

建筑节能不应成为房价上涨的借口 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/493/2021_2022__E5_BB_BA_E7_AD_91_E8_8A_82_E8_c67_493247.htm 房价牵动着每一个购房者的神经，建筑节能与房价的关系自然引来多方争议。尽管关于建筑节能强制性标准的执行已经是不争的事实，但建筑节能将导致房价上涨成为不少人对建筑节能不“感冒”的借口或托词。拒绝做建筑节能的开发商说：“做建筑节能将导致成本增加、房价上涨。”没有体会到节能房好处的购房者说：“买节能房，购房成本高，不划算。”那么，事实究竟如何呢？房价上涨真的是建筑节能惹的祸吗？建筑节能投入产出比怎样？经济效益如何？现象：陷入“节能建筑高投入、高成本”的怪圈 目前，不少人陷入了一个怪圈：节能建筑价格高。有人这样进行逻辑推理：在建筑上投入做节能，成本会提高，买房时就要多花钱，节能建筑必定价格高。为此，人们质疑、怀疑、害怕、担忧。湖北省建设科技发展有限公司主任、湖北省建设厅节能办公室主任高桥芳对此深有体会。他说，在和普通市民沟通时有障碍，有购房者表示买不起，最好不要做建筑节能了。无独有偶，目前部分开发商在建筑节能的认识上也存在误区，认为节能建筑即是高投入、高成本的建筑。尽管目前房地产开发和住宅建设的重点工作是推进住宅产业化，其中建设保温节能小区、提高住宅保温隔热性能是建设生态型小区的关键，但有开发商担心开发节能建筑会导致成本增加，并将此作为其不开发或者延缓开发节能项目的“挡箭牌”。而且，他们振振有辞：“国家用宏观调控稳定房价，建筑节能提高房价，不是和国家的政策相

违背吗？”这些现象显然是对建筑节能的一种误解。北京成业行房地产投资顾问公司总经理邵念强分析，从目前了解的情况看，我们所看到的锋尚、MOMA等典型的项目，主打节能环保，而且做得很好，不可讳言的是因科技的投入让项目增加了不少成本，价格也卖得很高。对于高端产品，建筑节能增加的成本会被掩盖掉，反而会成为卖点，而在普通项目、中低端的产品中推广这种建筑节能技术可能会增加难度。加上节能建筑在使用时的优势并没有很快体现出来，所以人们总认为建筑节能和自己关系不是很大，出现这样的误解也就无可厚非了。解开心中的结：投入究竟有多大？节能建筑究竟需要多大的投入，与普通建筑相比，造价要高出多少，投入产出比究竟如何？这是目前开发商和消费者所共同关心的。“如现在执行节能50%的标准，其造价比普通建筑约高10%，但这笔投资十分划算，只需5 - 7年通过建筑的节能就可以收回投资。而一般建筑的寿命有50年，受益时间长达40多年。”开发并推行节能住宅的房地产开发有限公司负责人说，高舒适度、低能耗的建筑在欧美非常普遍，其造价比一般建筑高出3%，但由于节能和优化组合，每年的运营费用却可节约60%。中侨（武汉）置业公司是在武汉市中心城区开发了优秀建筑节能示范项目“中侨观邸”高层住宅的开发企业，公司相关负责人认真计算后认为，投入做建筑节能是完全可以的。通过做外墙外保温，屋顶、窗户采取节能措施，选用中空玻璃，用能系统方面采用太阳能，另外采用中水处理、污水再利用等回收技术，一次性在建筑上的投入每平方米最多增加100多元。从售价上看，绝对成本虽然增加了一点，但从长远看，运行成本会降低，受益会很大，可以说

是投入有限、收益无限。以100平方米的房子为例，买房时，投入增加1万元，由于外墙外保温加中空玻璃，可以让温度流失减少；太阳能、地源都是大幅度降低用能，一次性投入后，节电比常规省三分之二，用户住入这样的建筑，虽然一次性投入加大，但是长年的低耗能35年内就可收回成本，并且终身受益。“现在社会上有一种不正常的现象：高价不等于优质，低价一定劣质。这是社会不满意、百姓不满意的。作为有责任的开发商，我们想用自己的作品来改变这种偏见，做出国家满意、社会满意（符合环保节能）、百姓满意（优质舒适、价格合理）的好产品。”中侨（武汉）置业总经理丁孔实先生掷地有声地向社会和“中侨观邸”的业主们做出承诺。对消费者而言，尝到节能建筑甜头的业主说：“买节能房的钱是花在刀刃上。”武汉的高先生是三口之家，以前家庭平均每月用电100元，包括夏季空调制冷、冬季空调制暖；用水的费用每年大约500元。在第二次置业时，买的节能房每平方米多花100元左右，自从住上节能房才真正受益：每年省电费800元；水通过回收后可省350元，一年下来水电费节约1000元左右，投入增加的1万元成本10年就可以回收。高先生深有感触：“如果是用电用水大户，节省的水电将更多，回收周期也将更短。如果一个住宅建筑的生命周期是50年，后40年是纯收益，降低了家庭开支，无形之中为家庭和社会创造了福利。”对开发商来说，该如何算这笔账呢？有开发过建筑节能项目的房地产公司分析，在资金流量上，最关键的是前期开发费用和销售回款额度及周期。而中间的建安等成本费用相对固定，发展商担心的是：前期大量投入，中间如再增加是否在销售时可以顺利回收。对于节能新型产品的

市场认可度的怀疑导致了不愿冒险增加投入。其实，按市场化的运作思路，“成本的概念 = 产品的市场价格 - 利润”，提高产品的市场竞争力可以使开发风险降低，实际上是平衡成本的市场化行为。不同侧重的技术应用，可以产生更多的特色楼盘，市场中的产品将更加丰富。而中国是消费文化的国家，消费者对于产品附加值有需求，新型技术产品不但健康了供需关系，而且存在广阔的市场。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