

无锡经适房将退出历史舞台,共有产权房政策出台 保障对象与政府各拥有一半产权

本报讯 近日无锡出台《无锡市市区共有产权房保障管理暂行办法》,这是无锡保障房供应体系的一项重大改革。今后,买不起商品房的市民可购买共有产权房,即由政府 and 市民各出50%的资金买下来的房子。其产权份额按照保障对象和政府各占50%的比例确定。同时经济适用房将退出历史舞台。

据悉,此次无锡改革配售型保障房供应体系,建立共有产权房保障房供应体系,为的就是解决好中低收入家庭的住房问题。办法的制定,主要依据了国家住房城乡建设部、江苏省和无锡市住房保障有关政策规定,结合市区住房保障工作的实际情况,并参考了南京、上海、广州等地的相关政策文件和经验做法。根据“办法”明确,共有产权房保障房是指政府与符合规定条件的城镇中低收入住房困难家庭按份共有的保障性住房,其产权份额按照保障对象和政府各占50%的比例确定,政府产权份额有住房保障实施机构或政府指定的单位代为持有。在建设标准上,“办法”规定:共有产权房保障房以中小户型为主,原则上—室户面积不超过65平方米,二室户面积不超过90平方米。考虑到国家人口政策的变化,共有产权房保障房项目中,可少量配置建筑面积95平方米左右的三室户,仅向

有不同性别子女且子女均大于8周岁(含8周岁)的申请家庭供应。与以往经济适用房的建设标准相比,共有产权房保障房单套户型更趋优化,单套房屋的建设标准作了一定程度的放宽,以更贴合住房保障家庭的实际需要。

申请共有产权房保障房的家庭,应同时符合五项条件:1、申请人必须具有完全民事行为能力,夫妻双方及未婚子女为一个申请家庭,单身家庭提出申请的,年满35周岁;2、具有本市市区户籍满5年;3、人均月可支配收入在规定标准以下;4、人均住房建筑面积在规定标准以下;5、家庭金融资产、车辆等情况,符合本市市区住房保障中等偏下收入家庭的认定标准。不过有3种情形不得申请购买共有产权房保障房:1、已签订房屋征收补偿协议未满足5年或已领取房屋征收补偿费用未满足5年的;2、正在承租公共租赁住房或者廉租房的;3、已购买过经济适用房。

在审核程序上,需由申请家庭向户籍所在地的街道办事处(镇政府)提出申请后,街道办事处(镇政府)进行初审并在社区公示,通过初审后报送区住房城乡建设部门复审,符合条件的由区住房城乡建设部门报市住房城乡建设部门组织联合审查,审查结果向社会公

示。整个审批程序基本与各类住房保障的申请审核流程保持一致。

对一些家庭来说,共有产权房仅是困难时期的过渡,未来仍存在重新买房的问题。“办法”明确共有产权房保障房实行5年期的封闭管理。签订购房合同之日起未满足5年,因购房家庭成员户口全部迁离本市或者全部出国定居、购房家庭成员因重大疾病救治需要筹集资金的等情况下,购房家庭可退出所购买的房屋,并由代持机构予以原价回购。购房家庭签订购房合同之日起5年内,可按原购买价购买政府产权,超过5年的,按照实施机构委托房地产评估机构进行评估的价格进行确定。购房家庭签订购房合同满5年的,经代持机构同意,可转让共有产权房保障房,同等价格下代持机构有优先购买权。代持机构放弃优先购买权的,购房家庭可以上市按照市场价转让,取得的售房款在扣除双方的原购房款、税费等费用后,增值收益按照产权份额比例进行分割。

据悉,该“办法”自8月22日起施行,原先实施的《无锡市经济适用房管理办法》《无锡市共有产权房经济适用房试行办法》同步废止,无锡市市区范围内停止经济适用住房的申请。(练维维)

景区活动丰富 旅行社推出相关主题线路 “浪漫”出游 备受情侣青睐

本报讯 一年一度的“七夕”节来了,商场、影院等纷纷打出“七夕牌”,以各种营销活动“争抢”客源。无锡各大景区自然也不会放过这个机会,更有旅行社更推出相关主题的旅游路线,吸引年轻游客参与。

采访发现,今年七夕节景区活动明显比往年丰富。如无锡影视基地七夕主题活动、融创乐园七夕烟花秀、九龙湾花彩小镇花星球光影秀、益田小娄巷七夕极光音乐会、田园蜜桃村百人汉服七夕游园会、植物大战僵尸农场七夕泼水活动、小娄巷七夕汉服乞巧节等。

值得一提的是,很多景区推出了七夕主题活动,如灵山胜境、拈花湾双园,推出了2天1晚七夕套餐,特意定为777元起;灵山福气雪糕,外形十分可爱,寓意为“除了爱你的点点滴滴,还有便是舌尖上的甜美”。无锡央视影视基地七夕主题活动名为“一城一世界,一生一双人”,期间还有“心有灵犀”演出,欣赏古典唯美的舞蹈《俏佳人》,游客可参与关于默契度考验的“表白”游戏。融创乐园推出烟花秀,并准备了万份礼品,有融创乐园单项票、四项票、商户代金券、爆品特惠券等。

而出游方面,七夕前一周,情侣们便开始规划出行计划。旅行平台上国内机票访问量涨势明显,其中光8月19日的访问量就较一周前增长了近300%。在出行城市的前十名中,除了北上广深等一线城市,昆明、重庆、西安、成都、哈尔滨也榜上有名。而在目的地前十名当中,重庆、成都超越上海、北京、广州位居一、二位,成为最受欢迎目的地。“顶着酷暑也要去川渝过情人节,是火锅的吸引,更是爱情的魔力。”90后李亚与男友,就特意买了机票从无锡飞到成都过节,理由很简单,就是“想吃火锅”。无锡多家旅行社早在上月就开始尝试设计七夕旅游主题线路,虽然推出后反响平平,却让旅行社有了新思路,某旅行社负责人直言:“往年从没想到为七夕设计旅行线路,但从这次来看,很多人是有意愿的,只要线路设计得好,游客就愿意购买。”

记者发现,在挑选景点方面,女性用户依然表现得更加积极,不过男性用户也“进步”不少。七夕前一周,线上旅行平台上搜索景点的男性用户量同比增长约69%。在多种景区类型中,水世界、游乐场、海洋馆等大受情侣青睐。对于很多情侣而言,在七夕当天选择一家环境别致的酒店共度良宵已成为节日“标配”。“平时工作太忙,没时间带女朋友出去旅游,每次过情人节、纪念日,我就预定高档一点的酒店,服务好、环境好,东西也很好吃,女朋友每次都满意”,在无锡从事影视工作的王先生说。(璩璩)

节照样过,钱也要省着花 这个七夕,我们“务实撒娇”

今天是七夕佳节,也是商家的促销良机。昨天采访了解到,今年七夕节,商家促销更务实,折扣打得噼啪响,就怕消费者嫌贵不搭理。而市民更愿意专注情感传递,晒狗粮也学会考虑金钱支出。正所谓:节照样过,钱也要省着花,这波“务实撒娇”正在锡城和谐“上演”。

直线打折,曲线撒娇

往年七夕,人们订烛光晚餐一定是选贵的点,生怕另一半觉得不受重视而影响感情。商家也乐得下成本营造氛围,菜是好菜,气氛和价格也一定“到位”。但今年,几乎所有酒店都不吝在原价基础上标出优惠价,处处彰显“价格打折但品质不打折”的超值感,同时向消费者曲线撒娇“选我选我”。如无锡太湖皇冠假日酒店原价680元的浪漫意式双人套餐,现价298元就能拿下;君来洲际酒店原

价1288元的七夕双人牛排套餐,888元就能收入囊中。无锡鲁能万豪酒店的自助晚餐亦降价30元/位。

价格让利,品质却高开高走,简单干净美学设计的摆盘、低温慢烤牛柳、液氮玫瑰渲染下的意式提拉米苏等噱头令人耳目一新。艾迪花园酒店一套520元的晚餐,山菌石榴开胃菜、美极松露汁鲜鲍、芝士焗小青龙意面、法式羊排时令蔬、上汤鸡松茸黄鱼、巧克力布朗尼、桃胶双



(视觉中国)

皮奶鲜果等中西合璧的菜肴挨个上。“今年受疫情影响,市场消费有所抑制,人们外出就餐更习惯看餐价牌了,即使是七夕这样的节日,也不会再唯价格论。因此,提供高性价比的体验才是王道。”艾迪花园酒店负责人陈善军说,如今的饭店宁可自己多出成本,让消费者省钱吃饭,也要把服务和口碑做出来。眼下正是市场重新洗牌的时候,丢什么也不能丢了市场份额。

会撩的土味情话是省钱大招

除了高品质服务,情怀牌也是商家很愿意出的招。记者发现,今年的商业推广,土味情话太会撩。比如“‘七’待是你,‘夕’望是你”“相约七夕,一起‘栖息’”“今天就要‘价’给你”“七夕相见欢,在一起的时候好好吃个饭”“你知道5折代表什么吗?代表着我和你的距离直接减半”等。有的商家连互动送出的礼物都是寓意“一辈子”的杯子。一商家市场人员表示,公司今年的行销预算较紧张,但市场营销又不能停,土味情话成为带节奏的“神器”。熙盛源担心

大家随着城市快节奏而忘记心动的感觉,赶紧安排了线上表白墙,供食客留言“内心的柔软”。家乐福的浪漫烛光晚餐仿佛就是对“太伤心了,还要花钱”的回应:1分钱的胡萝卜、15.9元的奥尔良烤鸡、29.9元的芝士焗龙虾配麻酱拌面、69元的红葡萄酒——人均不足60元的晚餐必定让想过节省钱同步走的人梦中笑醒。

事实上,这波面向市场和消费者的务实撒娇,得到了市民的广泛响应。“当千岛寒流遇到日本暖流时,会温暖整个海域。我突然想到

了你,后来那是我唯一记住的地理题。”“情窦初开不是你,只愿细水长流是你,柴米油盐是你,白首也是你。”“你早起,我早起,我们迟早在一起。你不睡,我不睡,你看我俩多般配。”“月亮不够圆我都生气,你却和我讲道理。”在百基拉的七夕互动活动中,网民的留言真是“人间真实”。市民范先生说,市场行情不好,理性消费成为现代年轻人的生活课题,土味情话真是撒狗粮的好选择:“能感受到精神愉悦和满足,而且还不贵!”(金悦伊)