

谁在买豪宅？

对于一些具有投资眼光的投资者来说，购买顶级豪宅早已不是什么新鲜事。财富人群消费豪宅的动机是什么？购买豪宅又需要多少真金白银？

揭秘豪宅消费动机

对于一些具有投资眼光的投资者来说，购买顶级豪宅早已不是什么新鲜事了。除了价格之外，豪宅房产在许多方面都对投资者有着不小的吸引力。笔者调查发现，目前豪宅70%的购买者以商界人士、尤其是民营企业家长为主；20%为高级管理者、500强企业中国区高层、金融投资领域精英；10%为文化名流、知识精英及社会各阶层杰出人士。

富商阶层是中国豪宅购买的绝对主力。制造业、外贸、金融这三类资本丰厚的行业，购买豪宅的比例近年来显著上升，同时也是构成豪宅消费的主体。在购置品质上，他们更注重细节上的打磨，关注点是高端产品所带来的身份象征意义和等级符号。

在房地产市场，高端不动产因需求大于供给，具备奢侈品的属性，成为

深受避险资金青睐的品种，在楼市政策调整之际，其价格、销售速度所受影响相对比较小。投资豪宅，正是抵御通胀和追求收益的最优选择。

实力精英提升居住品质是真实意图

实力精英型群体购买豪宅的目的在于体现实力、彰显身份，品牌是其考虑的首要因素。购买一套豪华、大气的豪宅本身就是身份和成功的体现。实力精英型消费者多以年轻人为主，绝大多数是企业、公司的决策管理者或者是所有者。高学历、事业成功、经济基础雄厚、商务交往频繁，是他们共同的特点。因此需要与身份相匹配的高档居所，一方面体现自我的实力，增加商务交往的筹码；另一方面，这一群体购买豪宅的主要目的就是享受，他们懂得品质生活，追求与众不同，在

他们眼中，住所是满足自我个性的私人领地。

显性富豪用豪宅印证财富地位

在笔者对高端住宅业主的采访中得知，民营企业家长不仅是主流高端产品的有力消费者而且购买欲望最为强烈。原因在于，这些民营企业家长对财富支配最为自由，不用顾虑方方面面，在各大银行上他们希望通过高端项目来映衬自己的身份和地位。

民营企业家长对于居住的最根本要求是奢华二字，对资本投放是放心二字。在民营企业家长看来，一掷千金于高端公寓、豪宅才有安全感，公寓、豪宅的投资属性更强。他们对豪宅的消费能力惊人，而且基本上是一次性全款付款，虽然他们与一些豪宅品牌的目标客户不太对位，但却是高端住宅的实力买家，而他们对居住要求的不断升级正是豪宅发展的幕后推手。

部分超市不按要求存放

当心冷藏食品保质期“缩水”



◀ 在常温环境下销售的酸奶。

▼ 酸奶的保质期要求。

本报济宁10月22日讯(记者 庄子帆 何泉峰) 到超市购买食品时，多数市民会留意食品的保质期，不过，对于这保质期需要的贮存条件，关注的市民并不多。22日，记者走访济宁市城区部分超市发现，一些外包装袋上明文规定要求在0℃至6℃环境下冷藏的火腿、酸奶等食品被放在常温环境下销售。

22日，记者在共青团路附近的一家超市内看到，各种口味的火腿摆在了超市内的显眼位置进行促销，一款无淀粉的火腿原价15.8元，现价卖到11.9元。记者发现这些火腿并没有按照外包装袋上要求的在0℃-

4℃的条件下进行冷藏。在另一处酸奶摆放区域，同样没有按照2℃-6℃的贮存条件放在冷柜里，而是直接堆在了由二十多个纸箱子拼成的桌子上。

在洮河路上的某家超市里，“包装上标注的贮存条件是2℃-6℃，这样放在外面不会变质吗？”面对记者的问题，该超市酸奶专柜的一位工作人员只是笑着说，现在天气转冷了，室内温度也降了，放在外面不会产生质量问题。但记者看到，该超市的工作人员们仍然穿着短袖，室内温度并不低。

“不按照外包装袋说明上的规定保存，违反了《食

品安全法》的相关规定。”济宁市工商局中区分局消保科科长霍长斌说，像火腿肠、酸奶等这些容易变质的食品必须要严格按照食品包装上标明的保存条件进行保存，不按照要求保存，是不允许销售的，而且食品的质量不能够保证，会出现在保质期内也会变质的情况，尤其是酸奶。“脱离了食品规定的保存条件，食品的保质期会缩短，这个时候就不能拿包装上的保质期来做标准了。”霍长斌提醒消费者，在购买食品时，存放环境是否符合外包装袋上的贮存条件，直接放在常温条件下促销的冷藏产品要谨慎购买。