



11月石家庄新房价格持平 二手房价环比持平



12月18日,国家统计局公布的11月份70个大中城市住宅销售价格情况显示,11月石家庄新建商品住宅价格环比上涨0.2%,二手房住宅价格环比持平。随着楼市政策的持续收紧,近几个月石家庄新房、二手房价格涨幅也不断收窄,其中二手房涨幅变动更为明显,一度出现几个月环比涨幅下跌和持平的情况。

本报记者 陈红 刘丽佳

新房平均涨幅0.22%

近日,国家统计局网站发布了2017年11月份70个大中城市住宅销售价格变动情况。数据显示,11月石家庄新建商品住宅价格环比上涨0.2%,同比上涨3.1%,环比涨幅与上月相同。石家庄新房价格涨幅已经连续几月保持稳定,变动区间在0.1%-0.3%之间。

据燕赵都市报房地产传媒中心统计,下半年7-11月份,石家庄新建商品住宅价格平均涨幅为0.22%,低于上半年1-6月份的0.3%。其中,四季度的10月份、11月份两个月份的新房价格涨幅一致,均为0.2%,涨幅进一步收窄。

二手房价环比持平

与新房价格相比,二手住宅的价格对市场反应则更为“敏感”,近半年以来出现明显的回落。国家统计局发布的数据显示,11月份石家庄二手住宅价格环比持平,同比上涨0.2%。下半年以来,除10月份二手房价格环比出现上涨外,其他月份均呈现持平和回落的态势。

具体来看,今年1-4月份二手房价格环比持续上涨,平均涨幅在3.75%,超过同期新房涨幅;5-7月份则持续出现回落,且下跌幅度逐步增大,到7月份跌幅已达0.5%;此后,二手房价格开始趋于稳定,8-11月份的4个月中,除10月份价格环比上涨0.4%外,其他月份涨幅均呈现持

平。总体来看,5月份以后,石家庄二手房价格逐步由下调转为持平,市场趋于稳定。记者从安居客、58同城、赶集网、石家庄买房网等平台了解到,四季度以来,随着楼市淡季的来临,加之持续收紧的楼市政策,石家庄房地产市场降温明显。购房需求方面,不少购房者选择持币观望,需求量出现“缩水”。住房供应方面,近两个月石家庄新房供应以大项目的新开房源和加推房源为主,且大多为精装房、中大户型等改善型房源,购房总价较高,贷款难度较大。此种情况下,部分全国性房企领衔采用新盘“低开”策略,以低于市场预期价格抢占市场需求,回笼资金。

记者调查发现,受限购、限售等楼市政策的持续影响,当前石家庄二手房市场交易趋缓,购房者购买“热情”较低。“在我们的一再‘劝说’下,一些急于变现的业主开始接受调低价格的建议,但是从买房者的反应来看,仅有部分高性价比房源较为抢手,大部分房源出手难度加大。房龄较长的‘老破小’,可贷款额度低或未还完贷款的房源,新证二套等税费较高的房源都成了阻碍购房者出手的‘障碍’。”某二手中介机构负责人表示。

70大中城市房价变动情况

国家统计局城市司高级统计师刘建伟对11月份全国房价数据解读如下:

一、热点城市新建商品住宅价格走势总体平稳,多数城市已低于去年同期价格水平。

11月份,“分类调控、因城施策”房地产市场调控政策效果继续显现,70个大中城市中15个热点城市房地产市场总体继续保持平稳。从环比看,7个城市新建商品住宅价格下降,降幅在0.1至0.3个百分点之间;北京、上海、郑州和武汉4个城市环比持平。从同比看,有11个城市新建商品住宅价格下降,降幅在0.2至3.2个百分点之间,说明这些城市新建商品住宅价格已低于去年同期水平。

二、70个大中城市中一线城市房价环比下降,二三线城市房价环比略有上涨。

初步测算,11月份,一线城市新建商品住宅和二手住宅价格环比分别下降0.1%和0.2%。二线城市新建商品住宅和二手住宅价格环比分别上涨0.5%和0.3%,涨幅比上月分别扩大0.2和0.1个百分点。三线城市新建商品住宅和二手住宅价格环比分别上涨0.4%和0.3%,涨幅均比上月扩大0.1个百分点。

三、70个大中城市中一线和三线城市房价同比涨幅继续回落。

据测算,一线城市新建商品住宅和二手住宅价格同比涨幅均连续14个月回落,11月份比10月份分别回落0.3和0.2个百分点。二线城市新建商品住宅价格同比涨幅比上月略微扩大0.1个百分点,二手住宅价格同比涨幅与上月相同。三线城市新建商品住宅和二手住宅价格同比涨幅均连续4个月回落,11月份比10月份分别回落0.3和0.2个百分点。

墅高品牌

别墅\会所\样板间\大宅定制专家

蒙牛携手FIFA 世界杯迎来第一杯奶

本报记者 檀亚楠

12月20日上午,蒙牛集团与国际足联在北京国家会议中心联合宣布,蒙牛正式成为2018年世界杯全球官方赞助商。蒙牛旗下4大品类产品获得了“国际足联世界杯官方饮用酸奶”、“国际足联世界杯官方预制冰淇淋”和“国际足联世界杯大中华区官方牛奶”、“国际足联世界杯大中华区官方奶粉”的殊荣。更值得骄傲的是,蒙牛是国际足联在全球赞助高级别首次合作的乳品品牌,也是中国食品饮料行业成为世界杯全球赞助商的第一个品牌。



将于明年6月14日到7月15日在俄罗斯举办的世界杯足球赛,是2018年全球最具影响力的体育赛事。这届世界杯将有32支顶级球队参赛,梅西、C罗、内马尔等国际巨星携手亮相,200余个国家和地区、超过30亿观众将通过各种渠道观看比赛。成为世界杯全球官方赞助商后,蒙牛将通过这一舞台向全球消费者介绍天然、营养、美味的蒙牛产品。

“牛奶与足球一样,能够为大家带来健康与快乐。成为国际足联世界杯全球赞助

商,是国际足联对蒙牛品牌及产品品质的高度认可。对于蒙牛来说,这是一次走向世界的商业机遇,更是向全球展现中国乳业的重要机会。所以这不但蒙牛的骄傲,也是整个中国乳业的骄傲。”在发布会上,蒙牛集团CEO卢敏放这样表示。作为国内在出海道路上走得最快、走得最远,拥有最多海外消费者的乳企,蒙牛近年来与“一带一路”

沿线许多国家、地区开展了奶源、研发、生产等方面的合作,产品销售到了6个海外市场。借助世界杯澎湃能量,蒙牛的国际化引擎将2018年继续加速,在“一带一路”沿线更多国家开展产业链布局,让全球更多消费者品尝到天然、营养、健康的蒙牛产品。

“参与2018年世界杯,为蒙牛带来的绝不仅仅是巨大商业机遇,更是蒙牛积极参与国家战略的重要依托。”卢敏放表示,党和国家领导人多次在重要场合强调,建设体育大国和体育强国,是实现“两个一百年”奋斗目

标的重要组成部分,提升足球竞技水平、发展足球事业已经上升为国家战略。蒙牛愿意与国内外各有关机构密切合作,尽己所能推动中国足球事业发展,帮助更多中国青少年、特别是贫困地区青少年享受足球乐趣,让积极向上的足球文化成为国人实现中国梦的正能量。

发布会上,国际足联首席商务官菲利普(Philippe le Floch)表示,蒙牛是世界顶级乳企之一,也是中国乳业领先品牌。国际足联致力于在世界范围内推广和发展足球运动,中国是我们工作的重点区域,很高兴



国际足联向蒙牛赠送象征2018世界杯的18号球衣

今天在这里又牵手了一家实力雄厚的官方赞助商。菲利普同时表示,国际足联希望能够借助蒙牛在儿童与青少年群体中的影响力,获得一个培养新一代球迷并与其开展互动交流的平台。

据了解,作为全球官方赞助商的蒙牛,4大品类27个产品品牌都将共享世界杯权益,蒙牛的品牌及产品将在俄罗斯世界杯现场让来自全世界的消费者品尝,中国的蒙牛将成为世界的蒙牛。同时,世界杯期间,蒙牛将邀请幸运消费者亲赴比赛现场,共享俄罗斯之夏的激情与欢笑。



蒙牛CEO卢敏放称将努力推动中国足球事业发展