

建造品质、物业服务水平提升

我市不少安置小区二手房成交价与商品房相近

□记者 裴驰宇

7月20日,在阿里司法拍卖平台,成交了一套新城万阳花园十楼82平方米带装修的房源,成交价为82.87万元。

万阳花园是安置小区,在当下的市况中,能以单价万元的价格成交,算是不错了。这个单价,如排除司法拍卖的折价因素,与新城类似地段商品住宅小区,价格已经比较接近了。

相当一批安置小区房源
市价不输商品房

拆迁安置房小区,此前在二手房市场上,并不受待见。市价与同地段的商品住宅相比较,要相差三分之一左右。如新城于十来年交付的桃湾新村等安置房小区,其二手市场价与同地段的商品房小区价格差异甚大,甚至安置房小区的排屋独栋,单价仅相当于同地段的高层商品房。

不过,这种价格差距正在逐步扭转过来。这两年,随着舟山一批新建安置房小区交付,二手房市场上,安置房小区的房源也成为交易的热门品种。如新城的荷花佳苑、中湾佳苑,以及定海城区的润园、和馨苑小区等。这些安置房小区房源,在品质上与商品住宅看齐,价格差距也明显缩小。

7月20日,万阳花园在阿里法拍网成交的这套十楼82平方米房源,单价上万。而新城“老牌”品质小区桂花城一套多层四楼146平方米房源,今年5月13日在阿里法拍网上的成交价也就是162万元,单价也就是1.1万元,两者的市价比较接近。

舟山勤建中介负责人林女士介绍,现在一批近几年交付的安置房,价格确实跟商品房价格相差不多了。万阳花园的高层房源,二手市场价一般在1.2万元/平方米左右,而地段差不多的普通商品房,如中梁白鹭湾小区的成交价也就是约在1.3万元/平方米。

舟山绿城租售中心置业经理毛女士介绍,长峙岛上较早年份的安置小区如红楠海苑、红梅海苑,此前与商品房小区,差价较为明显。而新交付的安置房小区枫林海苑,其市价表现与周边的恒大商品房小区相差不多了。枫林海苑的毛坯房市价在9000元/平方米左右,而恒大小区带成品装修的商品房,成交价也就是1.1万元/平方米左右。

而定海城区新交付的安置房小区,如润园等,其二手市价甚至高过周边的商品房小区。主要因为其成色新、电梯房,单价可达1.3万元/平方米。而定海城

东知名小区檀枫新苑的目前市价,也就是在1.2万元/平方米左右。

主要缘于品质
以及物业管理的因素

安置房小区二手市价为何能与同地段的商品房小区看齐?这主要是因为安置房小区的建造品质上来了,以及引进了物业管理,提升了小区的居住舒适度。

据勤建中介负责人林女士介绍,这几年,舟山的安置房小区建造品质越来越好,从外形上,有的已经看不出与商品住宅的差距。例如新城万阳花园,无论是高层还是多层,外立面、绿化、配套,都不输于周边的商品房小区。

定海的润园小区,地段不错,又是新建的电梯房,成为二手房市场上的抢手品种,买家并不在乎其是安置房小区,销售情况比普通多层商品房还要走俏。

此前,由于安置房小区缺乏物业管理,乱搭建、车棚住人现象相对较多,让人们对象安置房小区的品质存疑。而现在的安置房小区普遍引进了规范的物业管理,这方面的“短板”得到弥补,在二手房价上也体现出来。如万阳花园刚刚成立了业委会,业主监督管理的凝聚力加强,也能倒逼物业提升自身管理水平,提升小区综合品质。

总价较低的房源受青睐

安置房小区市价相对坚挺,还有一个原因是提供了一批四五十平方米的小户型,这在商品房小区是很稀少的。这也让安置房小区的房源,能得到买家青睐。

林女士介绍,安置房小区可选择房型比较多。这几年,房产市场处于调整当中,那些低总价的房源,相对而言跌幅较少。从目前的买家心态来看,因为市场价格便宜很多,再加上银行房贷利率很低了,买家不想再等了,担心价格万一上去,看到便宜的房源也就下单了。这就促成位于一些城市边缘的安置房小区,优先成交。

工行舟山分行开展
防范电信网络诈骗宣传

近日,工行舟山分行针对员工开展了反诈防诈知识培训,舟山分行80余名员工参加了此次培训。一直以来,工行舟山分行切实履行社会责任,多措并举,不断加大防范电信网络诈骗的宣传力度,全力保障群众们的财产安全,努力提升群众风险防范意识。

该行以“工行驿站·便民小屋”为着力点,不断强化阵地宣传。通过网点跑马灯、海报落地屏等时刻播放反诈宣传标语、宣传片,同时,在网点营业大厅的显著位置摆放反诈宣传折页,并积极通过厅堂微沙龙等形式为前来办理业务的客户讲解反诈知识,重点针对老年人、学生、农民工等易受骗人群开展宣传,结合他们的特点和需求,采取通俗易懂、喜闻乐见的方式结合案例帮助客户更好地理解记忆,全面提高群众的风险防范意识。

该行组织员工走进周

边商铺、社区、企业等开展集中宣传,认真向群众宣传如何防范电信诈骗,耐心讲解防范电信诈骗小窍门。工行舟山衢山支行在衢山镇政府北门广场宣传反诈金融知识,及时向群众发放宣传手册,耐心向群众讲解、普及电信网络诈骗违法分子的惯用手段、作案方式以及防范电信网络诈骗常识。工行舟山定海支行营业室人员走入菜场向市民和周边商户开展反诈宣传,仔细解答群众的提问,切实提高群众的反诈意识。

该行积极与当地公安等部门沟通合作,建立信息共享、协同防范的工作机制,共同打击电信网络新型犯罪,同时利用微信公众号等线上渠道,发布反诈宣传图文、视频等,组织员工通过朋友圈、微信群等方式广泛转发,扩大宣传覆盖面,提高宣传的传播力和影响力。

(王立)

中信银行“少年看中国”
活动名片效应凸显

7月13日,中信银行携手读者集团打造的“少年看中国·阅见山河之旅”主题活动首场落地。该系列活动精选《读者》创刊四十余年典藏内容,聚集名家名作者,为亲子客群打造中小学必读名著精读、新语文写作训练营等多个活动板块。除了线下活动,中信银行还将联合读者打造新语文学定制服务,包括书单定制服务、魔法作文课、读者·新语文名著精读视频课等,全方位助力亲子教育,滋养少年成长。

据悉,“少年看中国”主题活动共包含三大序列,目前,三大活动系列累计在全国落地超过二十个场次,引发亲子家庭热烈反响。

亲子家庭正处于“成长”关键时期,陪伴孩子成长,追求财富成长更是两大重心。中信银行除了持续升级“少年看中国”系列活动的价值内涵,助力亲子教育和少年成长外,在家庭财富成长层面,也在不断丰富服务版图。

据了解,中信银行面向亲子家庭积极践行主动陪伴,每季度为其提供投资检视服务,并输出专属资产配置报告书,为客户

优化投资体验。同时以每日“财富晨会”、每周“个人客户资产配置策略”、每月“致投资者一封信”、每季“信见投资策略报告会”的模式,全年提供高质量的财富陪伴。

不仅如此,处于“中生代”的亲子家庭正是需要站在“全生命周期”视角,对家庭投资进行系统化、全盘思考的阶段,中信银行给出“三分四步”资产配置全新解法,通过“收支平衡、预防风险、养老规划、资产增值”四步,为亲子家庭建立贯穿一生的财务规划,全面助力亲子家庭财富长跑。

在非金融服务层面,中信银行更是从亲子家庭的日常刚需和兴趣偏好出发,持续升级服务供给,围绕美好消费、品质出行、健康管理、轻奢运动、幸福生日五大维度,累计提供超过三十项的增值服务体验,包括9元购大牌咖啡、9元购精品图书等消费权益;境内外机场休息室、机场速通、礼宾车接送、道路救援等出行权益;家庭医生、洁牙、就医通道、三甲医院挂号及陪护等健康权益以及生日专属礼遇等。

(夏靓彬)