

# 加大建设供给力度 各地保障房建设取得积极进展

新华社记者 赵瑞希 林光耀 周凯

当前,为加大保障性住房建设和供给,满足工薪群体刚性住房需求,各地正加紧筹建配售型和配租型保障性住房。深圳、广州、西安、杭州等城市已开工建设一批配售型保障性住房项目。福州、郑州已启动当地首批配售型保障性住房的申购配售工作。

住房城乡建设部数据显示,截至6月底,全国已建设筹集保障性住房112.8万套(间),占年度计划170.4万套(间)的66.2%,完成投资1183亿元。业内人士建议,未来保障房建设仍需加强政策引导、推动资金平衡、强化后端管理。

## 拓宽筹集渠道、惠及更广大人群

走进杭州市拱墅区桃源单元配售型保障性住房项目的施工现场,工人正在如火如荼地推进建设。作为杭州已开工建设的配售型保障性住房项目中规模最大的一个,该项目含12栋17层高层住宅和沿街2层裙房,共1120户,计划于2027年下半年竣工。

当前,各地加快出台有关实施意见和配套政策,并在保障用地供给、加快项目落地等方面取得积极进展。为提高土地资源集约利用效率,多地采取土地上盖等方式对土地进行复合利用,拓宽保障房筹集渠道。

今年5月,杭州市住房保障部门出台《关于多渠道筹集发展保障性租赁住房的通知》,鼓励通过综合开发利用地铁TOD上盖物业和公交场站等多种渠道筹集发展保障性租赁住房。目前,杭州市首个地铁TOD项目已完成供地并取得施工许可证。杭州计划2024至2026年建设4个公交场站、13个地铁TOD复合保障性租赁住房项目,预计可建设保障性租赁住房1.5万套。

深圳在复合利用土地拓宽保障房筹集渠道上起步较早。截至目前,深圳地铁车辆段上盖项目已建成和悦居、朗麓家园等保障房项目2.3万套,在建项目1.9万套,有效提升保障房供应量。

随着房源不断增加,保障房覆盖面也在不断拓展,惠及更多群体。山西太原有面向餐饮工作人员等第三产业服务人员群体的育翠公寓;浙江杭州有面向蓝领工人群体的钱塘蓝领公寓;深圳有定向配租给公交司机、环卫工人的公租房……

在深圳从事公交司机工作19年的李宇兵2020年初搬进了位于龙海家园的一套面积约44平方米、月租926元的公租房,其女2021年就入读龙海家园配套的前海港湾小学。“以前我们住在城中村的一个20



满足工薪群体刚性住房需求

保障性住房项目

取得积极进展。

(新华社发)

多平方米的大单间里,月租还要1350元。”李宇兵说。截至2024年7月底,深圳已面向地铁公交企业职工配租5690套保障房。

## 以需定建、存量转化、协同规划

为提升保障房筹建进度和出租出售率,各地探索多种创新做法。

——以需定建,以人定房,合理确定供给规模。杭州市住房保障服务中心副主任杨骥介绍,该中心对接市数据资源局,对户籍人口、无房人群、人才群体等6个维度的数据进行系统摸底,测算出潜在购房人群规模。“在此基础上,统筹考虑住房市场总体供应情况,以需定建,科学合理确定供给规模。”

福州2023年10月按照“以需定建”原则组织开展了全市保障性住房需求调查摸底工作。重庆按照“以人定房、精准匹配”原则,打通公租房和保障性租赁住房的使用通道,已累计盘活26个公租房项目,共7.2万套。

——存量转化,提升闲置物业使用率。多地开展非居住房屋改建为保障房、国企收购商品房用作保障房等工作,推动保障房扩源。

深圳首个非居改保项目“环水泊寓”于2023年7月投入运营。通过9个月的改造,南山水务大楼变身有204套(间)房源的保租房项目。

重庆已启动实施180个非居改保项目,涉及4.7万套(间),如渝中区“龙湖冠寓解放碑店”,将商业办公楼宇改造成490间保租房。杭州亚运村媒体村赛后蝶变为人才专项租赁住房“宁巢·美地公寓”,今年3月起面向人才群体配租,提供3746套保障房。

——协同规划,促进产城融合、职住平衡。“骑自行车10分钟就到公司了,太方便了。”在深圳刚工作两年的颜黎森今年年初搬进了公司附近一套35平方米的保障房。记者走访看到,多地保障房建设呈现重点围绕轨道交通站点和商业商务区、产业园区、校区“一点三区”进行空间布局的特点。

走进位于重庆市南岸区的维沃移动通信(重庆)有限公司员工生活区,1449间宿舍内家具、空调、洗衣机等齐全,餐厅、超市、阅览室、健身房等配套设施完善。该公司相关负责人介绍,企业职工有3000余人,这1449间宿舍作为产业园区配套的保租房项目,有效解决了企业职工住宿、通勤不便等问题,目前处于满租状态。目前重庆围绕产业园区配套服务的保租房项目共227个、近10万套(间)。

## 推动政策、资金、管理形成合力

业内专家和从业者建议,在保障房建设、运营等方面,仍需平衡好政府与市场、增量开发与存量盘活

等关系。围绕保障房建多少、怎么建、怎么管等一系列问题,因地制宜、深化创新,推动政策、资金、管理形成合力。

——加强政策引导。记者了解到,在保障房体系调整的过程中,地方上存在一定的政策转换衔接难度。浙商发展研究院副院长黄勇建议,对于配售型保障性住房这一新兴事物,相关主管部门需针对具体问题深化研究,加强政策引导,并明确各地因地制宜的相关标准、政策,有效推动地方开展各项相关工作。

——推动资金平衡。广东省城规院住房政策研究中心首席研究员李宇嘉认为,建房、收房、售房、回购各环节,都考验国企的资金平衡能力。应摸清需求,以需定供,同时用好保障性住房再贷款等金融政策,加快政策落地见效。

——加强后端管理。上海易居房地产研究院副院长严跃进表示,当前保障房存在重前端建设、轻后端管理问题,随着保障房总量不断攀升,需完善后端管理建设,推动租金调整、房源调换、退出回购等相关细则加快落地,推动社会形成保障房管理共识。

(新华社北京8月11日电)

# 暑期市场“燃”了! 文旅消费真“带感”

新华社记者 徐壮

绿树阴浓夏日长,正是出游好时光。暑期文旅消费市场“燃”了!

文化和旅游部数据显示,暑期各地将推出超过4000项约3.7万场次文旅消费活动。携程平台上,暑期国内酒店、机票搜索热度均同比上涨20%以上,中国旅客在奥运期间赴巴黎的订单同比增长105%,入境游整体订单同比增长1倍。据网络平台统计,截至8月7日,暑期档电影票房(含预售)突破85亿元。

不久前,国务院印发《关于促进服务消费高质量发展的意见》,提出“着力提升服务品质、丰富消费场景、优化消费环境,以创新激发服务消费内生动能”。

奥运“撞”上暑期,学生暑假叠加成人消夏,跨境旅游“热”起来,假日市场“燃”起来,文旅消费“火”起来。把握新趋势,文旅市场在“创新”。

当全国各地的游客正在北疆追寻“我的阿勒泰”之时,首届中国新疆民间艺术节将举行,吸引更多游客“打起手鼓唱起歌”,“跟着节庆去旅游”;

第二十七届北京国际音乐节将以“乐游中轴”为主题,推出快闪演出活动,为市民游客打造北京中轴线音乐之旅;

需求为本,旅游更有“氛围感”——

乘奥运东风来贵州看一场活力四射的“村超”,到敦煌鸣沙山下听星空演唱会,追着影视作品打卡热门取景地……一批特色文旅产品频上热搜。

面对群众愈加个性化、多样化、品质化的服务消费需求,“旅游+”正在生发无限惊喜:旅游+红色文化,革命老区风华正茂;旅游+演出演艺,粉丝经济异军突起;旅游+避暑消夏,深山远海不再冷清……

从滨海、森林,到音乐节、演唱会,再到展览会、户外运动、文体赛事,层出不穷的文旅新场景,不仅满足中国游客所需,也让外国游客高呼“好City的中国!”

服务为先,消费更有“体验感”——

8月1日晚,一年一度的国家自然博物馆“博物馆之夜”活动开启。“博物馆奇妙夜”吸引了更多观众。

暑期以来,为了满足群众旺盛的参观需求,全国多地博物馆采取延长开放时间、取消预约要求、取消“周一闭馆”等措施,开启“不约而行”“超长待机”模式。

何为宾至如归?是炎炎夏日里的一瓶水、一个清凉油,也是排队时的一把遮阳伞、骑单车时的一个清凉坐垫。杭州依托“景区舒适度查询系统”对最佳出行时间给出动态建议,南京优化各景区预约程序和预约时段,哈尔滨将冰雪季的“宠

粉”措施延续……

用真心待远客,越来越多景区将优质服务藏在细节里、留在人们心上。

惠民为要,游客更有“获得感”——

“抢到了真金白银的文旅消费券,这趟旅行挺超值。”暑假到成都旅游的大学生周广涛兴奋地说。

6月以来,四川成都发放3000万元“暑来成都 乐游天府”文旅消费券。各地还纷纷推出票价优惠、消费满减、折扣套餐等措施,针对学生推出景区免票和优惠政策。

8月9日举行的国新办发布会上,文化和旅游部产业发展司负责人马力表示,将推进文旅融合及与相关产业融合发展,优化消费惠民活动举措,与促进餐饮、住宿、体育、数字、绿色、健康消费等一体推进,创新文旅消费场景,丰富个性化、定制化产品供给,满足多样化消费需求。

文旅消费与人民美好生活息息相关。更好玩、更优质、更舒心……一个活力四射的文旅市场近在眼前。

6月以来,四川成都发放3000万元“暑来成都 乐游天府”文旅消费券。各地还纷纷推出票价优惠、消费满减、折扣套餐等措施,针对学生推出景区免票和优惠政策。

8月9日举行的国新办发布会上,文化和旅游部产业发展司负责人马力表示,将推进文旅融合及与相关产业融合发展,优化消费惠民活动举措,与促进餐饮、住宿、体育、数字、绿色、健康消费等一体推进,创新文旅消费场景,丰富个性化、定制化产品供给,满足多样化消费需求。

文旅消费与人民美好生活息息相关。更好玩、更优质、更舒心……一个活力四射的文旅市场近在眼前。

(新华社北京8月10日电)



暑期市场“燃”了! 文旅消费真“带感”。

(新华社发)

# 2024 西太平洋国际航次科考队起航

探寻海山奥秘!

新华社记者 王立彬 王隽昊 古一平

8月10日,2024西太平洋国际航次科考队从山东青岛起航,赴西太平洋海域开展为期45天的调查工作。

这是驶向大洋也是驶向大山的旅程,“深海一号”船载“蛟龙号”载人潜水器,将通过深潜探索神秘的海山。

海山,海平面以下的山峰,这里“隐藏”着深海生命的奥秘,也是人类了解最少的生物栖息地之一。

本航次的科考重点,便是海山这一独特的生态系统和环境。

据本航次首席科学家、国家深海基地管理中心副主任许学伟介绍,本航次将在西太平洋麦哲伦海山链开展调查,这里水深1500至3000米,生物多样性高、生态系统独特,被视为未来深海生物多样性保护的优先区。

“我们计划在该区域的3个工作区开展生物多样性及环境调查,利用‘蛟龙号’载人潜水器、深海箱式取样器、深海着陆器等装备调查海山深海生物多样性,掌握海山生境所在区域的位置、环境特征和生物群落组成。”许学伟说。

在45天的调查工作中,“蛟龙号”计划下潜18次。作为深海调查的“实力担当”,“蛟龙号”将发挥采集性能好、环境扰动小等技术优势,对深海生物、海水、沉积物,包括海参、海百合、冷水珊瑚、微生物等进行采集研究,深化人们对海山生物多样性特征、海山地形地貌对生物多样性的影响、大洋环流动力学与物种传播关系等问题的认识。

作为地球上最大的生物栖息地,深海环境已经受到全球气候变化、人类陆海活动的严重影响,但人类对深海生境的科学认知还非常缺乏,这已成为全球深海科学治理的主要瓶颈之一。

自然资源部中国大洋事务管理局副局长唐唐梅在起航仪式上表示,我国牵头的“数字化深海典型生境”大科学计划,获得39个国家的支持和参与,体现了各国同行对“海洋命运共同体”理念的深刻认同。

作为该计划下的首个国际航次,本航次搭载了来自加拿大、西班牙、哥伦比亚、中国香港等国家和地区的11名境外科学家,中外科学家按学科专业分为不同小组,共同开展科学考察工作。“我们将一同探寻深海奥秘,推动深海生物多样性养护和可持续利用。”本航次境外首席科学家、香港浸会大学教授邱建文说。

今年上半年,“蛟龙号”执行了中国大洋83航次任务,这是我国载人深潜首探大西洋。

这一次,“蛟龙号”首次搭载境外科学家下潜,西太平洋将见证中外科学家携手探秘、逐梦远航。

我们期待,中国蛟龙满载而归!

(新华社青岛8月10日电)

# “新”“心”向荣展现文旅产业新动能 ——丝路旅博会现场观察

新华社记者 闫馨禾 蔡馨逸 王佳琳

一边是虚拟现实、AI技术、人机交互、3D打印,一边是陕北民歌、羌族刺绣、杖头木偶戏……在2024西安丝绸之路国际旅游博览会上,创新科技与民俗文化一同“登场”,共塑文旅产业新发展、新动能。

8月9日至11日,2024西安丝绸之路国际旅游博览会在西安举行,吸引了来自国内外的164个代表团、793家企业参展参会。

跟随数智人“沉小香”飞越至华山的云海之巅,看AIGC技术生成的山中四季美景在光影中变幻流转、通过手势感应体验摩崖石刻的挥毫泼墨……华山景区的展馆内,多元数字互动体验项目让俄罗斯留学生乐雅慧对华山充满向往:“这不仅是一场展览,更是一次沉浸式的体验,有时间我一定要去华山看看!”

依托智慧旅游管理系统和营销平台,华山景区的管理、服务、运营水平不断向精准、高效迭代升级,景区年游客接待量已超过330万人次。

随着越来越多创新技术手段被应用于文旅领域,科技创新成为提升旅游体验、拓展旅游场景的新引擎。清华大学五道口金融学院文创金融研究中心主任赵岑说:“一些景区、博物馆用AI打造智能导览系统,实现多模态交互功能,让游客拥有更智能化、个性化、多样化的实时智能交互体验。还有一些公司在打造VR大空间体验和空间计算方面进行创新,基于优质文旅内容、文物资源打造新项目。文旅产业智能化趋势明显。”

展馆内,让观众们驻足停留的除了智能化的交互场景,还有展现各地文化内涵的各类演出。在西藏展区,华丽的藏族服饰一出场就吸引了观众的目光,悠扬的果沃琴弹唱让观众带到“神山圣湖”。随着文化旅游融合发展,历史悠久的果沃琴弹唱从村庄、剧院走向街道、景区,让更多游客感受到西藏文化的魅力。

不只有果沃琴。在旅游旺季,西藏大型史诗剧《文成公主》座无虚

席。这部以拉萨自然山水为背景,讲述1300多年前文成公主与松赞干布和亲历史故事的剧目,累计演出超过1900场,是西藏旅游的金字招牌。

据西藏展区工作人员介绍,西藏坚持以文塑旅、以旅彰文,2023年西藏旅游接待人次和收入历史性突破5500万和650亿元。

近年来,我国文旅消费保持较好增长势头。今年上半年,国内游客出游总花费2.73万亿元,较去年同期增长19.0%。与此同时,全国文旅融合进一步深化,文化新业态保持较快增长,优质文化内容供给不断增加。

步入西安文创设计产业联盟展区,十二生肖主题的兵马俑手办、以西雁塔为原型创作的“塔宝”背包、西安美食打卡手账本等各种结合西安特色的文创产品,从多角度阐释当地文化意涵,丰富当地旅游价值。

在系列背包、盲盒、玩具旁,塔宝品牌主理人邹晨向记者介绍起一副塔宝主题卡牌。在每一张牌上,都写有一条有关西安人文、非遗、民俗或美食的小知识。“我们在五一期间为游客免费发放了2万副卡牌,希望让塔宝作为民间宣传大使为西安文化发声,让它成为代表西安文化内涵的IP形象,而不只是一个伴手礼。”邹晨说。

从销售伴手礼、潮玩到打造旅游文化IP,文创设计的思路升级为旅游产业发展注入更多文化动力。“当一个有代表性的文创IP火起来后,能吸引更多人想来旅游。”西安文创设计产业联盟运营人员周婧说,“最近以西安肉夹馍为原型的文创产品绒馍馍非常热门,很多朋友关注到这个产品后都想来西安看一看,尝一尝肉夹馍。”

“随着文旅融合进一步深化,一批展示地方美食、美景、非遗历史的优秀内容正在为各地旅游业带来新的增长点。同时文旅融合不断赋能城市更新,打造了主客共创共享的城市空间。”赵岑说。

(新华社西安8月11日电)