

事关房价、城建 住建部定调今年楼市

房地产长效机制实施以来，“房住不炒”已经成为社会共识。在2月24日国新办召开的“推动住房和城乡建设高质量发展”发布会上，住建部明确表态，2022年调控政策还将毫不动摇地坚持“房子是用来住的、不是用来炒的”定位，不把房地产作为短期刺激经济的工具和手段，加强预期引导，因城施策，促进房地产业良性循环和健康发展。在业内看来，住建部的最新表态坚定了市场调控的方向，未来房地产市场或将更加趋稳；“大起大落”的情况或将最大程度避免。



四方面保证“房住不炒”

“房住不炒”定位之下，新一年度调控政策将采取哪些举措来保持房地产市场的稳定发展和运行，是公众的关注焦点所在。对此，住建部指出：一是保持调控政策的连续性和稳定性，二是增强调控政策的协调性和精准

性，三是坚决有力处置个别房地产企业因债务违约所引发的房地产项目逾期交付风险，四是持续整治和规范房地产市场秩序。

具体来看，在保持调控政策的连续性和稳定性方面，住建部表态，要继续稳妥实施房地产长效机制，把城市的主体责任和省级政府的监督责任落实好，保障刚性住房需求，满足合理的改善性住房需求，继续稳地价、稳房

价、稳预期。

在增强调控政策的协调性和精准性方面，住建部提及，要重点做到三个“加强”：一是加强土地、金融和市场监管等政策的协同，二是加强部、省、市的调控联动，三是加强对城市“一城一策”政策的指导和监督。

在“防风险”方面，坚决有力处置个别房地产企业因债务违约所引发的房地产项目逾

期交付风险，再被住建部重点提及。根据介绍，这项工作是以“保交楼、保民生、保稳定”为首要目标，以法治化、市场化为原则，压实企业主体责任，落实属地政府管理责任，维护社会稳定，维护购房群众合法权益。

谈及“持续整治和规范房地产市场秩序”，住房和城乡建设部副部长倪虹表示，去年住建部会同7个部门联合开展了房地产市场三年整治行动，2021年的整治情况将适时发布。

“下一步的工作重点是完善市场监管新机制，大力整治房地产开发、交易、租赁、物业服务中的违法违规行为，把人民群众的合法权益切实维护好。”倪虹介绍道。

满足合理改善性需求

值得关注的，在保持调控政策的连续性和稳定性方面；保障刚性住房需求，满足合理的改善性住房需求”这一表述，也被视为政策新亮点被业内聚焦。

诸葛找房数据研究中心高级分析师陈霄表示，本次发布会提出调控政策的连续性和稳定性，并且强调政策的精准性和协调性，是对因城施策的进一步精细化。会议再次强调了促进房地产业良性循环和健康发展的“良性循环”将作为2022年房地产调控的关键词存在。

在陈霄看来，不同于以往会议中“满足合理的住房需求”的表述，本次发布会在提出“保障住房刚需”的同时，还专门提及满足合理的改善性需求，这是比较罕见的。自去年以来行业下行压力加大的背景下，这样的表述对于房地产行业而言释放了正向的政策信

号，对于提振市场信心，改善购房者观望情绪有着积极作用。

“大起大落”将避免

2021年下半年以来，房地产市场的深度调整与多重政策叠加密切相关。在业内看来，今年强调政策的协调性和精准性，加强土地、金融和市场监管的协同，可以理解为住建部、央行、银保监会、自然资源部等部委之间的政策将协同推进，避免政策多重叠加导致行业出现较大波动。

对于接下来的房地产市场走势，包括陈霄在内的多位行业人士分析认为，不会出现明显的“大起大落”。

“近期市场信贷环境宽松，部分城市也出台降低首付比例、鼓励人才购房等支持性政策，这有助于提振市场信心。但要谨防对政策过度解读和渲染，引起市场预期不稳。”在贝壳研究院首席市场分析师许小乐看来，此次住建部的官方表态，坚定了市场调控的方向。

在许小乐看来，一方面强调政策的连续性和平稳性，意在强调要保障市场的平稳修复状态，调控政策要把握好度，稳市场的同时要谨慎过度宽松，避免市场出现去年“大起大落”的情况。另一方面，强调政策的协调性和精准性，后期地方调控政策的精细程度会更高，可能会出现“一区一策”或者“一县一策”。

此外，许小乐补充指出，调控政策在保障刚需、满足合理改善性需求的同时也会更加注重与防止投资炒房行为之间的平衡，防止相对宽松的环境下出现大幅加杠杆的行为。

北京商报记者 关子辰 荣蕾

聚焦 FOCUS

冰雪经济驱动 2022北京消费加速度

八大活动板块、24个全市性标志活动、40多个汽车品牌、300余场老字号活动、上千家餐饮门店……一个个数字标志着2022年北京消费按下“加速键”。2月24日，北京商报记者从2022北京消费季新闻发布会上了解到，贯穿全年的促消费活动“北京消费季”将于3月1日启动。同时，北京市还将出台措施，鼓励商业企业创新活动形式参与到消费季中。

提前3月启动 活动贯穿全年

紧抓冬奥机遇，2022北京消费季提前登场。今年，北京将在3月1日正式启动新一轮北京消费季促消费活动，相比前两届活动提前了3个月。

据北京市商务局党组成员、副局长郭文杰介绍，北京将紧紧围绕国际消费中心城市建设的主题，立足八大活动板块，举办24项标志性重点活动，加强商旅文体融合互动、线上线下联合共振，力争“周周有活动、月月有亮点、季季都精彩”。

以北京首发节为例，活动将在SKP、国贸商城、三里屯太古里等全市重点时尚品牌聚集商圈打造新品发布主题秀场。小米、中国黄金、英菲尼迪、比亚迪等百余品牌将在京举办新品发布活动。

北京商报记者了解到，苏宁时尚百货联合20余个运动品牌，落地通州和石景山万达广场，推出安踏品牌联名款、首发限量款服饰鞋帽，如谷爱凌同款羽绒服、运动员领奖服等系列服装。

同时，今年北京消费季也更加注重即时配送，线上活动也在开展中。其中，消费者可通过家乐福小程序、美团、饿了么等第三方平台扫码下单，3公里1小时达。

“新国潮”俨然成为当下消费端的常态。在此背景下，北京将推出“国潮新消费品牌成长计划”。该计划主要围绕创建北京国际消费中心城市，助力新消费品牌茁

壮成长。其主要内容有新消费品牌活力榜征集、老字号对话新品牌以及国潮京品新消费榜单的最终发布。

借势冬奥机遇 挖掘“金色”冰雪

北京冬奥会让我国冰雪经济步入新阶段，也让巨量商机外溢。2022北京消费季的炫彩北京板块将开展北京体育消费节、北京冰雪消费节等活动。

郭文杰指出，北京冰雪消费节将紧抓北京冬奥会和后冬奥时代机遇，组织全市重点商圈和100余个冰雪场馆发布冰雪消费地图，开展云探冰雪场地、冰雪项目展示、冰雪体验系列活动，隆福文化中心、熙悦天街、喜隆多购物中心等多个商场举办冰雪主题艺术展。平谷区将继续举办渔阳国际冰雪季、大众高山滑雪比赛等10项特色活动。

随着市场进一步被激活，冰雪经济将有更大的想象空间。国家体育总局制定的《冰雪运动发展规划（2016—2025年）》显示，2025年我国冰雪产业总规模将达到1万亿元，届时将带动3亿人参与冰雪运动。按照联合国世界旅游组织测算，2021—2022年冰雪季，我国冰雪旅游将带动冰雪特色小镇、冰雪文创、冰雪运动、度假地产等相关产业的产值达到292万亿元。

中国人民大学副教授王鹏表示，整个行业将促进体育产业与户外旅游融合，把户外运动、户外体育产业加入到现有体育

产业中去，改变当下大部分人听到体育锻炼就只认为是在健身房内的有氧运动的固有想法。户外运动、户外旅游与户外休闲相结合，也可以作为未来发展重点的。

支持政策助推 市场注入新动能

对于消费而言，受需求驱动，市场从渠道到品牌等多个领域，都能看到政策的助推。郭文杰指出，北京市商务局会同相关部门研究制定了多项支持政策，进一步激发市场主体积极性和创新性，优化消费体验，丰富消费供给，加快推进国际消费中心城市城市建设。

比如，北京即将出台首店3.0版措施。据悉，新的首店政策将从建立品牌首店首发服务体系、支持品牌首店落地发展、打造全球品牌首店首发展示平台、支持商业品牌总部发展等4个方面，大力发展首店首发经济，加大国际品牌引进和本土品牌培育力度，着力将北京打造成国内外知名品牌集聚地和原创品牌孵化地。

财经专栏作家李庚南指出，促进消费增长需创新思维，培育和拓展消费新的增长点。其中，落脚点在于新型消费。尤其在疫情防控的形势下，新型消费将成为消费增长的新引擎。促进新型消费增长更要考量居民的消费能力如何跟上，如何让居民消费而无忧，不断优化消费环境。

北京商报记者 王维祎

· 图片新闻 ·

“两个奥运 同样精彩” 冬残奥会城市景观转换工作有序开展



街头景观小品换上冬残奥会会徽，主题花坛摆放13.8万株早春耐寒花卉，就连28处灯光秀都将改为播放冬残奥会内容。近日，北京商报记者从北京冬奥会城市运行及环境保障组办公室获悉，天安门广场“精彩冬奥”主题花坛中国结南北两面已更换上冬残奥会会徽，由冬奥会向冬残奥会城市景观布置的转换工作正在全市范围内如火如荼地进行，2月28日24时前景观布置将全部转换到位。据了解，冬奥城市景观布置将保留至3月20日。

北京商报记者 张笑嫣/文并摄