

城区多盘积极促销,相继步入清盘期

新盘接棒,蓄力下半年楼市

本报聊城8月5日讯(记者 张超) 尽管距离传统的“金九银十”销售旺季还有近一个月的时间,但城区多盘已加快优惠促销力度,部分楼盘开始提前清盘,在看似平淡的行情下,实则促销踊跃。同时,各片区内储备的新楼盘项目,也开始为接棒下半年蓄力。

上半年楼市,在裕昌·九州国际、华建1街区未大规模入市前,主力刚需盘仅阿尔卡迪亚北区以及星美·城市广场两个楼盘,主城区内位置优越的中高端盘成为整个市场的成交主力。6月下旬,高新区两大刚需盘新品房源的大规模入市,让片区成为置业者最为关注的焦点,中高端盘表现略显平淡。

进入第三季度,两大刚需盘开盘后进入短暂休憩阶段。部分中高端尾盘在楼市淡季纷纷推出清盘优惠,高调揽客。开发区丽水阳光·世纪城、御润·国际豪庭相继推出清盘优惠,丽水阳光·世纪城推出小房换大房的活动,形式较为新颖,也切实从改善型客户的需求出发;御润·国际豪庭推出5000元/㎡的特价房。当代·国际广场推出住宅部分四期15套顶层和一层的特价房,起价3980元/㎡。

城区中高端楼盘星光?水晶丽城推出顶层8折特价房。48套顶层房源,4128元/㎡起,与均价

5200元/㎡相比要低1000元/㎡。振兴东路上的锦绣家园项目在原有优惠的基础上,推出顶层最高优惠700元/㎡,20层以上的100平米三居室总房款优惠1万的新优惠政策。昌华·信合花苑推出部分房源最低9折。同处于建设路沿线片区的海源丽都项目虽未进入清盘期,近期也推出6套一口价房源,定价亲民。

荣盛·水岸花语7月份进行电商团购,优惠力度空前,剩余两居室75折三室8折。虽然可售房源户型、楼层等有限制,但房源走量十分迅速,在清盘阶段遥遥领先。

在传统销售淡季,刚需盘表现的非常淡定,6月底入市的裕昌·九州国际、华建1街区近期暂未有大动作。项目开盘之初推出的大批新品房源,前期积累的客户需求已得到陆续释放,市场需重新蓄客。

随着城区一批中高端楼盘进入尾盘销售期,市场上又将迎来大批纯新楼盘。从即将入市的纯新楼盘所在片区上来看,因高新区两大纯新盘已抢先在上半年入市,开发区、度假区、东昌府区均有望有新盘入市。嘉明片区经历了一年时间的沉寂后,下半年有人市计划,万豪臻品二期地块目前正在走土地出让程序。从即将入市楼盘定位上来看,主要面向首次置业者的购房需求,项目

目定位与片区一致。

主城区方面,电机厂地块裕昌·御园、天汇·中央公馆,新盘老面孔的钜宝·天城、华兴家园等,东南片区姚庄地块,松桂路南、平原路西地块目前也在走土地出让程序。西部片区的景盛·观澜一品上半年首批房源已公开认筹,开盘节点定了在下半年。开发区上半年表现略显平淡,推新力度相对较小。下半年,香格里拉·华粹园经过长时间蓄客后将有人市计划;辛屯、李太屯、大胡等优质地块意向开发企业已有初步确定。北部片区艾科·北郡将接棒艾科·水岸清盘,从前期规划上来看,沿周公河的部分规划为多层,后期开发普通多层还是中高端的花园洋房还未最终确定。度假区,面向首次置业者的民生·凤凰城首批房源已于上半年认筹,售楼处已开放。聊城一中新校选址片区后,片区关注度逐渐升温,项目的关注度也日益增加。

从纯新楼盘入市节点来看,多选择在九十月份或元旦前后。整个7月份,除中高端盘清尾外,其余楼盘表现平平。业内人士指出,今年的金九银十成交量有望呈现上升势头,目前楼市政策层面较为宽松,楼市价格下行空间不足,加之购房者入市心态的增加,可能选择在金九银十期间再度集中释放。

回顾>>

聊城7月出让18幅国有建设用地使用权

本报聊城8月5日讯(记者 张超) 纵观整个2015年上半年的聊城土地市场,经历了整个第二季度连续三个月宅地零供应、零成交的极度“静默”期。进入7月以来,聊城土地市场表现的也十分抢眼,十余幅宅地相继挂牌成交。

聊城市国土资源局网站土地出让公告显示,按照《土地管理法》、《城市房地产管理法》、《招标投标法》和《国有土地使用权出让国有土地使用权规范》等相关法律法规,遵循公开、公正、公平的原则,聊城市国土资源局7月份共公开出让了18幅国有建设用地,共计68.9826公顷。

其中包括普通商品住房用地14幅,总出让土地面积为55.5028公顷,占整个七月份出让土地的80.46%;工业用地2幅,总

出让土地面积为7.5108公顷,占整个七月份出让土地的10.89%;仓储用地1幅,土地面积为1.1163公顷,占整个七月份出让土地的1.62%;批发零售用地1幅,土地面积为4.8527公顷,占整个七月份出让土地的7.03%。

从地块分布的区域上来看,9宗地块位于东昌府区,3宗地块位于经济开发区,2宗地块位于江北水城旅游度假区,高新区本月暂未有宅地出让。

值得一提的是,在7月份政府公开出让的普通商品住房用地中,首次提出了竞得地块的个人或公司需建设提供一定面积的保障性住房或住宅安置房,并由政府以一定的价格回购。如2014-31#地块,政府要求“竞得人需提供1905平方米的保障性住房,政府以2890.9元/㎡购买。”

2500年熬胶史,千年品牌传承

东阿百年堂成就阿胶大品牌



提起阿胶,阿胶行业的元老级业内人士和食用阿胶几十年的老年朋友,都会不约而同地想到三个字——百年堂。有着2500年熬胶历史的东阿百年堂,仅用五年时间,就已成功缔造起自己的阿胶商业王国,如今,迅速发展中的东阿百年堂,正以更加矫健的步伐,迈向更高、更远的未来。

最古老:
熬胶史距今
已有2500多年

百年堂是国内最负盛名的阿胶老药铺,百年堂系公元550年北齐文宣帝高洋赐名,由后世闻名天下的百忍堂张公艺之父张兴受封,

迄今已经有1500多年的历史,追溯《百忍堂》张氏熬胶史,则可追溯到公元前486年(鲁哀公九年、楚惠王三年、越勾践十一年、吴夫差十年)张傅制胶,据考证,至今已有2500多年的历史了。

最地道:
国宝名坊
圣药殿堂

百年堂是中国最古老的阿胶老作坊,中国最正宗的阿胶文化传承支柱。百年堂在2500多年的风雨历程中,历代百年堂人始终恪守“老字号老地方老产品”,信誉至上,极其类似同仁堂古训“炮制虽繁必不敢省人工,品味虽贵必不敢

减物力”、“修合无人见,存心有天知”、“戒欺”古训,做到做阿胶力求“只求药料真实不惜重资,炮制之术再繁必求其精”做到百年堂阿胶产品以“黑如翳漆凝若脂,透如琥珀润如玉”而享誉海内外。

东阿百年堂生物制品有限公司,坐落于阿胶发源地山东省东阿县工业园区阿胶街,生产基地依托沈阳药科大学等科研单位积极研究、开发、生产以东阿道地阿胶为主的阿胶系列产品。百年堂率先提出东阿是“千年胶城”的“圣药基地”的概念,自身以“国宝名坊、圣药殿堂”为企业形象定位,“仁道德广,圣心济世”为企业宗旨,率先垂范把阿胶定位为“国宝阿胶,东阿名片,山东的形象,中国国礼,国人骄傲,世界的奇葩”的光辉形象,建立“采办务真,修治务精,为商务

诚,为人必信,言出必行。

CCTV《影响力对话》栏目是中央电视台重磅推出的一档大型中国企业梦想秀节目。其全方位展示对话嘉宾的品牌梦想,传播产品、品牌、项目等的成长发展历程的高端访谈类节目。《影响力对话》栏目受邀嘉宾无一不是具有行业影响力的优秀企业家,其展现企业品牌形象,分享企业成功经验与成就,从而引领更多优秀的民族品牌发展壮大。不久前,东阿百年堂集团董事长王博先生与其夫人桂会琳女士受邀到CCTV《影响力对话》栏目做客,讲述百年堂的发展历史,分享企业成功经验,并针对阿胶行业发展与著名节目主持人杨一女士做了深入的访谈交流。

此外,CCTV--10台---发现之旅频道《筑梦中国》栏目还推出专题,展现百年堂阿胶的创业发展和品牌产业的宏大理念,该节目除在10台播出外还在新华网新浪等十几家官方网站上展播。

最诚信:
五年铸就微商
诚信大品牌

董事长王博先生白手起家,凭借自己的双手,编织出了中国万千家庭的健康,他将传统滋补养生产品阿胶真正做大做强,并打造属于自己的事业王国——2009年建立的东阿百年堂生物制品有限公司,专业制造、销售阿胶。在王博先生的带领下,2014年双十一百年堂在天猫销售中阿胶板块排名第一、滋补板块排名第二,百年堂品牌销售额800多万,旗舰店单店完成了527万的销售额。近年来生产

的极品阿胶——血珀天胶也是堪称一绝!并于2015年6月26日获得了“2015年中国微商诚信品牌大奖”。

在受CCTV《影响力对话》栏目访谈期间,王博先生与桂会琳女士与主持人杨一展示分享了百年堂极品阿胶——血珀天胶。此胶对着阳光看去如同血色琥珀,胶质细腻,通透润红,把手指放到胶片后面,看得到手指的透影,闻起来胶香清纯,没有一丝丝皮制品腥膻的味道,掰断后,断面如同冰种血翡,光滑透亮,据称若存放三年后,胶片会自然龟裂,出现景瓷才会有冰裂奇观,若存放10年,在胶片上就会看到鸡血玉一样的血丝细纹。

一千多年前“百年堂”的命名似乎在冥冥之中奠定了它即将传承千年的非凡历程,在一千多年的传承过程中,百年堂阿胶的名气始终伴随着他的创始人张傅舍身为民的气节而传遍了,中国,世代受人敬仰。而今天的人去看重建后的百年堂品牌时,依旧会惊奇地发现它的这种以人为本的风格已经根深蒂固,百年堂的品牌始终是以一种传承道德及品质为基础人性化标志。在董事长王博先生及其夫人桂会琳女士的带领下,东阿百年堂成为了阿胶行业当之无愧的新贵!

东阿百年堂销售有限公司:
0635-5151001 5151002
聊城办事处(仓储):聊城市卫育北路14号

(杨淑君)

