



楼市

小长假,南京日均卖新房超200套

有人担心禽流感,戴着口罩去买房

消费

5家楼盘大多卖得不错

小长假期间,南京共有5家楼盘开盘推新。4月4日,城北的乐居雅花园开盘推出5幢楼共200多套房,9700元/平方米的均价,比之前又涨了200元/平方米。尽管如此,开发商还表示“这很可能是最后一次定价在万元以下”。网上房地产显示,到昨天傍晚,这5幢楼已经卖出了170套房。

江北的阳光帝景和天润城在4月5日开盘,两家楼盘的销售情况较为平稳。阳光帝景推出108套新房,9700元/平方米的均价,较之前大涨500元/平方米,开盘当天卖出三成。天润城此次推出144套房,当天的销售很平淡。

昨天上午,仙鹤门的紫金东郡开盘推出40套房,面积在78~143平方米,价格延续了上次的17200元/平方米。傍晚时,开发商介绍说,此次40套房已经全部卖光。麒麟门的东郊小镇昨天上午也推出了30套多层洋房,单价为10500元/平方米,也很快卖掉了一半以上。

买房人戴着口罩去选房

此前,有外地媒体报道称,“国五条细则落地,清明三天多地楼市遇冷”,其中提及,南京在清明期间的成交不足前段时间的三成。然而,无论是从清明期间开盘的5家楼盘销售情况,还是同比增三成多的数据,都很难得出“遇冷”的结论。

“清明期间的楼市,没感觉到与3月份有变化。”板桥的金域华府营销负责人张良说,楼盘在3月份卖掉200多套后,清明期间依然保持每天几套的销售速度。张良表示,目前,购房者普遍特点是上门次数不多,成交周期不长,这表明他们的考虑时间很短,购房意向比较强烈。

昨天“日光”的紫金东郡,有两位买房人是戴着口罩去现场选房的。

“他们是担心售楼处人多,而最近禽流感出现,所以就戴口罩来了。”销售负责人笑着表示,在买房人看来,现在能选到合适的房子,或许更重要。

仅2.8%的网友看跌后市

3月31日,南京房价控制目标出台后,新浪乐居针对后市进行了一次调查。

结果有65.9%的网友认为,南京房价控制目标出台后,房价还是会“甩开膀子”往上涨;31.3%的网友认为,在房价控制目标的影响下,南京房价会保持稳定;只有2.8%的网友看跌南京房价。

南京房地产开发建设促进会秘书长张辉认为,房价长期上升的基础没有发生重大变化,调控只是传递出政府希望把房价控制在一定程度,或者抑制短期房价过快上涨的决心。

“从短期来看,房价上涨的动力还是存在的。”张辉分析,2012年,南京城市居民人均可支配收入增幅12.8%,扣除CPI涨幅2.7%,实际增幅10.1%。今年的家庭人均可支配收入的实际增幅应该与这个数字相差不大,南京房价控制目标的出台,传递出今年房价涨幅要控制在10%以内的信号。

根据网上房地产统计,截至昨天傍晚6点半,清明3天小长假,南京楼市共认购新房632套,比去年的472套多了三成多。5家楼盘推出新房源,其中两家涨价,三家持平,大多卖得不错。

现代快报记者 马乐乐

消费

商家折扣给力 消费者买单爽快

本报讯(记者 何冬蕾 蒋振凤 刘德杰)清明3天小长假,商场里春装最低打到3.8折,电视也有大力度促销。面对给力的折扣,不少消费者爽快买单,戏言成功“抄底”,不少品牌商则笑言销售翻了两倍。

户外、化妆品、春装是这个假期的关键词。商场里,春装最低已经打到了3.8折,哈森、千百度等品牌新款女鞋进入4月就启动了促销季,少数品牌的夏款推出了7折的折扣。“销售比平时

增长了约两倍。”千百度专柜的工作人员透露。

相比去年同期,清明小长假的销售增长明显。中央商场有关负责人透露,商场销售额达到3700万,同比增长了19%。金鹰新街店口的春季化妆品节带来了12%的销售增幅,其中,国际化妆品的销售上涨了20%,户外运动品类的销售增长了15%。

家电在这个小长假也卖得挺火。来自苏宁的数据显示,南京苏宁的家

电品类销售增长尤为迅速,全城门店及乐购仕门店的家电整体销售,同期增幅超80%。

小长假迎来了3C产品的热销。据五星电器相关负责人介绍,此次盘点,三大运营商在销售额上的占比达80%。大家电因家装旺季的到来也迎来了热销,其中冰洗同比增长50%。来自国美的统计数据也显示,其厨卫和3C数码类商品整体的增幅翻番,冰洗和空调的销售增幅达到40%。



投诉

网购消费仍是投诉热点

本报讯(记者 沈晓伟 通讯员 江晓峻)网购皮鞋不合脚,鞋子退回去,钱却迟迟要不回来;在网站充话费,钱打过去几天了,话费也没到账。昨天,现代快报记者从南京市工商局12315举报投诉指挥中心获悉,清明节期间,网购消费依然是投诉热点。

据统计,清明3天假期,全市12315系统共受理信息471件。其中包括咨询

266件,投诉161件。12315指挥中心工作人员介绍,这么多投诉中,网购售后服务依然是“重灾区”。

例如,今年3月,市民周先生在一家大型网店购买了皮鞋,到货后发现鞋子大了,联系退货。3月中旬,有网站工作人员上门拿走了鞋子,说好鞋款不久就能退回。可到现在,20天过去

了,周先生依然没能等到退款。“网购退款怎么这么难?”他非常不满。

类似的情况发生在市民朱小姐身上。她4月初在一家网站充了100元话费,说好即时到账。然而三四天过去了,这笔话费却一直没到账。朱小姐怀疑,自己是不是被这家网站给骗了。

目前,所有投诉已由指挥中心移交各分局办理。

维权

一日一餐该如何理解? 是每天供应一餐,还是第一天供应一餐

旅游遭遇理解歧义,消费者可依法索赔

本报讯(通讯员 丁隽 记者 陶维洲)旅游广告中称,游费包括“一日一餐”,而到了目的地,导游却表示,这句话意思是“第一天供应一餐”。清明小长假旅游归来,江苏海安居民萍萍来到法院咨询,自己遇到这样的尴尬该怎么办?法官表示,旅行社此举涉嫌广告虚假宣传,消费者可依法索赔。

清明节放假3天,不过可以通过休年假的方式凑一个8天的假期,萍萍就是这么做的,还利用这段时间报了一个海南的旅游团。旅游团的广告上是这样写的,旅游费用包括“一日一餐”。对此,萍

萍当然认为是行程中的每一天都有一顿免费餐,可是等她到了海南才发现,并不是这么回事。

在海南的第一天,旅行社提供了一顿中午饭。可是到了第二天,导游早早就敲开了游客的房门,询问是否由旅行社安排饭,如果需要的话就要交饭钱。“不是说好‘一日一餐’吗?怎么又要我们掏钱?”游客们都很不解。这时,导游表示,广告中说的“一日一餐”是指供应第一天的第一顿饭,不是指每天供应一顿饭。和导游理论无果后,大家不得不重新掏了饭钱。

法官说法

根据相关法律,经营者不得利用广告或其他方法,对商品质量、制作成分、性能、用途、生产者、有效期限、产地等作引人误解的虚假宣传。有三种行为可认定为虚假宣传行为:一是对商品作片面的宣传或者对比的;二是将科学上未定论的观点、现象等当作定论的事实用于商品宣传的;三是以歧义性语言或者其他引人误解的方式进行商品宣传的。

“一日一餐”,虽从字面上有每天供应一餐和第一天供应一餐两种解释,但按大多数人的理解,应为每日供应一餐。旅行社按后一种含义操作,是利用歧义性语言误导消费者,涉嫌广告虚假宣传。

