

消费日报

A 版 ■ 国务院国有资产监督管理委员会举办 中国轻工业联合会主管主办 ■ 国内统一连续出版物号 CN 11-0057 ■ 代号 81-9 ■ 广告经营许可证:京丰工商广字第 0054 号

倾情精品保障房 造福万千百姓家

一家央企“十三五”的民生工程

辉煌“十三五”
喜看新成就

“十三五”规划纲要明确提出:提高民生保障水平,按照人人参与、人人尽力、人人享有的要求,坚守底线、突出重点、完善制度、引导预期,注重机会公平,保障基本民生,不断提高人民生活水平,实现全体人民共同迈入全面小康社会。

“十三五”期间,为改善民生,各地政府为中低收入住房困难家庭提供了大量限定标准、限定价格或租金的保障性住房。作为央企,在保障性住房这项民生工程的建设中责无旁贷,践行了“国家队”的责任和使命担当。

□ 本报记者 刘峰 文/摄

“能住上这样高品质、低价格的房子,我们以前想都不敢想,还是央企值得信赖!”10月26日,在位于北京市海淀区西北旺镇的保障性住房项目永靓家园,80后业主张先生兴奋地对记者说。

这一天,是中铁置业集团北京有限公司开发承建的共有产权住宅项目——永靓家园迎接业主入住的日子。刚刚办理完入住手续,拿到房子钥匙的张先生,脸上写满了幸福。

这只是中铁置业北京公司交付的保障房的一个缩影。

据了解,“十三五”期间,中铁置业北京公司开发承建的保障房项目占到总开发项目六成以上。

民生工程 责无旁贷

2014年4月18日,中铁置业北京公司的第一个保障房项目——中铁西城竞标成功。该项目位于北京市门头沟区,为北京首个自住型商品房项目,总建筑面积25万平方米,楼面地价11234元/平方米,销售限价19500元/平方米,售价比周边楼盘低30%。项目建成后,让符合条件的1770户家庭以实惠的价格买到了住房。

“当初公司也是咬着牙坚持做这个项目,由于保障房‘出力不出利’,大多数民营房地产企业敬而远之。作为民生工程,我们央企必须响应国家号召,冲在前面,担当起这份责任。”中铁置业集团北京有限公司党委书记冯军山在接受记者采访时说。

“十三五”期间,北京市为中低收入住房困难家庭提供了大量限定标准、限定价格或租金的保障房,与普通商品房不同的是,这类项目的售价较低,房价在地块竞标时即已限定,没有溢价空间,但政府对房屋质量有严格标准。保障房大多建在五环和六环之间,售价在两、三万元左右,几乎是周边商品房价格的一半,对解决低收入百姓对住房的刚需起到了巨大作用。

中国中铁的全产业链资源,为中铁置业北京公司高品质建设保障房提供了有力保障。该公司每拿一块地之前都由中国中铁设计院专业人员对土地成本、建设成



永靓家园工作人员正在为业主办理交房手续



北京Nodet彩园共有产权房项目施工现场



每户配有中水循环处理设备



验房师陪同业主验房



诺德彩园项目样板间

本、开发时长、利息、利税、售价等等进行缜密核算。为了向成本要效益,施工单位都是中铁的建筑企业,有利于内部管控。同时,通过专业工程人员对在建项目进行监管,在保证施工质量的基础上,依靠缩短项目建设周期、加快开发周转、减少银行贷款利息等,实现内部挖潜。

早在建筑设计院从事结构设计工作、现任中铁置业北京公司诺德彩园项目总经理曹宗潭表示:“我们在共有产权房产品设计、设备材料选型、基础设施配套、园林景观及工程管理等方面,积累了越来越多经验,通过精打细算控制成本,用节省的成本进一步提升房屋品质。”

以2014年中铁西城自住型商品房开始为起点,中铁置业北京公司迈上了开发承建保障房之路,直至“十三五”以来,他们坚持做精品保障房,造福千家万户的想法和行动就没有停止过。

优质住房 赢得口碑

中铁置业北京公司有句口号:细节决定成败,信任源自责任。正是基于这一理念和承诺,该公司开发建设的保障房项目为企业带来了丰厚的社会效益,赢得了百姓的口碑。

“十三五”期间,该公司在北京市海

淀区、顺义区、门头沟区取得4块共有产

权房用地,为北京千万户低收入人

家庭圆了住房梦。

2016年11月,中铁置业北京公司拿

下北京市海淀区永丰地块,这是该区首

个共有产权房,总建筑面积18.2万平

方米,开盘后全部售出,并于2019年年

底如期交付。

2017年7月,该公司取得北京顺义区

后沙峪地块——北京诺德花园,总建筑

面积52万平方米,是北京市最大供应量

共有产权房,全装修销售价格为2.3万元/平方米,2020年8月,2952套住宅全部售罄。

2017年11月,该公司再获海淀区西北旺镇的永靓家园项目,总建筑面积30万平方米,是海淀区体量最大的共有产权房项目,全装修销售价格为3.78万元/平方米,为2141个家庭提供安居之所。

记者在永靓家园看到,这里实行人车分流,篮球场、门球场、羽毛球场,竟走道、儿童活动中心等不少只能在高档住宅小区才会有的配套设施,在这里同样可见。

业主张先生的家位于小区内一幢12层楼的7层,每层4户两梯,房子是88平方米的两室一厅。记者跟随张先生进入房间,只见门口玄关安装了一个更衣柜,两个卧室都装有窗帘杆,窗台用的是大理石材,卫生间为干湿分离,采用中水处理系统,配备了整体厨房,还预留了

9月服务出口1625亿元 增速由负转正

本报讯 11月3日,商务部发布的数据显示,9月当月我国服务出口1625亿元,同比增长4.1%,单月增速由负转正。据商务部服贸司负责人介绍,整体上,今年前三季度,受新冠肺炎疫情等因素叠加影响,我国服务贸易规模下降,但呈现趋稳态势,服务出口表现明显好于进口,贸易逆差减少,知识密集型服务贸易占比提高。

具体来看,1-9月,我国服务进出口总额33900亿元,同比下降15.7%。其中,出口13995亿元,下降1.5%;进口19905亿元,下降23.5%。我国服务出口降幅趋稳,出口降幅小于进口22个百分点,带动服务贸易逆差下降50.0%至5910亿元,同比减少5901亿元。

本报记者(记者史晓菲)记者日前从中国自行车协会获悉,疫情发生以来,行业经受住了考验,生产经营好于预期。8月份,中国自行车协会开展了密集调研,从中发现了行业一些新情况和好做法。

线上新零售成为营销新常态。线下不再是产品销售的唯一途径,行业积极拓展线上新模式。疫情期间,骨干企业纷纷采用“直播带货”、登陆电商平台等新营销方式,全力促进消费增长。同时,又把新零售模式复制到海外,布局海外仓,跨境电商也将成为外贸新的增长点。

增品种引领消费升级。随着国内疫情逐步好转,以上班族为主的电动自行车消费和以休闲健身为目的的运动自行车消费,支撑国内市场快速复苏,并延续至今。青少年的需求成为新的消费热点,折叠车、儿童自行车、滑步车热销。国内骑行健身和相关赛事活动的助推,部分出口欧盟的助力自行车转为内销,不断满足国内消费需求向追求高品质转变。

出口亮点受关注。近期,自行车、电动自行车在欧美热销,受到了境内外各大主流媒体的高度关注和争相报道,行业再次成为社会关注的焦点。根据国家发改委、国务院台办、工信部、商务部等有关部委要求,协会认真梳理行业进出口数据和外贸增长特点,及时向有关部门提出扩大出口规模的政策措施建议。

“马太效应”更加显著。经过这次疫情,给行业带来格局变动的新机遇。行业内部已经出现了分化,利润和市场份额向行业头部企业集中。调研显示,骨干企业产销量增幅均为两位数,最高者接近40%;而小企业的经营状况并不乐观,仍未摆脱疫情冲击。

数字化转型步伐加快。行业加快推进“机器换人”进程,骨干企业制造过程自动化率已超过30%,劳动生产率大幅提高。更有部分骨干企业与戴尔、神州数码、海尔数字科技等国内主流工业互联网平台开始对接,强强联手谋划智能换道超车。

市场定力不断增强。行业经历了共享单车“大起大落”洗礼后,更加成熟、自信。面对当前快速增长的形势,骨干企业有各自清晰的判断和定力,不盲目扩大产能,更加注重内部挖潜扩能提效,坚定不移走品牌、品质发展路线。

公示

消费日报社拟申请新闻记者证人员名单

马晓 袁家山 陈俊岭

刘晓磊 路远 王永彬

监督举报电话:010-83138953

010-67605353

消费日报社

2020.11.9

本报新闻职业道德监督岗

电话:(010)67604554 67604747

骨干企业产销量增幅均为两位数,最高接近四成
小企业经营状况不乐观,仍未摆脱疫情冲击

自行车行业呈现出两极分化