所购房屋面积有变,开发商要求补款17000元

工商介入,购房者倒赚9000元

本报4月11日讯(见习记者 张汝树 通讯员 周悦) 11日,记者从周村区工商分局了解到,市民王先生买了一套70万元的商品房,因为附属小院面积发生变化,开发商要求王先生加17000元钱。经工商部门调解,开发商不再要求王先生缴纳小院款,并向王先生支付延期交房违约金9000元。

王先生介绍,2010年,他从淄博某房地产公司购买了一套价值70余万元的商品房。双方签订协议后,王先生就缴清了所有房款及相关费用。2012年1月份交房时,开发商却以商品房附属的小院实际面积比约定面积大了13平方米为由,要求王先生补缴小院款17000元。否则,就不给钥匙。

“辛辛苦苦一辈子的积蓄都扔进去了,到头来连钥匙都拿不到手,还要多交17000块钱,我是咋想咋憋屈!”和开发商交涉几次后,仍没有结果,王先生便投诉到周村区工商分局。

接到投诉后,工商执法人员对此事展开了调查,仔细研究了王先生与该房地产公司的商品房购买合同及相关的附加协议,发现在购房合同的附加协议中,明确规定小院的价格为68000元,合同中没有约定小院的面积和小院每平方米的价格。“消费者已经履行了合同的主要义务,开发商要求其补缴13平方米小院款的要求没有依据,其拒绝交房的行为属于违约。”执法人员认为主要责任在开发商。

经周村区工商分局多次协调,事情得到解决:开发商不再要求王先生缴纳17000元的小院款,向王先生交房,并向王先生支付延期交房违约金9000元。

10家宁夏景区来淄推介

本报4月11日讯(见习记者 石伟 姜文洁 通讯员 张春玲) 11日,“塞上江南·神奇宁夏”旅游推介会在淄博饭店隆重举行。据了解,宁夏共有10多家著名景区和20家旅行社参加了此次推介会,为宁夏在淄博做好旅游宣传。

“淄博离宁夏很远,但正是因为远,资源才有差异性,才有旅游的空间。”宁夏旅游局杨处长说,为了参加好本次旅游推介会,他们半年前就开始筹划,联系企业准备相关的宣传资料,并组织了近50人的宣传团队。此外,参加本次旅游推介会的宁夏景区也全部为3A级以上景区。

杨处长介绍,宁夏有大漠文化、回族文化、西夏文化,与山东文化迥然不同,但正是存在文化差异才有了广阔的旅游空间。宁夏沙湖生态旅游区营销主管王女士说,很多人对宁夏的印象往往是遥远、干旱、刻板,她们参加此次旅游推介会就是在宣传景区的同时,也把宁夏的新生活、新观念推广出去。

淄博旅游联盟监事长李忠介绍,宁夏旅游推介会给淄博旅行社一个近距离接触旅游资源的机会,有利于两地的景区、旅行社达成共识。他说,宁夏旅游在淄博市场是一条冷线,这次推介会串联甘肃、青海、宁夏旅行线路,为打造一条西部旅游热线做好准备。

◀宁夏的姑娘穿着回族服装向大家介绍宁夏的旅游圣地。

11日,记者在华光路与新世界商业街路口看到,南北方向的信号灯时间短暂,近50米的距离行人却只有10秒钟的通行时间。年轻人小跑过去刚好,年长或者抱小孩的只能站在路中央等下个信号灯,非常不安全。 本报见习记者 王康续 摄影报道

泰山啤酒构筑竞争壁垒

提供最优质的原浆啤酒服务消费者

本报讯 啤酒业得山东者得天下,说明了山东啤酒市场的地位非同一般。几大巨头基本上主导了中国啤酒市场,但价格战却一直没有消失。啤酒巨头们不断在终端投入高额费用,通过买店、专营的方式排挤竞争对手,希望通过这种方式“一劳永逸”地解决竞争的问题。当以这种方式实现品牌垄断销售后,带来的后果是消费者的话语权很微薄,最终也必将提高酒店终端的利益。当大众把目光聚焦于几大巨头之间的博弈时,泰山啤酒构筑竞争壁垒,在啤酒界竞争中选择了差异化之路,推出最优质的泰山原浆啤酒以大众价格投放市场,受到消费者的一致认可。

做为中小企业的泰山啤酒厂家,以产品、服务的差异化作为切入点,实行蓝海战略,通过价值创新来获取竞争优势,推出泰山原浆啤酒和黑麦啤酒特色产品,规避与其它品牌拼投入、抢终端的红海竞争,逐步建立竞争优势,构筑了三大壁垒:第一大壁垒是技术壁垒,特别是对中小型啤酒企业,泰山原浆啤酒花巨资引进德国生产工艺,同时不断进行工艺创新,攻克了原来只有冷藏储存、低温饮用的7天保鲜的原浆啤酒所带来的消费局限,新推出了常温30天保鲜的小原浆啤酒。同时,泰山原浆啤酒采用德国发酵工艺,不同于其它厂家酿造工艺。第二大壁垒是观念创新,大型啤酒企业不会跟随泰山啤酒的脚步,泰山啤酒走的是差异化路线-蓝海战略,企业的规模不对等,大型啤酒企业并没有在观念上给予重视。第三大壁垒是运营模式,泰山原浆所打造的运营模式对大型啤酒企业来说是一大挑战,为实现泰山原浆啤酒“极致新鲜”的承诺,泰山啤酒以迅捷的物流模式做保障,厂家直送各大酒店,确保让消费者第一时间品尝到极致新鲜、营养丰富的好啤酒。显然,这种围绕单一产品而进行的运营环节设计在现有大型啤酒企业的既有体制和策略下是无法做到的。

行业内专家表示,泰山原浆啤酒以其新鲜、营养等高品质特色大大区别于市场上的普通啤酒,以大众价格投放市场,其中一个重要的原因就是不会跟随其它竞争对手采取买店、专营等手段,将节省下来的费用让利于消费者。