

推盘潮拉开楼市“暖冬”序幕

11月上半月共网签667套,环比增长31%

尽管气温不断降低,但接近年末的德州房地产市场却呈现一幅“暖冬”景象。2013年即将收官,延续着“金九银十”辉煌的德州楼市丝毫没有入冬迹象。开发商仍在全力推盘,一些大型的房地产项目陆续开盘,部分老盘也相继加推,令楼市越发红火了起来。业内人士分析,未来德州楼市或将迎来量价齐涨的“暖冬”现象。

近日,记者在相关部门了解到,进入十一月,新房与二手房连续两周成交量呈上涨趋势。11月2日-11月8日,全市城区新建商品住房共网签销售308套(现房14套,期房294套),3.72万平方米,日均签约44套,比前一周环比上涨

4.76%。此前一周,德州城区二手住房共成交108套,1万平方米,日(工作日)均成交21套,环比上涨31.25%。11月9日-11月15日,德州城区新建商品住房共网签销售359套(现房12套,期房347套),4.05万平方米,日均签约51套,比前一周环比上涨15.91%。前一周,德州城区二手住房共成交114套,1.05万平方米,日(工作日)均成交22套,环比上涨4.76%。

除成交量以外,价格上也保持着上扬的趋势。在近日公布的全国百城价格指数报告中,75个城市环比上涨,24个城市环比下跌,德州房价在8月和9月连续两个月的下跌后,10月份房价则环比增长0.62%,住宅平均价格为每平

方米4905元。同样十一月份继续保持上涨的态势。“原本以为年末会降价,但是最近看到相中的几个楼盘销售得都不错,到最后好的楼层户型都被挑走了,还是尽快出手吧。”市民房女士告诉记者。据了解,自进入十一月份,不少楼盘认筹、开盘、暖场均取得不错的成绩。11月9日,绿城·百合花园认筹最高一万抵三万活动,当天认筹活动持续了三个多小时,现场捷报频传,共成功认筹600多套;华海湾·御景园一期盛大开盘,邀请“大衣哥”朱之文,“铁下巴”孙朝阳,“巨人”张俊才等明星悉数到场,当天4000多人到场,销售200余套房子,现场人气爆棚;唐人中心周周暖场活动,吸引

了不少市民前去游戏互动;万达广场殿堂级水岸华宅全城认筹暨奢装样板间盛大开放,当天,几百位心急的客户早已来到现场,登记、落座、参观、咨询,抢房的热情高涨。

记者采访了解到,1月份-9月份,120平方米-140平方米房源销售最多,相比其他户型位居首位,而在项目金牌户型中120平方米左右的户型占多数。“在前几年,销量最多的还是90平方米左右的房源,随着多层项目减少,高层的住宅建设,公摊相对地增加,人们热爱的户型逐渐从90多平方米增长到120多平方米。”置业顾问张先生说。刚需户型已经售罄,剩下的尾盘都是大面积的了。(楼市记者 贺莹莹)

楼市课堂

买二手房 三大常见纠纷

第一,因房屋买卖合同履行不力等情况产生的纠纷。

这类纠纷主要因房屋买卖双方主体不合格或合同标的物房屋瑕疵引起。常见情况有房屋的产权共有人未经其他共有人同意私自出卖房屋;职工不告知单位便把单位拥有产权的公房出售;房屋被列入拆迁范围等,导致房屋买卖合同的无效、无法交付履行或无法办理过户手续等法律后果,从而引发第三人或购买人将出卖人起诉至法院,并往往以中介公司存在过错为由要求其承担赔偿责任。

第二,因意向金或定金的处理争议产生的纠纷。

房屋出卖人在签订正式买卖合同前,往往要求购买人支付一定数额的意向金或定金,但若买卖双方有一方反悔,或就房屋的价格、支付方式、按揭、交易税费的承担等无法达成一致,意向金或定金的退还问题就有可能成为三方争执的焦点。

第三,因中介服务费的支付和计算产生的纠纷。

中介服务费用包括居间报酬(也称交易佣金)和必要的居间费用。一套房屋买卖成功需要经历寻找合适房源、明确初步成交意向、订立买卖合同等诸多环节。常见纠纷主要有因买卖双方私下交易(俗称“跳单”)产生的中介服务费纠纷;买卖双方一方中途退出引起的中介服务费支付和计算纠纷;买卖双方议价不成,引起的中介费要不要承担,谁来承担,承担多少的纠纷。(贺莹莹 整理)

串起冬日时光 共享甜蜜亲情

德州唐人中心周末精彩DIY 送您一个温暖初冬假日

“都说冰糖葫芦儿酸,酸里面它裹着甜;糖葫芦好看它竹签儿穿,象征幸福和团圆。”一曲老歌勾起了我们童年的回忆,转眼又到了吃冰糖葫芦的季节。11月16日,德州唐人中心特别举办“冰糖葫芦DIY”活动,带您体会薄脆酸甜的感觉,重温孩提时代的味道。

德州唐人中心位于德州市商业核心区域,三八路与东方红路中间地带,总建设规模

约58万平米,总投资25亿元。项目涵盖百货、超市、餐饮、娱乐、SOHO、公寓、商业步行街、高层住宅等,是标准的复合型城市综合体项目。

德州唐人中心紧邻德州最大的自然公园——锦绣川风景区,经由唐人专属的天桥长廊,不出唐人,即可漫步至河岸公园,让人们在感受繁华的同时,也能私享静谧。

据记者了解,德州唐人中心住宅、旺铺、写字楼全系产

品现已全部亮相,无论是唐人的住宅产品,还是唐人的旺铺产品,只要一推出,就一定会被抢购一空。人们的支持,当然源于对唐人价值的肯定,更凸显了作为德州正中心的德州唐人中心的无限前景。

正像唐人中心的广告语说的那样,这样的项目,不管是在德州还是在别的城市,“错过,再等百年!”

(楼市记者 贺莹莹)



双11 酷开TV销量创吉尼斯世界纪录

350.19亿!是今年天猫双十一购物狂欢节销售总额,再创历史纪录!
56272台是双11酷开TV销量!酷开TV成为双十一首个过亿彩电品牌,并一举夺得天猫双十一首个吉尼斯世界纪录。
意味着在硝烟四起的互联网电视市场上,酷开TV已奠定了自己的领先地位。

销总部副总经理杨孝骏、阿里巴巴集团副总裁、云OS事业群总裁喻策等企业高层以及吉尼斯世界纪录英国总部代表、杭州公证处公证人员共同见证了这一荣耀时刻。

据了解,酷开TV由创维集团联合阿里巴巴集团在今年9月10日联合发布的家庭互联网电视。该产品搭载了创维天赐系统和阿里云OS双系统,是互联网与电视机的跨界融合,通过内置聚划算、支付宝、支付水电煤等应用,打通了电视的支付环节,让互联网生活更为便利。

创维集团中国区域营销总部副总经理杨孝骏向记者表示,酷开TV自9月10日发布以来就受到消费者追捧,此次双十一酷开TV之所以能创造如此的销售成绩,得益于中国电子商务的蓬勃发展以及互联网生活进一步渗透到家庭,在这个时候,创维高调推出了专为家庭互联网而生的酷开TV,以迎合当下时尚的消费需求。“单日5万多台的销量等于一线城市一个大型卖场的一年销售量,这充分体现了广大



创造吉尼斯销量纪录的酷开TV

消费者对酷开TV的肯定,同时印证了家庭互联网时代的到来以及电子商务的力量。”杨孝骏如是说。

业内人士表示,销量被载入吉尼斯世界纪录,十分考验企业自身的真正实力。在此之前,其它互联网电视品牌也通过自己的渠道推出互联网电视,但其销售数据和吉尼斯这样的官方数据相比,缺乏说服力。酷开TV作为彩电巨头之一的创维与电商巨头阿里巴巴跨界融合的产品,在硝烟四起的互联网电视市场上,用真实可信的数据奠定了自己的领先地位。

另据了解,酷开TV销量创造吉尼斯世界纪录,在全球电视业当属首创,刷新了彩电在电商平台单天的销量纪录,并成为天猫双十一首个过亿彩电品牌,此举对整个电视行业来说,可谓意义深远,对市场消费信心的增长也可见一斑。

据杨孝骏透露,在近期,酷开TV还将推出新品,其后期市场表现,让我们拭目以待。



酷开TV双11销量创吉尼斯世界纪录