

首批共有产权保障房可上市交易

沪第六批次保障房申请受理将于四季度开展

■本报记者 陈洁 浦东报道

首批共有产权保障住房即将上市交易。日前,上海市住建委等部门公布了《上海市共有产权保障住房供后管理实施细则》规定,共有产权保障住房购房人购房五年后可以购买政府产权份额或上市转让,上市转让或者购买政府产权份额后,住房性质将转变为商品住房。与此同时,上海市第六批次共有产权保障住房申请受理工作将于四季度开展,其中浦东地区第六批次保障房主要分布在惠南民乐大型居住区。

据悉,上海自2010年起开始试点供应共有产权保障住房。今年起,试点批次1800余户家庭所购房屋已满五年,房屋将陆续符合上市交易的年限要求。

在交易方式方面,《细则》规定,购房人、同住人取得房地产权证满五年,可以购买政府产权份额,也可以上市转让共有产权保障住房。上市转让共有产权保障住房的,区政府指定的住房保障机构在同等条件下有优先购买权,上市转让或者购买政府产权份额后,住房性质转变为商品住房。

不仅如此,《细则》在交易方面实行“一票否决”,即购房人、同住人若存在拒不履行区房管部门作出的行政决定,以及有违规违约行为未改正等情形的,不得购买政府产权份额或者上市转让共有产权保障住房。

而在最关键的成交价格问题方面,政府行使优先购买权以及购房人、同住人购买政府产权份额,按照房源项目市场基准价格执行。房源项目市场基准价格根据房源类型分别由市、区级住房保障机构委托房地产估价机构评估,参考房源项目相邻地段、相近品质商品住房



位于浦东三林的保障房项目。 □新华社资料图

价格等因素拟订,并经相关审批程序批准后适时公布。

为防止住房不再困难的对象继续占有共有产权保障住房,《细则》规定,取得房地产权证未满五年,购房人、同住人购买商品住房的,应当腾退共有产权保障住房,交区政府指定住房保障机构回购,回购价格为原购房款加同期银行存款利息。取得房地产权证满五年,购房人、同住人购买商品住房的,应当在商品住房转

移登记前,先行上市转让共有产权保障住房或者购买政府产权份额。

来自浦东地区的数据显示,截至2014年8月底,浦东共有9178户家庭申请购买了经适房,其中6391户家庭已经装修入住,入住人数已达到了19493人。目前,浦东地区的保障房项目主要分布在三林、惠南、周康等地区。

就浦东首批经济适用住房绿波家园而言,目前第一批入住的家庭产权证即

将达到五年。不过想要买下政府产权份额或再做置换的居民并不多。不少居民表示,由于区域内房价近几年上涨势头较猛,保障房项目周边的商品房均价已达每平方米6万元,因而如果要购买保障房,政府产权份额也是一笔不小的数字。

据悉,上海自2010年开展试点工作以来,预计到第五批次结束,历年累计签约的家庭将达9万余户。

“世界最大金戒指”亮相世博展览馆

■本报记者 王延 浦东报道

上海国际珠宝展近日在世博展览馆举行,刚刚打破吉尼斯世界纪录的“世界最大金戒指”亮相展会现场。

据介绍,这枚足金巨型戒指直径约80厘米,重达82.2公斤,戒体四周镶嵌有76颗蓝宝石,由39位精工巧匠历时99天制作而成。在设计风格上,该枚戒指采用了回形纹、中国结等中国传统文化元素,充分展现了中国工匠的精巧工艺。戒指制作方山东梦金园珠宝集团的工作人员表示,该枚戒指于2016年5月22日获得吉尼斯“世界最大金戒指”称号。

据悉,上海国际珠宝展由上海黄金饰品行业协会主办,至今已经连续举办了五届,以品牌聚集度高、展会规模大等特点成为上海地区最大的珠宝展会。

在本次展会上,老凤祥、老庙黄金、亚一珠宝、中国黄金、张铁军、刚泰黄金、航民首饰等中国品牌珠宝企业齐聚,纷纷推出年度精品新品。来自中国香港和台湾地区以及澳大利亚、韩国、泰国、斯里兰卡等国家的珠宝厂商,以及多位不同风格的优秀设计师原创作品也纷纷参展,使得本届上海国际珠宝展既有奢华夺目的精品珠宝,也不乏有设计感、价格又亲民的轻奢珠宝饰品。

“双11”快递业务量将超10.5亿件

■本报记者 欧莉 浦东报道

日前,国家邮政局、菜鸟网络及各大快递公司联合公布了今年“双11”的备战情况。据统计,今年“双11”期间,全行业将有268万一线人员投入到双11快递服务当中,较去年增长超过50%,干线车辆增长59%,航空运力增长40%左右。

今年,“双11”已经进入第8个年头。据官方初步预测,今年“双11”期间(11月11日至16日)全行业处理的邮件(快件)业务量将超过10.5亿件,比去年同期增长35%。

值得一提的是,随着电子单的大规模使用,今年“双11”期间,预计将有七成的包裹,通过智能分单分配快递线路。也就是绝大部分包裹将通过智能算法来分配线路,准确率和速度将大大提升,低效的传统快递人工分拣将逐渐退出历史舞台。

红星美凯龙APP预计本月上线

■本报记者 陈洁 浦东报道

传统实体商业逐步发力线上经济。记者从红星美凯龙获悉,目前其APP已在内测中,并将于10月下旬正式上线,红星美凯龙方面表示,今年“双11”大促中将使用该APP形成线上线下联动。

据了解,在刚刚过去的国庆节,红星美凯龙以“耍大牌”为主题,发动全国近200家商场,每个商场联合至少30个中高端家居品牌,共计推出了近1.6万款大牌

特惠产品和11万件大牌爆款,举行了360场大牌联盟专供活动,累计销售额54.7亿元,同比增长13%。其中,老会员复购人数达37509人,复购消费贡献达33%。

与此同时,红星美凯龙在全国范围内发起“更好的日常”体验营销系列活动。该活动联合超级IP“黄小厨”,吸引了20余家厨电品牌参与。

对此,红星美凯龙董事长车建新表示,中国未来的消费将由日益庞大的中产阶级所引导,到2022年,中国中产阶层将

达到6.3亿人,是美国的三倍。中高端消费正在爆发式增长的前夜。红星美凯龙将通过线上线下联动的模式,在注重质量和品牌的同时,进一步发力自建电商。

值得一提的是,即将上线的APP将进一步拓展红星美凯龙的销售渠道,并逐步瞄准年轻化消费群体形成差异化产品竞争。

据悉,在过去的4年中,红星美凯龙已经投入了1.1亿元用于尝试各类电商,探索走出一条适合家居的电商道路。今年1月,红星美凯龙任命原苏宁运营总部执行

总裁李斌任公司总裁,全面负责红星美凯龙互联网业务,并执行品牌O2O战略。

数据显示,受国内房地产市场复苏影响,2015年全国家具行业累计完成进出口额567.91亿美元,同比增长1.01%,家具产业正逐步往设计和品牌方向发展。

对此,业内人士分析,APP的上线对红星美凯龙来说增加了一个移动端销售途径。同时借助移动端,红星美凯龙或将借助自建移动端实现大数据分析,对产品设计等方面进一步提升。

真实是广告的生命



上海市浦东新区市场监督管理局