

朱家尖南沙边一幢别墅拍卖出现激烈竞价 成交价高过“一拍”流拍价 高端旅游房产市价仍打折

□记者 裴驰宇

上周四,在阿里法拍网上,一处位于朱家尖南沙边的东海岸别墅园海韵苑2号大宅第二次拍卖,受到买家热情追捧,经过23轮竞价,以1623.3万元的总价成交。

这个成交价,比10月27日该房源一拍时的流拍价1613万元还高。业内人士认为,该房源的拍卖成交,给舟山高端旅游房产市场增添了一丝亮色。

二拍 舟山市普陀区朱家尖东海岸别墅园海韵苑2幢的房地产



结束时间 2023/11/23 10:38:13 22 次延时

拍下价 **16,323,000 元**

▲ 本场已结束

 阿里资产 3 人报名

保证金: ¥2,500,000 查看如何支付 可使用 赔钱报名

起拍价: ¥12,903,000 评估价: ¥23,039,500

加价幅度: ¥60,000 竞价周期: 1天



业内人士：有点意外,略感欣喜

东海岸别墅海韵苑2号房产,903.51平方米建筑面积,带装修,成交总价1623.3万元,折合成交单价为1.8万元/平方米。

这个成交价,让有关资产处置单位人士感到欣喜,“之前有三位客户前往看房,我们想这次应该能成交了。没想到价格拍得这么高,高过一拍的流拍价。”

此房源二拍时的起拍价仅为1290.3万,比一拍时的起拍价调低了300多万,相当于评价估2303.95万的56%,价格很有诱惑力。在到了竞价延时读秒阶段后,买家意愿十分坚决,以几十万一次的幅度轮番加价。

景区别墅房源1.8万元/平方米的成交单价,接近于2022年新城汇景山庄毛坯别墅2万元/平方米的拍卖成交价。根据阿里法拍网页显示,这套东海岸别墅的买家,是舟山从事一家食品行业的公司。

朱家尖别墅,有房东愿以“十年前的八折价”出售

毗邻东海岸别墅,在朱家尖东沙边上,还有一处东沙度假村别墅项目。在四季绿树成荫的别墅园区,有户别墅业主在车库大门上贴出了“好消息:本房源愿该栋别墅按原购买价打八折转让”,落款时间为2023年9月。

据了解,这套愿以买入价八折转让的别墅,建筑面积约为180平方米,房主在2012年的购入原价加上购房契税,达618万元,按八折计算,就是500万元愿意转让。

该别墅房主是温州人。他说,2012年,朱家尖这里的房子卖得比较走俏,还是托了朋友买进的。

房子赠送面积有好多,地下一层均不计面积,实际使用面积近400平方米。买人时心想投资增值,不过这么多年来价格纹丝不动,孩子又不会老大远过来往,就想着把它处理掉。

今年9月15日,朱家尖东沙度假村一套161平方米的毛坯别墅,在淘宝法拍网上以291.2万元的总价成交,折合单价为1.81万元/平方米,相当于当年的销售价还打六折。

算上拍卖房对价格的心理影响,这样对比起来,“八折转让”与当下的朱家尖海景别墅的市场价还略有差距,一般按原价的七折左右可以买到这样的房子了。

“如果当年的这笔钱买杭州、上海的住宅,那价格不知道翻了几倍。”这位温州房东叹惜道。

比起城区商铺,旅游房产还尚好

朱家尖东沙度假村的别墅项目,产权为五十年商业性质。据那位温州房东介绍,他这幢毛坯别墅,也可长租,年租金为10万元。

十年前600万元的投入,到现在年租金也就10万元,这个投资回报率不算高。加上房价的折损,实在让朱家尖旅游房产业主闷得慌。

不过,让朱家尖别墅业主们聊以自我安慰的是,比起城区商铺的投资者来说,他们还算好了。2010年前后,定海、沈家门闹市商铺单价动辄10万、15万元/平方米,到现在,商铺市价普遍“对折拦腰损”,租金大幅下跌。

同样是商业房产,旅游度假项目有较好的适住性。在朱家尖东沙度假村,记者上周看到,在几幢别墅门前,泊着沪、杭牌照的小汽车。有一些别墅业主,开起了高端民宿,既用于自住,也接待客人。这样的消费场景,令人称羨。

中信银行举办“信·新”品牌高质量发展论坛

据悉,由中信银行主办、新华网承办的“信·新”品牌高质量发展论坛于11月23日在北京举行。来自金融机构、智库、媒体、高校、企业、品牌评估机构等领域代表和专家学者共聚一堂,集思广益,建言献策,深入探讨高质量金融品牌建设路径,为助推更多的中国金融品牌走向世界前列贡献智慧。

近年来,我国金融品牌建设取得积极进展,品牌影响力稳步提升,对供需结构升级的推动引领作用显著增强。第三方品牌评估机构Brand Finance全球银行价值500强统计数据显示,最近10年来,中国银行业品牌价值整体呈增长趋势,在该榜单品牌价值总和的占比,从2014年的12%增长到2023年的31%。同期,中国银行业的品牌强度从64增加到68,仅取得微弱增长。这显示出中国银行业品牌价值已经做大,但相比较全球银行业,品牌强度仍显不足,推动由大到强的转变已箭在弦上。

以探讨中国金融品牌建设为出发点,举办“信·新”品牌高质量发展论坛,是落实中央金融工作会议精神的一项具体举措。“信”代表信誉、信任、信心、信念,“新”代表创新、新起点、新时代与新征程,“信·新”表达着各方在金融品牌建设上共赴新征程的信心和决心。

“前不久召开的中央金融工作会议,进一步提升了金融工作的战略高度,为新时代新征程推动金融高质量发展提供了根本遵循。”中信银行行长刘成出席论坛并致辞指出,品牌是企业乃至国家竞争力的综合体现,建设金融强国需要强大的金融品牌作保障。好的品牌既能促进高质量发展,为持续稳定“高质量”提供保障,又是“高质量”发展的象征,二者相辅相成。

刘成表示,品牌建设是一项长久的系统工程,品牌是时间的朋友,非一日之功,非一力能为。做强做大金融品牌,需要多管齐下,抓好四方面工作:一是坚决服从党对金融工作的集中统一领导;二是依靠行业合力,多方协同发力;三是依靠金融创

新,推动品牌可持续发展;四是积极走向世界,做实金融品牌。

论坛发布了《中国银行业品牌调研报告(2023)》。Brand Finance中国公司总裁陈忆登作为发布人并作解读。他指出,国内各家银行充分认识到在竞争激烈的市场中留下印记的重要性,纷纷采用创新的品牌战略,以提高其品牌定位和亲和力。大型国有银行在零售银行、对公业务市场都占据主导地位,享有较高的品牌“熟悉度”和“认知度”,但股份制商业银行致力于为客户提供个性化服务和产品,并在“创新度”这条赛道上迅速腾飞。中信银行在科技资源投资方面持续加大力度,反映在其“创新度”指标的高分上。同时,中信银行在“产品创新度”方面表现抢眼,在全国设立了55家“幸福+”网点,加强了对老年人的服务,包括中医保健、退休理财教育和防范金融欺诈。在对公业务方面,中信银行与各家商业银行相比也保持了良好声誉。这种来源于其对诚信的承诺、对稳健业务关系的关注、对企业银行业务的专业化及对现代化的执着追求。

在论坛现场,三个金融服务的故事分享,串联出中信银行聚焦金融服务品质提升、在供需良性互动中加快品牌发展的突出表现。从跨越万里紧急连线的出国金融服务,到与高科技企业一路共同成长跃升的银企深度融合,再到普惠金融、乡村振兴等领域持续发力的精准惠民济困,由点及面,见微知著,映射出中信银行始终坚守服务实体经济初心、在品牌建设之路上阔步前行的坚实步履。

论坛还发起了“信新同行”品牌行动倡议,呼应实施金融品牌战略,完善金融品牌培育发展机制,共同呵护金融品牌成长,培育品牌金融标杆,加强金融品牌经验交流,传递中国金融品牌理念,讲好中国金融品牌故事,打造中国金融“百年老店”,不断增强全球消费者对中国金融的品牌认同,为我国加快建设金融强国做出应有贡献。

(夏靓彬)

台州银行舟山分行开展消防安全知识培训

为进一步加强员工消防安全教育,做好火灾防控工作,切实提高员工的消防安全意识、火灾防控能力和应对突发事件的应急处置能力,11月22日晚,台州银行舟山分行组织开展消防安全知识培训,坚决预防和遏制重大火灾事故发生,保障全行安全运营。

培训讲师剖析了典型火灾案例、火灾的特点,并结合单位实际情况,从金融系统火灾易发部位、火灾的特性、火灾的种类、火灾的伤害等方面详细介绍了消防知识,现场指导如何正确使用和维护消防器材,重

点介绍了干粉灭火器、气体灭火器防、防毒面具的特点和使用方法。此外,还详细讲解了发生火灾时,如何正确报警、如何组织疏散、紧急疏散和逃生的技巧方法等知识。

本次培训旨在让员工体会到“大火无情”,要时刻保持警惕,切勿抱有侥幸心理。此次消防安全知识培训,提高了职工的消防安全意识,增强了防范火灾和应对突发事件的能力,使大家对火灾有了更加清醒的认识,要时刻警惕火灾的发生,为营造稳定的消防安全环境打下了坚实基础。

(洪倩)