

# 多地因地制宜建设“好房子”，为房地产市场注入新动力

北京明确可按需设置封闭或开敞阳台，部分面积可不计入容积率；山西要求有力有序推动现房销售、“房产证同交”；江苏鼓励屋顶绿化、空中花园等多种绿化方式……今年以来，一系列有关“好房子”的新政策、新标准陆续出台，建设“好房子”的实践在全国多地展开，推动居住品质升级。

什么样的房子是“好房子”？在此前举行的新闻发布会上，住房和城乡建设部部长倪虹表示，“好房子”是与时俱进的，应该具有绿色、低碳、智能、安全等特征，要让人们住得安心、住得健康。

从今年3月“好房子”首次写入政府工作报告，到5月1日国家标准《住宅项目规范》正式实施，再到近日《中共中

央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议》明确建设安全舒适绿色智慧的“好房子”，承载着千家万户对美好生活向往的“好房子”，不仅是今年房地产政策的重要着力点，也为未来房地产行业的高质量发展注入新的动力。

为落实“好房子”工作要求，各地陆续出台“好房子”建设技术标准，推动住房建设向高品质、更可持续的方向迈进。从全国范围来看，“安全、舒适、绿色、智慧”是对“好房子”的共性要求。

例如，山东明确建设单位在工程质量和安全生产方面的首要责任，推行“先验房后收房”制度，并建立建材质量追溯体系；湖北提出在改老房子为“好房子”的过程中，可以引入适老化元素，

通过加装扶手、助行器、防滑垫等设施，提高老年人生活便利性；河北推动太阳能、地热能等可再生能源与绿色建筑融合发展，引导建筑供暖、制冷、热水、炊事等向电气化发展；上海市要求住宅建筑的智能化系统设计和设备的选型应满足智能家居的应用需求……

除共性要求外，各地也因地制宜制定符合现实条件和市场需求的“好房子”标准。如沈阳立足北方严寒地区气候特点，强化房屋的节能、保温、适寒性能；厦门根据多雨、易内涝的实际情况，提出防涝设计要求；贵阳充分考虑山地地形、气候、水文等地域特点，制定了防结露等一系列特色技术措施。

“从实践来看，地方标准从本地实际需求出发，精准解决当

地居民痛点，更为细化，更符合因地制宜的特点。”中指研究院指数研究部总经理曹晶晶说。

在政策引领下，各地“好房子”建设持续推进。

在新建“好房子”方面，安徽推动合肥等地的配售型保障性住房按照安全耐久、功能适用、健康舒适、灵活可变、绿色低碳等要求，打造“好房子”样板项目。在探索老房子变“好房子”方面，北京开展“原拆原建”改造，实施桦皮厂8号楼危旧房改建等项目，仅用时3个月就实现老旧住房“焕新颜”。宁夏等地还聚焦优化物业服务，安排专项资金奖补物业服务规范化小区建设典型案例项目，通过典型引领示范，促进住宅小区物业服务规范化、专业化、标准化。

此外，各地还加大配套政策支持力度，通过在信贷融资、住房公积金、税费优惠、审批许可等方面提供支持，助力“好房子”建设。

广东省城规院住房政策研究中心首席研究员李宇嘉表示，随着供给侧改革继续加速，“好房子”将从高品质、高价转向普通住房、保障性住房、老旧小区改造，这将激活新房交易、换房置业的需求。

“推进‘好房子’建设，不仅是实现居民从‘住有所居’到‘住有宜居’的关键举措，更是构建房地产发展新模式的重要途径。”曹晶晶表示，各地“好房子”建设标准有望加快完善，通过高品质住房供应放量，激发住房需求释放。

（据《工人日报》记者/时斓娜）

## 10月多项高频数据向好 消费指标亮点纷呈

记者近日从国家信息中心大数据发展部获得的多项高频数据显示，10月我国消费、生产等多项指标呈向好之势。其中，线下消费保持较好涨势，特别是下沉市场增速明显，正逐步成为线下消费新增长点。工业企业开工、招工等生产端指标也稳中有增，创新型企业发展迅猛。

10月是我国传统消费旺季，特别是今年国庆中秋假期叠加，带动服务消费市场活力显著增强。

国家信息中心基于全国主要城市代表性商圈人流量数据构建的线下消费热度指数10月同比增长17.3%。其中，一线城市、二线城市同比分别增长18.9%、14.5%，三线及以下城市同比增长31.2%。

从消费笔数来看，10月二线及以下城市消费笔数占比较去年同期增加3个百分点，表明下沉市场消费意愿与能力不断释放，正逐步成为线下消费新增长点。

从消费金额来看，国家信息中心基于“收钱吧”数据分析显示，10月全国线下消费金额同比增长1.3%，客单价同比增长6.0%，反映出消费者单次消费力度有所增强。

分领域看，10月国庆中秋假期对服务消费拉动明显，游乐场、酒吧消费金额同比分别增长32.3%、35.1%，成为10月线下消费增速最快的细分领域，旅行社、景区消费金额也实现较快增长，同比涨幅分别达21.1%、14.4%。

国家信息中心大数据发展部综合处副处长邢玉冠称，我国各项促消费政策效果持续显现，消费结构不断优化，文旅、休闲等服务消费领域表现亮眼，消费市场将保持稳定向好势头。

“当前需求正在逐步回暖，各地促消费政策的力度也有望加大。多地新一轮促商品消费和服务消费的消费券已开始发放，带动消费效果显著。”广开首席产业研究院院长兼首席经济学家连平表示，四季度政策积极效应将进一步显现，推动消费增长提速。

需求端向好的同时，从生产端看，10月工业生产、企业经营也保持活力。

10月，工业生产稳中有增。国家信息中心工业园区生产热度指数同比增长19.8%，主要工业品开工率同比提高0.5个百分点，生产活力持续增强。同时，企业用工需求保持增长，反映工业企业招工情况的工价指数同比增长8.1%。

数据还显示，初创型与创新型企业发展势头强劲。10月，初创企业经营活力指数同比增长25.7%，技术创新型企业经营活力指数同比增长24.4%。

专家表示，10月消费、生产等多项高频数据彰显了四季度开局经济向好之势。随着各项政策效应持续落地见效，实现全年经济社会发展目标任务可期。

（据《经济参考报》记者/汪子旭）

## 溢价数倍的演唱会门票，谁在卖、谁在买？

进入11月，天气转凉，但演唱会的热度却丝毫未减。截至目前，北京已经官宣的演唱会将有7场；杭州演出市场也在11月迎来爆发式增长，10余场演唱会覆盖国内外歌手。演出市场供需两旺，一些热门场次、部分“顶流”更是一票难求，从而催生了庞大的二级市场。近日，有网友在社交平台发帖吐槽，此前杭州某场演唱会抢不到的门票，却以万元的价格出现在二级票务平台上。

随着这两年演出市场爆发式增长，演唱会门票的溢价现象并不罕见：今年4月，某歌手演唱会8万张门票开售后“秒空”，随后“黄牛票”大量出现在二级市场，原价480元的票卖到2000元起步；今年7月，某歌手演唱会虽然购票采取了实名制，但在官方渠道售罄的同时，二手交易平台上仍有780元的票价被炒至1万元。

有人不禁疑惑，官方渠道抢不到的票，为何“黄牛”手里有？

当下，演出票务市场主要以由演出主办方直营或授权运营，掌握核心票源的一级票务平台为主。而作为补充力量的二级票务平台，则通过整合资源促成交易，向入驻商家收取一定比例佣金，票价则由市场决定。

有市场就有需求。如今，很多年轻人愿意为真情实感的体验和情绪价值买单，为一场演出赴一座城。有消费者买不到原价票会尝试在二级票务平台上购票，但有时，情怀却是被“明码标价”的，二级市场的票价往往比原价高出几倍，甚至十几倍。

作为近年来的新生事物，二级票务平台在一定程度上能够通过价

格来平衡供需关系，为消费者提供更加多元、便捷的购票体验。然而，由于缺乏相应的规范和监管，相较于一级平台，二级平台在票源追溯、信息透明、售后维权等方面存在短板。不少消费者接受一定范围内的溢价，但不透明的门票来源以及既没出票也不能退票的遭遇，让其权益受到了侵害。

同时，散乱的二级市场也给了“黄牛”们可乘之机。据媒体报道，除了利用外挂软件抢票、内部渠道供票外，随着越来越多的大型演唱会实行“实名制”，二级票务市场还出现了“代拍”业务：代抢费用根据门票热门程度决定，有的代抢费报价达千元，远超门票原价。更有部分消费者找“黄牛”买票被骗千余元，付款后对方“消失”，难以追回原款。今年9月，上海市公安局徐汇分局破获一起“黄牛”诈骗案，有“黄牛”居然将空票倒卖了二手，涉案金额达8万余元。

这些违法违规侵权行为，不仅扰乱了正常票务市场秩序，也伤害了消费者的积极性，影响演出市场的健康有序发展。一些消费者也逐渐回归理性，宁可在门口大合唱，也呼吁抵制“黄牛”高溢价票。眼下，演唱会促进消费提质增效的“吸金”能力，已经成为不少地方提升文旅商体展深度融合的流量“法宝”。而想要这种效益可持续，就应保障消费者公平购票权益，推动制度透明化、技术智能化、监管协同化，让演唱会回归文旅消费的本质，实现消费者与城市的双向奔赴。

（据《工人日报》记者/唐妹）