

“五一”起,商品房销售须明码标价 鹤城楼市难觅标价牌

□晨报记者 金钢

背景

今年3月16日,国家发改委发布《商品房销售明码标价规定》(下称《规定》),专门对商品房销售的明码标价问题作出规定,要求商品房销售实行一套一标价,明确公示商品房销售中每套房源总价和每平方米单价,并标明在售地下停车位面积和销售总价、物业收费标准等代收代办收费。商品房经营者不得在标价之外加收任何未标明的费用。对取得预售许可或者办理现房销售备案的房地产开发项目,要在规定时间内一次性公开全部销售房源,严格按照申报价格明码标价对外销售。该《规定》自2011年5月1日起施行,旨在规范房地产市场秩序,着力解决当前商品房销售中存在的标价混乱、信息不透明、价格欺诈等问题。记者5月4日以购房者身份对新区多家在售楼盘进行调查后发现,几乎无人执行《规定》,各楼盘房价仍如雾里看花。

条文

《规定》要求商品房经营者应当明确标示以下与商品房价格密切相关的因素:

(1)开发企业名称、预售许可证、土地性质、土地使用起止年限、楼盘名称、坐落位置、容积率、绿化率、车位配比率。(2)楼盘的建筑结构、装修状况以及水、电、燃气、供暖、通信等基础设施配套情况。(3)当期销售的房源情况以及每套商品房的销售状态、房号、楼层、户型、层高、建筑面积、套内建筑面积和分摊的共有建筑面积。(4)优惠折扣及享受优惠折扣的条件。(5)商品房所在地省级价格主管部门规定的其他内容。

《规定》要求“对已销售的房源,商品房经营者应当予以明确标示。如果同时标示价格的,应当标示所有已销售房源的实际成交价格。”

现场

说法各不相同,做法却完全相同:都无公示

●所剩房源不多,无须公示

5月4日上午,记者来到位于九江路上的一楼盘售楼中心,刚进入大厅,一名女售楼员就主动上前招呼,她将记者带到大厅中央的沙盘处就开始介绍起该楼盘的各种优势,对记者提到的房价问题却并无明确答复。记者注意到,售楼大厅内除了沙盘、户型模型及墙壁上张贴的开发商、楼盘介绍等宣传物料外,并没有具体在售房源的信息公示。当记者问及此次“一房一价”及房价公示的相关规定时,售楼员以所剩房源不多来搪塞:“我们这里的房子基本上售完了,你想知道哪套的价格你问我,没必要公示。”

在黄山路某售楼中心,记者也得到同样的答复:“我们现在这个盘就剩一套大户型了,没有啥好公示的。现在我们要开发另外一个新楼盘,你可以在这里排号。”

●没有接到相关通知

在鹤煤大道西段某楼盘售楼中心,墙上倒是挂有在售楼盘的预售许可证,但并没有《规定》中要求公示的房价等内容。一名售楼员对记者提到的相关问题明显产生了戒备,她把记者当成了其他楼盘前来“踩盘”的,甚至直接告诉记者到附近的另一家楼盘的销售中心去看看。对于为什么没有公示房价等信息,这名售楼员表示,“没有接到通知”。

●这是内部资料,让你看了也没用

在黄山路某售楼中心,记者依然没有看

到《规定》要求进行公示的相关信息。在询问房价时,销售人员从柜台里拿出一个文件夹,动作非常神秘地翻看了一阵,然后对记者问到的房子报上了单价。当记者提出想要看该文件夹上的房价时,这名售楼员说:“这是内部资料,你不能看。你想要哪套房子我告诉你价格,你知道其他房子的价格也没有用。”

●随便你到哪个售楼部都不会看到公示

鹤壁高中附近一小区的售楼中心,可以看到大厅里布置得富丽堂皇,但就是找不到房价信息的公示栏。对此,该小区的售楼员说出这样一句话:“不仅我们这儿没公示,随便你到哪个售楼部都不会看到公示。”记者问其原因,该售楼员闪烁其词,没有给出解释。

●我们五证齐全,只是没有贴出来

在鹤煤大道东段某小区售楼部,一名工作人员看到记者有疑惑,就拿来一个文件夹翻开让记者看。文件夹内是该项目的房源信息和房价。“打红叉的是已经售过的,未售的都标有价格。”该工作人员说。记者看到,在这张纸上,每一套未售的房屋都标上了单价,能够让人一目了然,但用红色“X”表示的已售房源,就没有标价。而按照《规定》,已售的房屋也是要标示售价的。

既然有这样的房源及价格信息,为什么不公示出来呢?该工作人员称:“我们五证齐全,价格也透明,只是没有贴出来。”

说法

业内人士盼细则,监管部门不明确

●业内人士:需进一步细则出台

就《商品房销售明码标价规定》及鹤壁实施现状,记者采访了新区某楼盘的营销总监。该业内人士告诉记者:“国家出台这项政策的初衷是非常好的,目前商品房买卖双方信息的不对称性滋生了许多隐形的价格欺诈行为,老百姓往往都是吃亏的一方。但从目前情况来看,《规定》在鹤壁市场不打折扣来执行是有相当大难度的。”

这位业内人士介绍,目前开发商大都采用“少批量多批次”的开盘策略,这一模式推盘能够营造良好的销售势头,而且开发商也可以借此试水市场,更为灵活地把握消费者动态,适时调整后续的推盘数量和定价策略。《规定》的出台,有利于抑制部分开发商的违规行为,特别是可以避免在开盘销售中,开发商根据客户数量盲目加价、“坐地起价”,这对开发商捂盘惜售、虚假销售、哄抬房价等违规行为将严格限制,如果严格执行,开发商“饥饿式”营销将很难得逞,也能使消费者在购房过程中获得更充分的信息,减少被蒙骗的几率,有利于规范市场。

他说:“之所以开发商目前都不对《商品

房销售明码标价规定》作出反应,采取相应措施将信息都公布出来,他们大致出于以下几点考虑:一是价格策略和营销策略可以说是商品房营销当中最为重要的两个策略,一下子公布所有价格和所有取得预售证的房源会让开发商在营销上陷于被动,利益也会大大受损;二是市里具体的细则还没有出来,在大家都在观望的情形下很难有开发商率先公示出来;三是各楼盘中几乎都有对特定个人的优惠,公布所有已售房源的价格信息,可能会引起购房者对价格不平等的不满。”

“当然,开发商的考虑都是单方面的,而国家出台该《规定》的初衷还是更多地考虑了购房者的意愿,其中的矛盾如何解决,《规定》的执行情况如何,还需要政府综合考虑各地实际,出台更具操作性和指导性的细则。”这位人士说。

●监管部门不明确

面对《商品房销售明码标价规定》在鹤壁受冷遇的现状,记者分别向市房产管理局和市发改委有关科室了解情况,但双方都表示此《规定》的贯彻执行不在自己的职责范围内。

打拼四年,终于成家立业

日记主人公:刘飞(化名)
月收入:3000元左右
买房时间:2010年夏天
整理:晨报记者 陈海寅

2007年夏天,我大学毕业,应聘到新区一家单位工作。工作稳定后,就有了尽快成家立业的想法。

因为房子的事儿,有段时间我感觉压力特别大,一想起买房就头疼。可是到了谈婚论嫁的年龄,没有房子,我连交女朋友的底气都没有。单位一些热心的同事倒是给我介绍过一些女孩,但都是见了几次就断了联系。不是别人嫌我没房子,我自己也实在没有勇气去为别人许诺婚姻。眼看着年龄越来越大,我想有套房子的想法越来越强烈。

因为自己是农村走出来的,我深知自己没有强大的经济后盾,所以从一工作

我就特别注意省吃俭用,尽量多存钱。工作了三年之后,也就是2010年,我终于有了5万多元的积蓄。可没想到房价远比我想象的储蓄增长得快,此时在不少地段,想找一套面积100平方米、价格低于30万元的房子已经很难了。我强烈地感觉到,买房的事不能再拖了,否则可能我会离自己的房子越来越远。我决定不管怎么样都要想办法尽快把房子买了。

考虑到自己的资金能力,我把目光定在了新区北部的楼盘。在朋友的推荐下,我去看了锦绣江南小区。说实话,刚开始去的时候我并没有过多想法,但看过后我立即就下了决心:这么高品质低价位的楼盘不能错过。

这个小区让我特别中意:其西临新区主干道兴鹤大街,交通十分方便,周边商场、学校簇拥,生活相当便利。该小区一期的成熟景观也很漂亮,最主要的是这个楼

盘实惠的价格是我完全可以承受下来的。

我没有犹豫,很快就在这个小区选定了一套60多平方米的两室一厅房子。取出自己全部的积蓄,我又向朋友借了一些,非常顺利地付清了首付,办理了房贷。定下房子的那天,我心情特别好,就像一下扔掉了长时间背在肩头的数百斤的担子一样畅快。去年底,我和心爱的女友走进了婚姻的殿堂。

如今,我们的房子马上就要交工了,我和妻子正在紧锣密鼓地筹备装修的事儿。来鹤壁打拼了接近4年,我终于完成了自己当初成家立业的梦想。



中凯·国际商业街效果图

细节是责任和价值的体现 ——中凯·国际商业街更名的背后

创新是时代的主题。一个企业,只有不断地创新,才会拥有不断发展的动力。今天,当中凯·悠乐汇商业街正式更名为中凯·国际商业街的时候,所有熟悉悠乐汇商业街的人都明白,其开发商又一次擎起创新的大旗,向新的高度迈进。

悠乐汇商业街曾经是一个符号,一个代表商业地产高度的符号,一个代表城市形象的符号。这一符号,承载着多少置业者创富的梦想;这一符号,牵动着多少市民们渴盼的目光。在悠乐汇商业街的运筹前期,开发商做了大量细致入微的工作,产品规划几易其稿,合适产品在亮相之后就赢得了市场的口碑,项目在大力宣传的情况下,目前排卡已达500余组。市场再一次说明,好的产品自己会说话,初步的成功为豫北明珠的呈现打下基础。

项目前期的顺利运作并没有让开发商陶醉。开发商一直在思考的问题就是,如何让这个项目更好地与企业的发展相融合、更好地与城市的进步相协调;更好地让投资中凯的人获得收益,案名的考究,只是开发企业对于产品升级、服务升级、价值升级的一个开始,在案名这一细节上的反复推敲,充分体现了开发商对项目精益求精的追求。

每一次对自己的否定,都是一次嬗变;每一次对自己的否定,都是一次飞跃。这种飞跃其实也是一种自我加压,也是对关注中凯,投资中凯的一种责任体现,在经济迅速发展的时代,让项目与国际接轨,为广大投资者搭建开放的舞台,在不断走向国际化的城市中成就事业。作为中凯置业倾心开发的项目,受到了市政府的大力支持,受到投资人的关注,如何给予投资人更好的回报,就是更名的初衷。抓住这一历史细节的开发商,果断地作出决定:用中凯·国际商业街替代悠乐汇商业街,让中凯·国际商业街成为鹤壁迈向大都市发展的一台引擎。

从案名本身来说,中凯国际商业街大气直白、朗朗上口,好看、好听、好记,容易被大众接受和认可;从与开发商的关系来看,中凯·国际商业街更直观地体现了开发商的责任与利益;从与前进中的城市形象关系来看,中凯·国际商业街更鲜明地烙上了时代的印记;从传承历史的商业文脉来看,中凯·国际商业街更体现着创新与变革……中凯·国际商业街的出现,便得到大多数人的认可。

毫无疑问,案名虽变,中凯·国际商业街开发企业的热情没有变,缔造一个真正现代商业榜样的决心没有变,服务社会和人民的信念也没有变!从悠乐汇商业街到中凯·国际商业街,这一简单的改变,背后透露的是开发商对细节的精益求精、对项目的百般呵护、对业主的高度负责、对历史的真情告白。

(国华)

天鹏御景小区

会展效果远超预期 后期销售火暴可期

晨报讯(记者 陈海寅)“中凯·百悦城杯”中国·鹤壁2011春季住宅产业文化节的适时举办,让房企、商家收获颇丰。5月4日,记者从天鹏·御景小区售楼部了解到,通过本次住宅产业文化节,该项目的宣传效果远远超过了预期。

“天鹏御景参加本次文化节,主要是宣传推介,并无销售。但短短4天时间里,我们接待了数千客户,其中有300多位客户明确表示等我们的项目开盘后,一定会前来购买。”天鹏御景售楼部销售经理王新亮告诉记者,不少客户都是看中了小区绝佳的地理位置和高端的楼盘品质。“天鹏御景紧临淇河,环境优美,周边各项配套设施齐全。房子都是全明户型,设计合理。在建筑质量和细节问题上,我们更是严把关口,尽百分之百的努力将天鹏御景打造成经典。”

“虽然本次住宅产业文化节已经圆满落幕,但带给我们的积极影响非常深远。通过这个平台,我们让更多的市民了解并认可了天鹏御景小区,这给我们的后期销售工作带来了很大鼓励。”王新亮说,通过这次活动的宣传,天鹏御景小区正式开盘后必将取得良好的销售业绩。