

新一轮保障性住房建设启动

保障谁? 怎么保? 谁来建?

中央经济工作会议日前强调要加快推进保障性住房建设、“平急两用”公共基础设施建设、城中村改造等“三大工程”。为什么启动新一轮保障性住房规划建设? 保障对象是谁? 谁来建? 如何管理? 记者就此采访了住房城乡建设部相关司局负责人。

为什么启动: 重构市场和保障关系的一项重大改革

国家开发银行近日在福州落地全国首笔配售型保障性住房贷款,新一轮保障性住房规划建设启动。

住房城乡建设部相关司局负责人表示,之所以启动新一轮保障性住房规划建设,是因为此前商品房和保障房的“双轮驱动”存在一长一短的情况,保障性住房建设相对滞后,在住房供给中占比偏低,不能满足需求,存在明显短板。特别是在一二线大城市,由于房价高,部分工薪收入群体买不起商品房。规划建设保障性住房,是在新形势下适应中国式现代化建设新要求,完善住房制度和供应体系、重构市场和保障关系的一项重大改革。

新一轮保障性住房规划建设与此前原有的住房保障体系有何不同? 该负责人说,原有的住房保障体系是以公共租赁住房、保障性租赁住房为主体。而现在则将保障性住房建设,分为配租型和

配售型两种保障性住房,其中配租型包括公共租赁住房、保障性租赁住房,配售型保障性住房,按保本微利原则配售。按照要求,城市人民政府要从解决困难工薪人群住房问题入手,根据供给能力,合理确定保障范围和准入条件,逐步将范围扩大到整个工薪收入群体。

保障谁: 当前重点要保障好“两类群体”

新一轮保障性住房规划建设,并非照搬国外某种模式,而是一项具有中国特色的住房保障模式改革,要加快建立一种“保障+市场”的房地产业发展新模式。那么,哪些人可以申请、怎么申请配售型保障性住房呢?

该负责人表示,新一轮保障性住房建设,以家庭为单位,保障对象只能购买一套保障性住房,其重点针对住房有困难且收入不高的工薪收入群体,以及城市需要引进的科技人员、教师、医护人员等这“两类群体”。有条件的地方可以逐步覆盖其他群体。

同时,新一轮保障性住房建设一个突出的特点,就是拓展了配售型保障性住房新路子。目前,配售型保障性住房申购的具体条件,还要看地方政府下一步的规划和要求。标准是根据申请人的家庭收入、住房、财产等因素按顺序配售,从最困难的群体做起,逐步拓展范围。

怎么建: 城市党委、政府负有主体责任

加快推进保障性住房建设,那么这类房子怎么建? 由谁来建设呢? 该负责人表示,规划建设保障性住房,根本目的是满足住房困难群众基本住房需求,按照要求,城市党委、政府对于保障性住房规划建设负有主体责任。

据介绍,目前大部分城市已按要求报送了明年的建设计划和建设项目,住房城乡建设部正在会同有关部门督促地方将建设项目落实到具体建设地块,同时做好后续项目储备。其中上海、济南、青岛、福州、长沙等不少城市已经开工了一批项目。

目前建设保障性住房面临的困难较多,因此要坚持问题导向和目标导向,运用改革创新的办法着力解决好建多少、怎么建、资金怎么平衡、怎么配售、怎么管理等一系列重点问题。为此,配售型

保障性住房的建设数量,将由城市政府“以需定建”,科学合理确定供给规模。

该负责人表示,部分城市个别区域已经出现供给过剩,可充分利用依法收回的已批未建土地、司法处置的住房和土地等建设筹集配售型保障性住房,避免闲置浪费。与此同时,涉及土地、财税、金融等配套政策已在陆续出台。

如何管理: 实施严格的封闭管理

这次新一轮保障性住房规划建设,还有一个特点,就是要实施严格的封闭管理。

该负责人说,配售型保障性住房明确要实施严格的封闭管理,禁止违规将新建的配售型保障性住房变更为商品房流入市场。

保障性住房不得上市交易、实施严格的封闭管理,将是区分保障性住房和市场化住房一个重要的举措,可以最大限度地保障保障性住房的供给。

需要注意的是,按照要求,新一轮保障性住房规划建设过程中,将采用“新房新政策,老房老办法”的原则,保障性住房政策实施前已配售的共有产权住房、人才房等,将继续执行原有政策。(据新华社)

摇身一变身价翻倍

婴幼儿产品背后有哪些“消费陷阱”?

50元一斤的宝宝挂面、三四百元一套的餐具……不少商品打上“婴幼儿、儿童专用”标签便身价倍增,一些产品价格远超合理范围,却并未体现出“专用”的特殊性,还加剧了育儿焦虑。

是什么让“婴幼儿专用”摇身一变身价翻倍? 高价产品背后有哪些“消费陷阱”?“新华视点”记者展开调查。

■ 贴上“专用”标签就卖高价

“孩子马上要吃辅食了,我特意选购了显示温度的餐具,显温勺50多元,保温碗299元。”家住广州市番禺区的吴女士为7个月的宝宝购买了各类辅食用品,在她看来,买给孩子就要选“专用”的,“分辨不了优劣,买贵的总没错。”

然而没过多久她发现,所谓的“显温勺”并不如宣传那样好用,勺子电池容量小,孩子吃饭慢,经常一顿饭没吃完勺子就没电了,充电还要把手柄卸下来。吴女士表示,“现在市面上婴幼儿用品花样多、价格贵,广告宣传得很好,实际花了钱才发现并不值。”

记者注意到,一些婴幼儿产品瞄准新手父母想为孩子提供最好产品的心态,价格远超普通产品,但实际功效却并无太大差异。

记者在某购物网站看到,一款婴幼儿吹风机显示有“吹头发、吹屁屁”的功能,宣传页面显示“该款吹风机可以帮助宝宝改善湿疹、痱子等症状”,但有用户实测后发现,不同档位模式仅有温度区别。

除各类婴幼儿用品外,食品也是家长舍得花费重金投入的领域之一。

记者在某网购平台上看到一款“宝宝挂面”,产品名称标注为“蔬菜小面”,制作工艺为小麦粉添加3%的蔬菜粉,21元200克,约50元1斤。

婴幼儿用品价格的水涨船高加剧了育儿焦虑。“看着别人家晒的宝宝被养得像小公主、小王子,再看自己的宝宝,就会产生攀比心理,觉得不能对娃

有愧。大人省吃俭用,也要尽最大努力给宝宝最好的。”长春宝妈刘楠说。

广州的白领李女士说,“身边很多朋友生孩子都比较晚,也舍得给孩子花钱,他们给小孩吃400多元一罐的奶粉,仿佛这才是标准,买低于这个价格的就是对不起孩子。”

有数据显示,“95后”家长母婴产品月支出占家庭月收入比例高达30%,倾向于为精细育儿观念买单。吉林大学新闻传播学院教授严俊认为,一些商家为父母营造出产品“无可替代”的概念,年轻父母一不小心就会被各种广告宣传“收割”。

吉林大学人口研究所教授王晓峰表示,当前社会“精致育儿”理念在年轻人中盛行,高标准、高价位的母婴装备成为“刚需”,进一步增加育儿成本,推高“育儿贵”的舆论氛围,加剧部分年轻人不敢生育、不想生育的心理。

■ 价格“水涨船高”的背后

婴幼儿产品价格虚高现象背后,暴露出哪些问题?

广东省食品安全质量协会执行会长蔡高斯介绍,目前我国在婴幼儿配方食品、婴儿纸尿裤、婴儿奶嘴等领域出台多项相应的国家标准和办法,有助于提升婴幼儿产品质量、规避安全风险。然而,一些产品并非婴幼儿专用,却以“适宜婴幼儿”为卖点,制造出不少“伪需求”,实则宣传大于内容。

近日,号称“活性炭吸附异味、七层

锁味盖、大容量一星期不用扔尿布”的尿布桶在网络社交平台上备受追捧,电商平台价格约300元。购买了该产品的宝妈林丽认为,“婴儿尿布桶”并不如宣传的那么好用,隔味效果一般,且购买专门的垃圾袋又是一笔不小的开支。

她说,市面上很多婴幼儿用品宣传得“高大上”,听上去是“科技改变生活”,实际却多此一举,“家里每天都要倒垃圾,没必要把用过的尿不湿塞在垃圾桶里放一个星期。”

还有一些电商平台通过算法推荐和关键词植入的方式,营造产品为“婴幼儿专用”的假象。

记者在一家“母婴食品网店”看到,某品牌宝宝挂面号称“不加盐”“含多种微量元素”“容易吞咽”,但网络销售页面底端不显眼位置却标注了“本店产品是全年龄段皆可食用的普通食品,不是婴幼儿配方辅食”,客服也表示“该款挂面不是婴标”。

华南农业大学食品学院教授柳春红表示,一些标注“儿童”甚至是“宝宝”的食物,包装看上去很可爱,价格比较高,但未必就是宝宝专用。建议家长看清配料表和营养成分表,不要被包装所迷惑。

此外记者调查发现,婴幼儿用品领域的某个产品突然成为“网红”,被众多母婴博主集体夸赞,背后可能与资本操作和媒介运营有关。

拥有10万粉丝的母婴博主“秦秦”告诉记者,经常有尿不湿、婴儿玩具商家主动联系自己,邀请推广产品。“他们会主动把产品寄来,要求拍摄一条软广告短视频,要有宝宝出镜使用,还要用口语化的表达说产品好用,发出来后会给500至1000元的报酬。”

事实上,今年5月1日起施行的互联网广告管理办法明确,以知识介绍、体验分享、消费测评等形式推销商品或者服务,并附加购物链接等购买方式

的,广告发布者应当显著标明“广告”。

■ 规范婴童消费 理性科学育儿

随着育儿理念的提升,消费者对个性化、多样化婴幼儿用品的需求越来越多。受访专家呼吁,推动婴幼儿产品市场规范化发展,加大监管力度、规范商家行为。

江苏省社会科学院研究员丁惠平表示,一些商家利用消费者的心理需求,通过提高婴幼儿用品和服务价格来获取更高利润,消费者应理性辨别,做好预算和规划、对比价格和质量,量力而行、无需攀比。

深圳市消费纠纷评审专家、北京市东元(深圳)律师事务所律师邓永提醒,市面上一些婴幼儿用品并非造型可爱、颜色鲜艳就是适合的,消费者在选购婴幼儿用品时,要关注产品或其包装上是否明示其执行相应产品标准,是否有规范的警示标识、标志和说明书等。

广州大学法学院教授欧卫安表示,当前网络“种草”呈现多样化、隐晦化的特点,建议平台加大对婴幼儿产品“虚假种草”“虚假测评”短视频笔记的管理。

“要严打商家虚假宣传,加强源头监管。”中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江表示,要加大日常巡查监管力度,重点查处线上和线下的无证照经营、虚假夸大宣传等问题;组织开展对无厂名厂址、无执行标准、无合格证的“三无”产品的专项检查行动。

多位受访家长表示,购买婴幼儿专用食品用品体现了科学育儿的需求,建议通过培育行业龙头企业、加大抽查抽检力度、定期更新企业“红黑榜”等方式,进一步强化市场培育和质量提升,加强市场消费供给,让消费者有更多价格合理的优质产品可选。

(据新华社)