

【老董直言】



开发商资质应有“承诺兑现分”

□董从哲

开发商遭遇普遍的诚信危机,这和很多开发商为了卖房,要花招忽悠购房者有很大关系。为此,建委等监管部门应尽到职责,让不能兑现承诺、丧失诚信的奸商,付出应有的代价。

不知道为什么,我一直认为不少开发商存在诚信问题,他们的口头承诺不能信。看到同事报道的新世界阳光花园幼儿园难产,我觉得这里面包含一个值得市民和政府部门警惕的问题。

当初这个小区开发建设时,开发商就向购房者说过“配套齐全,幼儿园小学完善,小孩子的教育不用担心”之类的话,还承诺“入住后即将建幼儿园”。但现一期、二期的房子几乎住满了人,却仍见不到他们的幼儿园在哪里。不管这家开发商是遇到了问题还是真心不想去建幼儿园,很显然对早期入住的业主来说,开发商失信了。其实不把自己的承诺当回事,一

心忽悠人买房子的开发商比比皆是。各种不道德的欺骗手段也屡见不鲜。有的空口许诺购房者的子女能上某某小学,有的答应入住不久就能办房产证,有的偷工减料,房子的质量都不能保证,更有甚者,为了筹措资金,不惜违法乱纪搞一房多卖……这些开发商的种种劣行,让购房者屡屡上当,长此以往,房地产开发商的整体形象必然每况愈下,堕落为奸商的代名词。

在开发商和市民的利益博弈中,政府监管部门,比如建委的尽职工作就特别重要。一个房地产开发商来济南掘金,获得经济利益的前提是,承担相应的社会责任,这种社会责任,首先就应该表现在言行一致诚信经营,简

单地说就是不要骗人、吹牛。政府部门不仅要对相关证照和销售许可的取得严格把关,还要严密监管这些开发商的对外承诺,不能由着这些人胡吹,坑害市民利益。开发商凡是在外地就有承诺不兑现甚至故弄玄虚坑害消费者利益劣迹的,在本地也有业主集体投诉或者被认为丧失诚信的,政府监管部门就应该予以诚信、资质方面的警告或评价,责令改正或者兑现承诺,对其将来的业务予以限制或者向市民进行及时警示,直至将其剔除出济南市场。所谓的开发资质,不能仅仅是技术性的,更应该包含诚信等方面的表现,让市民选择买哪家房时,有一个可以把握的标准。

【泉边说事】

让“微关爱”成就城市大文明

□韩桂香

近几日,笔者外出办事,在公交车上遇到两件小事,令我铭刻在心。那天大清早出门很冷,上了公交车后,车里人满为患,而一位小伙见我拎着很多东西主动起身给我让座,还帮我扶起靠座位的窗户;又一日笔者出去买东西,坐上公交车后刷卡,意外发现卡上没钱了,赶忙掏口袋找零钱,却只有十块的,这时前排座椅上的一个老人见状帮我投了钱,我连忙说“谢谢”,本想下车换零钱给老人,但他拒绝了,说小事一桩。

其实,类似的事情在乘坐公交车的过程中经常发生,让座也好,帮着投币、给人指路也罢,这些不仅是尊老爱幼、乐于助人的传统美德,也是我们这座城

市的良好风尚,传递的正是当下社会稀缺的正能量。笔者以为,这些小事虽然微不足道,甚至连让座者、助人者的名字都不知道,但这也是一种微关爱,如果人人都能这样谦让、热忱,在公共场所多些理解与宽容,遇事多为他人着想,心平气和地解决问题,那么社会就会减少戾气与浮躁,取而代之的是诚信、友爱、祥和。

值得一提的是,“微关爱”不在于行为的惊天动地,而在于是否贴心、温暖,可体现在社会的方方面面,比如,天气降温,银行早上开门后,能否让办理业务的市民进入银行等候;去医院看病、取药,如果遇到患者排长队,不妨临时

打开几个窗口;因为道路整修公交线路有调整,公交部门是否可通过手机短信、微信等告知市民,等等。从另一方面说,相关部门在一些细节上的人性化举措,既是以人为本、微笑服务的体现,也是一座城市的文明进步与人文关怀,当大环境变得温暖起来,也能带动市民不断提高文明素养。

总而言之,“微关爱”成就城市大文明,这是爱的传递,也是精神文明建设成果的共享。所以,每个市民都应从小事做起,在公共场所多些宽容与关爱,少些计较与自私,尽己所能地帮助他人,这样对下一代也是潜移默化的道德教育,何乐而不为呢?

位于济南西护城河的一个灯箱,已经破损许久,灯箱正前方玻璃破碎,灯管不翼而飞。从外观来看,大煞风景,有损“泺水棹歌”的高雅景致。

虽然是一个小小的灯箱,可是它处在风景区,竟然没有人理会,不能不有点遗憾。灯箱的所有者何在?城市的管理者看见没有?不可能发现不了,或者忙得连修理一个灯箱的时间都没有了吧。

设立灯箱是城市美化亮化的需要,也能给灯箱所有者做广告。精心经营每一个灯箱,既是灯箱所有者的责任,又是城市管理者的职责,如果经营者和管理者是一个主体的话,那么职责就更明确了。

【泉城快评】

破损灯箱该快些修复

□斗笠翁

笔者并非心疼这个灯箱的破损,主要是破损灯箱有损城市形象,与美丽的泉城风景不协调,令人有点不舒服。灯箱等城市设施的检修是一种常态性工作,修复破损的灯箱只是举手之劳,也就是管理者一句话的事,用不着复杂的研究程序。假如说不知道灯箱破损,只能说明管理者的责任缺失。

城市的美丽由若干元素组成,一个不和谐的音符都会影响城市的文明形象。城市的管理事无巨细,细微之处见管理水平。擦亮城市每一个角落,不给美丽的城市留下半点瑕疵,就需要多巡查,发现问题及时弥补,把美丽的泉城管理好,经营好。



齐鲁晚报V

http://weibo.com/qlwb

#如此投票#

@憨憨的大个子:同事的孩子参加一个比赛,作品入围了网络投票环节。主办方给同事孩子打电话,暗示让给自己的作品投票。为此,同事发动公司所有部门的人都帮着投票,本来孩子作品入围是凭实力,可主办方让参赛者投票的方式,有失公平、公正的原则,这样的比赛还有什么意义?

杠子头话题征集

22日,东方水岸小区有居民反映,小区大门两侧文化墙上的宣传画早已没了踪影,文化墙成了小广告的粘帖栏。街道办相关负责人称,早已打算重修小区内文化墙,大概一周之内就能重新贴上宣传画,但重修容易维护难。

曾经,省城众多小区、街道的文化墙让人眼前一亮,如今,好多文化墙都是内容一成不变,而且破败不堪。泉城文化墙该怎么建设,如何维护,请您结合亲历提出意见建议。

参与方式:加入QQ群107866225跟帖,或发邮件至qlwbjzx@163.com,也可登录微博齐鲁留言。杠子头将获现金100元奖励。

世茂国际广场热销5亿揭秘

京、沪、港投资客现身济南 市中心商业不动产备受追捧

世茂国际广场自今年8月份开盘便热销5亿,其中京、沪、港投资客成交达2亿,凭借如此佳绩,世茂国际广场一鸣惊人,成为济南商业地产中当之无愧的佼佼者,在2012年宏观调控的大背景下,全国楼市往日的红火被沉寂所代替,济南的楼市也已鲜有奇迹了。但在如此背景下,济南商业地产却一枝独秀,出现了以世茂国际广场为代表的商业地产项目的热销场面,不禁让人困惑,究竟是什么魅力能让济南商业地产在严寒下烧出一把火?



世茂国际广场效果图

“白菜价”诱惑 外地投资客捷足先登

伴随着“住宅限购令”的全面实施,在一线城市,不买房,更其靠得住久远的商业地产早已成为投资客们的主战场。一些更具眼光的投资客们,开始把目光投向投资潜力巨大的商业地产,并率先抢占先机。

在济南,外地购房者其实早已摩拳擦掌。世茂国际广场热销5亿,就有多地投资客购房,他们中不乏

一线城市投资客。“北京、上海最多,天津等地也有零零散散的购房者,基本上每周都会有外地客户到访。”

世茂国际广场8月份亮相,销售火爆高达5亿元之多,其中京、沪、港投资客近半,在济南商业地产市场遥遥领先。令记者关注的是,该项目“圈内开花圈外香”,在成交客户中,外地投资客占到近一半之多,不管是酒店式公寓、写字楼还是商铺购房者中,都能看到外地投资者的身影。

在限购、限贷双限政策之下,外地投资客如何在济

南如此大手笔?“世茂国际广场定位为商业地产,没有购买限制,而限购倒是其次,因为在一线城市,有大批的财富阶层和中产阶层,手中有大量闲置资金,他们具有强烈的紧迫感,早已到了投资商业地产的关头。商业地产价值洼地是城市济南,被外地投资客捷足先登,不足为奇。济南本地的投资者们该快点下手了,否则好的商业地产都被他们抢走了。”张泉笑着解释道。

市中心优质商业不动产 成为香饽饽

据了解,外地投资客来到济南,目标很明确,就是市中心优质商业不动产。

“济南泉城路相当于北京的皇城根王府井,在北京,这样地段的高档酒店式公寓,每平方米都在10万元以上,关键是没新房子可买。”来自北京的投资者王先生如此说。据了解,开发商的高

层领导来济南考察市场,看到市中心地段的世茂国际广场,当天就迅速下手买了一层写字楼。

“对于北京客户而言,这么核心的位置能买到世茂品质的房子,实属白菜价”。世茂国际广场销售经理张泉笑道。“世茂国际广场紧邻‘济南金领’泉城路,毗邻济南标志性建筑解放阁、泉城广场,周边还有黑虎泉、趵突泉、大明湖、千佛山,这样的地段,类似北京的王府井,上海的南京路,属于绝版黄金地段,这是吸引外地投资客追捧的主要原因。”

“一个优质的商业不动产,除了市中心绝版地段,领先的规划,卓越的产品和知

名的品牌,也是缺一不可。”张泉介绍。

在规划上,世茂国际广场借鉴世界知名商业区的成功经验,历经9年70多轮规划方案调整,宏阔既成。项目总建筑面积近40万平米,汇集5A写字楼、酒店式公寓、街区式商业、世茂百货、世茂购物中心、世茂影院、文化休闲公园等七大业态,传统与时尚融合,致力于缔造济南首个“复古至今的传世商业综合体”。

世茂国际广场目前在售产品包括酒店式公寓、BOMA会员写字楼、街区式商业三类。“酒店式公寓投资回报率高,5A写字楼是山东首家

BOMA白金会员写字楼,比肩纽约帝国大厦标准,街区式商业以400年传世商厦为核心理念,将媲美上海新天地。

该项目的开发商世茂股份也是名扬金圈,世茂集团旗下A股上市公司,中国规模最大的商业地产上市公司之一。世茂国际广场是其登陆济南的首个项目,其旗下的世茂百货、世茂购物中心、世茂影院、世茂乐城四大品牌将首次联手,同时运营,必将凭借雄厚实力以及多年商业地产经验,为济南乃至整个山东打造国际化城市新名片。(记者 记者)

贵宾热线:87679999

