

房地产企业如何回避风险 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/470/2021\\_2022\\_\\_E6\\_88\\_BF\\_E5\\_9C\\_B0\\_E4\\_BA\\_A7\\_E4\\_c67\\_470628.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/470/2021_2022__E6_88_BF_E5_9C_B0_E4_BA_A7_E4_c67_470628.htm) 房地产企业应如何回避风险呢？一、不可盲目做大 提起家电业，以彩电、空调为代表，大家都知道，其竞争十分激烈，重复投资，产品过剩，生产力过剩。就空调来说，那些大大小小的品牌不管它们愿意与否，在3到5年内会逐渐减少一大部分。竞争的过程实际上也就是一个企业、资源、项目整合的过程。房地产现在也面临着整合的问题。有人一提回避风险，就想到做大，做大是回避风险的有效途径，可是，如果大家都盲目做大，势必造成整个行业的巨大泡沫，供过于求，竞争加剧，平均利润下降，最后是你死我活，并且全面走进低谷。因此说，房地产企业想做大是对的，但势必要通过对现有房地产企业、资源、项目进行整合，集团化、集约化经营，以求保证供需基本平衡和相对利润的稳定。房地产企业、资源、项目整合过程中中央和地方政府要有清醒的认识，必要时介入，出台政策进行引导。二、学习买方市场的运营模式 房地产企业目前进入买方市场阶段，可运营模式大多还停留在卖方市场阶段：先建好一个或几个大楼或小区，然后去打广告，吸引（其实是等待）买主上门。很多房地产企业陷入困境都是由于其经营模式所造成的。最近中国住宅联合会牵头搞了一个所谓的整体厨卫一次性装修到位，并称之为是一场革命。但有部分业界人士认为，这是卖方市场幽灵在做怪。需求决定供给，把握买方市场的关键，就是要把握需求的差异性及其多样性。如果整体厨卫一次性装修在一两个项目上成功，那也只不

过是迎合了市场需求的阶段性，全面铺开就违背了“人本主义”精神。那些盲目搞大型、超大型社区的房地产企业老总们，切不要给自己挖一个大坑，断送多年的心血。

三、不要所有问题都自己扛 大家都知道，万科物业做得好，万科正是通过其物业的努力打开了市场。可代价也是沉重的，万科物业需要大量的资金补贴，在快速发展阶段，这种补贴没问题，如果地产项目或行业出现低谷，补贴的钱从哪里出？物业不像地产开发那样是一次性经营，物业管理是要持续下去的，万科地产好比是巨无霸的火车头，万科物业则是车厢，车厢越来越多，发展的速度越来越快，如此下去，万科地产这个巨无霸带动的车队势必越走越慢。因此，地产公司一定要适时把物业管理推向市场，让其自负盈亏。从某种意义上说，物业管理行业能否成长壮大，是地产行业能否持续昌盛的一个瓶颈。物业管理行业必须尽快地得到中央和地方及地产行业的大力扶持，扶持的目标是走市场化、专业化经营之路。

四、多元化投资仍有意义 房地产运行得好，利润是可观的，一般房地产企业家正是看到了其利润的快捷性，积累的资本会毫不犹豫地全部甚至更大规模融资地投入进去，很少考虑投资其他行业。世界上任何一种行业，任何一种产品都不可能是经久不衰的，经济学家归结为“疯狂野猫、明日之星、摇钱树和落水狗”四步循环。当你的地产项目或企业正处于“摇钱树”阶段的时候，很可能离“落水狗”已经不远。因此，有眼光的企业家，在完成积累后就要积极考虑投入新的行业及新兴产业，以寻求更大的发展。俗话说，东方不亮西方亮，只有东、南、西、北都有亮点，您投资的任何一个项目风险就减少了，主营房地产企业对此应多加思考。

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问  
[www.100test.com](http://www.100test.com)