

# “二次房改”有望年内研究提出

## 住房保障基本体系构成可能进行调整

**本报讯** “很快就会开始做前期的准备工作,无论是发改委还是住建部,对这件事情都是很重视的。”近日,一位权威人士告诉记者。他所言的“这件事”,指的即是“进一步深化住房体制改革实施方案”,并有望年内研究提出。

在住房和城乡建设系统内,这一领域被简称为二次“房改”。1998年,国务院颁布23号文,即《国务院关于进一步深化住房制度改革加快住房建设的通知》,提出从1998年下半年开始,停止住房实物分配,逐步实行住房分配货币化。第一次房改拉开徐徐大幕。

此后将近20年间,中国房地产市场迅速发展,逐渐成为“国民经济支柱产业”之一。但是,随着市场的不断变化,房地产市场政策口径、住房保障、城市居民基本住房及其居住条件改善等方面,都有了较大的变化,2009年,即有14位专家联名上书,表达“进一步深化住房体制改革”进行“顶层设计”的必要性和迫切性。

目前,“进一步深化住房体制改革实施方案”的研究工作提出,由住建部住房改革与发展司会同国家发改委有关部门,共同进行前期准备工作,在工作正式启动之后,财

政部、国土资源部、人民银行总行、国家税务总局等有关部委都将参与其中。

由于“进一步深化住房体制改革实施方案”尚处在研究提出的前期准备阶段,因此,截至记者发稿时止,尚未确定最终的结构和内容。不过,三个独立消息源向记者证实,“进一步深化住房体制改革实施方案”已经有基本的研究方向。

记者了解到,不出意外,对商品住房消费、住房保障之间的关系进行准确界定和适当调整,以适应当前住房消费市场、住房保障领域工作的新

变化,是该方案十分重视的方向所在。此外,在“进一步深化住房体制改革实施方案”的初期研究准备中,住房保障体系的重新调整,也被列为重要的内容方向之一。

“以前保障性住房种类繁多,最早的经济适用房、廉租房,后来的限价商品房、公共租赁住房,以及半保障性质的自住商品房,以及共有产权房等,这些种类将在未来进行削减,比较理想的状况是,分为租赁型保障房和销售型保障房,在销售型保障房中,贯彻‘共有产权’的思路。”前述权威人士称。 **据中国经营报**

## 我省将建3万个村级邮政电子商务服务站

**本报济南6月1日讯(记者 李虎 通讯员 崔鹏森 李存强)** 记者从6月1日召开的全省邮政服务“三农”工作现场会上获悉,我省将进一步完善农村电子商务平台建设,开展网上农产品直销、农产品批发、时令农产品预订等业务,打造“一村一品”、“一乡一品”特色农产品品牌,加快农业走出去步伐。

据介绍,全省邮政系统要继续完善县、乡、村三级农村服务体系,在服务“三农”基础设施建设、信息化建设、农村电商平台建设、高标准农田建设、农村新型社区公共配套设施建设等方面给予重点扶持,落实好相关补贴政策。

山东省邮政公司总经理马志民表示,将全面推广“邮政万亩示范田+鸿雁合作社+一体化服务”的模式,利用2—3年时间,推进示范田建设突破1500万亩,耕地面积占比提高至12%以上,合作社发展突破220万户,农村邮政电子商务平台交易额突破50亿元。

山东邮政正依托“邮掌柜”电商平台,发挥物流配送优势,积极布局农村电子商务市场。截至目前,全省村级邮政电商服务点已达1.3万个,今年省内将建成3万个村级邮政电子商务服务站,所有县市建成邮政电子商务运营中心,打通工业品下乡和农产品进城通道,力争到2016年底,在所有乡镇全面建立“一乡一品”、“一村一品”返城和覆盖全省乃至全国的直销窗口。

# EMS寄递资费改由市场定价

## 昔日快递老大放低身段参与价格战,或为上市铺路

**本报济南6月1日讯(记者 李虎)** 国家发改委、国家邮政局近日发布《关于放开部分邮政业务资费有关问题的通知》(以下简称《通知》),将国内特快专递资费竞争性包裹寄递资费,由政府定价改为实行市场调节价,6月1日起执行。

根据《通知》要求,6月1日起,将国内特快专递资费、明信片寄递资费、印刷品寄递资费和单件重量10公斤以下包裹等竞争性包裹寄递资费,由政府定价改为实行市场调节价,邮政企业可以根据市场供

求和竞争状况自主确定资费结构、资费标准和计费方式。两部门还要求,邮政企业制定或调整实行市场调节价的邮政业务资费项目和资费标准时,应当提前30天向社会公示。

一位业内人士告诉记者,外资、民营快递公司从运营之初就实行市场定价,目前国内快递市场上只有作为快递国家队EMS在定价上需要参考政府定价,该《通知》的施行将意味着将为EMS在定价权上“松绑”。

实现直营制的EMS各省市分公司没有定价权,定价由

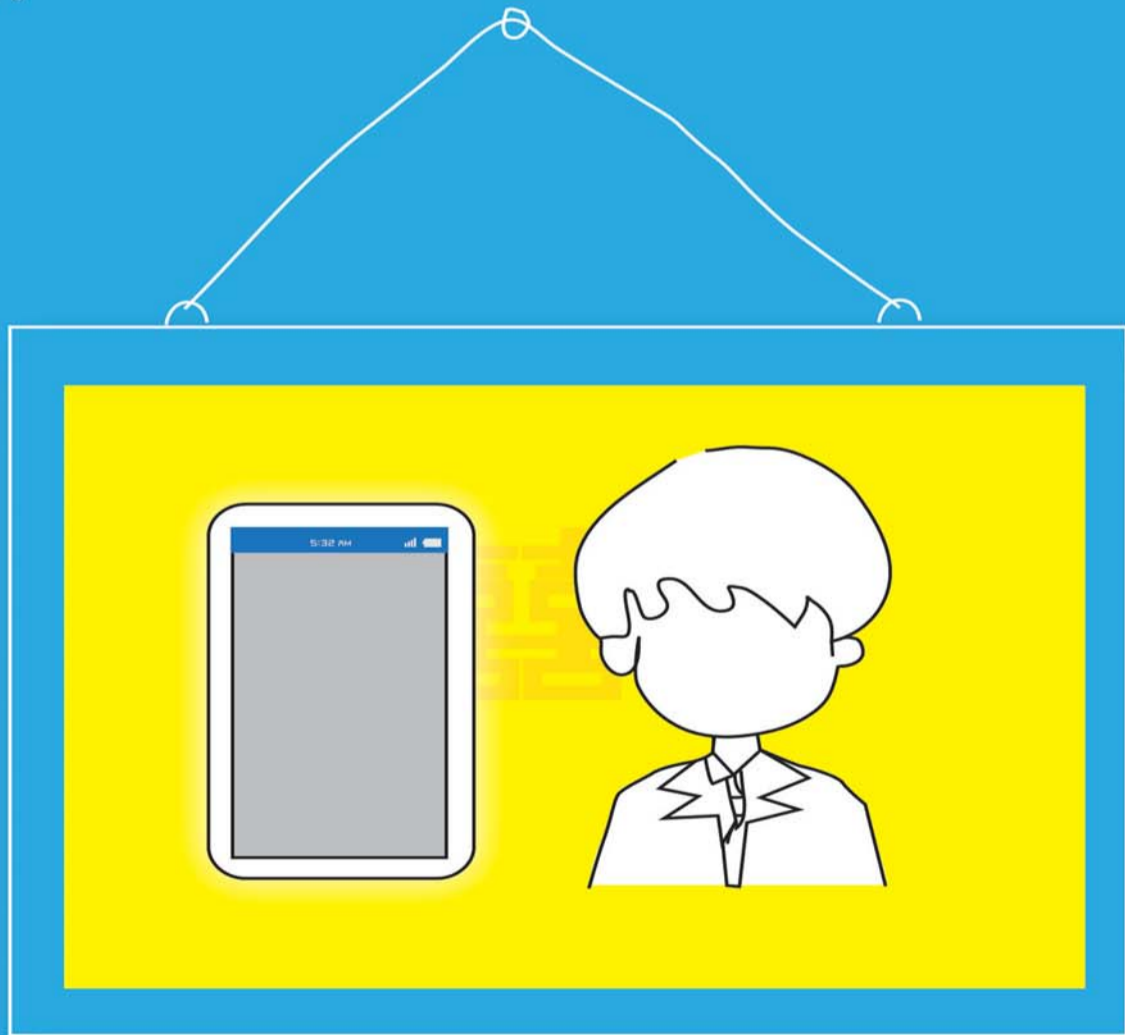
总公司说了算,但为了应对民营快递公司灵活多变的定价变化,各级公司都有不同程度的优惠权,可以根据当地的情况有选择性地打折以保持市场份额。

价格战是目前国内快递业最直接、最有力的竞争方式,降价也是拉动快件量最有效的办法。与民营快递综合考量距离、运输资源稀缺度、业务量等诸多因素随时变化的价格相比,由于受到政府指导价的影响,EMS的价格体系相对僵化,让其在价格战已近白热化的快递

市场竞争中处于劣势,老大地位岌岌可危。

一位民营快递公司负责人认为,EMS变为市场定价后,昔日老大放下身段与民营快递公司展开价格战。该人士认为,EMS在快递市场价格战上受到策略方面制约过多,在低价竞争的快递市场上份额、利润都难以保证,或将无法达到上市公司利润的要求,所以去年底EMS撤回了IPO上市申请材料。EMS定价市场化后,将有助于EMS降价争夺市场,扩大市场份额,为上市创造良好条件。

齐鲁晚报“讲文明 树新风”公益广告



“爱”“低头族”手机可不是你的另一半  
放下你的手机多陪陪你的爱人。