



在9号楼南侧，在建停车位和道路上的部分地砖被掀翻。

买房的时候合同中写明楼前要绿化，可交房没多久，绿化带却变成了停车位，保利百合花园二期9号楼的174户业主对此十分不满，掀砖抗议。面对业主的质疑，开发商出具了一份经市规划局审批的规划图，上面20个停车位画得清清楚楚。到底孰是孰非？6日，记者对此进行了调查。



小区绿化带变身停车位

质疑开发商失信, 业主掀砖抗议

文/片 本报记者 苑菲菲

绿地建车位, 业主掀砖

6日上午, 记者来到位于金华支路12号的保利百合花园小区, 看到小区二期还在施工, 里面到处都是被挖开的管道, 还有沙土、水泥等建筑材料。在9号楼南侧, 距离楼体约七八米的地方, 已经铺了些地砖, 用来建停车位和道路。其中, 一些地砖被掀翻在路边, 现场没有工人在施工。

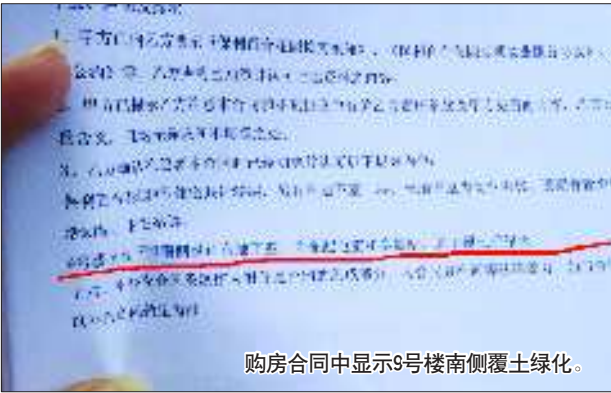
9号楼业主陈先生告诉记者, 这些地砖都是被业主掀掉的。

陈先生说, 9号楼是今年1月1日交的房子, 拿到钥匙时, 楼南就堆满了沙土。不久, 有工人在一侧种

上了树, 当时业主们都认为这里马上要进行绿化了。可慢慢地, 有一部分被铺成了路。到了3月下旬, 施工队开始铺地砖, 业主们才发现, 这里是要建停车位。

当时签购房合同时, “9号楼半地下室南侧设计有地下室, 为变配电室和换热站, 其上覆土后绿化”被明确写进了补充条款。业主们认为, 开发商在未作任何公示的情况下单方面变更公共区域用途, 侵犯了他们的合法权益。业主们多次找开发商协商, 对方却避而不见。

3日, 大多数业主通过业主



购房合同中显示9号楼南侧覆土绿化。

QQ群自发集合起来, 将已建的停车位地砖掀翻, 施工就此停止。

“但停车位到底还建不建? 开发商至今还没给个准信。”陈先生说。

开发商：施工严格按照规划审批进行

面对业主的质疑, 负责协调此事的保利百合花园销售处一位杨姓负责人称, 他对施工队的施工情况不清楚, 但施工队是严格按照规划部门的审批施工的, 有规划平面图。

在保利百合花园物业管理办公室, 记者见到了这张印有“青岛市规划局规划审批业务专用章青规外环字(2011)3号”的平面图复印件。上面在9号楼南侧的确设有20个停车位, 停车位与楼体间没有绿

化带, 审批日期是2010年10月。

与此同时, 业主们也提供了一张购房时在售楼处公示的规划平面图照片, 片中的停车位与楼体间隔着一片绿化带, 与记者在物业管理办公室见到的规划图略有不同。

“大部分业主都是去年4月到9月之间签的购房合同, 这张图是在签合同后审批的, 而且审批后也没有在小区内公示, 我们认为开发商擅自改动规划图。”业主郭先生质疑道。

律师：

开发商此举涉嫌违约

6日下午, 记者以业主身份就此事咨询了市规划局。市规划局工作人员答复, 小区规划的总平面图可以不进行公示, 开发商在此问题上并不违规。但规划局审批后对图纸都不留底, 现在他们无法判定其是否改动图纸。

“一般来说小区竣工时和之前的规划平面图会有一定的出入, 像这种情况可能是开发商将停车位的位置进行了前移。”工作人员解释说, 开发商的改动必须是建立在不减少停车位、不影响绿化面积、不扰民的基础上。目前他们已通知开发商将图纸送往规划局, 待现场考察后再决定是否让其进行整改。

而山东华鲁律师事务所的隋思玉律师认为, 虽然业主的购房合同规定与行政许可部门的审批有矛盾, 但开发商在签订合同时就已通过该形式对购房者做出了承诺, 除非发生不可抗力, 否则只要开发商对该承诺进行了变更, 就可以认定其构成违约。“业主可以就此要求开发商承担违约责任, 也可以到当地消保委或者工商部门投诉, 或者依法对开发商进行起诉。”

蒙牛2010年报发布 各项数据成行业风向标

3月31日, 中国乳业迎来了最受期待的一份年报。连续多年位居中国乳业龙头地位的蒙牛乳业(股票代码: HK2319)发布了2010年企业年报。年报显示, 蒙牛2010年全年实现主营收入302.65亿元, 同比增长17.7%, 实现净利润为12.37亿元, 同比增长10.9%。分析人士认为, 这份年报的出炉标志着中国乳品消费市场的升级和消费者信心指数的攀升。蒙牛年报的各项数据也将成为今后行业迅猛发展的风向标。

年报数据显示, 这样业绩取得背后原因是该集团积极优化产品组合, 高端功能性产品的比例进一步提升, 再加上成本精准化控制, 所以能有效抵消原奶等原辅料价格上涨的影响。从产品层面看, 蒙牛液态奶及酸奶产品均继续稳居市场占有率第一位。其中液态奶销售额为268.72亿元, 继续领先中国市场, 连续五年排名第一。酸奶业务因成功收购君乐宝而巩固了国内酸奶市场的领导地位, 营业额增至27.45亿元。



分析称, 一方面, 蒙牛的良好市场表现得益于中国经济的高速发展。2010年, 中国GDP超越日本成为世界第二大经济体, 内需市场潜力巨大, 中国乳业迎来了消费升级和产业结构调整的新局面。

另一方面, 蒙牛自身的“绿色战略”推进和企业研发创新能力也成为企业发展的关键因素。根据年报介绍, 蒙牛去年在奶源建设方面投入超过7亿元, 牧场奶源和养殖小区规模化奶源比例提至70%以上, 去年产能提升至650万吨。同时, 针对中国消费市场的不断升级, 蒙牛在保持奶

源品质的基础上, 不断开辟细分市场, 逐渐形成五大类400多个品项构成的全方位、立体化牛奶矩阵, 在开拓中国乳品市场更大空间的同时, 最大程度上满足消费者更细分、更营养的乳品需求。

今年, 随着国家“十二五”规划的开展, 国家政策对乳业行业大力扶持, 居民对奶制品的需求量也将大幅增加, 乳业消费将迎来井喷。作为行业中坚力量, 蒙牛年报的出炉不仅显示了领军品牌的突出业绩, 也代表了中国乳业整体实力的增强。

刷招商银行卡赢美钻

招商银行集结多个备受女性欢迎的商家和品牌, 于近期推出了“满百赢取千颗美钻”的刷卡活动, 每天送出10颗品牌钻石, 将有1000位持卡人轻松获得闪耀美钻。5月31日前成功报名后, 当日刷卡每笔满100元即获一次抽奖资格。时尚女

性, 无论是去玛花纤体、必瘦站做个spa瘦身, 还是去携程、途牛享受旅程之美, 或是去华尔街英语充电, 分期刷卡可额外获得8个抽奖得钻石的机会。

5月31日前成功申请招行ELLE联名卡的新户持卡人, 在2011年6月30日前使用ELLE联

名卡有1笔188元(含)以上的消费, 可获赠巴黎欧莱雅春夏套装一份。

另据了解, 4月开始每月第一个周末, 招商银行青岛分行与海信广场开展招行特惠专场, 各种促销活动让岛城时尚达人精彩“购”不停。

计生文化成靓丽风景

近日, 200余幅整齐醒目、别具一格的人口和计划生育宣传画, 让胶州市杜村镇镇群众眼前一亮。宣传画图文并茂, 设计新颖, 内容涵盖计划生育政策、关爱女孩、奖励扶助等内容, 幅幅洋溢着健康、和谐、文明的婚育新风尚, 形成一道靓丽的风景线。为进一步扩大计划生育影响力, 该镇今年共更换、维修户外计生条幅宣传画31幅, 发放印有计划生育政策法规、办事程序、计生维权知识等内容的明白纸6000余份, 先后对48个村的计生读报栏、宣传栏、公开栏进行及时维护。如今, 浓郁的人口计生文化气息遍布全镇, 各村计生文化长廊、人口文化大院等计划生育品牌各具特色, 进一步转变了群众生育观念, 促进了该镇人口和计划生育又好又快发展。(匡仕健)

“四进”推动计生文化下乡

为纪念国家《人口和计划生育法》及《山东省人口和计划生育条例》实施18周年, 进一步深化中央《关于控制我国人口增长的问题致全体共产党员、共青团员的公开信》纪念活动, 近日胶州市杜村镇积极开展了以“四进”为载体的计划生育文化下乡活动, 把纪念中央《公开信》发表30周年活动推向高潮。在活动

中, 该镇共推出计划生育戏剧演出进集市12场次、婚育新风电影进村40场次; 开展计生法规宣传进户、发放入户宣传手册15000余份; 积极开展计划生育十佳模范户评选进户活动, 全镇共表彰40户计生模范家庭, 营造了浓厚的计划生育宣传氛围, 进一步提升了全镇人口和计划生育工作水平。(匡仕健)

阜安街道进一步加大对计生宣传力度 努力构建人口计生宣教新格局

胶州市阜安街道进一步加大计生宣传力度, 努力构建人口计生宣教新格局。一是及时整理中央、省、市关于人口计生工作最新法律法规、政策性文件等重要信息, 利用多种形式、途径向辖区广大育龄群众进行宣传提示; 二是有效利用村(居)人口学校、会员之家、人口文化一条街等阵地, 有针对性的开展幸福教

育, 创建幸福家庭, 以身边事教育身边人, 以典型带动促全面发展; 三是发挥计生传统阵地作用, 大力建设宣教新平台, 在各村(居)建好人口学校、会员之家、人口文化一条街、人口文化大院等基础上, 建设人口文化长廊、人口文化主题公园、人口文化广场, 配套建设人口文化书屋等, 全力打造坚强宣传阵地。(薛庆忠 刘绪君)