

2013年 市区卖房12208套

同比增34.86%

记者 王莉



本版绘图:记者 孔伏波

日前,市房产局的一组数据显示:去年全年,我市房地产总销售12208套,同比增长34.86%;销售总面积达137.91万㎡,同比增长24.64%。

具体数据为:1月1519套、2月1149套、3月1359套、4月830套、5月1211套、6月982套、7月988套、8月963套、9月1115套、10月1317套、11月755套、12月673套。

销售最好的为1月,市房产局相关工作人员透露:一月销售较好的原因主要是因为书苑小区团购245套,及碧桂园温泉城热卖等因素。

此外,去年楼市的“金九银十”可谓名副其实,各项指标都超过前年同期。去年9-10月,市城区商品房销售2432套,销售面积近29万㎡,成交均价3793元/㎡,总销售额近11亿元。

而在2012年9-10月,城区商品房销售1458套,销售总面积近20万㎡,成交均价3316元/㎡,总销售额6亿余元。2013年9-10月份,商品房销量、销售总额相比2012年同期增长近一倍。

城区楼市成就“金九银十”,许多开发商分析其中原因时纷纷表示,咸

宁市建设的加速和经济的发展,带动了房地产市场的发展。当然,楼盘在此期间大力促销,也带动了买房需求的大幅增长。

市房产局相关负责人认为,2013年的咸宁城区楼市为近年来最为活跃的一年,随着咸宁楼市多元化的发展,大型商业综合体及高端别墅项目的进驻,房地产项目以及产品类型越来越丰富。自住性需求不断释放,改善性需求持续增加,市场不断向好发展,整体呈现为“加速上行、持续回暖”态势。

此外,随着武咸城际铁路的开通,也给咸宁楼市带来了利好。这位负责人分析,随着楼市政策更加趋稳,市区城镇化建设步伐的加速,再加上我市城区创卫工作的开展等诸多利好因素,2014年楼市或将继续回暖,全年购房需求或保持稳定节奏逐步释放。



驮着茶叶去欧亚

——“重走茶叶之路”在咸引起反响

记者 王莉

以前,说起骆驼,我们的脑海总是浮现出大漠中的情景,在夕阳的映照下,一队骆驼缓缓行走。然而,在三大茶马古道之一的咸宁,在香城泉都的闹市街道之中,近日却迎来了一支特殊的驼队。

这支驼队,插着旗帜,驮着茶叶,从内蒙古出发,一路走进咸宁,一路走向欧亚大陆,一路传播茶叶文明……

茶叶驼队走进咸宁

一支长长的驼队,每只骆驼背上驮着咸宁青砖茶品牌“生牲川茶”的木箱,还有“重走茶叶之路”旗帜,安静温顺地行走在道路上。

8日,这支百余米长的驼队一路不紧不慢,从高铁站营地出发,经桂花城到长安大道、咸宁大道,再转至107国道,行走在城区,秩序井然,蔚为壮观,吸引沿途居民驻足观看。

咸宁是三个茶马古道源头之一。所谓茶马古道,是古代茶叶运输的马帮之道,在交通不发达的古代,各民族之间互通有无,交换茶叶形成的茶叶之路。

据了解,“重走茶叶之路”是沿300多年前的路线,从内蒙古二连浩特出发,一路南下骆驼茶,将咸宁的青砖茶等中国名茶送到亚欧大陆。

“重走茶叶之路——茶圣故里行(湖北)”于1月4日来到赤壁赵李桥,于8日来到咸安,9日离开咸宁,北上东方茶港武汉汉口。

据介绍,驼队中,有十峰骆驼驮着我们咸宁的“生牲川”砖茶,这些砖茶将一直伴随着驼队行经河南、河北、内蒙古向北延伸,穿越蒙古戈壁草原,抵达欧亚各国。

重温历史弘扬文化

我市茶叶历史悠久,素有“茶叶之乡”美誉。近年来,市委市政府对茶产业发展系统规划,提出重点发展砖茶,积极发展绿茶、红茶,以茶富民,以茶宜居,以茶扬名。通过不懈努力,打造百亿茶产业集群,促进咸宁绿色崛起。

作为三大茶马古道源头之一,我市也是此次“重走茶叶之路”的重要城市。此活动主要目的旨在提升咸宁在全省全国茶行业地位,让更多眼光投向咸宁,让更多的人了解咸宁的茶历史文化,从而提升我市茶企业品牌的影响力。

茶商纷纷表示:要借助万里茶路这个平台,把我市宝贵的茶文化历史挖掘出来,展示给更多的人,让中国了解咸宁茶,让世界了解中国茶。此举对于我市进一步提高茶叶品牌影响,弘扬茶文化具有重要意义,这必将对我市茶叶的发展起到积极的推动作用。

作为此活动在咸宁的赞助方和承办方,我市茶叶交易平台——鄂南茶都大广场总经理王巍认为:没有文化的茶叶只是一片树叶。他相信“重走茶叶之路”走进咸宁,将推动咸宁的茶产业,推动咸宁的青砖茶再现辉煌,让我们的茶叶走出湖北,走向全国,甚至走向世界。

保持传统追求品质

据透露,此次驼队极其推崇咸宁传统工艺制作的砖茶。

去年8月份,中国茶叶协会授予赤壁市“中国青砖茶之乡”称号。目前,我市百年老字号“川”字牌青砖茶产品,在内蒙古市场占有率达85%,远销中非、俄罗斯等10多个国家。

据“生牲川”砖茶厂董事长何春雷介绍,“生牲川”青砖茶起源于明代1590年,距今有400余年的历史,定点销售内蒙古,至今还保留着传统工艺制造。

在该砖茶厂有两种生产技术。一种是传统工艺制作,手工精选、原汁发酵、檀模液压、木炭烘干。这种工艺制作成本高,口感好,营养价值高,但是生产量小,一条工作线十几个人,一天只能生产三百块砖,价格高,走量的地方无法接受。另一种是现代工艺,是用铝合金面板压制而成,电烘干,现代工艺制作,5个人的生产线,一天能生产两千片。

目前,黑茶市场还保持传统工艺制作的茶企不多,广东、北京、河北那一带追求的就是传统工艺,市场需求量越来越大。

“消费者的要求越来越高,要保持自己的特色,不能为了迎合市场需求而一味求量。即便扩大产能,也是在保持自身品质的前提下。”何春雷说。

2013年 平均每天卖车101辆

其中有48辆为小汽车

记者 王莉 通讯员 熊崧 方是学

2013年我市卖了多少辆车?答案是36737辆。记者昨日从市国税局车购税分局了解到,相比2012年,去年车市销量同比增长了5.27%,相当于每天卖出101辆;其中,小汽车就占48辆。

2013年年初,我市车辆购置税任务分配为1.87亿元,到了年终盘点发现,2013年实际完成车购税征收2.26亿元,超额完成任务。此外,去年出台了很好政策,车购税减免力度大,特别是针对全市的公交车辆。我市从2013年到2015年实行公交车辆免税期,仅去年一年,每个县市公交企业,免税上百万。

车购分局的工作人员透露了另一组数据:2013年全年汽车销售价格整体上升,与2012年相比,同比增长35.44%。

此外,2013年销售小汽车17487辆,同比增长34.07%;车辆总销售额21.04亿元,同比上涨46.26%;征税1.84亿元,同比上涨46.56%。

相关工作人员分析,小汽车一般是居民生活的体现,去年小汽车的均价达12万元,汽车销售价格增长了近50%,这说明买好车的人越来越多了,从一个方面反映出居民收入的普遍上涨。

在市国税局的车辆购置税系统平台上,去年各个月份的汽车销量一目了然:

1月销售车辆最高达2650辆,其次为12月,销售车辆为1867辆;销售车辆最低的是2月份,为1244辆;其余的月份销售车辆数在1400-1700之间。这些都显示出:年底是汽车销售的高峰,买新车过新年,这个传统的消费习惯影响着汽车市场。



位置。

去年的中国汽车工业发展迅速,除了产销量增加迅速、市场集中度继续提高外,乘用车也保持了稳定增长,其中SUV车型销量将近300万辆,较去年增加了将近50%。

但是在中国汽车行业蓬勃发展的背后也存在着一定的问题。比如,受市场竞争加剧、产品竞争力较弱等因素的

影响,中国品牌汽车企业销量增速降低,发展形势严峻。以乘用车为例,中国品牌乘用车的市场占有率已经连续两年下降。

对2014年国内汽车业发展,中国汽车工业协会预测,2014年国内汽车市场的全年产销量大约在2400万辆左右,增长率为8%-10%。其中,SUV、MPV车型预计将保持20%-30%的增长速度。

7.3%。全年贸易顺差2597.5亿美元,较上年扩大12.8%。其中,欧盟、美国、东盟、香港和日本为我国前五大贸易伙伴。其中我国对欧盟、美国的双边贸易额分别为5590.6亿、5210亿美元,同比分别增长2.1%和7.5%。同期,我国对东盟、南非、中亚五国等新兴市场国家双边贸易额分别为4436.1亿、651.5亿、502.8亿美元,分别增长10.9%、8.6%和9.4%。

1.7%。食品价格上涨影响居民消费价格总水平同比上涨约1.33个百分点。其中,鲜果价格上涨15.6%;肉禽及其制品价格上涨3.6%;鲜菜价格上涨2.6%。

相比去年11月,12月CPI环比由降转升,但同比涨幅有所回落。国家统计局城市司高级统计师余秋梅分析说,从发布的环比数据看,食品和非食品价格

环比分别上涨了0.6%和0.1%。非食品中,汽油、柴油和水、电、燃料价格环比也有所上涨。

从去年全年CPI上涨来看,12个月中只有4个月在3%及以上,其他均在2%至3%之间,最低为2.0%,全年2.6%的物价涨幅远低于3.5%的调控目标。

步,要通过改革养老保险等制度,逐步建立和完善企业退休人员基本养老金的正常调整机制。(据新华社电)



超2000万辆

我国汽车产销连续5年世界第一

2013年我国外贸首破4万亿美元

同比增长7.6%

CPI连续两年处于“2”时代

涨幅远低于调控目标

企业退休金元旦起再涨10%

全国7400多万人受益

元旦春节 钜惠全城

- ◆ 预存话费送话费
- ◆ 预存话费送好礼
- ◆ 宽带用户年缴送好礼
- ◆ 办智能机免费打送好礼

详情请咨询中国电信营业厅10000

用户至上 用心服务
Customer First, Service First

中国电信网上营业厅·湖北
10010

中国电信掌上营业厅·湖北
wap.10010.cn

第二套号码
10000

中国电信
天翼品牌

