

428.47 亩地卖了 19.28 亿元 合肥土地市场昨“红光焕发”

记者 任金如

竞买席 10 排全坐满了人,昨日,久违的土地拍卖热回归合肥土地市场,保利、绿地、安徽兴业、安徽瑞吉等近 20 家房企到场拿地,政务、高新、庐阳、瑶海区域内 5 宗地争夺激烈,共计 428.47 亩地悉数卖出,成交总金额达 19.28 亿。

24.77 亩地块 9 家企业“抢”

面积 24.77 亩的 E1206 地块(瑶海区襄河路以北、龙岗路以西),吸引了 9 家开发商的到场竞拍,其中包括景隆置业、巨龙集团、文一集团、兴业房产等。从 240 万起拍,每次加价 10 万元,9 家房企轮番叫价,一路“飙”到了 380 万元,随即拍卖现场陷入了短暂的“停滞”,拍卖师把加价幅度调整为 2 万元,15 号、66 号、36 号连续举牌。15 号竞买人景隆置业,最终出价 402 万,此时,66 号安徽兴业房地产开发公司再次跳

价到 406 万,把 E1206 地块收入囊中,溢价率达 69.17%,楼面价达 2342.3 元/平方米。

成本虚高,房企拿地赌未来

昨日的火爆场景,几乎是 8 月庐阳 N1208 地块拍卖的“翻版”(6 家房企抢夺 23 亩商业地块)。“越小的地块竞争就越大,对于规模不大的开发公司,现在是拿地的好时机,且小地块的总价不高,开发门槛低。”合肥万途营销总经理孙宜庆分析。“但 406 万单价太高,本来想到价格在 300 万出头差不多,最后拍到了 400 多万,虚高。”在拍卖现场观看的某代理公司总经理直言,“开始部分企业叫价有点猛,一下子就快到了 400 万,在龙岗,这样的价格的确不低。”“楼面价在 2342 元/平方米,初步估算,造房的成本价会在 5000 元/平方米,开发后房价如果仅卖 5000 元左右,确实利润空间很少。”孙宜庆说:“虽然地价高了,但可以看出,开发商是在用时间换空间,赌的是未来升值空间,如果再加上住宅沿街商铺的利润,开发商的收益还是能够保障的”。

财经资讯

王健林:在中国搞政商关系太困难

大连万达集团董事长王健林 9 月 8 日在美国哈佛大学做讲演,在谈到政商关系时他表示,政商关系在中国是一个非常复杂的问

题,这个问题比在哈佛读博士后还要困难,在中国尤其是民营企业能成功做大太不容易了,比美国企业家要艰辛好多倍。

深圳唯冠公司昨正式进入破产清算

富邦保险申请唯冠公司破产清算案由 IPAD 商标价值未定一直悬而未决。随着苹果与唯冠 IPAD 商标权纠纷案落幕,昨

日上午,广东省高级人民法院对该案进行终审宣判,裁定由深圳市中级人民法院受理富邦保险申请唯冠公司破产清算一案。

光明奶酪被指含禁放物 公司股价跌 2.41%

受光明奶酪昨日爆出“违规”使用了禁用的乳矿物盐消息影响,光明乳业昨日低开高走,截至收盘,该股股价下跌 2.41%,报 8.5 元。

业内专家分析称,安全事件屡屡爆发,暴露了光明在管理方面存在问题,并且这将动摇其销售大本营华东市场的老大地位。

1800 亿技改投资促安徽工业转型

星报讯(星级记者 宛月琴) 记者昨日从全省技术改造投资调度会上了解到,今年 1~7 月份,全省共完成工业投资 3687.5 亿元,其中技改投资 1815.5 亿元。全省技术改造投资呈现出总量稳步增长、结构逐步优化的良好运行态势。省经信委相关负责人介绍,技改投资不仅推动了工业稳增长,也有力促进了工业经济结构转型升级。分行业来看,电子信息、

汽车和装备制造、材料和新材料、食品医药、纺织服装等重点培育的工业主导产业保持较大的投资力度,传统优势产业增势强劲。从区域来看,皖江城市带增势平稳,皖北地区增速强劲。前 7 个月,皖江城市带 8 市完成技改投资 1401.5 亿元,占全省技改投资总量的 77.2%;在皖北地区,宿州、阜阳、亳州三市共完成技改投资 144 亿元,增长 44.8%,增速连续多月居全省第一。

比亚迪创始人杨龙忠或离职 套现上亿元

近日,比亚迪股份有限公司内部人员通过微博透露,现任比亚迪公司高级副总裁、创始人之一的杨龙忠或将离职。随后,记者连线比亚迪相关人员,该人士表示对这件事不知情,并指出“杨总主要是负责 IT 业务的,与汽车业务接触较少”。值得玩味的是,就在今年 8 月,据深交所披露的数据显示,比亚迪副总裁杨龙忠通过大宗交易平台套现 843 万股,套现金额

过亿元。比亚迪以 5435.34 万解禁股数和近 8.7 亿元解禁市值成为 7 月市场的最大抛单。内部高管对自己企业的抛售除了对业绩的担忧外,将离职或许也是一个原因。杨龙忠是王传福的同学,作为公司三大创始人之一,他参与并推动比亚迪自主品牌汽车的发展,并使比亚迪跻身 IT 业一流 EMS 厂商之列,也让全球 1/3 的手机锂电池刻下“中国制造”。



中秋大礼 ——碧波牌大闸蟹“蟹蟹”依

特立独行,亦正亦邪,人们对于螃蟹的态度,也是“横看成岭侧成峰。”粉碎“四人帮”后,人们喜欢将三只公蟹一只母蟹拴在一起蒸了吃,表达的是“尝将冷眼观螃蟹,看你横行到几时!”的痛恨与畅快。“十月里,响春雷,亿万人民举酒杯,舒心的酒啊浓又美,千杯万杯也不醉。”这样的场合,如果少了大闸蟹,还能那么尽兴吗!

螃蟹横行,未尝不是一种颠预顽皮。“螃蟹横行霸道爬,以为天下是他家。捉他几个来下酒,听雨舟中赏雨花”,诗人表达是鄙夷和戏谑;而“未游沧海早知名,有骨还从肉上生,莫道无心畏雷电,海龙王处也横行”呈现的则是一副耿直可爱的介甲武士的形象了。

中国传统文化还特别善于从运用汉字丰富的谐音,来联想寓意生活的吉祥与美好。记得徽州龙川胡氏宗祠里的屏风中,就有荷花和螃蟹的生动造型,这难道不就是传统民



间向往“和谐社会”的有趣表达吗?如今,随着生活水平的提高,美味的螃蟹同时也被赋予了“谢蟹”的意味,中秋送蟹,就是“蟹蟹依”——谢谢您!

我不能断定,近年来阳澄湖大闸蟹的身价年年递增,是人们更钟情于口腹之欲,还是因为这样的美味被添加了“蟹蟹依”这样的感恩意趣,应该说,两者都有吧。既然是送礼,要送就送最好的,于是,中秋送礼,送礼就送大闸蟹,送大闸蟹就送阳澄湖大闸蟹,变成了一种消费时尚。

“螃蟹有文化,还不是因为味道好!”苏州三湖大闸蟹有限公司总经理张全根一语道破了螃蟹文化的物质基础。张全根是阳澄湖渔业世家,1996 年开始养蟹,2002 年创立碧波牌阳澄湖大闸蟹品牌,是阳澄湖大闸蟹协会中最早的品牌大闸蟹之一,2004 年三湖大

闸蟹公司成立,随后进军北京,开办了京城的第一家阳澄湖大闸蟹专卖店,后又在亚运村,东城区……乃至全国开设碧波专卖店。

送礼就送碧波牌,一来品质有保障,二来也能体现送礼人的一片诚意。碧波牌阳澄湖大闸蟹获得今天的美誉,是和多年的诚信经营和品牌积累分不开的。公司赢得了诸多荣誉,享受中华人民共和国原产地域保护,AAA 级信用企业。作为苏州市阳澄湖大闸蟹行业协会副会长单位,苏州市相城区阳澄湖大闸蟹商会副会长单位,三湖大闸蟹公司是行业内唯一的一家双副会长单位,碧波牌大闸蟹是“江苏省名牌产品”,“苏州市名牌产品”,“江苏省质量信得过产品”,阳澄湖大闸蟹协会中唯一的“三冠王”。

中秋送大礼,送礼“蟹蟹”依,就送碧波牌阳澄湖大闸蟹。



每到金秋时节,拎一盒碧波牌阳澄湖大闸蟹,已经成为既有面子,又有“里子”的谢恩小仪式了。还是先说说有文化的大闸蟹吧。

“秋风起,蟹脚痒”。每到中秋月圆的时候,最美好的时光,莫过于和亲朋好友在一起,一边赏月一边享受大闸蟹的美味。明亮的月光升上了中天,清朗的空气中浮动桂花暗香,大家围坐在一起,畅谈着、叙说着、聆听着,共享着人间最珍贵、最温馨、最温暖的亲情。

中秋时节最当时令的礼品,自然是纯正美味的阳澄湖大闸蟹。送的有心,收的会意;送得朴实,收得温馨。送礼的学问不在贵与贱,在于传情达意,沟通彼此内心中最柔软的地方。

说起螃蟹,“粗鄙”的老外肯定是不懂的。这不,前阵子德国的大闸蟹泛滥成灾,德国人伤透了脑筋,却大饱了华人的口腹。螃蟹不仅是中国人独有的盘中美味,也是中国传统文化的一个经典符号。品蟹、赏蟹、咏蟹是历代不可或缺的一种生活时尚。苏东坡就嗜蟹成癖,常以诗换蟹:“堪笑吴中馋太守,一诗换得两尖团(螃蟹,古称尖团)。”难怪食蟹之后,还发出“不到庐山辜负目,不食螃蟹辜负腹”之感叹。