模达到24.71万亿元，较2011年增长45.44%。

这些数量庞大的影子银行资金，流向了哪里？2012年四季度以来，很多理财产品的年化收益率已

达到8%，甚至10%，个别产品达12%。由于没有查询到实证数据，请原谅我的武断，我坚定地认为，相当一部分理财资金辗转流入了房地产市场和地方债务平台。只有这两个池子同时满足两个条件：能支撑远高于银行3年期以上的利率，并能几乎无止境地吸纳动辄以10万亿计的资金。舍此其谁？

让我们回到开头。假如商业银行的流动性，用五花八门的理财以及信托产品装扮后，拐几道弯以后，很大部分流入了房地产市场和地方债务平台，在这种背景下，央行给头寸紧张的大银行注入流动性，根本解决不了问题。稍微喘口气，这些资金终究还是会流向回报更高的上述两个池子。

看到这里，聪明如你已经发现，央行不是不救，是救不了，注入也枉然。至于6月25日央行说已向商业银行提供了流动性支持，其实更多是施加心理层面的影响，本质上难以扭转资金偏好。流动性的结构性短缺将持续存在，直到经济转型取得成功。

中国的产业结构调整和发展方式转变，在很大程度上取决于房地产调控。为什么这么说？因为房地产业在整个经济所占的权重太大。根据我个人的研究，过去10年，年均房地产投资占固定资产投资比重超过四分之一；而住房消费是影响消费的主要因素，2012年商品房销售金额64456亿元（据中国房地产研究会、中国房地产业协会发布的《2012年第四季度及全年房地产市场研究报告》），而当年社会商品零售总额为21万亿（据原商务部部长陈德铭在今年全国两会记者会答问），前者超过后者的四分之一。投资和消费占国民经济如此权重的行业，找不到第二个。因此可以说，房地产调控的成功即是经济转型的成功。

全社会资金权重和流向，亦是如此。只要扼住资金不是倾斜性地流向房地产市场和严重依赖于房地产市场的地方债务平台，解决所谓银行间的流动性紧张，以及其他行业的资金短



缺问题，就具备了良好的基础。反之，一切努力都是徒劳。

2012年以后，地方债务平台进入偿债高峰。但如上所述，它们的偿债能力极为有限，一旦房地产调控收紧，土地卖不出去或者地价下跌，地方债务危机就面临一触即发的可能。这绝非危言耸听。从这个意义上说，中国的经济危机或金融危机，就是地方债务危机。

中央政府不可能不知道这种严峻情形。事实上，我们可以将过去9年的历次房地产调控，都称为针对地方政府的调控。但很显然，没有成功。地方政府已经尾大不掉，形成了抗药性，如果不是与中央政府相抗衡的能力的话。

近几年来，时有专家声称中国房地产市场出现了严重泡沫。我宁愿将这种泡沫称作是地方债务催生和堆砌起来的泡沫。但是，层层叠叠之后的今天，中央政府已不敢刺破房地产泡沫，正如不敢刺破地方债务泡沫一样。

新一届中央政府的两难抉择出现了。

稍具经济学常识的都明白，即使再出台8万亿刺激计划，也无力托举经济连续快速增长了。而我在上面已经证明，即使央行注入流动性，拼命印钞，其边际效应也已递减到不断打折的地步。过去30年行

之有效的经济增长方式，中国模式或中国奇迹、中国之谜，已走到了一望可知的地平线。

而如果要促进经济转型，打造李克强总理所说的中国经济升级版，就必须彻底变革中国房地产制度及其要素组织方式，这意味着可能甚至必须刺破房地产泡沫。但另一方面，刺破房地产泡沫，就必须做好迎接地方债务危机爆发的准备。

2013年下半年将是房地产政策的静默期。而2014年的房地产市场，包括房地产企业的资金状况，均取决于中央政府促进经济转型的意志力。在2013年四季度十八届三中全会和中央经济工作会议定调之前，这一切均是未知数。

即使2014年房地产调控政策暂时保持不变，那些高息举借外债的房企，也将面对一个小小的考验。那就是，由于美元升值带来的以美元计价的债券和票据，成本不断上升的压力。2015年将是偿债高峰。

但房企海外融资仍在大幅增长。截至目前，今年共有27家内地房企在海外融资，总额突破800亿元人民币，至少超出2012年全年总融资额的25%。如果2014年调控政策继续收紧，或者出台更严厉的制度变革性政策，这些房企会发现自己将处于极端危险的境地。

6月下旬以来，不时传来监管

层要放开对房地产融资和再融资的限制。唯独不允许房地产开发企业IPO，连借壳也比登月还难，再融资已经关门5年了——必须承认，这对房地产企业是不公平的，是地地道道的“非国民待遇”。

但硬币的另一面在于，如果放开房地产企业尤其是上市房企融资和再融资，抢地大战就会更加激烈，房价上涨就会更猛，调控也就更加艰难。2007年和2009年两轮房价暴涨，都是以上市房企争抢地王为导火索，从而引发房价全面大涨。如果允许房企重开融资，房价是绝对控制不住的。在未找到替代性调控政策之前，决策层哪里下得了这个决心？所以，即使为了稳住经济不至于下滑过快，也只能小心翼翼地迈出“积极满足家庭首套房信贷需求”这一只脚。

7月初，另据我们与多位券商、投行、地产基金、房地产业内人士进行了解，均未获得放开房地产融资的确实消息，绝大部分人称“内部未见成型的文件或口头通知”。7月5日下午，证监会新闻发言人在新闻发布会上表示，证监会口径未变，意指房地产企业融资放开传言不实，对存在闲置土地、炒地以及捂盘惜售、哄抬房价等违法违规行为的房地产开发企业，将暂停上市、再融资和重大资产重组。■

楼市已走出观望期

文 | 集团市场中心

北京市统计局6月13日发布的数据显示，5月北京居住价格同比涨6.9% 住房租金涨7.4%，均远高于同期全国水平。6月份，房租仍在温和上涨。

据21世纪不动产市场研究部统计，截至6月25日，北京市主城区二手房成交均价达到3.3万元左右，比去年同期上涨26%。

21世纪不动产分析师张磊表示，去年二季度以来，北京市的房价和房租一直在上涨，即使政府采取了严厉的行政限价措施，也没有停止，只是涨幅有所放缓。而这种背景下，地价也水涨船高，高溢价土地不断出现。可以肯定地说，无论是房价还是房租，或者是地价，整个房地产市场基本没有受到新国五条的影响。

5月的数据印证了楼市已开始恢复上行的预测。张磊此前认为，4月将是2013年楼市的最低点，4-5月是全年最佳购房时机。21世纪不动产监测数据显示，5月份北京二手房网签量为7600套，新房网签量为1.3万套，环比4月份分别上涨12.8%、下降18%。新房网签环比下降，完全是由于预售许可证被限制发放导致的，实际上每个新开楼盘都受到追捧，而且其售价无一例外都在上涨。

张磊分析说，去年楼市反弹以

来，北京市场购房主力一直是刚需和改善型需求，二手房业主坚持不降价，买家只能被迫接受，这是导致二手房价格稳中有升的重要原因。新国五条北京细则落地后，20%个税基本都转嫁到买方身上，无税房则趁机涨价，最高涨幅达每平方米5000元。也就是说，20%个税政策事实上没有起到抑制房价上涨的作用，反而是推涨了房价。即使二手房房价在上涨，经过4月的短暂观望后，购房者也已开始谨慎入市。

据21世纪不动产区域经理反映，下半月门店客流量开始逐步增加，在无税房作为成交主力的带动下，交易量缓慢上升，并促使5月份北京二手房成交量高出4月超过一成。6月上旬，二手房市场保持着成交增长的局面。而新房供不应求的局面仍在持续。张磊认为，综合来看，目前楼市已经走出短暂的观望期，这个时间比4月初绝大多数专家预测的要短得多。

张磊预计，3季度将是调控政策的静默期，即房地产调控以维持现有政策为主，暂时不会出台新的政策。但这并不意味着房价会大涨。新房市场，限购限贷和行政限价的政策不会放松，开发商想大幅上调房价的企图被政府强行按住了，只能平缓上涨。二手房市场，无税房的涨幅已经很高，含税房的价格在20%个税的压制下想要大涨也不现实，而会在买卖双

方的试探性价格博弈中稳定上涨。由于期望房价下降的愿望被无情粉碎，一些刚性需求不得不重新进入市场，从而推动成交量在走出观望的基础上小幅回升。

张磊提醒一些二手房业主，不可寄望房价无限度地大涨，从而漫天要价，因为房产税并不是传说，而是越来越接近的现实。一旦房产税开征，必将迎来抛房潮，那时想出手就很难了。因此，只要价格合适，瞄准时机出手套现，不失为明智之举。

与此同时，土地市场已率先作出反映，突出的例子是高价位、高溢价率地块越来越多。地价上涨，不可避免地会传导到房价，从而给已经难以按住的房价增加更大的压力。很多人说，政府为什么只限房价不限地价？一方面，是确实舍不得，市区可供出让的土地本就不多，好东西政府也想卖个高价。另一方面，是土地成本也是水涨船高，拆迁成本和资金成本之高，是一般人很难了解到的。

据北京市有关部门透露，下半年土地出让将更多采用“限房价、竞地王”的方式。但这种出让方式主要应该是针对郊区土地。根据5月初公布的第一批拟出让土地计划，房山、大兴、顺义和昌平都将有大批土地出让。在限房价的思路下，这些土地的溢价率将受到控制，除个别新城核心地块外，多数地块将以低溢价率成交。（下转41页）

警惕“地王”对房价的传导效应

文 | 钟 经

最近一段时间，北京上海地王频现。业内人士普遍担心，“面粉”价格涨了，“面包”的价格自然也会涨，地价与房价的关系也是如此。虽然近期“地王”的传导作用尚未全面显现，但一些地区的房价已经重新“抬头”，且“地王”对市场预期和购房心态造成了较大影响，进一步增加了房价上涨的压力。

目前上海世博A片区地块最高楼板价达4万元/平方米。据21世纪不动产上海区域市场研究部对位于浦东世博，三林等板块的各门店调查显示，5月该区域的二手房成交量较4月同期有小幅度的下滑，下降幅度在10%-20%间，但是二手房价格相对稳定，仍然保持着三月份以来的高位，“有价无市”现象有进一步扩大的趋势。

21世纪不动产上海区域分析师黄河滔表示，性价比高的优质房源极度稀缺，是促使世博板块5月二手房市场出现“有价无市”的主要因素，“地王”的短期拉动效应也被削弱。但长期来看，一旦市场购买需求释放，房价仍有可能被大幅拉升。

上海一些购房者担心，如果今后出让的土地价格仍然保持上涨，房价上涨的预期将无法改变，那么目前执行的限房价政策，最终可能只是使房价在统计数字上保持不涨，而实际上房价依然在涨。

暨南大学管理学院教授胡刚认为，比起部分地区的房价泡沫，地价泡沫可能更大。如果开发商通过一两个地块的高溢价，增加市场紧张气氛，提升周边区域商品房价格，政府作为卖方则乐见“地王”，并从中赚得巨额利润。因此，要加强监督，防

止土地拍卖演变成开发商和政府合演的托市戏码。针对“地王”频现的情况，专家学者提出两方面的建议。第一，警惕土地财政“抬头”，调控土地出让价格迫在眉睫。中国房地产数据研究院执行院长陈晟等专家呼吁，中央政府应该加强对地方土地出让的监管，合理制定价格，防止普通购房者成为天价土地的最终受害者。

不少学者指出，地方政府对土地财政的依赖，成为土地价格上涨的内在动力，更为房价上涨提供动能。据统计，今年前上半年，北京广州的土地出让金均已去年，上海等很多城市的土地出让收入同比也是大幅增长。

第二，增加土地供应，改革土地出让方式。复旦大学住房政策研究中心执行主任陈杰认为，在中国快速城镇化、大量农业人口进入城市的条件下，对城市住宅用地的需求，将长期处于比较紧张的状态，需要对城市土地出让制度进行改革和完善。

一些学者还建议，由“限房价、竞地价”向“限地价、竞房价”转变，即限定土地的价格后，让开发商来竞房价，最终以价低者得地。2011年8月，北京推出了全国首个“限地价、竞房价”的土地“北京市门头沟永定镇居住用地”。最终由中铁房地产集团有限公司竞得，中国铁建梧桐苑开盘后，房价一直稳定在13600元/平方米。

（上接40页）

张磊认为，虽然这些地块最快要到明年上半年才会形成商品房供应，但如果严格执行“限房价”的规定，可以起到稳定市场预期作用。关键在于，这种限房价的规定，必须写入土地出让合同，并且公示给公众，让购房者清清楚楚地知道，哪些项目明年售价多少，这样就不会被市场狂热情绪误导，仓

促入市，加剧市场紧张。

张磊表示，在严格的限购限贷条件下，目前的房地产市场已经是以首次置业需求和改善型需求占绝对主导比例，即使如此，房价仍有较大上涨压力，这就表明在不会出台新的调控政策的情况下，唯有加快土地供应，并尽快形成商品房有效供应，预售许可证发放要加速。



钱荒何时影响楼市？

文 | 集团市场中心

6月下旬出现的银行间流动性紧张现象，令人心惊。21世纪不动产分析师张磊认为，出现这一现象最主要的原因是，宏观经济处于下滑通道，并暂时看不出稳定的迹象。由于实体经济利润微薄，逐利资金就主动寻找回报更高的行业和领域，最具吸引力也是吸纳量最高的，便是房地产市场和地方债务平台。

必须强调的是，我国货币流动性仍处于中性区间，整体并没有显示出再度收窄的趋势。今年以来社会融资总量和M2增幅，均完全符合“稳健的货币政策”的涵义。但6月以来，银行间流动性确实表现出了紧张的苗头。

根据央行有关部门负责人的解释，6月以来所暴露出来的银行间市场流动性问题，其影响因素主要有五点，一是由于6月商业银行面临半年末考核和信息披露，“冲时点”较为明显；二是5月底和6月中旬是重要的税收清缴期，财政存款增加也导致银行体系流动性减少；三是端午节假日之前现金需求增加，银行体系流动性会受到一定影响；四是外汇市场出现变化，外汇贷款较多的商业银行占用了人民币流动性，也减少了央行购汇注入流动性的因素；五是，法定存款准备金的

缴存。

张磊表示，央行的分析，恰恰回避了导致银行间流动性趋紧的一个最重要因素，高利率理财产品的泛滥。近两年来，理财产品追求暴利，转贷利率不断创下新高，且躲在监管的阴影里。其中相当一部分流入了房地产市场。银行间流动性的紧张，只是结构性的资金紧张，只要社会融资总量增幅不出现激烈波动，整个社会的流动性就不存在吃紧的现象。

但近5年来，虽然我国货币被认为实际上已经超发，但实体经济尤其是民营企业未能承受货币福泽，却是不争的事实。很大一部分货币流入了房地产市场，这也是事实。银行间流动性的紧张，与房地产吸走相当部分资金大有关系。

央行不肯对银行间流动性施予援救，是在推动资金寻找结构上的重新平衡。只要中央调结构、促转型的决心不变，理财产品也好，其他社会流动性也好，这些货币的一部分迟早要被挤到转型所鼓励的行业来，流到未来改革受益的实体经济来。而房地产，在未来5-10年，仍属于被调控的对象，与过去5-10年相比，其资金流入增幅要小得多。也就是说，房地产市场不是资金鼓励流入的行业，与过去5-10年相比，理论上它应该是逐步下行趋势。

国际资本的流动走势也值得考

量。作为美国经济先行指标的美国楼市正在复苏，美元也将逐步走强，也是在此背景下，黄金将告别它的上涨周期，转入下行周期。而美元的吸引力，正是国际资本从新兴市场回流的主要因素。国际资本从中国市场的撤出，正是基于这一动力。所以，张磊提醒，包括个人和机构投资者在内的国际资本正逐步从中国房地产市场撤出，不应奇怪。

高华证券最新的一份报告指出，今年以来中国经济增长一直弱于预期，并将对未来几个月房地产交易量造成压力。高华对过去几年土地销售与人口/人均居住面积增长的分析表明，如果经济持续疲软导致需求增长放缓，35个主要城市中有半数可能出现商品房供应过剩。鉴于此，高华取消了原先关于2015年房价同比上涨5%的假设，改为预计从现在起到2015年底房价持平。

张磊分析，如果说，无论是国际还是国内资金对房地产市场都将是逐步收紧或回流，但资本市场对资金的反应是最直接的，所以，近期A股大跌；而房地产市场的反应要慢6-12个月，因此，到2014年二季度，即使调控政策不变，我国房地产市场的资金流入增幅将大为减少。到那时，房地产企业将再次深刻体会到“钱紧”，不排除一批没有融资渠道的中小房企被迫率先降价。



竞争日益激烈，如何才能生存？

21世纪不动产期待您的加入！



21世纪不动产，世界知名企业，覆盖全球73个国家和地区
在中国已发展29个城市，过千家门店，万余名经纪人
加盟21世纪中国不动产，您便即刻加入全球最大房产交易品牌服务网络
共享成熟运营经验，系统培训支持，广阔市场前景
还在单兵作战？快快加入我们的集团作战
你是其中之一吗？

每家加盟店独立拥有和运营

贵宾专线：400-650-8821 www.century21cn.com

气贯长虹 企业文化建设火热铺开

文 | 集团市场中心

集团引领企业文化建设

■ 首批集团企业文化讲师专场认证

6月20日，21世纪中国不动产首批集团企业文化讲师培训认证仪式落下帷幕。经过两天紧张的培训辅导和文本宣讲，21世纪中国不动产集团CFO蔚成、21世纪中国不动产集团副总裁张卫平、21世纪中国不动产集团副总裁李璐璐、21世纪中国不动产集团副总裁王雷、21世纪中国不动产集团CIO周鹏程、21世纪中国不动产集团市场发展中心主任桑豫峰，顺利通过认证，获得了21世纪中国不动产董事长张东纯颁发的“21世纪不动产首批企业文化认证讲师”荣誉证书。包括之前通过企业文化首批讲师资格认证的讲师，获得21世纪不动产企业文化宣讲资格的讲师共有十四位。



■ 企业发展有我 ——集团企业文化全员宣讲会召开

6月21日，“企业发展有我——21世纪中国不动产集团企业文化全员宣讲会”在北京京伦酒店召开。集团董事长

编者按

企业文化建设是一项长期工程，需要全体成员坚持不懈地努力。企业成员对于企业文化核心文本从认知、理解、认同，到相互承诺、付诸行动、变成习惯，需要一定的过程。

21世纪中国不动产企业文化建设的号角已经吹响，集团与各子公司协同推进，相信通过企业全体成员的共同努力，企业文化一定会发挥它的重要作用。加入21世纪不动产的每一位企业成员，都能和企业一起成长，共同践行我们的企业文化并不断传承下去，用行动实现我们的使命和愿景。

张东纯、副董事长兼总裁卢航莅临现场，集团副总裁李璐璐担任此次宣讲会的主持人，集团高管、总部职能部门同事以及来自华创、酷房网各个岗位的同事，共130余人参加了会议。

与会期间，卢总对“21世纪不动产的企业文化核心文本”做了深度解析，张东纯董事长也强调了集团对企业文化建设的决心和态度。张董事长明确指出，21世纪中国不动产企业文化从创建到落地，实施的总体工作进程可以概括为六点，即：明理念、重宣贯、建机制、立规范、有评估、树长效。企业文化工作是一项长期工作，我们目前工作处于“明理念、重宣贯”阶段，今后工作的重点是要“建机制、立规范”，最终在21世纪中国不动产体系中形成“一个声音，一种理解，一套标准”的主旨。



21世纪中国不动产集团副董事长兼总裁卢航



21世纪中国不动产集团董事长张东纯



■ “创造完美客户体验” 征文大赛获奖者名单揭晓

集团企业文化全员宣讲会期间，集团副总裁李璐璐宣布了“创造完美客户体验征文大赛”的结果。来自集团职能、华创、酷房网等9个部门的27篇文章入选。其中北京区的张健、市场发展中心的樊晓璐、市场发展中心的张磊、华创的袁海龙、酷房网的颌海峰位居前五名。北京区的张健、市场发展中心的樊晓璐在会上分享了他们的文章，并阐述了如何在自己工作中创造完美客户体验的心得。



京、沪、深、蓉四地企业文化建设齐头并进

■ 北京 企业文化高层宣讲之金锐学校专场

2013年6月5日下午，北京安信瑞德副总经理李理冒雨来到金锐学校跟新员工讲解企业文化。



李理在谈到企业的使命时说：我们所从事的是房产服务行业，客户服务是我们的立身之本、生存之道，客户服务质量是决定我们未来的关键因素。我们致力于让客户获得不动产机构所能提供的最好服务，赢得顾客的持久信赖，赢得企业的未来。我们一定要知道客户是我们的衣食父母，是

他们给了我们生存的机会。所以我们要不断揣摩客户心理，用我们差异化的服务超越客户的期待，创造完美客户体验。



作为集团第一位认证讲师，北京区总经理寇海龙已开展多次企业文化专场宣讲，李理副总经理成为认证讲师后，两位老总更加大了企业文化培训的频次。

■ 上海 核心管理层召开离岸沟通交流会

2013年4月，21世纪不动产上海锐丰核心管理层离岸沟通交流会在上海金山城市沙滩召开。公司核心管理层以及集团运营中心主管陈丽媛等四十余人参加了本次会议。在为期两天的会议中，大家以公司战略地图和企业文化为核心内容展开广泛的沟通和交流。会议期间，集团总裁卢航、上海锐丰总经理叶厚彪就21世纪不动产企业文化做了详细的解析。通过此次离岸交流，大家对公司战略地图和企业文化有了更深的理解，并将积极贯彻落实到具体工作中。



■ 深圳

深圳泛城举行企业文化小组研讨会

6月20日，在美丽的香山街，波托菲诺水岸，21世纪不动产深圳泛城企业文化小组研讨沙龙在此举行。此次沙龙以学习研讨《企业文化核心文本》为主题，深圳区域企业文化组织架构骨干成员参加。

研讨会上，集团认证讲师查总、高总分享了他们对核心文本的解读，并带领大家开始了一场生动活泼的文化之旅。两位讲师各带一个小组，小组成员对核心文本当中的每一句词及释义进行了认真的学习研读，并选派代表进行试讲PK。

查总在会上要求大家要学有所思、学有所得，通过对企业文化核心文本的学习研讨，真正使21世纪中国不动产企业文化内化于心、外化于形、固化于制，担当好企业文化创造者、实践者、传播者的角色，在集团的统一部署下，为企业文化在深圳区域真正落地做出榜样。



■ 成都

21世纪不动产成都区域企业文化二期培训

2013年6月，21世纪不动产成都区域举办了为期两天的第二期企业文化培训讲座。成都区域总经理凌敦平等授课。

成都区域13个部门刚入职3个月以上的员工近百人参加了培训。凌总就“什么是企业文化”、“企业文化的功能”、“企业文化梳理和形成过程”等三大方面展开详细论述，认真严谨但又不失幽默生动。连续两天的培训，偌大的培训教室爆满，培训内容在同事中引起强烈的反响。



唐僧团队的成功秘诀

文 | 区竹菁

唐僧四师徒性格迥异，历经百险，坚定地朝目标前进，终于求取真经，可以说唐僧团队是经典的团队组合。由不同风格成员组成的企业团队，尽管会发生矛盾，但他们之间优势互补却又目标一致，更容易取得成功。阿里巴巴前总裁马云就曾经表示很欣赏唐僧团队。

德者居上 - 唐僧无疑就是团队里面的领导人和核心，他目标明确、品德高尚，负责传达上级命令，督促下属工作，对下属的表现作出评判和考核。在整个团队里，他并不是能力最出色的，决策能力也不见得很强，但对于要完成的任务坚持到底。

他能力一般为什么却能掌控整个团队的管理呢？首先，凭借他明确的目标和坚定的意识，他能够用他所能贯彻上级命令和指示，不让团队方向有所偏离。这同样适用于企业领导，制定目标和贯彻落实是最开始也是最重要的一步。其次，以权制人，权威无私。唐僧一直都以取经为最重要目的，毫无私心、以身作则，并且在孙悟空不听使唤时，及时使用紧箍咒制服他。同样，企业领导要一切以团队利益为准，树立权威，必要时使用权力制衡员工的反抗。作为企业领导，利用规章制度、金钱利

诱来约束和管理员工是短期低效的，只有以其人格魅力、企业文化来感染员工，增强员工归属感和忠诚度，才能从根本上让员工心甘情愿地为企业和团队服务。

能者居前 - 孙悟空能力无边、个性率直、想法多端、行动灵活，可谓是团队内的优秀人才。然而，孙悟空却欠缺自我约束力、团队合作精神和全局决策能力。孙悟空是能力超强的执行者，却不能成为运筹帷幄的管理者。如果团队里同时存在两个优秀管理者必定会造成冲突矛盾，对于孙悟空这种能力超强的人才，重点是要懂得管理以及提升他的忠诚度，这就涉及到团队里的规章制度的硬性约束，和日积月累下企业文化和领导才能的带领和管理。

智者居侧 - 关于猪八戒的评价褒贬不一，但他在团队中确实不可或缺的角色，网友“活动工场”总结得好：“虽然好吃懒做，但是干起活儿来也保质保量；虽然自私自利，但会坚持大立场；虽然喜欢打小报告，但也不会无中生有；虽然奉迎领导，但也愿意与群众为伍。还有八戒的协调能力是孙、沙二人不具备的：时而劝服孙悟空继续西行；时而替孙悟空跟师傅说情，从这些点我们看到，团队里是不能缺少八戒式的员工。”且不说猪八戒不俗的战斗力的，他最重要的作用是协调各方，为整个团队

的工作氛围带来活力。这类员工虽然没有宏大目标、过人能力，但也能按时按质完成工作任务，并且给团队增添活力和欢乐。

劳者居其下 - 最后就是沙僧了，也许有人觉得沙僧作用不大，但是试想没有了沙僧，唐僧团队完整吗？正如网友“泉龙”所说：“唐僧只知发号施令，无法推行；悟空只知降妖伏魔、不做小事；八戒只知打打下手、粗心大意；那担子谁挑、马谁喂、后勤谁管？”沙僧能力一般，但忠心耿耿、工作踏实、任劳任怨、心思缜密，并且有良好的团队合作精神。这种角色虽然不会有大作为，但是团队运行也离不开他。

唐僧团队之所以被奉为经典，离不开他们四个角色的优势互补：“大智若愚、信念坚定的唐僧；敢做敢为、刚直不阿的悟空；油头滑脑、自私自利的八戒；实实在在、立场坚定的沙僧；优势型互补：方向明确、掌控悟空的掌门唐僧；本领高强、降妖伏魔的先锋悟空；抖假机灵、遗缺补漏的副手八戒；踏实肯干、任劳任怨的员工沙僧；技术型互补：有权威、会念咒的唐三藏；会打架、透视眼的孙悟空；会算计、耍聪明的猪八戒；肯吃苦、有力量的沙和尚。”除了互补性强之外，他们目标一致、团结融洽也是他们成功的关键。

我们的客户
必将获得

房地产机构所能提供的

最好的服务！

**Our customers deserve, and will receive,
the finest service ever offered by any
real estate organization.**

Century
 **21**®



文 | 舍屯花木

在人们的印象中，纯美的初恋是人们非常向往过去30年，“致青春”是中国电影的一个小小枝杈。试着从以下三个方面进行分析回顾，也许其中就有打动过你的一部电影。

一、群像：

从有为青年到问题青年

新时期之后，银幕上的青年形象有两种大的趋势：一种是正面主题，多为“青春励志”影片，以《红衣少女》《花季雨季》《男生女生》《长大成人》等为代表。另一种是传统意义上的“问题青年”，甚至是犯罪青年。

《阳光灿烂的日子》中，马小军他们逃课、打架、抽烟，成长的过程中有冲动、有爱情、有性、有幼稚、有失败、有冒险，他们是“混街”的小混混。《任逍遥》中的斌斌和小济也是典型的混混，他们整日无所事事，打台球，逛舞厅。《十七岁的单车》中，小建虽贵为北京少年，但因

家庭的贫困，他在维系骄傲时又常自卑，偷父亲的钱，买别人偷来的自行车。《小武》中的小武就干脆是个小偷。《长大成人》中的付绍英是个吸毒女。《十三棵泡桐》中老包与学校生活格格不入，最后成了个劫持犯。《青春期2011》中的程小雨是个“90后”，她穿名牌、抽烟、酗酒、拜金、逃课、打架、泡夜店、耍男人，把年轻时能做的坏事基本都做了。

但是，在反映这些“问题青年”时，创作者并没有将尺度仅仅维系在道德优劣的评判上，而是以更深的触角深入他们的心灵。青年人成长中的问题是家庭造成的，也是学校、社会造成的。《十三棵泡桐》表现学校教育对青年人逆反心理与逆反行为的助长。《阳光灿烂的日子》在关注个体生命经验的特殊性同时，也颠覆了主流文化对历史的记忆。《青红》《孔雀》《十七岁的单车》《小武》《任逍遥》都可以说是表现了特定时代对人性的压抑与对青年人的摧残。

二、青春暴力： 自然规则的影像表达

在青春成长电影中，青春暴力的表现是一个非常重要的内容，在当下社会这这也是一个非常热门的社会话题。在生理和心理上，青春期荷尔蒙的分泌与心智成熟的速度并不成正比。于是青年人此时往往会在心底暗自滋生青涩和不安、困惑和躁动。当然我们无法回避在青春暴力事件中，社会、家庭、学校所给予的反面影响，青春暴力就是在这种影响之下青春的暴躁与不安的不合理发泄。

青春成长的社会有着独特的秩序，这种秩序不同与成人的，很多时候更多的适用一些自然法则，他们力图避开成人的干涉，力图避开成人世界的规则，用自己的规则来解决争执，而这种规则往往是最为原始的身体力量的对抗，也就是青春暴力。

《阳光灿烂的日子》中的青春暴力，集中体现在武斗的青年身上。影片以相对较为平静的军属大院为背景，描绘了一群被危险激情燃烧的少年的生存状态。“文革”中的“武

斗”与“宣泄”正是体现了青年的自然性与激情的不合理的宣泄。这种武斗本身可能“是青春的生命力的洋溢和释放。青少年时期的反叛倾向可能是一种天性的冲动，对周围一切压制他们的东西会本能地反感，以致激烈反抗”

《十七岁的单车》对青春暴力的关注，更集中于日常生活中环境的压力作用。在小建的世界里，山地车是一种令人羡慕的资本，为了在同学面前争面子与“泡马子”。在父亲的许诺一再落空之后，他偷了父亲的钱买了一辆二手车，而这辆二手车正是小贵所丢失的。他难以避免地与找车的小贵发生了冲突，并和自己的朋友一块儿痛打了小贵。还是因为那个女孩，小建与一个社会青年发生了冲突，在最后，小建被一群人围攻，小贵也受到了附带伤害。可以说小建的青春暴力行为一定程度上就是因为一种求偶行为所致的。

《十三棵泡桐》中则将对青春暴力的关注视角集中在学校生活里。学校里压抑的生活，对老师权威的蔑视，使得校园里的青春暴力比比皆是，而且大多都是莫名的偶发事件，往往是一言不合，便即刻暴发。

三、爱与性：渴望与启蒙

关于爱情，什么是青年人所独有的呢？那就是爱情的朦胧与不成熟，对性的渴望与畏惧。只有这才是成长过程中青年人独有的与难以忘怀的。因为这第一次的爱恋往往是超功利的，没有走上社会之后的污浊与现

实。但是这第一次的爱恋有些又因为不成熟而会带来懵懂的伤害。这是青春独特哀伤，但是这种哀伤也是美得醉人，美得动人的。

《山楂树之恋》就讲述了这样一个美丽而哀伤的故事。静秋喜欢上了老三，但因为家庭成分不好，“文革”时很受打击。老三喜欢静秋，愿为静秋做任何事，给静秋前所未有的鼓励与帮助。他等着静秋毕业，等着静秋工作，等着静秋转正。等静秋所有的心愿都成了真，老三却得白血病去世了。这部影片的背景放在那样一个时代，就是要摆脱当下社会物质化因素的影响，去表现那么一段纯美的爱情。

《与往事干杯》则表现了少女蒙蒙从中学时开始的对邻居宋医生的暗恋。后来蒙蒙与宋医生的儿子“老巴”结婚了，在得知自己暗恋的宋医生竟是“老巴”的父亲之后，她发现往事是不能割断的。她毅然脱离了“老巴”的怀抱，并准备向“老巴”说明一切时。然而“老巴”却遇车祸身亡。从此，蒙蒙负疚和伤痛伴她今生。《一个陌生女人的来信》改编自茨威格的小说，徐静蕾选择了一个恰当方式移植，就使影片具有一种别具中国风味的青春成长与爱情记忆痕迹。徐静蕾扮演的女主角在少女时代对人生以及爱情的理解执拗地贯穿了她的一生。她的一生都在践行少女时期对爱情“宗教式”的信仰和“殉道式”的牺牲。《与往事干杯》与《一个陌生女人的来信》这两部片子集中展示了青春期少女的典型特点：盲目，冲动，对初恋男性的近乎病态的

痴迷。

有时候，我们评价一段爱情的纯美，可能更多是因为这种爱情意识是精神层面的，不涉及“性”。进入新时期之后，以往电影中不可言说的性，此时也由禁忌状态走向非禁忌状态，由后台走上前台。但是基于中国的国情以及中国人的文化心理，青春的性意识还言说得非常隐晦。

1980年上映的《庐山恋》，为中国观众奉献了荧屏“第一吻”，已然具有石破天惊的效果。《红衣少女》中安然因为穿了一件漂亮的红衬衫而遭到同学的非议，爱美实际上是青春成长中性别意识觉醒的一种表现，因为爱美而遭到非议，含蓄地表达了那个年代对关于“性”的话题的禁锢。

《青红》中小根和青红的两情相悦。但是当爱情受到阻力时，他们却没有应对这种阻力的能力，他们都变得惶然不知所措，也就失去了相互包容的理解，终于不可挽回的悲剧发生：小根在一时冲动下夺走了青红的贞操，青红失去那个年代最为宝贵的贞操，而小根为此失去了生命。

《阳光灿烂的日子》马小军披星戴月等待米兰的出现，而千呼万唤始出来的米兰，从体态到行为，都具有明显的“性”的意味，尤其是马小军在床底偷窥那一幕更是将年轻人对性的朦胧的渴望表现到一种极致。其实这部片子中对成人性的虚伪的描写，更是有着全民族需要性启蒙的意味。

《十七岁的单车》中小贵对小保姆的偷窥，以及小建“泡马子”的心态与行为都有关于性或明晰或隐晦的表达。

新影速递



《小时代》

上映日期: 2013年6月27日
主演: 杨幂、郭采洁、柯震东等

《小时代》是郭敬明的银幕导演处女作。故事以经济飞速发展的上海这座风光而时尚的城市为背景,讲述了以林萧为视角,以及她和从高中开始就感情深厚、有着不同价值观和人生观的好朋友顾里、南湘、唐宛如,先后所经历的友情、爱情,乃至亲情的巨大转变,是一部当下时尚年轻人生活的真实写照。



《盲探》

上映日期: 2013年7月4日
主演: 刘德华、郑秀文等

《盲探》讲述的是女警察阿彤(郑秀文饰)因为好友小敏的失踪而一直有心结。在一次银行抢劫案中,阿彤认识了前“破案之神”阿庄(刘德华饰),阿庄在之前一次执行任务中发生意外导致失明,已提前退休。阿彤发现阿庄虽然眼睛看不见,但听觉和嗅觉却加倍的灵敏,“破案之神”的能力犹在,于是请求阿庄协助她一同追查好友的去向。



《天台爱情》

上映日期: 2013年7月11日
主演: 周杰伦、王学圻等

周杰伦剧中饰演一名医馆穷小子,名叫浪子膏。电影描述着两种人生,一种是住在天台上的人,他们天天载歌载舞,过着无忧无虑的日子;而住在天台底下的人,却是比较有钱又势利。故事背景发生在1970年代,主要以爱情为发展主轴,结合舞蹈、音乐、武术为一体,周杰伦这次不仅自编、自导、自演,甚至还自己配乐,连动作武打都亲自参与与设计。



《冥界警局》

上映日期: 2013年7月26日
主演: 休·杰克曼、真田广之等

失忆的金刚狼被一个叫做“禅”(Zen)的神秘男子带到了日本,在那里他博得了忍者组织头领的信任与器重。头领的儿子信玄有两个孩子,女儿真理子和金刚狼一见钟情,而真理子在信玄的安排下,要作为筹码嫁给司法部长。以此事为导火索,多方势力齐聚东京,大战即将爆发。



《金刚狼2》

上映日期: 2013年7月26日
主演: 休·杰克曼、真田广之等

失忆的金刚狼被一个叫做“禅”(Zen)的神秘男子带到了日本,在那里他博得了忍者组织头领的信任与器重。头领的儿子信玄有两个孩子,女儿真理子和金刚狼一见钟情,而真理子在信玄的安排下,要作为筹码嫁给司法部长。以此事为导火索,多方势力齐聚东京,大战即将爆发。

书籍



《突然就走到了西藏》

作者：陈坤

出版社：华东师范大学出版社2012年1月

陈坤动情自述从出身贫寒的“北漂”青年一夜成名到找回自我，继而重新上路的成长历程。“只要你行走，就能与你生命中的真相相遇。”



《爱的艺术》

作者：[英] 艾·弗洛姆 译者：李健鸣

出版社：上海译文出版社2008年4月

该书1956年出版至今已被翻译成32种文字，在全世界畅销不衰。



《小时代1.0折纸时代》

作者：郭敬明

出版社：长江文艺出版社2008年10月

故事以经济飞速发展的上海这座风光而时尚的城市为背景，讲述了林萧、南湘、顾里、唐宛如四个从小感情深厚、有着不同价值观和人生观的女生，先后所经历的友情、爱情，乃至亲情的巨大转变，是一部当下时尚年轻人生活的真实写照。



《苔丝》

作者：[英] 托马斯·哈代 译者：郑大民

出版社：上海译文出版社2006年8月

这是一本值得一读再读的经典。



《魏晋南北朝史札记》

作者：周一良

出版社：中华书局2007年9月

本书是作者对《三国志》、《晋书》、《宋书》、《南齐书》、《梁书》、《陈书》、《魏书》、《北齐书》、《周书》、《隋书》、《南史》、《北史》共十二部史书的读书笔记。



《就在你所在的地方生根开花》

作者：[日] 渡边和子 译者：烨伊

出版社：中信出版社2013年6月

这是一本让迷茫不安退散，赐予你坚持下去的力量的书，送给所有人生路口上左右为难，摇摆不定的年轻人。

民国时期的合租

文 | 李开周

北京上海这些大城市，年轻白领们是越搬越远。因为房租越来越贵。2012年北京一居室平均房租已达3600元，涨势凶猛。没有办法，合租是分摊成本的无奈之举。但很少有人想到，往前推90年，合租在上海滩曾经是时尚范儿。

几十年来拍黑帮电影，只要出现旧上海的镜头，一定少不了黑帮火并，片头剑影刀光，片尾刀光剑影。黑帮电影也是艺术，艺术源于生活而高于生活，电影里的旧上海杀伐不断，历史上的上海滩并没有这么可怕。当年帮派虽多，其实并不猖狂，什么杜月笙，什么黄金荣，这些黑帮老大的工作重心是做生意，而不是砍人。

当然，跟今日上海的治安状况相比，民国上海还是不行。毕竟那时候小偷太多，绑匪太多，“白相人”太多。尤其是绑匪，逃兵改行，持有武器，碰上警察拿人，动辄开枪拘捕。这种事情在上海并不是天天发生，不过也很让人后怕。

鲁迅在上海待了将近十年，始终是个房客，说好听点儿，叫做“寓公”。他多次搬家，从吵吵闹闹的石库门社区景云里，搬到相对高档的北川公寓，又从北川公寓搬到更加高档的别墅级社区大陆新村，很重要的一个原因，就是图一安全。

寓公租房，要考虑安全性；房东出租，更要考虑安全性。比如说吧，在



鲁迅家门口持枪拒捕的那几个绑匪，在上海不可能露宿街头，他们也需要租房，万一哪家房东眼神不好，把房子租给了这伙人，麻烦就大了。第一，房租有可能要不回来，你上门收租，他来硬的，要钱没有，要命一条，你有什么办法？第二，万一出了事儿，按照民国法律，房东需要连坐，绑匪坐牢，房东也得陪着。第三，其他房客听说你那儿住着暴徒，谁敢再来租房？

为了避免把房子租给绑匪或者别的犯罪分子，上海的房东或者二房东往外租房，几乎都要问来人一句话：“有家眷没有？”因为在他们心目中，单身男人可能是小偷，单身女人可能是暗娼，几个彪形大汉在一块儿住那就一定是绑匪，只有两口子一块儿住的才让人放心（参见《上海生活》第六章《住》，商务印书馆1930年版）。可是去上海打拼的年轻人大多没有结婚，即使结婚了也不敢带家眷（怕养不起），所以他们也就很难租到房子。为了租房，大家只好拼租，男房客找女房客合住，女房客找

男房客合住，这是旧上海一大奇观。看过郁达夫名篇《春风沉醉的晚上》的读者应该还记得，小说里的男作家就是跟一个素不相识的烟厂女工合租一间房子的。

如果实在不愿意找异性合租，也有变通办法，那就是找人做担保。担保有两种方式，一是出一些钱，让上海店铺做担保；一是通过房地产代理公司租房，由这些公司做担保（参见《上海地产大全》第

四十五章《经租》，上海地产研究所1933年版）。

靠担保来租房的现象不止在上海通行，在民国苏州也很常见。现在日本京都大学图书馆藏有一份民国十二年的租房合同，一个名叫陈金大的外地人去苏州租房，合同上分明写着“央中保人朱阿根”。这个朱阿根是开瓷器店的老板，店老板做保人，房东最放心，万一房客欠租，或者犯了什么罪，自有店铺做赔。问题是不管找哪个店老板做保，都得付给人家一笔报酬，所以大多数房客还是倾向于找异性合租，冒充两口子糊弄房东。

民国诸大城市当中，只有北京房多人少，房东不敢拿大。不过去北京租房还是要尽可能地选择合租，因为北京治安更差，匪徒敢青天白日入室抢劫，一个人住一所房子是很危险的（参见《吴虞日记》下册，四川人民出版社1986年版）。所以在民国北京，广大男青年并不喜欢找女生合租，而是偏爱跟彪形大汉合租。

你能猜出多少成语？

文 | 伊 周

如图每一格都是一个成语。
如果猜中的成语数量在10个以下，说明你文化课不及格，还需要回炉小学；如果能猜出30个以上，那就是特别优秀；其他的，就是一般般水平了。

1

曲娶
工工

2

说说说说
说说说说

3

〇、

4

五十

5

口
心

6

小快
口快

7

无伦

8

丰丰丰丰

9

合应

10

尼虔媒
道师牙
卦稳药

11

宫商
角羽

12

面面

13

一羽月
土米水
日古余

14

此此此
此此此
此此举

15

引

16

天潭

17

虐

18

字

19

田

20

惊石

21

此此此
此此此

22

父与子
德言功

23

何流无
何心不
何人惧
何老牵

24

大大大
大大大

25

德望

26

翩翩
翩翩

27

語語語

28

3木

29

眉

30

心心

31

正怀

32

一

33

馬

34

止

45

夕二
日口女
大共少

金色承诺,我有话要说

文 | 本刊记者整理

@何炜鹏(陕西区域)：#金色承诺微使者#店里的同事反馈说，自从实施了金色承诺之后，当客户收到放心卡和交易十问的时候，都会觉得我们很诚信、很专业，愿意让我们为他提供服务！
@21世纪不动产 客户选择了我们，我们就要更进一步的提高我们的专业水平和服务质量，更好地为客户服务！

@21世纪锦泽王福之(济南区域)：#金色承诺微使者# 昨天我同事小王带一客户看了6套房子，客户虽然都不是很满意，我们经纪人也没有一句怨言，因为他说客户也跟着转了1个多小时，也挺辛苦的。今天回访客户，客户说了一句话我感到很欣慰，他说：“你们的房源准备的挺充足，我很满意你们的服务”，其实这些都是我们应该做的，您不用客气。

@21世纪上海锐丰王磊(上海区域)：金色承诺微使者#这几天上海的天气闷热、炎热、燥热，总之只要出门就热！昨日下午约了位老阿姨看房，由于前面客户耽误了时间，我一路跑去约定地点，说好的时间千万不能迟到，只能早到！一路狂奔总算没有迟到，老阿姨看到全身被汗水浸湿的我，直接竖起了大拇指。值了！金色承诺，我承诺我绝不迟到！

@黄蕾c21(武汉区域)：#金色承诺微使者# 店长告诉我一件事：一位客户在三家中介看了四套房子后，来到我



们 **@21世纪不动产**。经纪人带看后，双手递上放心卡、交易十问、房源说明书，这位客户说了句：好规范呀，以后就在这里看房了。真心感谢这位认真的客户，我们的金色承诺会让认真的客户更放心。



@21CN_陈杰(深圳区域)：#金色服务的微使者#有一天接到一个网络客，客户说：我的信用卡欠了银行1元，逾期了12个月，给银行拉入黑名单了。楼盘开发商说：银行贷款批不了！然后第二天我从深圳去了惠阳的银行帮客户问能不能贷

款，银行说能！然后我告诉客户：可以贷款！第三天我带着客户去银行问，客户相信了，还在我手上成交了！



@C21-李泗辰(郑州区域)：#金色承诺微使者#约客户晚上十点十分看房我提前二十分钟已到达相约地点，客户到达后说了句做你们这行真不容易半夜还要过来陪我们看房辛苦你了老弟。我对客户说为能让哥买到合适的您的房子我们深夜三点过来也算不上辛苦！



@sunnyandyou(成都区域)：#金色承诺微使者#自金色承诺活动开始以来一直强烈的要求自己要提高的服务

标准，面对挑剔的客户只有找更合适的房源给客户选择，据说今天32℃，热的差点中暑，冒着高温带客户看了附近几套房源，请客户喝水，客户反复比较后终于决定租下最后看的那套，奖励自己一瓶藿香正气液！

@21世纪不动产李文军：#金色服务的微使者# 有天和客户约好第二天早上8点30分去看龙光城，并且客户要求说下午3点前一定要赶回上班的地方！我说：行，一定能在3点之前送你到那里！然后第二天早上我提前30分钟到，然后下午提前30分送客户回到上班的地方！



@Bryant_信(深圳区域)：#金色服务的微使者# 有次有个客户看到开发商的广告说买房送家电，结果马上刷了定金，但是开发商的送家电活动过了，客户说我忽悠她，然后我自己买了个电磁炉给她，最后客户很高兴地买单了！

@C21战彬_sky(深圳区域)：#金色承诺微使者# 今天上午客户王哥约我中午12点去看商铺，我11点半就到了那，等到快1点才见到王哥，面对着被太阳晒

的汗流浹背的我，王哥歉意的拉我去喝饮料，我微笑着婉拒了，因为客户就是上帝，我们提供的是金色服务，只能早到，决不迟到！

@夏琪-century21(上海区域)：今天一位客户将房屋委托给我后，问我什么时候给回复，我说“8小时以内”，他有点儿不相信，说到：有那么准吗？我说：有。



@Jack--21世纪黎亮(金色承诺微使者)：经过一个月十几套房的带着，昨天下午我帮客户李哥终于签了买房合同。看了表已是晚上8点。心里真的很高兴，为李哥也为自已，8点半还约了一个客户看房，饭都没吃，匆匆赶到，还是迟到5分钟，尽管客户没说什么，内心还是挺内疚。今天晨会店长告诉我：“无论何时，都应客户为先。”作为新人，我一定牢记。



黎亮获赠手表事件呈现：



P53看图说成语的答案

- | | |
|---------|---------|
| 1.异曲同工 | 2.自圆其说 |
| 3.可圈可点 | 4.一五一十 |
| 5.口是心非 | 6.心直口快 |
| 7.无与伦比 | 8.啼笑皆非 |
| 9.里应外合 | 10.三姑六婆 |
| 11.五音不全 | 12.两面三刀 |
| 13.一蹶胡涂 | 14.多此一举 |
| 15.左右开弓 | 16.天方夜谭 |
| 17.羊入虎口 | 18.白纸黑字 |
| 19.俯首称臣 | 20.石破天惊 |
| 21.能屈能伸 | 22.三从四德 |
| 23.风花雪月 | 24.四大皆空 |
| 25.德高望重 | 26.四脚朝天 |
| 27.三言两语 | 28.入木三分 |
| 29.扬眉吐气 | 30.正中下怀 |
| 31.举一反三 | 32.马失前蹄 |
| 33.点到为止 | 34.莫名其妙 |

01 酷房网新房频道华丽亮相

酷房网新房频道的上线，不仅为新楼盘项目提供了推广展示平台，也将会提供全面及时的房地产新闻资讯及楼盘最近打折优惠信息。目前，酷房网新房频道已经在北京、上海、深圳、成都、济南、西安正式运营。

02 特许事业部官方微博开通

21世纪不动产特许事业部官方微博于2013年5月20日正式开通。该微博一方面发布传达总部特许事业部最新的动态，建立特许事业部与各地区分部、区域高层及经纪人之间的圈子，增进了解、沟通与互动；另一方面将展示和传播企业在特许领域的最新活动、企业观点和优势经验等，发出企业声音。微博链接：<http://weibo.com/3447258994/profile>，或关注@21世纪不动产特许事业部。

03 “Mini Ipad月月送”活动拉开帷幕

21世纪中国不动产宣布，7月1日至11月30日，在全国首批开展金色承诺的12个城市，举办“双卡承诺 双重礼遇 Mini Ipad月月送”活动，期间凡集齐21世纪不动产金色承诺放心卡和省心卡的买房客户，均有机会参与每月的抽奖活动。IPAD MINI月月送，持续5个月。

04 南京区域：二十家门店全城同开

21世纪不动产南京区域在全市二十家门店举办“大奖回馈金陵”活动。5月15日—6月30日期间凡在21世纪不动产门店成交买卖业务，并已支付全部佣金的客户，即可获得抽奖卡一张。本次活动设大奖壹名 42寸液晶电视壹台，纪念奖若干。

05 北京区域：企业文化全员宣讲会召开

6月21日，“企业发展有我——21世纪中国不动产集团企业文化全员宣讲会”在北京京伦酒店召开。集团董事长张东纯、副董事长兼总裁卢航莅临现场，集团副总裁李璐璐女士亲自担任此次宣讲会的主持人，集团高管、总部职能部门同事以及来自华创、酷房网各个岗位的同事，共130余人参加了会议。

06 济南区域：佰越加盟店签约

6月份，21世纪不动产济南大家庭又迎来新家人：21世纪不动产佰越加盟店。店东马先生有多年行业经验，经过8个月的慎重考虑后选择加盟21世纪不动产。马先生表示将严格按照21世纪不动产的金色标准，向客户承诺：真诚贴心的服务，使每一位客户放心、省心。佰越加盟店位于：济南市天桥区梁府小区一区。主营商圈：梁府小区、鑫苑名家、金荷苑、枫景苑、北园路单位宿舍等。

07 青岛区域：create21精英班培训结业

21世纪不动产青岛区域分部于2013年6月26-27日举办了Create 21精英班培训。来自8个加盟店的26名经纪人参加了培训。天润万科店店长张艳担任本次的授课讲师，展示了21世纪不动产先进的个人营销理论，并结合市场情况，介绍了体系所特有的营销资料及工具、销售技巧的运用和实施，通过观看视频、现场情景模拟演练，案例分享、小组讨论总结、布置作业等方法，帮经纪人充分理清以后的工作思路。

08 青岛区域：新人初始化培训结业

6月18日-21日，21世纪不动产青岛区域NBOBOX新人初始化培训在青岛区域分部培训教室举办，44名经纪人参加了本次培训，6名区域讲师进行了授课。培训内容以团队建设开始，结合企业文化，给参训学员进行体验式培训。后期的课程以业务理论为导向，结合房源开发、商圈调查等行业基础知识同步进行。在房源开发维护等业务环节让各小组进行情景演练，这大大增加了学员学习的主动性与积极性。

09 济南区域：经纪人学院结业

6月17--22日，21世纪不动产济南区域078期经纪人学院成功举办，79名学员参加了本次培训。共有94.2%的学员通过考试毕业。培训期间，来自区域各门店的精英讲师跟大家分享了资源开发、带看等共十堂业务基础课程，把自己丰富的工作经验和业务技巧毫无保留的分享给大家，并穿插情景模拟、实战演练，学员们更是积极参与课堂互动、彼此交流学习心得，课堂气氛活跃、学习氛围浓厚。

10 青岛区域：十年征程 十店齐开

5月24日，在21世纪不动产进驻青岛10周年之际，青岛区域分部10店齐开。十家门店主要分布在崂山区、李沧区、城阳区即墨市、胶南市等发展成熟的片区，也是青岛二手房交易量比较活跃的区域，门店的战略布局相当合理、基本是沿着主干道、枢纽线等市民日常出行的地方，这将为青岛市民提供更便捷、更高效的服务。

11 上海区域：金色服务课程内网平台上线

上海锐丰为推进“金色承诺”的良好落地和执行，特围绕“金色服务”制作了视频短片并已登入公司网络平台。两部视频：《金色服务业务篇》及《金色服务交易篇》分别以放心卡和省心卡的发放为节点，细化每条承诺背后经纪人和交易服务人员的具体动作，旨在以此视频为指导，统一和规范经纪人和交服人员的客户服务行为。