

“末班车效应”搅热二手房市场



本报记者 黄晓娟 文 宋 晔 图

郑州市房管局11月前18天的数据显示,二手住房交易量达到1641套,比10月份756套的销售量多了一倍还多,平均每天交易92套,18天成交量超过过去一个月的总和。

业内称,正是二手房优惠政策即将到期的传言,引发了房地产市场的“末班车效应”。

营业税是40万元×5.5%=2.2万元。他预计,12月份出现二手住宅价格过高或成交量猛涨的机会不会太大。“二手房的价格目前在每平方米4000元到5000元,已达到了2007年的最高峰,所以,二手住宅房价可能会平稳上涨,不会出现大起大落的状况。”此次房产优惠政策的结束,卖方肯定会把税收转嫁到买方身上,增加买方的负担。

最终成本转嫁给购房者

对于住房转让营业税优惠政策终止,河南财经学院教授刘社认为,这将对短期炒房投机形成抑制,增加炒房者的投资成本。

一位业内人士表示,二手房市场多是卖方市场,一般交易费、税费等相关费用都是买房的人掏。如果二手房营业税恢复原来的政策,那么多掏的这笔钱还得买方掏。所以不管怎么样,卖方都不会着急。

如果真是这样,二手房价贵了,还会有不少人把目光转向商品房,那样房价是不是又会上涨呢?

有专家预测,营业税优惠取消将使投资者减少入场,税费的增加也会使自住需

求买家在新增税费与高房价之间形成观望,二手房市场将在年前升至历史顶峰后呈现成交量及成交价格双下调。

明年或现楼市低迷

王宇飞认为:“营业税优惠或将终止,于是北京、上海、广州等城市都出现了恐慌性购房现象。但这种现象也仅是一种正常的消费反应。”该分析师认为,一旦二手房成交量回落速度与幅度过大,将会对明年房地产市场产生极大的负面影响,尤其取消营业税优惠之后,不排除成交量再次步入低迷。

他指出,营业税优惠能平抑房价,但取消营业税优惠并不一定会对抑制房产价格的上涨起到明显的作用,原因是房价的上涨并不是二手房交易活跃造成的,恰恰相反,正是二手房市场的活跃对于新房价格的上涨起到抑制作用。

多家中介机构认为,一旦二手房的交易受到限制,缺少二手房定价的制衡,将使开发商更加强势。今年以来,由于新房销售良好,开发商资金充裕,未来新盘的定价将更加有待无恐。

优惠末班车促交易量大涨

据本月郑州市房管局公布的郑房指数显示,11月,郑州市市区住宅二手房共成交2857套(间),达到今年的最高峰。住宅二手房均价为每平方米3437元,较上月每平方米降了38元。

昨日,记者来到建设路与百花路交叉口的房地产大厦。“最近二手房过户窗口特别火爆,12月以来办过户手续的每天达200套左右,平时一天几十套。”郑州市房管局有关负责人介绍,估计近期二手房过户会大幅度增长,西区周六也不休息。

“二手房岁末上演疯狂主要是因为市场传言救市政策到期所致。”郑州市二手房交易管理中心负责人李巨波称。

记者近期从郑州部分中介公司了解

二手住宅交易成本将增加

根据国务院此前的有关规定,今年1月到12月底,“房龄”在两年以上的二手住宅,都免征营业税。那么,此次恢复为“5年以上房龄的才免征营业税”之后,市民买二手住宅的成本会大幅增加吗?

“交易成本当然会增加。”21世纪不动产郑州区域分部运营总监王宇飞举例说明:一套80多平方米的住宅总价40万元,

中原家居
栏目责编 冯成刚 电话 13633810755 E-mail: f10755@163.com

“买家具,到中博,花得更少,买得更多。”这句郑州市民耳熟能详的广告语,生动地反映了中博家具中心在广大消费者心中的“第一选择”地位。

今年,受金融危机影响的市场,一度陷入低潮,人们的消费信心也遭到严重的打击,以“平价优质”制胜市场的中博危中寻机,乘势而上,2009年向市场交出了一份完美的答卷。

“奋斗2009”系列报道之三

平价优质

2009中博完美收官

低价先锋 家具市场的“巨无霸”

在中原地区,提起“河南中博家具中心”的名字,可以说没有人不知道。在河南,中博是最早的家具批发市场,到现在已经有18年的历史。

就市场规模来说,全省至今也未能出其右者,市场经营面积30多万平方米,是全国3600余家品牌家具生产企业的直销基地,到目前,销售范围不仅覆盖全省,而且辐射到山西、山东等周边数省。

从去年5月份开始,郑汴路和未来路两侧陆续矗立起来一栋栋别致的三层小楼。国内一流的家具品牌华日、全友、红苹果、南方、赖氏、欧瑞等也先后整栋租用小楼开店,这就是中博家具中心经营高端家具品牌的家具名店街。名店街建起了22栋各具特色的三层小楼,面积从2000平方米到6000平方米不等,一栋小楼就是一个一流的家具品牌店。中博家具中心如今已经成为中原地区经营规模最大、经营商户最多、产品线最长、市场配套最全、市场最繁荣的大型家具市场群。

传递真情 大爱无言中一路走来

“爱在中博”这是每个熟知中博的人都听过的一句话,也正是这样简简单单的四个字,伴随着中博的成长在大爱无言中一路走来。

2009年,中博在抢占市场的同时还



时刻不忘公益事业,今年3月,中博资助省内200名贫困少年读书,并倡议来自城市的同学和爱心人士以及中博家具中心的代表,分别给援助对象送去了衣服、书籍和学习用品,还提供了现金资助。

今年夏天,一篇关于校长收旧书提供给学生的报道引起了中博商业管理有限公司总裁高华的注意,在得知学校不仅在教学资料上存在困难,学校的硬件设施也很简陋的情况下,中博公司很快为淮阳县许湾乡“程希望小学”捐赠200套学生桌椅。

7月19日,中博和省卫生厅共同组织了一场义务献血活动,活动一开始就得到了中博家具中心员工以及旗下9大卖场商户的大力支持。“尽管当天是周

日,每个商场的生意都比较忙,但是已经没有人太在意那些,他们现在关心的只有自己是什么血型,够不够献血条件,能献多少。”据河南中博家居物流园策划部经理李香黎回忆。

情结不改 “平价优质”是制胜法宝

去年下半年至今,很多家居卖场都在忙着“过冬”、“保暖”,相比之下,中博却“风景这边独好”,个中原因何在?

高华说,中博家具中心一直面向全国招商,绝大多数货品都是厂家直销,厂价直销,这才实现了他人难及的低价位。多年来,中博围绕家具产业精耕细

作,引得全国各地的家具生产商和经销商纷至沓来,名优澳太家具总经理钱满根就是其中的代表人物。

高华说,中博浓郁的“平民情结”正是源于市场里无数像钱满根一样务实勤奋、白手起家的商户。今后,即使卖场环境再如何升级,中博仍将坚持“平价优质”的战略,致力于向消费者提供“平价优质”的商品。

价值凸显 危机反促中博发展壮大

面对危机,中博的管理层开始了思索,是否可以做些什么,把“危”变成“机”?

“这是一场百年难遇的危局,更是一次百年难遇的发展机会,如何拿捏其中的分寸,结果可能会有天壤之别。”中博市场管理层多次商榷后达成共识:中博要想实现进一步腾飞和发展,必须继续依托传统的价格和品种优势,依靠广大经营伙伴的通力合作。

于是,中博坚持的“平价路线”在危机中价值凸显,客流量不降反升。不论哪天,从中博管理处的楼上向下望去,始终是车流滚滚,人群熙熙,看不到一点危机的影子。中博正在用无声的行动向每一位消费者展现自己的魅力,向合作伙伴展示着自己的实力,向行业内的诸多竞争对手展现着自己的潜力。

浪淘淘尽始见金。当一些定位不明的家具卖场还在苦苦寻找从危机中突围的方向时,中博已经交出了一张近乎完美的答卷。
冯成刚 黄晓娟

关注“浪鲸万人团购节”系列报道之一

增值团购 特惠中原

快乐元旦,淘宝浪鲸,浪鲸卫浴第一届全国万人团购节即将于2010年元旦在郑州拉开帷幕!

近日,郑州浪鲸各大专卖店全部装饰一新,期待您的到来。此次浪鲸万人团购会将打破往日卫浴行业的寒冬,为寒冷的冬日注入一股暖流,“引爆”家装业。

浪鲸卫浴自1994年成立至今,在产品的升级换代中一直走在市场的前沿,产品的市场定位一直是在中高端的产品上。浪鲸的每一次促销活动都能让消费者沸腾。还记得7月份的“董事长一字千金,全国亿元让利签售”河南站,浪鲸卫浴

董事长亲临郑州签售,引爆了河南的整个卫浴市场。此次,万人团购节还将在凤凰城盛大举行,原价3580元的浪鲸高档座便器,活动价仅需499元。

即日起,郑州的消费者只需要花10元购买团购卡便享受到特价,在活动中购买惊喜价产品两款以上者可参加卡费20倍的增值返现。消费者可以就近到浪鲸卫浴各个专卖店,以及凤凰城、居然之家新家居商场等各大卖场就专门设的销售点。市地的消费者,可以到当地店面进行咨询。

此次万人团购节活动,更值得期待的惊

喜是本次活动还设置了各种奖项:一等奖1名,活动期间对应的团购卡免单率100%;二等奖3名,活动期间对应的团购卡免单率50%;三等奖6名,活动期间对应的团购卡免单率20%;四等奖50名,赠送高档名牌电器一台;五等奖1000名,奖励价值180元的浪鲸工艺品一个,雨伞一把,抽纸两盒。

抽奖时间定在元月1日到3日,只要是团购期间购买浪鲸卫浴的消费者,这三日都可参考浪鲸的抽奖活动。

10元买张卡有何功能呢?浪鲸卫浴河南公司有关负责人介绍,消费者购买两件以上惊喜价产品者可直接参加20倍卡

费增值返现使用。

10元买张卡能买哪些产品呢?浪鲸卫浴河南公司有关负责人介绍能买所有特惠产品,包括签约价促销商品。如原价3800元的橡木浴室柜,团购价1299元;原价5600元的浴缸,团购价2699元;原价2380元的铜淋浴花洒,团购价999元;原价3880元的座便器,团购价799元;原价5430元的橡木浴室柜,团购价1999元;原价10500元的高档智能马桶,签约价3699元;原价1068元的五金挂件三件套,签约价399元等。这些都要用卡来买。
冯成刚

楼市资讯

郑州国土局再推两块地建经适房

本报讯(记者 马晓鹏)郑州市国土资源局14日发布消息,经市政府批准,将划拨两块国有土地使用权用于建设经济适用房。这两块地,一块是河南红河置业有限公司申请开发的位于东风路南、电厂路的地块,面积39774.1平方米(折合59.66亩)和11135.5平方米(折合16.7亩)。另一块是郑州诚诚置业有限公司申请开发的位于长江路北、客技路西的地块,面积7978.6平方米(折合11.97亩)。

正弘·春晓开盘当日销售率逾88%



本报讯 12月12日,北区双气人文社区正弘·春晓正式开盘。在双气准现房与丰富教育配套的双重利好推动下,开盘当日近千名VIP客户争相选房,当日销售率逾88%。

据悉,正弘置业在接管正弘·春晓后,对工期与品质不遗余力,精心部署,并于9月30日工程全面封顶,在正弘一贯坚持的“精品”路线下,项目重新赢得市场及新老客户一致认可。项目为北区罕有的天然气、暖气管气社区,拥有70-110平方米大小适中的户型配比。

其“绿荫生活圈,精英教育府邸”的定位,在北区一枝独秀,除此之外,226平方米精装入户大堂、100平方米多功能会所等精品配置,使正弘·春晓成为北区首屈一指的成熟社区。

据了解,正弘·春晓是郑州唯一将90平方米空间优化分割,科学设计组合,在有效面积内规划户型实用与舒适的空间。现场正在选房的刘先生告诉记者,自己最中意的就是95平方米的三房。从现场选房的情况来看,三室两厅95.95平方米的主力户型确实备受购房者追捧,在享受舒适生活的同时不浪费面积,为购房者带来的不仅是节省下来的房款,更是舒适适用的居住体验。

正弘·春晓于今年9月30日已全面封顶,现已进入外立面施工阶段,预计2010年8月交房入住,其便利的交通、舒适的居住环境以及不可替代的户型设计,定能吹起人文品质居住的春风。
张震

设计师讲坛

电话:0371-67655260
邮箱: zzbzyls@163.com

行业杰出设计师李崇源



设计师简介:
高级室内建筑师,资深高级建筑装饰设计师,自由画家。曾获亚洲装饰业杰出设计奖;中国室内设计双年度展优秀奖及新锐奖;第四届中国·中部室内设计大赛金奖;河南省建筑装饰行业十大年度人物;河南省装饰设计行业年度人物;中国建设行业百名管理英才;河南省建筑装饰行业3·15诚信品牌设计师。

设计是生产力

在“十一五”规划中,中央把增强自主创新能力作为国家发展战略摆在经济社会发展的突出位置。中国的制造业也正在经历一次重要的转型,实现技术和品牌的提升,以完成从“中国制造”到“中国创造”的跨越,“中国创造”对于我们行业就是“中国设计”。“设计是生产力”已经成为无可争辩的事实,“设计”是一种精神与物质高度结合的生产力,是品牌价值构成的重要组成部分。

目前来讲,中国大江南北的设计师风格都大同小异,不同的就是大小空间的不同,功能空间不同。特别是设计中追求品牌战略设计、文化战略设计的东西少一些。很多人把东西拼凑出来了,但是缺乏格调,文学的东西少一些,对主体不够关注。

李崇源将策划、营销、艺术、风水融入他的装饰设计中,李崇源提出设计的力量除设计的功能力外还包括设计的策划力、设计的营销力、设计的创意力、设计的艺术力,去创意、创新装饰设计,提升装饰设计的高度、品质、水准,让消费者、客户真正有更大的受益,同一个空间,装饰设计不一样,给人的印象就不一样,装饰是打造你的品牌、让你的产品更有销售力,空间能像精彩的故事或艺术品那样,装饰设计才会发挥更大的价值,装饰设计才会更更重要。

无论办公空间、商业空间、酒店餐饮空间、娱乐空间、洗浴空间、别墅住宅等空间,创意本身实际是帮助客户控制成本,去更有效地控制投资与其效果。如果装饰策划创意下了工夫,做得精彩,人人过目难忘,被空间所感动而印象深刻,才能够帮助客户开拓市场、占领市场、打造品牌影响力。

建筑装饰设计是根植于建筑空间设计而发展于建筑空间之外的,在现时代真正把装饰设计回归原点,融入企业市场运作过程当中,营销策划在此基础上与设计相结合将是站在巨人肩膀上的起跳,其基础和资源都将是令人瞩目的,因为企业的产品力、销售力和形象力及其整合度将是企业核心竞争力的根源。
罗美勇