

百业信息

招行联合苏宁 推出“三零”分期付款

本报讯 招商银行联合苏宁电器首先在家电市场打响了银企联动、刺激内需的第一炮。在5月17日前,招商银行信用卡持卡人到苏宁旗下各分店购买家电可享受“免利息、免首付、免手续费”3期、6期、12期的分期付款服务。

据悉,为鼓励消费者“分期买家电”,商家、厂商和银行都对此次活动投入了很大的资源,此次“三零”消费模式涵盖商场80%的产品,电脑、手机等低毛利产品也可以“三零”购买。(李晓虹 家园)

中信银行 推出金质无限信用卡

本报讯 日前,中信银行信用卡中心正式对外推出了国内首张真金订制的顶级信用卡——中信银行 VISA 无限信用卡。据悉,该卡是国内首张采用 K 金镶嵌工艺的高端信用卡产品。而目前采用该工艺的信用卡在全球也仅发行了不到 1000 张,它的推出,使得国内银行卡的制卡工艺达到了世界的最高水平。

据介绍,此前,国内几乎所有信用卡产品都是采用塑料质地的卡板,中信无限卡由此突破,在卡板内加入黄金,解决了贵金属与传统磁条相互干扰的技术性难题,这在业内实现了又一创新。中信无限卡限量发行,主要采用邀约方式发卡。(沈璐 家园)

中国平安 五项服务标准创“之最”

本报讯 在宣布启动“你的平安 我的承诺”全年品牌运动之后,3月24日,在2009年度服务承诺新闻发布会上,中国平安隆重推出寿险、产险、银行的三项客户服务承诺,其中的五项服务标准刷新同业之最。

平安产险承诺向所有车险客户提供“万元以下,资料齐全,三天赔付”的便捷服务,此举将刷新业内全国统一快速赔付的金额上限。平安寿险承诺主动革新理赔理念,对所有投保平安寿险的客户,在合约范围内遵循“客户有利原则”主动帮助客户寻找赔付的事实及依据。平安信用卡亦推出挂失前72小时失卡保障承诺,一旦持卡人的平安信用卡发生被盗用损失,只要符合保障条件,持卡人最高可获5万元的补偿,这一承诺无论是保障时间还是保障金额,都居目前国内信用卡同类保障的最前列。(家园 首译)



平安力推五项服务标准

华富收益: 一年内两次分红

据统计,自2008年12月以来,共有70多只基金进行了分红,其中债券型基金接近50只,占全部分红基金的七成。华富基金旗下债券型基金华富收益增强基金日前宣布将于25日实施分红,每10份发放0.25元现金红利,这是该基金成立不足一年来的第二次分红。

据银河基金研究中心数据显示,截至3月20日,在83只同类可比债券型基金中,华富收益增强债券基金A类和B类基金份额分别以5.09%、4.98%的回报率高居今年以来业绩榜第一、第二,大幅领先市场平均水平。

华富收益增强基金经理曾刚表示,此时分红主要是为了体现公司“健康投资,健康生活”的理念,帮助投资者及时实现投资收益,突出债券型基金在资产配置中的重要作用,打造“健康”的投资理念。

华商盛世成长: 优选成长 布局长远

随着市场反弹,股票型基金普遍表现出较好的业绩,一些以成长类个股为投资目标的次新股基金表现突出。据晨星数据显示,截至3月18日,华商盛世成长基金3个月收益率为21.41%,在3个月股票型基金业绩榜上排行第五。

“对成长性个股的把握是基金取得成功的关键”,华商盛世成长基金经理梁永强表示,“未来将继续坚持优选确定性较强的成长性个股,特别是代表未来经济发展方向的成长性个股,提前布局未来经济发展模式的龙头企业,分享中国经济长期发展带来的投资机会”。

芒果网 推出百线万人特价游

本报讯 记者今日从芒果网了解到,为响应国家的“国民休闲计划”,藉芒果网成立三周年之际,芒果网于3月24日推出“芒果会员休闲计划”,出资500万,全年补贴全国超过3万多人出游线路。该计划将以低于市场成本价推出上百条线路。

据记者了解,该计划并非短期促销活动,而是芒果网回馈忠诚会员的长期权益而做的计划。芒果网将推出数百条3-8折特价路线,消费者只要在芒果网预订过机票、酒店、旅游产品即可参加活动。(张慧慧)

新空调能效等级标准推迟出台,商家忙清货

四五级能效空调大甩卖

商海引航

近日,关于空调能效准等级的话题再次成为焦点,国美联合厂家全面清退4.5级能效空调的举措,以及苏宁携手空调厂家对低能效空调大降价的活动,似乎也从另一方面说明厂商在为清理低能效空调而做准备。但记者获悉,原定于本月出台的空调新能效等级标准因“行业内未达成一致意见”而推迟公布,“有可能今年都不会出台”。

准入门槛设在几级未确定

近日,中国标准化研究院能效标识管理中心相关负责人表示,“因为去年变化大,所以空调新能效等级标准出台尚无准确时间。”

据介绍,2008年6月,国家标准化委员会下属的中国标准化研究院修订的《房间空气调节器能效限定值及能源效率等级》曾公布征求意见稿,提出2009年将家用空调能效限定值提高到二级。

不过,这一意见稿遭到国内多数空调生产企业的反对。中国家电协会在2008年底

也曾代表企业上书国标委,明确提出希望将家用空调能效标准入门等级先升至三级而不是直接到二级。

“去年空调销售遭遇凉夏,及突然爆发的金融危机,使市场、企业的情况都发生了变化。”该负责人表示,国家相关部门正在重新审视,考虑空调新能效标准的内容,会尽快在短时间内使企业和行业达成一致意见。但该负责人表示延期公布的新空调能效等级标准采取几级能效标准目前还未确定。

降价销售4.5级能效空调

尽管新空调能效等级标准暂缓出台,但是空调企业却已行动起来,开始淘汰4.5级能效的空调产品。上个月底,深圳国美、苏宁电器纷纷启动今年的空调促销,少则让利3%-5%,多则打到7折、8折。记者走访深圳家电卖场了解到,市场销售的空调能效等级从1级至5级不等,其中能效超过3级的空调占了相当大的比例,它们也成为此次降价的“主角”。比如,一款能效等级为4级的美的空调,价格从2800元降至2000元,相当于打了7折;一款能效5级的空调,价格从原来的1500元降到了999元,破了千元大关。

记者从深圳国美了解到在国美此次采购大单中,节能空调占比将到70%以上。据国美相关负责人介绍,国家标准委、发改委规定4.5级高能效空调将在2009年停止生产和销售的消息,使节能空调成为今年订购单的重头。而据业内人士透露,国家法规对于生产标准的能效比政策的实施在即,4.5级能效空调成为“烫手山芋”,清理此类库存迫在眉睫。记者在家电卖场看到,因为打折力度比较大,一些有需求的消费者对此还是比较买账,这也使得当下成了空调销售的“小阳春”。

文/记者 张慧慧

时尚新风



春衣爱恋 流行魔幻

天虹服饰节打造完美生活

本报讯 上周末至30日,深圳天虹商场特邀深圳知名行为艺术团体和魔术师在国贸天虹、沙河天虹、后海天虹、深南天虹、南山常兴天虹、天虹购物广场巡回上演“大型场景行为艺术+心灵魔术”,演绎生活片段和城市符号并推出大型网络互动形象设计游戏。

与往年不同的是,今年天虹的春夏服饰文化节恰逢3-15优惠月,深圳20家天虹也将开展春夏新品再度震撼让利促销。往年天虹春夏服饰文化节商场举办现场大型走秀,今年,天虹把这个搬上了网络。即日起至4月6日,天虹携手新浪推出大型网络互动形象设计游戏,登录新浪房产参加互动游戏,即有机会赢取钻戒和超值礼品。整款游戏参考了时下网下最流行的“试衣搭配”,参加游戏的每个人都可以是自己的形象设计师,只需要点点鼠标,即可在天虹精心推介的今季最流行的品牌春夏单品中,挑选搭配,并随意更换发型及妆容、配饰等,获得最佳新衣搭配,打造你自己最完美的春夏装扮,让你足不出户,即可挑选最适合你的天虹时尚春夏服饰,并可获得品牌服饰折扣券。

另外,记者还了解到,春夏服饰文化节活动期间,深圳六家天虹将开展“大型

场景行为艺术+心灵魔术”活动,共同演绎生活片段和城市符号。

记者还获悉,逢周末,在深圳20家天虹百货商品买满200元即可参与“美丽变身日记”服饰搭配活动。现场将会有七种不同风格的服饰,参加活动的顾客只需在30秒内把七种风格(如周一:“将

OL进行到底”——职业装;周二:“自由的方式”——休闲装;周三:“与气质对话”——淑女装;周四:“体验深呼吸”——运动装;周五“这一刻的主角”——晚装;周六“年轻的感觉”——少淑装;周日:“家有主妇”——居家服)的服装正确归类,就可以赢取天虹的花样礼品。



场景行为艺术吸引深圳市民

意大利低调奢华 演绎都市风情

TRU TRUSSARDI 和 Max Mara 举行 2009 春夏时装发布会

本报讯 记者张慧慧摄影报道:本月21日,深圳金光华和万象城的意大利时装品牌 TRU TRUSSARDI 和 Max Mara 的2009春夏时装周发布会为深圳市民演绎了意式低调奢华的都市风情。

据记者了解,TRU TRUSSARDI 是诞生于1911年的意大利一线品牌 TRUSSARDI 集团旗下的奢侈都市系列,此次 TRU TRUSSARDI 带来新一季的时尚元素,春夏女装分别以美国的三座城市纽约、波士顿和迈阿密命名,匠心巧思和鲜艳色彩融入简约设计之中;春夏男装则分为 polar effect(极地效果)、techno appeal(科技装

备)、city appeal(都市装备)、leisure taste(休闲品位)和 leisure glam(休闲魅力)五大主题;TRUSSARDI JEANS 09春夏男装系列则分为 City Lounge(悠闲都市)和 Palm Springs(棕榈之春)两大主题;女装系列分为 Bright Future(光明未来)、Out of Desert(走出沙漠)、Full Bloom(完全绽放)和 Take a Dip(浸润时尚)四个主题,整个系列洋溢着新的情调。

今季 Max Mara 则以3个不同的主题演绎其精彩的春夏服饰:脱俗清新的型格少女形象、异国民族风情及高贵典雅魅力,呈现其高贵脱俗的独特形象。



TRU TRUSSARDI 新款

鸿翠苑 户型齐全的低档小盘

“起价8888元/平方米,均价10500元/平方米。”3月14日,位于罗湖草埔片区的鸿翠苑正式开盘,510套住宅单元一次性推出。前日,记者走进这个近期被媒体热炒的户型齐全的小楼盘,总体感觉户型设计整齐的让人无可挑剔,价格在罗湖也算低档楼盘;但周边均是农民房和很早的小区,环境一般交通状况不好。

自驾不便但公交覆盖率高

鸿翠苑为草埔鸿基花园二期项目,由深圳市鸿基(集团)股份有限公司投资建设。该项目占地面积近8600平方米,总建筑面积超过4.2万平方米,由A、B两栋32和33层建筑组成。其中,A栋1-3层为社区商业配套,由净菜市场、便利店、会所和架空空间花园;4-32层为高层住宅,主力户型为46平方米一房,72-75平方米两房,所有户型带精装修,装修标准约为500元/平方米。B栋1层为架空层,2层以上为住宅,主力户型为75平方米两房,113-164平方米三房、四房。B栋旁边配有小区幼儿园,可在项目入伙时同步投入使用。

前日下午2时,记者从深圳中信城市广场坐的士前往鸿翠苑踩盘,由于深惠路改造、地铁三号线施工等原因,的士自进入文锦北路后便行车速缓,到达目的地,车费42元。

从交通的角度讲,鸿翠苑周边公共交通覆盖率高,距项目10分钟内有草埔、布

吉联站等多个公交站点,有18、27、33、63、80、82、201、213、240、303等项目公交车;此外,地铁三号线草埔站项目最近,步行也在10分钟之内,明年建成通车,乘坐公共交通体系出行的鸿翠苑业主相当便利。

对于自驾车业主而言,鸿翠苑出门即为金福田路,这条路只有两车道,还不时被小货车随意占用,交通非常不便。

环境一般但教育资源丰富

从记者实地考察的情况来看,鸿翠苑周边全是农民房和很早的小区,环境、卫生状况不是很好。从商业配套的角度讲,鸿翠苑项目自身商业配套有限,目前计划中只有净菜市场、便利店等小型商业,购物需前往附近的华城百货、华润超市。

鸿翠苑的宣传页面上,丰富的教育资源是其重要的卖点。这点确实不容置疑,鸿翠苑项目营销中心对面即是翠茵学校和翠茵幼儿园,周边还有明珠中英文小学、布心小学、中华幼儿园、松泉幼儿园、松泉中学、东湖中学、布心中学等等,教育资源相当丰富。

精装房每平方米万元左右

记者进入鸿翠苑A栋的销售中心,这是记者见过的最小气的楼盘营销中心,在摆放了必不可少的楼盘、户型模型后,只能放三张小圆桌和几把塑料凳接待购房者。



鸿翠苑门前的金福田路,常有小货车乱停放

工作人员也不多,只有三四个置业顾问。鸿翠苑的户型设计相当方正,动静功能分区明显,虽不是南北通透户型,但由于周边多是农民房和早期建设的小区,楼层不高,造就了鸿翠苑视野开阔,通风、采光均不错。不过,A栋3楼10户的设计,对于这栋32层的住宅楼而言,上下班高峰,电梯使用可能会紧张。

看过样板间后,置业顾问陈先生为记者测算了两套中低价单位的价格:

A703房,精装一房一厅设计,建筑面积近47平方米,总价超过46.7万元,享受98折后近45.8万元,折合单价约9800元/平方米;A1209房,精装两房两厅设计,建筑面积超过77平方米,总价超过80万元,享受98折后总价近78.9万元,折合单价约1万元/平方米。文/图 记者 朱文庆

一周楼市 (3.16-3.22)

数据提供:中国指数研究院华南分院

楼价涨一成 成交跌一成

本报讯 深圳楼市置业热度不减,中国指数研究院华南分院的实时监控数据显示:上周,深圳全市商品住宅成交1901套,环比减少9.39%;成交均价为11560元/平方米,环比上涨9.59%。深圳楼市虽然结束了连续6周增长的势头,但依然保持高位运行。

成交环比跌9.39%

统计表明,上周深圳商品住宅成交1901套,环比减少9.39%;总成交金额为20.86亿元,环比减少2.13%。

从分区成交看,成交套数最多的仍然是宝安区,共成交800套,环比减少18.28%,占全市成交总量的42.08%,其中,该区万科金域华府(一期)一周内成交了218套,为上周全市成交冠军楼盘。龙岗区成交555套,环比增加4.72%,占全市成交总量的29.2%;南山区成交344套,环比减少6.27%,占全市成交总量的18.1%;福田区成交72套,环比减少35.14%,占全市成交总量的3.79%;罗湖区成交67套,环比增加39.58%,占全市成交总量的3.52%;盐田区成交63套,与上周持平,占全市成交总量的3.31%。

均价环比增一成

上周,深圳商品住宅成交均价为11560元/平方米,环比上涨9.59%。

分区来看,全市除南山、龙岗两区下跌外,其它四区价格均有大幅上涨。其中涨幅

最大的是盐田区,成交均价为17372元/平方米,环比上涨25.58%,主要是因为豪宅别墅项目“天麓二期”成交了1套,从而拉高区域成交均价。涨幅列第二的是宝安区,成交均价为11310元/平方米,环比上涨19.89%,该区域连续两周价格上涨,其原因主要是受“深业新岸线”和“万科金域华府”项目入市并大量成交的影响,这两个项目后续推盘批次价格上涨导致区域整体价格上涨。此外,罗湖区和福田区成交均价分别为14369元/平方米和20182元/平方米,环比涨幅分别为12.7%和8.63%。南山区和龙岗区本周成交均价平稳,分别为14846元/平方米和7710元/平方米,环比分别下跌2.05%和0.25%。

无新开楼盘上市

上周,深圳只有来自龙岗区的2个住宅项目批准上市,共提供商品住宅315套,共计3.44万平方米住宅,环比分别减少了78.38%和72.50%。此外,上周没有新开楼盘项目,只有宝安区的万科兰乔圣菲花园项目增加了23套联排别墅。

根据深圳市国土房管局官方网站发布的统计数据,截至3月22日,一手房可售套数和面积分别为50120套和530.04万平方米,环比分别减少3.69%和2.70%。一手房可售量已连续八周下跌。

(朱文庆)