

结束连续6个月超3%的同比涨幅——

上月,我市CPI重回“2”时代

本报讯(记者 戚帅华 通讯员 王宁)国家统计局洛阳调查队昨日发布的数据显示,2013年12月,我市居民消费价格指数(CPI)同比上涨2.6%,涨幅比上月回落0.8个百分点,重回“2”时代;去年,我市CPI比上年上涨3.1%。

去年12月,我市CPI结束连续6个月3%以上的同比涨幅,重回“2”时代。其中,食品价格同比上涨4.2%,非食品价格同比上涨1.8%。在食品类中,粮食价格上涨6%,鲜菜价格上涨5.1%,水产品价格上涨4.6%,肉禽及其制品价格上涨3.3%。

从更能反映价格变动情况的环比数据来看,去年12月,我市CPI环比上涨0.2%,其中涨幅最大的是食品类价格、交通和通信类价格,环比涨幅均为0.5%。

综观2013年,我市CPI涨幅相对平稳,同比上涨3.1%。从全年的同比数据

看,2013年全市食品类价格上涨5.7%,不论涨幅还是对居民消费价格指数的影响程度,均继续居八大类商品及服务价格之首,仍是2013年物价上涨的第一推手。

在食品类价格中,鲜菜、粮食、肉禽及其制品价格分别上涨10.6%、7.8%和5%,涨幅位居前三。

对于未来物价走势,业内人士表示,一方面,虽然春节前物价仍会上涨,但节后物价上涨压力将明显减弱,由于今年经济增长及货币政策都将保持基本稳定,这为保持物价水平的稳定创造了一定条件。

另一方面,虽然农副产品价格等可能会受季节性因素影响,出现短期波动。但随着政府对物价调控越来越重视,物价出现较大波动的可能性不大,物价运行整体上行空间有限。



制图 闵敏

春节出游预订全面升温——

温暖游最热门 价格涨两三成

春节长假即将来临,旅游团费也呈上升趋势。昨日,记者走访市区多家旅行社了解到,随着出游人数的增多,各大旅游城市的机票、酒店住宿等的价格上涨明显,春节旅游产品价格水涨船高,与平时相比,各旅游线路的价格平均上涨20%至30%。

温暖游最热门

仅有一天假期的元旦没能带火旅游市场,出游需求便集中在春节期间升温。虽然离过年还有半个多月的时间,但到旅行社报名或咨询出游的市民明显多了起来。

“今年市民预订时间相比往年明显提前。”九都路某旅行社的负责人介绍,由于今年元旦假期较短,不少市民将外出旅游的计划纷纷安排在春节期间,使得今年春节出游预订高峰比往年提前了十多天。

而且受寒冷天气影响,春节期间温暖游线路预订火爆。在国内游方面,除海南依旧是市民青睐的旅游目的地外,厦门、云南等出游线路也较受欢迎。

此外,台湾游线路预订也很火爆。“尽管距离春节还有半个多月,但春节期间我们推出的几条台湾游线路已被抢购一空,火热程度超出预期。”南昌路某旅行社的负责人说,与往年不同的是,由于受泰国局势影响,报名前往该国的游客不像以往那么多,人们转向新加坡和马来西亚。

初一初二线路报价最高

受机票、酒店住宿费用等上涨的影响,在春节长假期间,大多数旅游线路报价每年都会上涨,今年也不例外。采访中记者发现,一些热门线路的报价普遍涨20%至30%,部分线路初一初二的价格比平时上涨1倍。

“最近一段时间,旅行社迎来报名高峰,热门线路海南游基本是一天一个价。”九都路某旅行社的负责人说,以海南双飞5日游为例,去年11月的报价在2500元左右,目前已涨至3500元。正月初一、初二的报价最高在5000元,比平时翻了一番。

此外,台湾游平时报价在4000元左右,正月初一、初二的报价在7000元左右。此后,各条旅游线路的报价将逐步下降,正月十五以后,旅游产品的价格将全面恢复平日的价格。

业内人士表示,去年旅游法出台后,对旅游市场已起到较大的规范作用,玩一趟要花多少钱,市民在签订合同时就可以盘算清楚。因此,尽管今年热门线路的报价依然有不小涨幅,总体来看,性价比较往年更高,这也是促使更多市民愿意花钱在外过春节的原因之一。

下手宜早不宜迟

业内人士表示,如今市民旅游过年的概念逐渐加深,他们通常选择在大年初一、初二出发,然后初七回来上班。从近两年报名的情况来看,举家出游已经成为春节旅游市场的一大特色,从而催热春节旅游市场。

随着春节临近,业内人士提醒广大游客,春节出游最好提前规划线路。随着春节出游高峰期到来,越晚跟团旅行费用就越高。如果打算出境游,那就要抓紧时间办理护照、签证等,去东南亚国家办理签证一般为3到5个工作日,到欧美、澳大利亚等办理签证需15个工作日,有意向的市民最好提前做出安排。

本报记者 戚帅华

微信营销 “粉丝价值”几何?

“亲,帮忙到朋友圈给我点个赞吧!”最近,只要打开微信朋友圈,不少人都会接到类似的好友消息。新营销方式带来的显著效果,吸引不少商家与企业抢滩登陆。但记者在采访中发现,多数微信营销并没有收获相应的“粉丝价值”。



现象:“亲,到朋友圈帮我点个赞吧!”

“你帮我点赞了吗?”90后刘晓是“微信控”,每隔几分钟,她都会打开手机刷新朋友圈。打开刘晓的微信,化妆品、衣服首饰、零食小店等广告应接不暇。

最近,她又迷上了点赞活动,刘晓说,为了多赚取礼品,自己和好友组成“赞”群。只要看到相关活动,大家便约定转发、点赞,领取礼品。有些人还注册多个小号,用于赢得奖品。

“有时甚至连内容都不看,就直接点赞。”刘晓说,每天她都会接到不少类似的好友消息。这些活动模式相同,只要将信息转发到朋友圈,收集一定数量的“赞”,最后将截图反馈给商家,就可获得活动礼品。并不是所有的人都像刘晓这么幸

运。涧西区的丁先生就遇见一件令他恼火的事。

几天前,他常去的一家火锅店推出微信活动,按照要求,只要集齐50个“赞”,就能获得4人免费的就餐券。花了3天时间,9日那天,攒够“赞”的他前去领取礼品,却被告知原本截止到22日的活动,已经取消。

丁先生说,当时去领券的顾客很多,有人还与商家发生了争执。最终,商家通知10日6点前可以去领券。虽然礼物拿到手,但这次经历,让丁先生很不愉快。

问题:营销得不到“粉丝价值”

记者在采访中发现,微信营销方兴未艾,吸引不少商家与企业抢滩登陆。但多数微信营销并没有收获相应的“粉丝价值”。不少商家的公众号,都安静地呆在用

户通讯录上。从事微信营销的骆君雅说,一些店铺、商家跟风开通二维码,在进店时,请用户扫一扫,并进行相应的优惠。但之后没有对微信公众平台内容、后台数据等进行优化,浪费此前优惠积累起来的用户群体。

公众号内容单一,缺少互动,无法赢得用户持续关注。业内人士介绍,看准了“低门槛”带来的商机,不少网络科技公司等开始承包商家的网络营销业务,每月只要收取较低的费用,就会帮忙发布信息。但在日常运营中,这些信息多为员工新闻、企业文化,也有些是广告,频繁发布,使用户不堪其扰。

也有商家坦言,微信营销听上去很美,但因缺乏前期预判等原因,使得商家承受巨大的成本压力。为此,一些商家不得不选择中途修改内容,此举会使网友在浪费时间 and 精力后徒劳无功,进而使商家信誉受损。

而低成本、易复制的微信营销,造成用户收到过多同质化内容,营销力度大大降低。刘晓坦言,隔段时间,她都会取消部分受众,以免浪费流量。

建议:微信营销,监管成难题

针对朋友圈出现的现象,微信官方在1月3日发布公告:反对不正当利用公众

群发消息以破坏用户体验的行为,特别是通过群发消息等手段,强制或诱导用户分享至朋友圈的营销行为。此外,该集团还宣布全力打击网络诈骗黑色产业链,并建立反欺诈信用体系。

对此,有商家表示,微信作为营销平台的趋势无法阻挡,并且,朋友圈之间多是熟人,转发是自愿还是被强迫,很难界定。

工商部门表示,作为新兴的网络平台,目前追查广告发布源头成为监管难题。微信广告一般直接发给特定用户,其他人无法获知广告内容,微信广告没有明显标志,在传输中难以识别,调查取证也有难度。此外,行政处罚应由违法行为发生地管辖,但微信广告不受时间、地域的限制,受众往往并不限于某一区域,这些都成为对微信营销监管的难题。

市消协相关负责人说,消费者在参与网络营销活动时,一旦发生消费纠纷,很难进行调解。微信营销虽然力度大、收益高,但建议商家在运作时,也需衡量利弊和自身承受能力,理性参与,切勿盲目跟风。

本报记者 武怡晗 赵佳



抵押房交易,记得先解押

专家建议:可由第三方监管解押款

提起前段时间购买二手房的遭遇,市民马先生就气不打一处来:他通过某中介公司购买一套约90平方米的二手房,合同都签了,才发现房子是抵押房。马先生买房不成,还搭上了中介费。

马先生说,他原本打算购买那套二手房当婚用房,后来发现该房在银行抵押了30万元。购房心切的他经与中介公司、房东协商,向房东的账户汇款30万元作为首付款,待房东将房屋解押后,再办理契税缴纳、房屋过户等手续。4个月后,急需用房的马先生向房东要回30万元。中介公司

以买卖双方原因导致房屋买卖不成造成违约为由,不予退还中介费。

被抵押的房屋能否进行二手房交易?中介费是否应由自己承担?

河南洛大律师事务所律师张耀显认为,虽然被抵押的房屋在解除抵押后可以进行二手房交易,但购买被抵押的二手房,其风险要高于购买其他二手房。建议消费者购买二手房时,在与房东及中介公司签合同前,一定要确保房屋已解押;如果遇到急于买房还未来得及解押的情况,要交由中介公司、银行等有资质的第三方

妥善保管。

张耀显说,目前二手房中介公司中,很多合同上都明确规定“非因中介公司原因造成房屋买卖不成,概不退还中介费”,此条约为霸王条款。他建议,消费者在通过中介公司购买二手房时,除了选择具有资质的中介公司外,还要弄清欲购二手房的产权是否清晰、是否被抵押或查封,房产证、土地证手续是否齐全等。此外,合同款项应尽量详细且可注明非买房原因造成违约的,中介公司须退还中介费等相关条款。本报记者 赵佳

拍卖公告

受委托,2014年1月22日上午10时30分在洛阳拍卖厅,公开拍卖旧车辆一批。

有意竞买者,请交纳保证金并携带有效证件,到公司报名,详情请与公司联系。

标的展示地点:标的物所在地

报名截止时间:2014年1月21日15时

标的展示时间:自见报之日起至2014年1月21日15时止

联系电话:0379-63357781 监督电话:0379-62325608

洛阳市佳德拍卖有限公司

洛阳市城乡规划局重要建设项目公示

建业住宅集团洛阳置业有限公司拟在王城大道以西,英才路以东,美茵街以北建设57号商业楼项目,根据城乡规划法等有关法律、法规规定,现将有关事宜公示如下:

一、项目单位:建业住宅集团洛阳置业有限公司

二、项目位置:57号商业楼位于王城大道以西,英才路以东,美茵街以北,美茵湖小区7号商业楼以东,1号住宅楼以南,51号公寓楼以西。

三、拟建情况:57号商业楼为地上二层,总建筑面积2305平方米,总建筑高度12.30米,距东侧51号公寓楼27.58米,距北侧1号住宅楼14.65米,距西侧7号商业楼10.96

米。具体详见地块现场公示及洛阳市城乡规划局网站(www.lysghj.gov.cn)公示。

四、公示期限:2014年1月14日至1月27日。

五、意见反馈方式:联系电话:建业住宅集团洛阳置业有限公司:65550063

洛阳市城乡规划局:63923831 63225167

通讯地址:洛阳市开元大道市政府大楼9楼洛阳市城乡规划局法规科(邮编:471023)

洛阳市开元大道报业大厦10楼洛阳新区发展改革规划局(邮编:471023)

洛阳市城乡规划局

洛阳市城乡规划局建设项目公示

洛阳名众房地产开发有限公司拟建设“名门城市广场”项目,现申请该项目建设用地规划许可证。根据国家城乡规划等法律、法规规定,现将有关事宜公示如下:

一、项目单位:洛阳名众房地产开发有限公司

二、项目概况:该项目位于西工区九都路77号,东至洛阳凯悦房地产置业有限公司

司,规划中学,西至上阳路,南至丽春路,北至九都路。总用地面积为72563.642平方米,其中,建设用地面积为67494.185平方米,道路用地面积为5069.457平方米。

三、用地性质:居住兼商业

四、公示时间:自登报之日起七个工作日

五、监督电话:63225083 63917263

洛阳市城乡规划局

洛阳市城乡规划局建设项目公示

现洛阳中迈首府置业有限公司申请办理中迈之珠项目建设用地规划许可证。根据国家城乡规划等法律、法规规定,现将有关事宜公示如下:

一、项目单位:洛阳中迈首府置业有限公司

二、项目概况:该项目用地东至规划路,

西至王城大道绿化控制线,南至道北三路,北至邙山渠绿化控制线,总建设用地面积22073.427平方米。

三、用地性质:居住兼商业

四、公示时间:自登报之日起七个工作日

五、监督电话:63225083 63917263

洛阳市城乡规划局