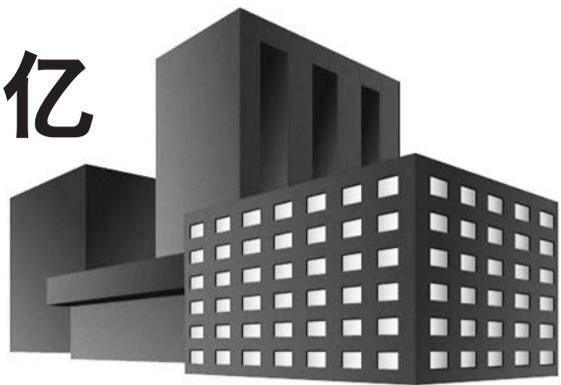


# 前11月全国楼市销售超5万亿



中国指数研究院近日发布的《2012年中国房地产市场总结与2013年展望》显示,今年前11月,全国商品房累计销售额为53526亿元,预计明年整体市场好于2012年,全年增速前高后低。

## 一线城市复苏最明显

报告显示,2012年1-11月,全国商品房销售面积与销售额均同比增长,累计销售额为53526亿元,同比增长9.1%,自今年8月起由下降转为上升且增幅不断扩大,累计销售面积为91750万平方米,同比增长2.3%,为今年以来首次同比上升,但增速低于去年同期(销售额和销售面积增速分别为16.0%和8.5%)。

单月来看,全国商品房销售额、销售面积分别在6月和7月结束了2011年四季度以来的持续下降,保持同比上升且增幅扩大,11月增速分别为38%和30%,是今年单月最高水平。

2012年1-11月,各类城市成交量均有所增长,其中过去两年受影响程度大的一线城市回升力度

最为显著,同比增长36.5%;二、三线城市同比分别增长28.6%和15.3%。与历年同期相比,各类城市月均成交量均为近五年来仅低于2009年的次高水平,其中一线城市与2009年同期相比降幅超过40%,二线城市下降11.7%,而三线城市基本与2009年水平持平,仅下降2.6%。

## 十大房企销售涨两成

报告显示,2012年前11月,十家企业累计销售总金额为6203亿元,同比增长20%,比2010年同期增长41%。十家代表企业销售业绩上半年逐月上升,销售额在6月达到全年峰值,为793亿元,下半年继续稳定在较高水平。

在调控持续深入的背景下,2012年标杆房地产企业的应对策略也日趋分化,万科、保利、中海和恒大等全国性品牌企业依托广泛的市场布局,成熟丰富的产品系列,继续强化对主流市场的覆盖,并适时优化价格与推盘策略,

在多个重点城市取得了良好业绩。万科、保利坚持聚焦刚需市场,积极调整产品结构,在天津、广州、长沙、武汉、成都、南昌等城市重点打造的中小户型、低单价、低总价项目均实现了热销。而保利更是在各地适当加推中高端产品以进一步助推业绩增长,全年销售额有望突破千亿。

此外,金科、融创等处于快速发展阶段的标杆房企,继续强化对核心布局城市的深耕,在细分市场打造特色产品与品牌,市场地位不断提升;融创打造的城郊高端项目凭借稀缺的自然资源,低密度景观在重庆高端市场表现抢眼,销售额较去年实现了翻一番的良好业绩,并依靠领先的市场份额,跃居重庆市场前三;金融街凭借优越的地理位置,精确的市场定位在重庆实现了热销,并依靠优质的产品,在重庆市场得到持续稳健的增长,跃居该市市场地位前十。

## 明年下半年增速将明显回落

值得注意的是,12月16日闭幕的中央经济工作会议精神,“继续坚持房地产市场调控政策不动摇”,报告预计,明年保障房建设和土地供应仍是中央增加供给、缓解房价上涨预期的重要手段,同时总结房产税改革经验,适时扩大试点范围,以推进房地产业长效机制完善。

报告预计,随着宏观经济的复苏,2013年商品房销售额将继续回升,商品房销售面积也将延续2012年的增长势头,增速略有放大。预计明年上半年商品房销售面积占比将比今年提高3个百

分点,达38%,同时受基数因素影响,明年商品房销售面积增速将呈现前高后低。预计2013年上半年商品房销售面积同比增长14.8%,销售额同比增长23.9%,下半年增速明显回落,销售面积同比增速降至0.7%,销售额同比增速降至8.2%。

此外,在供应方面,报告预计明年销售好转促进投资开工企稳回升,但受基数大和保障房贡献下降影响,增速不会十分突出,预计明年全国新开工面积增速止跌反弹,同比增长9.6%,房地产开发投资额同比增长17.1%,增速与2012年基本持平。(地产中国网)

## 儿童家具新国标提示儿童家具非“儿戏”



“昨天我带5岁的宝贝去买儿童家具,但是在几个大型商场都发现还有很多直棱儿童家具在销售,国家不是已经有新标准了吗?为什么商场还没有改进?”有市民给记者打电话询问。

自2012年8月我国首个儿童家具强制性国家标准《儿童家具通用技术条件》开始实施,对于3-14岁儿童所使用的家具,有了区别于成人家具的国家标准,国内的儿童家具市场

就起了不小的骚动。商家们有借机宣传,也有借机大做文章。

4个多月过去了,“新国标”在各地区的实施情况怎样,记者了解了不同地区的不同国内知名名牌儿童家具专卖店,发现销售人员虽然对新国标有一定了解但不全面,消费者在购买儿童家具时对新国标知之甚少,部分店内仍有不合规规定的旧产品出售。据记者调查,现不少品牌以符合新国标标准而纷

纷开始涨价,反而那些国际品牌在价位上变动不大,如某丹麦著名国际品牌,其全进口的产品都经过国外更为严苛的标准,所以新国标的出台并未对其产生任何影响。

为了消费者能更有依据地挑选儿童家具,以下3点标准,消费者可在购买产品时借鉴:

### 一、防止家具对儿童的碰撞伤害

儿童家具产品不能存在危险锐利边缘及尖端,

离地面高度1600mm以下位置的可接触外角,棱角及边缘部位需经过倒圆或倒角处理,如存在危险突出物,需添加保护帽或罩,加以保护。

### 二、防止儿童进入家具内部造成密闭伤害

为了避免儿童藏匿在柜箱类家具中时间过长而窒息,标准要求儿童使用的柜体类封闭式家具应当具有一定的透气功能。只要封闭空间连续大于0.03立方米,内部尺寸大于150mm的家具,应设通风开口。另外,此类家具的家具门或盖板不应配有自动锁定装置。

### 三、家具材料中有害物质限量

《儿童家具通用技术标准》对家具表面涂层的镉、砷、钡、镉、铬、铅、汞、硒等进行限量,相比成人家具标准增加4种。皮革和纺织面料中的游离甲醛必须低于30mg/kg(高于成人家具75mg/kg的标准),同时禁止使用可分解芳香胺(成人家具标准没有要求)。此外,还对塑料中的邻苯二甲酸酯限定在0.1%以内。

记者提醒消费者选择可以信赖的知名品牌,多一份保证,就能为孩子获得多一份保障。

## 无论房价降不降

这七种人还是买不到房,你怎么看?

长期以来,房价是“乱花渐醉迷人眼”,而老百姓们则是“为伊消得人憔悴”。一边是国家的调控政策的轮番轰炸,另一边房价非但没有下降,反而节节攀升。这让很多购房人看不懂、猜不透,更加乱了阵脚。究竟是现在就买,还是再等等,等到房价回落?

一句话:没钱就别买房,买房了就别后悔!房子不一定要买最好的,合适你的就可以!但有很多人不明白这个道理,依然在市场中踌躇犹豫。

1.永远觉得房价还会跌的人。这些人天天就在盼望崩盘,最好是开发商把房子都造好了再倒贴给他,在等待奇迹发生的梦中人!

2.永远总是慢人一拍的人。看房的时候,这好那也好一到关键时刻就磨磨唧唧,当断不断,犹犹豫豫,总是等机会过去了再懊悔的人。

3.永远都不相信开发商和中介的人。这些人永远都以自己为中心,宁肯自己负天下人不能天下人负我!世界上没有纯为人民服务的开发商也没有永远坦诚的中介,毕竟大家都是做生意要吃饭的,关键是你怎么去看怎

么去对待!

4.永远总是看而不买的人。这些人不是不想买,而是总想多看几套结果一看就不可收拾,房子总是越建越好,价格却也越来越高,好不容易看好了一套一问价格傻了,怎么和我当初看的价格差这么多呢?

5.永远相信专家的话的人。孰不知那些天天喊房价要跌的专家其实一边在喊跌一边却在到处抄底,试问下那位专家不都是有好几套房子?如果房价靠那些整天就知道吹牛皮的专家能跌下来,那……那你相信吗?

6.永远都在等待房价跌到谷底的人。这些人就跟炒股票一样,天天在等抄底,可是又有几个能知道谷底在哪呢?

7.总想买套十全十美的房子。这些人往往口袋里都没几个钱,所以总想把钱用在刀刃上!实际上有见过十全十美的房子吗?结果在看了N套房子后终于觉得累了困了,明白了房子原来是不能没有缺点的,在遇到一个黑中介或者是黑心开发商拼命地忽悠下一头就栽进去了,最后就整天在家里怨天怨地怨人!

## 实木复合门还是实木门?行家教你辨别

近日,记者接到了读者王女士打来的咨询电话:最近想买木门,可到市场上一问,有的商家说自己的是实木门,有的说是实木复合门,但是价格差距却很大,从几百到几千都有。请问,怎样才算真正的实木门?原木门、实木门和实木复合门的差别在哪?

本刊记者就此咨询了森博建材馆的王主任:按国标规定,门一般分成三大类:一类是原木类别,里外都是用木料方料,不含任何人造板,包括指接板,采用斗榫工艺制作,并且里外是同种木料;一类是实木复合类别,国标规定里面要采用满心或接近

满心的木料或指接板,外面再加防裂层贴木皮,这类门简称实木门;还有一类是空心框架结构,加入填充物质,而市场上很多商家把这种框架结构的门也介绍成实木复合门,这是不正确的。按国标,这类门的正确说法应该叫空心夹板门。很多几百元的所谓实木复合门,实际上是空心门。

同样的实木复合门,也有不同的工艺:一般分成贴板门、整装门、拼框(装板门)等。其中贴板门成本最低,但是效果较差;拼框(装板门)采用原木同样的斗榫工艺,成本最高,但是效果最好,完全可以达到甚至超过



原木门的效果。消费者在购买时,一定要求商家在订单上写清楚这个门属于哪个类别。买实木复合门,就写

明实木复合,而不能光写复合门,这样一旦发现商家有欺诈行为,消费者才有证据进行维权。