



今年3月，溫州一個本地房產展上，每平米高達3萬的價位依然受溫商追捧，僅半天時間登記的就有40餘人。



「溫州炒團」橫掃神州 炒風過處毀譽隨



內地大大小小的房交會上，總能見到溫商搶購的身影。



房產是溫商孜孜不倦的追求，內地許多樓盤業主名單中總少不了溫州人的名字。

發端於2000年，據傳整合了10萬溫州人1,000億資金，在短短數年間從哈爾濱、上海、成都以至香港的席捲全國的「溫州炒房團」事件，引發了近30年中國經濟領域最大的爭論之一。溫州人再一次經歷了全民參與的從肯定到否定的大起大落，而此後，溫州所有的群體型投資行為都被內地媒體冠以「炒」字而定性，如炒煤團、炒礦團、炒金團等——溫州資本在瞬間成為中國民間資本流動的風向標和眾矢之的。

——本報駐浙江記者：張文、何暉、白林森、黃瑞庚

圍繞一個「炒」字所出現的這一幕幕頗具戲劇性的事件，事實上是政治經濟正處於轉型期的中國，在「發展困惑」中又一次實踐與理論的碰撞，政府與民間投資行為在制度的盲點上進行「理性博奔」。儘管近年來溫州炒團刻意低調，但這並不意味著結束，對於日益龐大而苦苦尋找出路的民間資本而言，「溫州炒房團」僅僅只是一個開始。

打開中國內地最權威的搜索引擎Baidu.com查找「溫州炒房團」，有超過40萬條相關新聞，影響之深遠可見一斑。這上百萬的文字儘管有着太多的重複，卻可以清晰地勾勒出溫州人的「炒房路線圖」和許許多多真假難辨的「炒房傳說」。

溫州婦女曾是炒房主力

2001年8月18日清晨，一支奇特的隊伍出現在上海火車站。他們舉着溫州某報的牌子，這是溫州第一支見諸於報端的「媒體購房團」，也就是此後「炒房團」的雛形。據傳，這次溫州人一舉成交上千萬。

隨後，各式各樣關於「溫州」炒房團的具體內容被挖掘出來公諸於眾。最典型的莫過於「太太炒房團」以及「買房如買菜」的故事。

——「太太炒房團」，也是溫州某報社策劃的一個典型案列，儘管只有一次運作就被叫停，卻也奠定了溫州女人作為早期溫州炒房團主力的名聲。報道繪聲繪色地形容一位衣着

樸實的中年溫州女人，提着20萬現金，低調地認購了上海某頂級別墅區3套共計價值900萬的樓盤，所動用的不過是自己「私房錢」而已，留給一向自負的上海人以「炸彈」般的衝擊。這則故事已經無從考證，但本報記者在採訪過程中，已經證實有一位溫州女性炒房團成員，至今每月都在交納超過50萬人民幣的按揭款。如果按照每套房每月5,000元按揭來計算，其手中擁有的房產應該在100套左右。

大手狂掃買房如買菜

——而關於溫州人「買房如買菜」的報道，更是數不勝數。溫州人在重慶渝夜排隊搶購時代廣場，最多一人一舉買下千餘平方米的商舖；在香港，某鑽石級豪宅每平方米均價達7.5萬，每套最低價格1,500萬港元。溫州豪客不聲不響地將11套收入囊中，而當時境內買家共購得43套，溫州人佔據了四分之三以上的份額……

鋪天蓋地而來的關於溫州炒房團的描寫，誘發的是普通市民對溫州人財富的驚歎，以及對溫州人抱團出擊，通過房地產市場迅速實現資本倍增的羨慕。炒房團所過之處，即使是可能爛尾的房地產樓盤也能脫銷，——不少的地方政府和房地產開發商突然間發現，溫州人是如此的可愛，於是「歡迎溫州炒房團」的橫幅被鮮明的掛了出來，溫州人又一次成為拉動經濟增長的「靈丹妙藥」。

民間投資 回歸理性

楊琳琳，一位2004年才離開山城重慶到溫州創業的才貌雙全的年輕女孩，從初入行的一竅不通到今天在溫州繁華的新城擁有一家自己的上規模的房地產仲介公司——溫州齊家·易賣加房產行銷顧問有限公司，她只用了4年的時間。也許從「溫州炒房團」之間的關聯度而言，她介入的時候正是溫州炒房團盛極而衰的拐點，但她依然有幸成為中期「成熟的溫州炒房團」的見證者，並能夠分享炒房團帶給她的機遇。

「事實上，房地產新政並沒有給溫州炒房團帶來多大的影響，增加首付款，對於溫州人而言是暴利的時代已經過去，今天的溫州人在投資房地產時顯得更加成熟和理性，但是仍然很執著。從投資的行為上來說，已經從當年的短期行為變成現在的中長期行為，他們如今更看重投資區域的升值潛力。」

看重投資區域升值潛力

顯然，進入2006年以後，楊琳琳對於處在「地產新政」夾擊下的溫州炒房團的心理變化把握得恰到好處。那一年，她承接了江蘇鎮江最大的一個住宅社區的代理權，帶領了一支由150人組成的溫州看房團前往實地考察，戰績輝煌——150個溫州人一舉拿下了200多套價值每套40萬左右的社區住宅。而楊琳琳在為溫州人提供的企劃案中，明確地提出了鎮江「天然深水良港」和「浙江企業基地」的投資理念，這些「升值潛力」的要素，顯然打動了溫州人的心。

可以預期，緣於資本追逐利益的天性，在沒有更多投資途徑的前提下，溫州炒團的故事還將延續下去，只不過今天的溫州炒團已然脫掉了「浮誇」的外衣，從躁動回歸到理性。



溫州齊家·易賣加房產行銷顧問公司營銷總監楊琳琳(右二)。

封殺潮起 貴賓淪為過街鼠



溫州人旅遊不在乎風景更在乎生意，看到地產總是流連忘返。

溫州人最終還是沒能逃出被爭議以及被「妖魔化」的歷史宿命。

學者列出「八宗罪」

4年之後，過快增長的房價，引發了來自絕大多數正在為買房而憂慮的中國百姓的強烈反彈，學者尹中立將溫州炒房團的「八宗罪」總結出來並公諸於眾：抬高勞動成本，削弱了國民經濟整體競爭力；進一步加劇貧富差距；透支社會財富，抑制社會有效需求；削弱社會風險承受能力；扭曲國家產業結構；不利於城鄉二元結構融合；不利於發達地區產業提升和企業家精神發揚；促使地方政府產生房地產依賴症。溫州人再次成為被口誅筆伐的對象，當年風光八面的溫州購房團，一下子從座上賓淪為過街鼠。

2003年8月16日，杭州市市長孝臨生發表了長達萬言的「讓杭州市民居者有其屋」的公開信，到了11月24日，杭州市政府促進我市房地產市場持續健康發展的意見，俗稱「房產新政八大條」，其中的「徵收20%的房地產交易個人所得稅」條文被視為「禁炒令」。

炒房團暫偃旗息鼓

2004年3月24日，南京市房地產管理局宣佈從4月1日起實施《加強商品房預售管理實施細則》，要求購房實名制和期房限轉，此舉也被升級為「禁炒令」。

一系列旨在遏制房地產交易中間環節炒作的政令相繼出台，表明了政府遏制「惡意炒房」的決心。溫州政府及有關部門也正式發文，禁止溫州媒體組織購房團在全國各地炒樓的行動，並限制發佈相關的廣告進行宣傳或炒作。

姑且不去論述這些新政是否會產生作用，但是可以肯定的是，大勢所趨之下，溫州炒房團早已不得不偃旗息鼓。

媒體渲染

炮製炒房團神話



僅僅憑着「10萬人1,000億資金」的概念，溫州人就能夠撬動中國房地產價格的槓桿；顯然，只有加入傳媒的渲染，才令一切都成為可能。

據知情人透露，溫州人在外購房的初衷，本是為了公司業務拓展或者子女就學方便，後來慢慢發現早期購房的房子都在不斷升值，於是，投資房地產被視為超級理財手段，在溫州流行開來。

溫州的媒體很快從溫州人熱衷於外地購房的現象中，敏銳地挖掘到適合自己的商機——組織購房團，架起溫州購房團與外地房地產開發商之間的橋樑。加之媒體自主策劃這一商業事件，本身就不是不可多得的新聞亮點，於是通過更多新聞媒體的跟蹤採訪和轉載，加上對個別員外表現的描寫，「溫州炒房團」就這樣一步一步走上了神壇。

開發商視作「上帝」

「正是由於溫州民間資金超常豐厚，溫州人又有四處遊走的天然秉性，加上溫州以及溫州人30年來業已形成的無可比擬的全國性品牌號召力，大範圍流動擴張的媒體購房團才會唯獨出現在溫州而不是其他城市。媒體購房團生逢其時，生逢其地，而不是溫州媒體的錯。」上海東方早報高級記者、溫州現象的研究專家胡宏偉有這樣一段評述。

然而事實的發展並沒有按照原本設計的軌跡進行，溫州炒房團的聲名遠播讓許多房地產商意識到引進溫州炒房團既可以證明自身樓盤價值，又能刺激當地購房者的慾望——「溫州人都來了，再不動手就沒有了，跟着溫州人，肯定能賺錢」——這是一個非凡的策劃創意。於是溫州炒房團成為眾多房地產開發商夢寐以求的「上帝」。光是2004年上半年，在溫州舉辦的大小不一的房地產展會就有9場，居全國之冠。

「紅牌字」房產中介遍佈溫州大街小巷，在市區就有幾百家之多，且生意紅火。