

大众消费

广告

上半年楼市研究报告纷纷出炉

济南高新历城成上半年置业热点区域

网络购物投诉同比增87%

国家工商总局日前发布的《网络市场监管工作年度报告(2015年)》显示,2015年全国工商和市场监管部门受理网络购物投诉14.58万件,同比增长87.3%,与“十一五”末期相比增长了77.6倍,连续两年排在服务类投诉首位。

从投诉问题看,网络购物商品质量和虚假宣传等问题比较突出。消费者投诉问题集中在:商品质量不合格、假冒伪劣产品、虚假促销、商家拒绝执行“七日无理由退货”规定等。网购投诉数量的增速远超前同期网络购物规模的增速,其中有投诉渠道畅通和网购消费者维权意识提升的原因,但同时也反映出网络市场在发展中暴露出的一些现实性问题,需要引起各级监管部门的关注。在网络交易投诉中,O2O生活服务类投诉明显上升,涉及餐饮、旅游、租车、购票服务的O2O领域成为用户投诉热点。移动社交电商是新的交易灰色地带,售假、收款不发货、失联等问题严重。(据北京商报)

龙湖地产升级力作 水晶郛城正式发布

随着龙湖·名景台的次次热销,龙湖已成为济南家喻户晓的品牌。带着泉城人的期待,龙湖在济南的升级力作——龙湖·水晶郛城于7月12日正式揭开面纱。龙湖·水晶郛城的华丽起航,标志着龙湖迈入深耕济南的坚实步伐。

此次龙湖·水晶郛城的产品发布会可谓一场华丽的视觉盛宴,演绎着龙湖不断超越梦想的全新篇章。济南龙湖总经理常克艺畅谈了龙湖之于济南未来的美好愿景,营销总监石超全面解读了龙湖·水晶郛城的优化细节,“匠心龙湖 精致济南”意旨贯穿始终。据悉,龙湖·水晶郛城打造97—167m轻奢洋房。项目特别在和谐广场、经四万达、缤纷五洲、堤口大润发、世纪华联、西市场嘉华六大展场全面接受预约。(尹吉)

醍恩酒业首届红酒文化节 圆满落幕

7月9日,醍恩酒业首届红酒文化节在山东济南成功举办。醍恩酒业作为中国进口红酒连锁加盟板块的领航者,多年来一直致力于葡萄酒文化的传播和普及,在实际行动中践行“普及红酒文化,引领健康生活”的企业信条。此次红酒文化节吸引了业界众多葡萄酒专家学者、新老客户以及红酒爱好者齐聚现场,活动内容丰富、亮点颇多,盛况空前。国内多家知名媒体聚焦,第一时间争相报道。接下来的重头戏是为期一个月的时间里醍恩携手全国3000多位合作伙伴在30多个省、自治区、直辖市形成品牌联动,让红酒文化节在全国落地,让更多的红酒爱好者近距离感受红酒文化的魅力和价格优惠。

东方卫视《妈妈咪呀》 济南招募站启动

7月6日,东方卫视2016《妈妈咪呀》济南招募站新闻发布会在济南山东新闻大厦隆重召开。此次活动由东方卫视和齐鲁晚报联合主办,山东新闻大厦“小荷”爱心公益联盟、山东智汇品生活联盟公益支持,济南艾玛妇产医院全程冠名。东方卫视2016《妈妈咪呀》济南招募站评委会主席、著名主持人鲁新阳,人气偶像“加油大使”管乐、樊博,社会各界嘉宾及媒体记者近百人参加了新闻发布会。据《妈妈咪呀》济南招募站主办方介绍,此次东方卫视与齐鲁晚报强强联合,在山东开展《妈妈咪呀》第五季济南招募站活动,旨在为山东地区有梦想的妈妈们打造展示自我、追求梦想的平台,让齐鲁女性尽情绽放妈妈们的优雅与魅力,和观众共同见证妈妈们的美丽与梦想。

冷饮消费进旺季 食用须注意安全

夏天已经来临,是冷饮的消费旺季,为确保消费安全,我省消协组织提醒广大消费者冷饮消费过程中要注意以下7个方面:一是即开即饮,饮料开启后最好要一次性喝完,不宜久放,这是避免饮料伤人的最好办法。果汁、乳饮料,奶类、碳酸饮料都会生成二氧化碳气体,奶类一般是纸盒装,如果发酵,纸盒会胀起来,肉眼还容易识别,如果是玻璃瓶,杀伤力会更加大,甚至于一碰,玻璃就可能就会爆炸。二是如果是在喝不完,要按照产品包装或者说明书的要求保存,比如冷藏温度、条件、几小时内饮毕等;未开启的饮品一般应存放于阴凉、通风处,要注意避光保存,不要置于高温或阳光照射之处;开启后一般应贮藏于冰箱(冰柜)保鲜盒内,冷藏温度一般为4~6℃,太高容易变质;也不能直接放入冰箱冷冻室,温度太低玻璃类包装容易破裂。三是食用前检查一下有无浑浊、沉淀、杂质及膨胀变形等不正常情况。四是婴幼儿食用饮品时,请家长或大人先鉴别一下饮品有无变质,以防小孩鉴别能力差而误食变质食品。五是特别要注意避免儿童购买、接触饮料(尤其是啤酒),不要让小孩到存放饮料的地方摆弄和碰撞饮料瓶。六是正确使用正确的开启方法。开启时要使用开瓶器,将瓶子正放,远离面部,避开人群。不能用牙齿、筷子或桌边边角撬开瓶盖。七是一旦发生饮料爆炸伤人或者食用了变质食品,发生腹泻等食物中毒症状,要及时到院治疗,并保存爆炸碎片、现场或者问题饮料等证据;同时,通知商家,或拨打12315举报电话,或向所在地消费者协会投诉。



需求持续释放,各房企采用主动出击的营销手法促成项目热销,销售业绩节节攀高。同时,较少的开盘数量也催高了房价。2016年上半年济南全市新开楼盘71个,与2015年上半年111个相比环比下降36%。2015年受央行多次降息和“330新政”影响,济南楼盘开盘数量较多。2016年上半年,济南楼市相对较为平稳,直到6月份受唐冶片区土地拍卖影响,楼市关注度走高,开盘数量也随之增加。

升至19.4亿元、17.9万㎡,榜首企业近两年首次易主,本土企业仅占两席,万科凭借6个在售项目以42.6亿元、47.6万㎡的销售业绩夺得双冠军。

世联怡高: 楼市库存递减

由山东世联怡高数据平台提供数据显示,2016年春节前后,市场新增房源大幅减少,主要以去化库存为主,2月底住宅整体市场库存仅剩13402套。年后楼市现高热状态,持续火爆的销售,带动了项目价格的上调。而政策的



保险资金切入房地产信贷领域

可为融资人提供低成本资金。目前,阳光信保已与多家房产抵押融资平台及金融机构开展“房贷保”创新业务合作。阳光信保总裁张见表示,阳光信保将通过大数据、互联网等技术,打通低成本融资渠道,实现优质资产与低成本资金的无缝对接。

实际上,除了不动产投资和二级市场投资房地产板块股票外,保险资金正在更多领域寻求与房地产产生“交集”的机会,而房贷相关业务成为其中一个突破点。5月,众安保险与汉口银行合作推出“汉众市民贷”,成为国内直销银行推出的首个纯线上贷款业务。中国证券报记者获悉,该业务获批放款的用途并不受限,房贷也可被包括在内。

险企频频举牌房企

近日,“宝万之争”引发了外界对于保险

资金投资房企股票的关注。实际上,这对险资而言已经司空见惯。2013年后,保险资金增持地产蓝筹的速度开始明显加快。总体看,险资增持蓝筹低估值地产股已经在过去几年成为中长期趋势。这表现为越来越多的保险公司提高对地产股的持股比例,以及部分保险公司战略持有少数地产公司股份。

业内人士认为,保险资金投资房地产,除了直接收购上市公司的股票,或收购商业办公项目外,还可以选择直接参与房地产项目的开发。从政策上来讲,保险公司投资房地产的障碍已经消除,按照保险公司的万亿元规模和近几年的实际投资量来看,这方面的资金运用远未达到监管上限,所以未来发展空间巨大。

(中国证券报)

33家上市房企销售额同比涨超七成

三分之一公司涨幅翻倍 部分房企开始上调全年销售目标



张大为表示,地王是未来最大的风险,“一线城市成交已经开始放缓,部分热点二线城市成交火热,房价地价领涨。预期下半年,房地产调控继续因城施策,升级到一城一策,一旦信贷政策宽松不能持续,下半年,特别是四季度房地产市场面临压力较大。”

严跃进也认为,由于下半年政策收紧,房企可能在价格方面会相对谨慎,也会加快推盘,但降价的可能性是不大的,“另外,对于部分热点三线城市来说,预计不会这么快出严苛政策,所以反而会有继续涨价的可能。”

(据广州日报)

房企上半年业绩迎来全面飘红。数据显示,33家公布销售业绩的上市房地产公司业绩同比去年百分之百出现上涨,其中三分之一公司涨幅翻倍,部分房企开始上调全年销售目标。分析称,由于下半年政策有收紧可能,有涨价冲动的房企在价格方面会相对谨慎,也会加快推盘,但降价的可能性不大。

市场: 三分之一房企销售额翻倍

记者从中原地产提供的统计数据看到,33家官方公布销售业绩的企业业绩全线飘红,同比去年百分之百出现上涨。从销售金额来看,33家房企合计销售金额高达11525.72亿,同比2015年同期的6600亿上涨幅度高达74.6%,而销售面积也达到了9473.9万平方米,同比上涨51%。

而在公布销售业绩的房企中,同比涨幅超过一倍的企业多达12家,占公布销售业绩房企总数的三分之一强,金茂、碧桂园、时代、金地等房企均上榜。

而在成交均价方面,也出现了一定上调。数据显示,33家企业成交均价同比上涨15%。

房企陆续上调销售目标

在完成年度任务指标方面,记者发现,33家房企平均完成年度任务指标65%,而在企业内部,由于上半年为房企销售淡季,因此上半年销售任务一般为全年任务的40%。这是历史首次出现上半年平均完成指标过半的现象。

年度任务指标完成情况奇怪,房企开始陆续上调销售目标。销售业绩飘红,上市房企的业绩预告也上升明显。公开资料显示,截至昨日,25家公布半年报报告的房地产上市公司,合计有17家出现了明显的预盈或预增,除部分转型企业外,房地产的半年火爆已经全面出现。

业内: 下半年房企降价不太可能

据经济日报