建设部长:90平方米政策不变

将通过税收政策全力扭转住宅供应与消费中的“贪大求阔”现象

据新华社北京1月23日专电 针对当前商品住房供应结构性矛盾依然突出的情况,建设部部长汪光焘23日表示,套型建筑面积90平方米以下的新建住房面积占年度住房开发总面积70%以上的结构比例要求不得有“丝毫折扣”。

据悉,今年6月份,建设部将会同有关方面,对各地新建住房套型结构比例要求的落实情况进行年度考核。

在23日召开的全国建设工作会议上,汪光焘表示,房地产市场调控尽管取得了一定成效,但一些突出问题仍未得到根本性解决,包括:商品住房供应结构性矛盾依然突出;部分城市房价上涨仍然较快;部分地区住房保障制度建设滞后等。

汪光焘说,将全力扭转当前住宅供应与消费中的“贪大求阔”现象,通过“有区别的税收政策”等遏制盲目消费。

此前,建设部一位负责人在一次活动中表示,有关方面正考虑在住房保有环节征税,以防止“大户型”住房蔓延的情况。根据有关部门此前提供的数据,我国40个重点城市住宅平均套型面积为113平方米,其中16个城市超过120平方米,而北京待售住宅的平均套型面积已达143.9平方米。

晚报记者 马健 图

背景新闻:

越描越黑的“90平方米”

建设部《90平方米以下住宅设计要点》(征求意见稿)可能创下了一个朝令夕改的记录:1月9日,建设部网站公布征求意见稿,不到24小时即紧急宣布废止。废止的理由是该意见稿“不符合国务院办公厅和建设部文件要求”。这种朝令夕改的举动,遭到公众的强烈质疑。

因为,一旦“套型建筑面积90平方米以下住房面积要占开发总面积的70%”的细则得到落实,小户型住房成为房地产市场的主流,我国房地产市场存在的一个非常严重的问题,即住房供应结构性失衡的问题,就将迎刃而解,而且,小户型由于总价降低,符合绝大多数人的实际需求,房价的下跌乃是必然的。也正因此,既得利益集团对这一高度量化的硬性指标非常担忧,他们千方百计通过各种途径影响决策层,试图打开一个缺口。

在九部委细则刚出台不久,去年6月13日,建设部一位司长就指出,根据一般的测算,套型建筑面积和建筑面积大约相差10到15平方米。这就是说,90平方米的套型建筑面积约等于100到105平方米的建筑面积。尽管建设部随后进行了澄清,但至少说明既得利益集团对90平方米底线进行蚕食的行动已经展开。1月9日,建设部网站公布的《90平方米以下住宅设计要点》(征求意见稿)再次将小户型面积标准放宽,最高可达90平方米的1.19倍,约107平方米。

(据《上海证券报》)

个人消费贷款八成用于买房

省银监局:这个数额是309亿

□晚报记者 吴军

本报讯 想买房,手中的钱不够咋办?“贷款啊!”旁边的人一定会这样告诉你。昨日,记者从河南银监局获悉,截至2006年年末,全省银行业金融机构共发放个人消费贷款394.46亿元,其中,个人住房消费贷款较2004年年末增长了1.3倍,占全部个人消费贷款中的比重为78.33%,成为最主要的个人消费信贷品种。

2002年至2006年,我省银行业金融机构个人消费贷款余额由204亿元增至394.46亿元,增长了1.9倍。从河南银监局成立(2003年底)以来统计数据看,2004~2006年,个人住房消费贷款余额309亿元,占全部个人消费贷款中的比重为78.33%,成为最主要的个人消费信贷品种。个人住房装修、大件耐用消费品等个人消费贷款上升势头显现。

线索提供 赵强 王建岭

89800元,1.8L东方之子震撼公商务车市场

在06年初,新款东方之子上市后,即引起众多公商务用车人士的高度重视,销售形势持续看好,从河南东方之子营销中心河南中植处,企事业集团采购和政府采购的消息频频传出,尤其是前不久国家公安部的采购订单,一下从奇瑞公司购置800台东方之子车型,这充分说明在公务车市场上,奇瑞东方之子已显得越来越有分量。

【公务车市场2.0L硝烟未熄,1.8L战鼓又起】

奇瑞东方之子1.8L以8万元区间的惊爆价格,“公务座驾新坐标”的产品定位,提前打响了07年公商务轿车的第一枪。在年底如火如荼的车市大战中,2.0L硝烟未熄,1.8L战鼓又起,公商务轿车市场着实在经历着一次新的震荡。

跟10万~20万元区间的多种车型相比,由于价差很大,质量和性能却相差甚微甚至就在同一级别,东方之子1.8L所引发的“骨牌效应”对整个10万~20万元区间的中级轿车产生了不小的冲击。广大消费者和单位机构开始理性权衡腰包和实际需求,睿智的眼光纷纷投向了东方之子1.8L。

【利器在手,东方之子1.8L深得用户垂青】

东方之子1.8L针对性地以“8万元区间B级车的全新价格标杆、兼顾动力性与经济性的1.8L公商务黄金排量标杆和Actecol.8发动机先进性能标杆”为三大核心竞争优势,树立了“物超所值”的1.8排量公商务轿车价值新典范,一上市便走俏全国,对市场的冲击在极短的时间内就已初见端倪,打破了传统1.8L公商务轿车市场长期被高价格、低配置垄断的格局,创造了自主品牌中级轿车市场上扬的新高。

【89800元,东方之子1.8L的价值回归】

东方之子1.8L界定出公商务车的“1.8排量=8万元”概念并不仅仅是一种简单的促销手段。正如大家所看到的,东方之子1.8L的核心竞争力在于质量价格比、性能价格比和配置价格比。89800元的定价不仅带给使用者大气、稳重的外观,更提供了宽敞舒适的驾乘空间,百公里7升左右的油耗和成熟完善的服务网络、低廉的配件及维修保养价格更是为个人和单位节省巨大的使用成本。

姚旭阳

88创富热线 0371-67655388

投资助手

开玉石店 特别考“眼力”

□晚报记者 李亚洁

读者咨询:“我想投资5万元以内开一家玉石店,不知道行不行?去哪儿进货?”万先生上周致电88创富热线说,他听人家说这一行利润很高,于是想在荥阳市或郑州市开店。记者就此问题,咨询了郑州市和登封市等几家玉石店经营者。

5万元可开一间玉饰店

投资5万元,经营古玉及高档玉资金不足,只能从经营物美价廉的小玉件入手,商品定位于个人小饰品、纪念品和小礼物等,如小件的水晶、玛瑙、翡翠等,而像白玉、独山玉、岫岩玉、阿富汗玉等,真玉进价较高,但市场上的“合成品”很常见。

据古玩商杨先生介绍,一件A货(天然材料)的小佛像进价10元左右,实际成交价40~50元,而B货(经过人工染色等程序)小佛像进价只有5~6元,实际成交价10~20元;真正的阿富汗玉镯批发价为每副10~20元,但“假冒”的(或称合成品)也很漂亮,进价每副2~3元;还有B、C货的翡翠镯子,20~30元批进来,可以卖到100多元。杨先生说,差别太大了,特别是中低消费,就是为了“好看”,至于是A货还是B货并不在意,万先生可根据市场的需求选货。

“在郑州,有的店拿红刚玉和绿刚玉当红、绿宝石来卖,不少店则以合成品为主打,用玉石的边角下料加工的东西变身为中高档商品。”杨先生提醒说,干这行必须有眼力,进货时有熟人介绍,或有内行把关,不至于自己先被“蒙”住了。

进货渠道,国内有三个

“小玉件纯利在300%~400%,有的甚至有10倍。”登封市经营两年玉器生意的邓先生透露,“拿到货后直接以10倍标价,是很多玉器店的一贯做法,打折后仍有几倍的利润。”玉器生意前景不错,利润也大,但没有客源也是白搭。邓先生的店位于登封市中心,但同样是在经历了半年亏损后,才赢得市场的。

“如果万先生开店,一定要开在客流量很大、消费水平不太高的地方。消费水平高的地方房租也很高,风险太大。”邓先生建议。

据邓先生介绍,开这种小店有几个进货渠道,一是南阳石佛寺古玩市场,有独山玉、玛瑙、白玉、阿富汗玉、杂石、古玩等,也有一些合成品;二是江苏东海县,那里的水晶件很多,价格也不高;广东的四会市有近300家加工玉件的作坊,其中翡翠较多,也有玛瑙、杂石、杂件等。

拨打88创富热线“信息超市”中找商机

如果您想招加盟商、代理商、经销商,找投资,找合作伙伴,寻租商铺,供、需产品等,请拨打88创富热线0371-67655388,本报将收录入库,周四的《郑周刊创富》将推出资讯丰富的“信息超市”,届时欢迎来逛逛。