

安徽星级酒店住一晚 239元

平均房价中部第二,仅次于湖南

记者 董艳芬

在安徽星级酒店住一晚,花费大概多少?记者昨从国家旅游局公布的“2011年第二季度星级饭店统计公报”获悉,今年第二季度,我省星级酒店的平均房价为239.51元/间夜,排名居中部第二位。

星级酒店一晚平均239元

据了解,截至目前,我省共有星级酒店435家,实际填报数据的酒店有413家,其中,五星级15家、四星级85家、三星级168家、二星级142家、一星级3家。从上报的五星级数据上来看我省与湖南并列中部第一,而湖北、河南、山西、江西省分别有13家、10家、10家和7家。

统计显示,今年第二季度,我省413家星级酒店营业总收入总额为1306亿元,平均房价为239.51元/间夜,平均出租率达61.88%,两项指标分别较第一季上涨7.38%和15.56%。记者留意到,我省星级酒店平均房价仅次于湖南243.25元/间夜,排名中部第二。

合肥平均房价下降2.9%

随着合肥星级酒店数量的增加,合肥星级酒店房价及入住率开始“降温”,记者了解到,二季度,合肥市43家星级饭店营业收入达293亿元,平均房价为31401元/间夜;平均出租率为64.98%,平均房价及平均出租率均比去年同期下降了2.90%和12.15%。

另外,与上季度相比,重点旅游城市中

除三亚、海口、泉州和温州等四个城市比上季度有所下降外,其余各城市均呈现不同程度增长,其中张家界和我省黄山等重点旅游景区景点所在城市增幅较大,统计数据显示,黄山67家星级饭店“进账”201亿元,平均房价、平均出租率、每间可供出租客房收入及每间客房平摊营业收入等指标增长均跨入全国前十。

季末清仓夏装甩卖 商家闻“秋”而动打响促销战

刘维静 记者 王伟伟

立秋后,几场秋雨给市民带来了清凉。嗅觉敏锐的商家也警觉起来,各家除了卖力地促销夏装外,新款秋装也被摆在专柜的显眼位置。昨日,记者走访了省城多家大型商场发现,夏装普遍在8折至3折之间,新款秋装价格普遍上涨,幅度在百元以内,但消费者多数看多买少。

秋装高调上市“探路”

昨日,记者走访了省城商之都、金鹰、鼓楼、百盛等服装专柜发现,夏装还没下架,秋装已经大量上市,大多都被摆放在专柜的显眼位置。

一品牌服装专柜导购员介绍:“秋装是一个星期前上架的,目前只是部分上市,大批的还要等到9月。”但她也坦言,由

新款价格普遍上浮

“新款秋装的价格比起去年涨幅在百元以内。”一品牌服装店导购员告诉记者,由于秋装大多都是上半年就开始设计,原材料也是上半年采购的,所以价格上涨是必然趋势。另外人工和运输成本的提高都是秋装价格走高的原因。

于来店内的消费者对于秋装大多数都是看多买少,所以销量平平。

记者走访发现,基本上省城各大商场和商超的品牌夏装与凉鞋都在做促销活动,而且力度都很大,有品牌单独打出六至五折的促销。还有部分品牌服装,将夏装与秋装相结合一起促销。

然而,不少市民似乎对新款秋装并不“感冒”,“高高在上”的价格让很多人望而却步。一业内人士向记者透露:“针对各商家提前上市一部分秋装的理由,一方面为了抢占市场,提前积累秋装消费群;另一方面也可以新款上市为由,拒绝打折。”



金价创历史新高

昨日,合肥一金店内,工作人员标示出了最新的黄金价格,千足金黄金首饰价格442元/克,艺术金价格更是达到了472元/克,创下了历史新高。随着国际金价突破1900美元/盎司大关,国内金价也是疯狂上涨,有关专家提醒投资者注意防范风险,切勿盲目追涨。

记者 李超钰 文/图

文化地产“撑起”北城商圈新境界 新天地最迷人的就是“文化味”

谢倩漪 星级记者 宛月琴



“要说特色,我们最迷人之处就是文化味”,说起自己的独特之处,新天地国际广场负责人卢光荣在接受记者采访时这样“脱口而出”。而文化地产,作为一种高品位地产模式,正在合肥演绎着一个全新的故事。

文化让商圈更有品位

三层楼高的攀岩墙,挑战巅峰时那种狂喜或许只有亲身参与的人才知道。每天,新天地广场上的攀岩墙都会吸引着很多人驻足观望。这是省内唯一的特色商业中庭攀岩墙,打造它的目的当然不只是聚集人气,更重要的提升整个商圈的文化影响力。

不光如此,在新天地广场,人们还能经常看到徽菜美食文化节、电影进社区、图书展等,更值得一提的是,这里的很多文化活动都是公益性质,在这里,你不仅是逛街购物消费,还在享受一种文化。

文化让建筑“活起来”

有行业专家认为,文化地产是把“死建筑”变成“活建筑”的系统工程。房地产传统开发模式是以“建筑”为核心,文化和概念仅作为营销手段;而文化地产是以“文化和生活方式、居住理想”为核心,用文化提升固化建筑价值。

来自香港的运动一百,也把“家”安在了新天地国际广场。负责人孙雪芹表示,首先看重的就是这里的区域优势,而老城区人口集中度高、文化氛围浓厚也是考虑的重要方面。通过各种各样的文化活动,彰显企业的文化理念,进而转化为这一城市综合体的独特性,在卢光荣看来,这就是新天地竞争的法宝之一。

文化底蕴“发酵”新地产

对于新天地来说,还有一种站在背后的文化力量。开发新天地国际广场的安徽普兰德置业公司总经理刘奎表示,普兰德的最大的优势就是依托安徽出版集团浓郁的文化底蕴,开发具有高品位的文化地产。

在他看来,文化是一种产品附加值最高的元素,地产与文化联姻是它未来的发展趋势。而对于未来,刘奎这样勾勒起来:按照集团的总体要求,普兰德3年完成100万平方米的建设量;5年内进入全省房地产一流行列,并力争年销售额达到10亿元。

日前,华润置地与其长期战略合作伙伴凯悦国际酒店集团旗下品牌君悦酒店再次签订正式合作合同。在未来的3-4年里,君悦酒店牵手合肥华润万象城,依托政府对政务文化新区的政策倾斜,将在动静相宜的天鹅湖畔,与先期入驻的合肥市政府、合肥大剧院……等共同营造高端商务集群,天鹅湖畔CBD繁荣景象指日可待。

【国内罕有的全球最佳商务酒店,安徽惟此】

君悦Grand Hyatt,是凯悦国际酒店集团旗下超豪华的酒店品牌,以超五星级酒店理念矗立于国际知名大都市和各大门户城

华润联手凯悦国际 君悦酒店强势入驻合肥

市,经历50多年传统历史变革,在行业中品牌卓越。

凯悦国际酒店集团,在中国,与华润置地早已携手缔造了深圳君悦酒店、杭州柏悦酒店、沈阳君悦酒店等多个顶级酒店。君悦酒店,此番入驻安徽合肥,牵手华润万象城,必将以世界顶级酒店之标准融入华润中心,为合肥这座城市开启无与伦比的奢华体验。

【合肥蓄势待发,君悦强势入驻】

此次君悦酒店入驻合肥,标志着世界级酒店正式进军安徽。面对庞大的亚洲市场,君悦为何开始垂青合肥?合肥的经济实力进展又是如何?

合肥,如今俨然已成最具潜力之省会都市。中国城市竞争力研究会主办的“2011中国城市分类优势排行榜”发布。在中国十佳

宜居城市中,合肥名列第四。

凝聚大量人口的合肥,在2010年,常住人口数已逾570万。规划人口为20万的华润中心所在地,政务文化新区内,目前已有6万多人,初具规模。合肥发展高端零售业之条件已然成熟。

作为世界顶级的超五星级酒店,君悦,正因为看到这些趋势,方才把握机遇,与华润万象城强强联合,进驻安徽,深耕合肥。相信在不久的将来,世界级标准的纯正酒店服务理念将渗透华润中心每个细节。带动华润中心,共同缔造合肥新的商业标杆。