

挑战与机遇并存 金九月,值得期待

楼市旺季“金九”启幕,对开发商而言,这是冲年底业绩的最佳时期;对购房者来说,也希望获得更多实惠,淘到心仪房屋。火热成交在九月能否持续?业内人士表示,开发商姿态很重要。随着九月份新楼盘入市和老楼盘加推,优惠的购房政策和价格是打动购房者的不二法宝,也是实现金九月丰收的保障;如果房价短期内出现过大的涨幅,必将招致政策的进一步从紧,购房者也不会买账,开发商将陷入更加艰难之中……

开发商扎堆开盘 对“金九”预期较高

从9月1日开始,中海城·棕榈湾、富泰国际·中央公园就率先打响“金九”第一枪,中海城·棕榈湾二期花园洋房低调开盘,高调收官,实现百分百解筹率;富泰国际·中央公园举办新闻发布会,标志着富泰国际·中央公园商业的正式起航。

为迎接教师节,美信·海公馆为辛勤工作的老师们献礼。优惠活动截至9月10日教师节当天,凡滨州教育系统工作人员持教师资格证或教育系统员工证明文件到楼盘营销中心购买2号楼指定房源者,最高可享54000元/套巨额购房优惠。

本月中旬,大祥·金廷公馆商务写字楼也即将耀世登场,宜商宜居,开创滨州首席全能型6A商务楼。据记者了解,除了大祥·金

庭公馆,中央公园、上海大都会、富安国际等楼盘的商业也随着楼盘工程进度的推进,陆续启动,成为滨州“金九”房产市场的一大卖点和亮点。

楼市热销能否延续 价格仍然是关键

尽管大多数房地产商都期望“金九”好好“秋收”一把,改善上半年业绩“增收不增利”的局面,

然而综合上半年滨州房地产市场的成交情况来看,房价大幅上涨的可能性微乎其微。如果开发商在价格上不做让步,可能出现购房者不买账的情况。

与开发商的满怀期待相比,购房者对“金九”楼市的态度依然谨慎。据调查数据显示,在所有影响购房者出手置业的原因当中,价格以及楼盘位置、交通占据了最主要部分,其中房价的因素最为重要。在受访买家当中,有接近

35.6%的人首先考虑的是房价,其次才是楼盘所处的地段和交通。

“市场的博弈情绪有增无减,开发商唯有继续推出实质性降价优惠才能打破僵局。”滨州西区某楼盘营销负责人表示,目前楼市相对乐观的局面是以价换量的结果,开发商只要在价格上做一些让步,购房者马上就会跟进;如果价格坚持不变或者小幅涨价,购房者就不买账了。

(楼市记者 孙蕊)

楼市情报站

买家具看一木

青岛一木家具滨州旗舰店6日盛大开幕



欲购家具的市民驻足高领系列产品展示区。图为本报记者 吝海滨 摄

本报9月9日讯(通讯员 刘晓君 记者 吝海滨) 9日,被国家商务部认定为首批“中华老字号”企业的青岛一木家具滨州旗舰店在滨州银座家居盛大开幕。精心设计的展示区、五大系列家具产品的陈列、客户休息区等吸引了广大市民的驻足和购买。

据了解,青岛一木集团有限公司始建于一九五三年,至今已有60年的企业历史文化,企业在多年的发展道路上,曾荣获国家、省、市有关部门颁发的各种奖励和荣誉称号,“山东省名牌”、“青岛市名牌产品”、“绿色装饰产品生产企业”、免检单位等等集于一身。而青岛一木家具入驻滨州也是有着近20余年的历史,此次重装开业,更是引进了高端的高领系列家具。

高领系列源于高层建筑,是以中国庄形文化为主题,整合欧式现代文化元素,兼并自然、厚重、精致和简洁。真实的实木质感,以返璞归真的木作手法,追求家具的文化品位和优良品质。记者在展区看到,高领系列家具产品纹路雕刻精细,用手触摸木质感较强,整体感觉现代气息浓重,但却不失其文化内涵,也确实是在文化的沉淀中升华了时尚的品位。

青岛一木家具滨州旗舰店现有5大系列家具,除高领系列外,还有汉源居系列、爱琴海系列、领域系列、嘉美居系列,5大系列风格上各有千秋,分别适合不同年龄、不同品位的各户。系列上的多选择性无非也是青岛一木家具吸引客户的另一亮点。

“买房那些事”征集令

“买房那些事”专栏长期征稿,作品一经选用,均有奖品赠送。
投稿邮箱:surr007@163.com 记者热线:18654399012

在我们的身边,每天有多少购房故事正在上演。齐鲁晚报·今日滨州推出《买房那些事》专栏,聚焦每一位买房人,听他们讲述买房路上的点点滴滴。无论是为买房付出无数心血的那种心酸,还是看到梦想中那套房时的那种喜悦,抑或是看房过程中发生的那些趣事,晒晒房子的最新靓照,这些都是最原生态的买房故事。

相亲筹码

文/梦芝

娜娜是一个县城里的女孩,今年二十五岁了,人长得苗条清秀,只因一心攻读硕士,所以还没有男朋友,马上就要归于剩女一族,因此她成了父母和亲戚朋友们关注的对象。大家一致决定,让娜娜相亲去。

娜娜虽然有些不情愿,却也拗不过他们,只好听他们的安排。因为娜娜在省城工作,所以相亲对象都是在省城生活的男孩子。几轮相亲下来,娜娜感悟最深的就是房子比起爱情要重要很多。

第一个相亲对象是虽然是农村人,但长得又高又帅,而且还是博士生,加之他的父母在省城给他买了一套房,这让他心理上很有优越感。第一次见面,他便开门见山地对娜娜说:“你嫁给我最有福,因为我在省城有房子。”娜娜闻言无语,如果两个人无法沟通和交流,即使住在金碧辉煌的皇宫又能幸福吗?

第二个相亲对象是土生土长的市里人,长得又矮又黑。见面那天,他一眼便看上了娜娜。看娜娜有些不中意自己,他直接说:“你别看我长得丑点,但是我家在南城四环内有两套房。凭我这条条件,有好多漂亮姑娘都追求我呢。”娜娜听了

哭笑不得,她想,自己只是想要找一个老公,而不是要嫁给两套房。

第三个相亲对象是一个在省城开公司的外地人,见第一次面的时候,他也提到了房子。他说:“我有两套房,结婚后,咱们住一套,租一套出去,这样你就可以不工作我也能养活你。”娜娜听了这话,很是感动,也对这个男人多了几分好感。两个人开始了交往。

谁知在快要谈婚论嫁的时候,这个男人说了一句话:“这房子是我买的,将来你父母来咱们家短住行,常住只怕不合适吧。对了,我父母只有我这么一个孩子,将来肯定是要和咱们一起住的,你要对我父母好啊。”娜娜听了这句话,心头一凉。房子是他的,将来就只能孝敬他的父母,而自己的父母就要抛在一边,这是什么逻辑?她当即与这个男人断了所有关系。

现在,房子成了所有年轻人迈进婚姻的一个门槛。如果把房子和爱情拿到天平上称量,我们甚至会发现,房子的分量远远大于爱情。如果婚姻的重心不是感情而是房子,在这种情况下,即使走进婚姻,又能获得幸福吗?

平安车险携巨型热气球飞临滨州

热气球飞行,凭借其安全、低噪等特点,深受世界各地的爱好者青睐。在中国,热气球飞行还是一个新兴的体育运动,市民平时鲜有接触机会。

9月8日-9日,平安车险“平安生活 驾享人生”活动在滨州市影剧院广场举行,在现场,最吸引眼球的正是一只高达27米的巨型蜜蜂形象热气球。随着两条3米高的火龙喷薄而出,巨大的气球外衣逐渐胀满,球体缓缓升空,场面甚是壮观。

据了解,凡现场投保车险或参与互动问答的观众,就有机会乘坐蜜蜂热气球,在空中俯瞰滨州美景。在活动现场的车险体验区中,

平安车险的专业顾问还为客户提供量身定制的车险投保建议,任何与车险有关的问题,都在现场得到了专业解答。同时,现场还设有车展区,供现场市民参观体验。

车主张先生在现场用了几分钟,体验完网上续保车险后,就带着家人一起乘坐热气球飞了起来,张先生的儿子小张在空中兴奋不已。落地后,张先生表示“最近正好要买车险,看到有活动就过来体验了一下,这还是第一次乘坐热气球飞行。”

当问到为何使用蜜蜂作为热气球的主形象是时,平安直销车险相关负责人表示:蜜蜂形象其实代表着“蜜蜂服务标准”,这是今年6月

刚刚推出的。据介绍,“蜜蜂服务标准”是把平安直销车险从投保、到理赔、再到救援的所有服务环节,进行了标准化规范,力求为车主提供更加“专业、便捷、实惠”的车险服务,为车主带来最甜蜜的车险使用体验。

“专业快捷”是“蜜蜂服务标准”的核心,车主通过拨打4008六个零、登录4008六个零.com,或安装手机软件等方式,都可随时随地获得量身定制的车险投保建议,并能快速完成支付,保单快速到家,使每位客户每年用在车险投保上的时间,压缩到30分钟之内。

值得注意的是,在蜜蜂服务标准中,平安直销车险提出了“先理

赔,再修车”这一服务,意味着车险行业惯行了几十年的“修车后理赔”流程已被彻底颠覆,今后车主不用再等待漫长的修车过程,即可拿到车险理赔款,免去了自己垫付修车款的麻烦。

平安负责人介绍说:“传统理赔流程从报案、修车到赔款平均要30多天。这里的大部分时间都浪费在修车环节了,所以平安提出先赔付再修车,通过优化流程把理赔速度提升了10多倍,目前平安最快的理赔速度记录,从报案到赔款只用了14分钟。”在滨州热气球活动现场的一段视频中,讲述的正是一个“先理赔 再修车”的真实案例。

一位刚从热气球中走下来的



车主表示“这次续保选择平安,就是看中了平安的理赔服务够快。”由此可见,优质的服务正在逐渐成为消费者选择车险产品的关键考评指标。