两天揽收1178亿元 杭州楼市虚火难降

中青报·中青网记者 董碧水

集中供地之下，杭州土地市场显然并未降温，反而更现疯狂。

5月7日、8日，杭州首次集中拍地落下帷幕。此次杭州集中供地共57宗，总出让面积301.8万平方米，总建筑面积757万平方米，拍卖起始总价934.7亿元，累计成交金额达到1178.21亿元，相当于去年杭州全年土地总出让金额2521亿的46.72%。一次涉宅集中供地，等于卖到了去年全年所有土地出让金额的近一半。

“疯狂的”杭州土地

其中，成交总价最高的是位于杭州未来科技城的综合体项目，地块最终被华润置地以111.6亿元竞得，成交楼面价16499元/平方米，自持比例为4%。这也是杭州土地拍卖史上的第六宗总价超百亿地块。

建筑面积最大的为临平区鼎湖未来社区地块，出让土地面积24.8万平方米，总建筑面积81.3万平方米，是此次出让的57宗地块中建筑面积最大的地块，最终被中骏以91.04亿元竞得，楼面价11204.57元/平方米，溢价率29.98%，自持4%。

值得注意的是，按照目前的杭州土拍规则，先是竞价，达到30%溢价率时转竞自持比例，竞自持比例100%后竞养老住房面积。在此次57宗地块中，有41宗地块竞价封顶后转入竞自持比例，其中有13宗地块自持比例超过20%。

其中，杭州本土房企地上集团竞得的临安区城东滨湖新区单元地块自持比例达到40%，这也是杭州采取限地价、限房价“双限”规则后自持比例最高的地块。

此次杭州土地集中出让，有近90家房产开发商参与竞拍，既有本地中小房企，也有万科、融创、龙湖、保利、华润置地等头部房企，以及奥园、义乌天钲等首入杭州市场的房企。

在正式开拍之前，地块的争夺就已拉开序幕。57宗地块挂牌期间，大部分地块均获得房企报价，其中22宗地块溢价率在开拍之前就达到政府设置的溢价率“红线”，有12宗地块提前在挂牌期间进入自持比例投报阶段。

被华润置地以111.6亿元竞得的余杭区未来科技城综合体地块，则经历了136轮次竞拍。龙湖竞得的余政储出[2021]10号地块，经历了78轮竞价，溢价率29.93%，自持比例报到19%，最终以52.53亿元总价竞得。

火爆背后的“一房难求”

此次土拍，是杭州第一次采用集中供地形式。两天的集中供地，热度显然远超许多人的预期。

事实上，自2017年首次突破2000亿元，杭州的土地出让金收入已连续4年保持超2000亿元高位，2018年、2019年还连续两年蝉联全国第一。2020年，杭州土地出让金总额虽同比上年下滑7%，但也仅次于上海，排名全国第二。

而土地市场火爆的背后，是杭州新房市场的“一房难求”。

刚刚过去的五一假期，位于萧山区的“滨江博语华庭”楼盘对摇号登记结果进行公示。此次摇号，是博语华庭的收官，推出的391套房源，吸引了10479组家庭登记，综合中签率低至3.7%。

此次加推，是博语华庭第三次推盘，也是房源量最多的一次，但也是中签率最低的一次。

实际上，博语华庭已是杭州的第31次“万人摇”。2018年，针对楼市销售中的“全款优先"捆绑车位”，杭州推出了住宅销售摇号政策。杭州楼市的“万人摇”也正是从那一年开始。去年，杭州曾出现接近6万人抢购“远洋西溪公馆”的火爆场面。

为了给楼市降温，今年1月，杭州继续收紧楼市，出台政策包括“落户杭州未满5年的，限购1套住房"赠与人须满3年方可获得购房资格"除了红盘，中签率低于10%的楼盘也将纳入限售5年的范围"增值税免征政策的年限由2年调整为5年”等。

据统计，新政出台后，杭州市区210余次住宅加推，仅80余次无须摇号。而不用摇号的楼盘大多位于临安、富阳与萧山边缘板块。入市的3.4万余套住宅，总报名人数达到23.3万人次，综合中签率仅为14.9%。

杭州楼市调控任重道远

统计数据显示，2020年，杭州十城区成交商品房15.2万套，环比增长12%。同期，十城区商品住宅成交均价28446元/平方米，环比2019年上涨13.54%，为近5年甚至10年来最高。

目前，杭州住宅均价在全国排名第七。据58同城、安居客发布的2021年《4月国民安居指数报告》，4月份，杭州新房29078元/平方米的均价，已直逼广州的29628元/平方米。

当然，杭州楼市热度不减，还有背后的套利空间。杭州是实行限地价、限楼价的城市，长期的“双限”之下，使得一二手房价格倒挂。

以此次五一假期的“万人摇"滨江博语华庭”为例。博语华庭属于萧山湘北板块，靠近滨江区和市北西，新房的精装价格限价为均价34000元/平方米。而周边“中铁建江南之星”二手房的签约均价达到44700元/平方米，实际挂牌单价则在5万元/平方米以上。

另一方面，近年来杭州发展迅猛。2019年，杭州常住人口增量55.4万人。2020年，杭州新引进35岁以下大学生43.6万人。人才净流入率继续保持全国第一。

人口的大量流入，房价快速上涨形成的新房与二手房之间的价格倒挂，使得楼市热度居高不下的杭州，成为房企最中意的城市之一。

稳地价是稳房价、稳预期的基础，一级土地市场冷暖，直接决定房价的涨跌。相关人士认为，从此次土拍结果看，杭州地价已被进一步抬升，市场火热的背后也已有着明确的信号。

土地疯狂之下，杭州任重道远。

全国青少年校园足球工作年度总结活动举行

校园足球国家队亮相

本报讯（中青报·中青网记者王鑫昕）5月8日，2019年、2020年全国青少年校园足球工作年度总结活动在四川省内江市威远县举行。活动中，备受关注的校园足球国家队闪亮登场。

活动对在校园足球各项工作中的优秀单位和个人进行了表彰，评选出了全国优秀足球特色幼儿园、教师、园长，以及全国优秀校园足球特色校、优秀校园足球教师、优秀试点县(区)、满天星训练营、足球改革试验区、校园足球未来之星等13类奖项。

活动中，入选校园足球国家队的运动员与2019年、2020年为校园足球作出突出贡献的获奖单位及个人代表走过专属“绿茵”毯，领取了相关奖项。

值得关注的是，162名运动员入选了13个组别中9个组别的校园足球国家队。

全国青少年校园足球工作领导小组办公室主任、教育部体育卫生与艺术教育司司长王登峰说，今天中国足球有了一批优秀少年，大家要有更加坚定的理想信念、更加深厚的爱国情怀、更加高尚的品德修养、更加丰富的知识和见识、更加坚毅的奋斗精神、更加全面的综合素质。

王登峰说，今天同样是感恩的时刻。今年是中国共产党成立100周年，我们为身处这样一个伟大的时代而感恩，也要肩负起重担和责任。校园足球已经逐渐推广普及开来，往后更要坚持不懈，久久为功，齐心协力推动中国校园足球，推动中国足球稳步不间断地实现飞跃。

据了解，自2014年底教育部牵头校园足球工作以来，全国共遴选创建了30559所全国青少年校园足球特色学校，设立全国青少年校园足球改革试验区49个、全国青少年校园足球试点县（区）201个，布局建设全国青少年校园足球“满天星”训练营110个，遴选认定了全国足球特色幼儿园6000所。

与中国年轻人靠得更近

（上接1版）

首届消博会聚焦“高、新、优、特”消费精品，是全国首个以消费精品为主题的国家级展会，也是“亚太地区最大的消费博览会”。很多参展商是被“消费精品”吸引来的。随着供给侧改革的推进，消费升级的大潮不断涌动。

叶鸿慕的感受是中国消费者对美的渴望和理解都在升级。这家美妆企业的北亚总裁及中国首席执行官费博瑞在接受中青报·中青网记者采访时表示，如今中国消费者对于消费有非常高的期待，他们不仅期待高质量和高效率的产品，而且更期待有自己的个性表达，体现与周围世界的关系。

他说，欧莱雅团队观察到一种消费回流现象，如今中国消费市场尤其是美妆市场的高质量发展，并不只是因为大家出不去，而是现在中国整个消费市场和美妆市场在不断通过高质量的产品和服务来启迪中国消费者，“这就要求企业和产品也为之改变”。

施华洛世奇集团全球首席执行官兼董事会主席罗伯特·布克包尔说，中国年轻而充满活力的消费市场，特别是“千禧一代”和“Z世代”与日俱增的消费力量，让集团对未来发展充满信心。施华洛世奇要“贴近年轻人”，因为这是未来。

在罗志谊看来，这些年，中国消费升级的趋势非常明显，且有一些新的变化——过去，中国70%的奢侈品购买是在海外完成的，随着构建新发展格局进程的加快，“大家把目光转向了国内，因此我们需要离中国消费者更近”。

为什么选择海南？瑞士看重的是海南自贸港的未来以及海南背后代表的中国广阔的市场。罗志谊表示，消博会不仅仅是一个贸易博览会，“我们充分意识到，海南自由贸易港建设是一个全面的愿景，从长远看，也是为了吸引越来越多的企业来这里。”

近两年来，已经有一些瑞士企业在海南设立了合资公司，“这是个好的开始”，罗志谊相信，消博会可以给瑞士带来新的机遇，海南可以给瑞士带来新的机遇，“合资合作不局限于免税购物，在教育、旅游等多方面我们都有兴趣开展合作。”

瑞士城市阿彭策尔的啤酒厂商奥雷勒·迈耶表示，希望通过参会对中国市场和中国客户有更多了解，也希望让他们品尝自家的产品，给产品提出意见，看看哪些产品符合中国消费者口味。

阿彭策尔的啤酒厂商已经决定加快开拓中国市场。迈耶说，通过在消博会上与客户近距离接触，提供试饮服务，直接获取消费者反馈，是开拓中国市场的重要前提，因为“中国的口味很重要”。 本报海口5月9日电

河北农民匠人铸鼎刻铭记录乡村之变

（上接1版）

后来，王家曾经赖以为生的14亩承包地除了种植自家吃用食材的土地外，大部分都流转给了种粮大户。

近几年，由于王三妮的身体原因，王英洁已继任为中山青铜工艺品厂的新一代掌舵人。

2018年，对国家一系列减税降费政策出台带来的红利，作为农民创业者的王英洁感受得真切而直接。他曾算过一笔账，月销售额10万元以下的小微企业免增值税，一年能省三四万块钱，“给我们这样的小企业减轻了不少负担。”

于是，2019年王英洁为铭记减税降费这一惠民利企之举，再次铸鼎刻铭。他将这尊通高201.9厘米、鼎足高70厘米的铜鼎称之为“感恩鼎”，并在铭文中写下：“此次减税降费力度之大，前所未有。”

2019年6月，第四届石家庄市旅游产业发展大会在灵寿县举行，灵寿县青铜文化博物馆也在此时正式建成并对外开放。作为青铜文化博物馆的运营者，王英洁又多了“青铜文化推广人”的新身份。

中青报·中青网记者站在青铜文化博物馆所在的灵寿县松滹湾文化广场上看到，碧波荡漾的滹沱河与松阳河分别从广场两侧缓缓流过，人们在绿树如茵的广场上健身、下棋。

博物馆内，见证免征农业税的“告别田赋鼎”、记录惠农政策的“恩惠鼎”、纪念灵寿县脱贫出列的“告别贫困鼎”、铭记减税降费的“感恩鼎”——王三妮、王英洁父子铸鼎刻铭的4尊铜鼎一字排开，放置在展馆最醒目的地方。依托博物馆，王英洁正计划打造以青铜器制作为主题的研学基地。

“时代变化带来身份的转变，但不变的是党和政府利民的好政策。”王艳芳说，党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央打响脱贫攻坚战，全面实施乡村振兴战略，强调指出“农业强不强、农村美不美、农民富不富，决定着全面小康社会的成色和社会主义现代化的质量”。

对于身边的点滴变化，王英洁看在眼里记在心上。青廉村硬化了路面、安装了路灯，村容村貌焕然一新的同时，交通和农业水利设施也不断得到改善；2019年，作为国家扶贫开发工作重点县的灵寿县退出了贫困县序列……

“灵山秀水，三千干部不忘初心下基层，尽锐出战拔穷根。”“三载功成，旧貌俱往，脱胎换骨，更披新妆。”在“告别贫困鼎”铭文中，王英洁用深情的笔触记录了今日的家乡：“悠悠古郡，勃勃欣城，大山深处有平道，百姓院中闻花香。宽阔兮乡村公路，敞亮兮居家民房，茁壮兮特色产业，醉人兮百里画廊。”

（上接1版）

北京交通大学附属中学北校区执行副校长韩少国表示，学生们通过参观、学习、交流和实践等多种方式，了解到中青报作为国家主流媒体的日常运作，以及新闻从业人员的工作内容，这些让同学们感受到了以中青报为代表的中国媒体和媒体人在社会舆论引导上的重要职责和作用。

“这些高中生还要面临选科选课及未来的大学专业的选择，这次活动为同学们搭建一次职业生涯探索的机会，他们不仅初步了解了未来可能会从事的职业，同时也开启了自主规划的开关。”韩少国说。

中国青年报社相关负责人表示，服务青年成长、推动社会进步是中青报不变的宗旨。1951年4月27日，中青报创刊号就承诺：要对广大青年与青年团员的学习、工作、生活中的重要问题，经常加以评述，“这些年我们一直是这样做的”。

“长征路、强国梦”党史大篷车启航

本报讯（中青报·中青网记者王海涵 王磊 王林 通讯员汪岩）5月8日，在江西《寻乌调查》旧址，由“学习强国”平台发起打造、科大讯飞技术支持的“长征路、强国梦”党史大篷车启航。大篷车以“为了新中国－建设新中国－改革新时期－走进新时代”为寻访主题，将途经江西、安徽、贵州等9个省区，重走长征路、收录沿途人民生活变化素材。

91年前，红四军到达江西寻乌县，一部带着求真务实、躬身践行烙印的《寻乌调查》为土地革命指引了方向。群山磅礴，这座赣、闽、粤三省交界的客家小城，因一群革命青年的奉献与牺牲，永远被镌刻在党的历史上。

活动现场，红色的大篷车内，5块大屏滚动播放南湖红船、党的十一届三中全会、新发展理念、人工智能科技发展等近百个党史主题学习视频。同时，有AI机器人互动、VR体验等科技手段助力红色文化传播，让观众置身历史情景，体验红军爬雪山、过草地的场景。

大篷车行程预计两个月，计划8750余公里。工作人员将沿途寻访退役军人、党史研究专家、干部群众等，并收集、整理、播放采访音频，讲述好党和人民鱼水情深的感人故事。同时利用图文、视频、AI+VR等全媒体手段，从历史、政治、外交、科技等多个维度带领现场观众在声影中重温党史。

华能集团召开党建带团建工作会

本报讯（舒家鑫）5月6日，华能集团公司党组召开党建带团建工作会暨五四表彰大会，就全面加强华能系统党建带团建工作作出部署。会议隆重表彰华能先进青年集体和先进个人，命名“华能青年文明号”。

华能集团公司党组书记、董事长舒印彪等有关领导出席会议并讲话。会议集中学习了习近平总书记关于青年工作的重要论述精神，传达了国资委党委书记、主任郝鹏，共青团中央书记处第一书记贺军科在中央企业党建带团建工作会暨五四表彰大会的讲话要求，就进一步加强公司党建带团建工作，向各级党委提出了“四个带好”的要求：要带好团的思想建设、带好团的组织建设、带好团的队伍建设、带好团的作用发挥，引领共青团和青年坚定不移听党话、跟党走。向各级团组织提出了“四个狠抓”的要求：要狠抓引领凝聚、狠抓组织动员、狠抓服务青年、狠抓从严治团，切实发挥好基层团组织的“三个作用”。向广大团员青年提出了“四个做到”的殷切希望：要坚定理想信念、练就过硬本领、勇于担当作为、锤炼品格作风，争做推动企业改革发展的好青年。

“防灾减灾：中国经验与国际合作”论坛在京举行

本报北京5月9日电（中青报·中青网记者张曼玉）5月9日，在第13个全国防灾减灾日前夕，由中国公共关系协会、中国应急管理学会共同主办，中国人民大学承办的“防灾减灾：中国经验与国际合作”论坛在京举行。此次论坛采取线上线下结合的方式举行，旨在提升公众防灾减灾意识和能力。中央和地方有关部门负责人，以及来自中国、俄罗斯、美国、新加坡等国专家学者共50余人参加论坛。

论坛上，全国政协委员、中国公共关系协会会长郭卫民指出，中国政府十分重视防灾减灾救灾工作。当前，中国面临的各类灾害形势仍然复杂严峻，要扎实树立预防为主理念，广泛开展防灾减灾宣传教育活动，强化灾害信息发布和舆情应对机制建设，综合运用新媒体新技术等传播渠道，提升公众风险防范意识和能力。积极开展减灾国际合作，学习借鉴国际先进减灾理念与实践，加强同国际减灾机构的密切交流，分享和传播中国防灾减灾经验，展现中国开放合作的大国姿态。

国家减灾委员会秘书长、中国应急管理学会副会长郑国光表示，长期以来，中国政府坚持人民至上理念，强化防灾减灾救灾价值引领，按照以防为主、防抗救相结合的原则，建立起顺畅高效的防灾减灾救灾体制。他建议，在当前全球气候变化的背景下，要进一步推进全球防灾减灾救灾机制化建设，深化区域多边合作，鼓励倡导社会力量参与减灾国际合作。

中国人民大学党委书记靳诺致开幕辞时表示，灾害频发对全球灾害治理提出很高要求。高等学校是教育对外开放和青年人才培养的主阵地，要认真发挥好加强国际交流交往，为构建人类命运共同体创出高等教育的新路，造福世界各国人民。

分论坛上，与会中外嘉宾分别围绕“危机应对与国际合作”“政策创新与公共治理”“风险沟通与舆论共识”等议题进行深入交流。嘉宾普遍认为，防灾减灾是各国政府和国际社会的共同责任。

山西文旅集团
黄河人家 长城人家 太行人家
——培育山西省独有旅游民宿品牌 助力乡村振兴大发展

发展乡村民宿 具有得天独厚的优势

作为华夏文明的载体，黄河、长城、太行是三晋大地悠久历史文化和壮美山川风光的标识和符号。“黄河之魂在山西，长城博览在山西，大美太行在山西。”三大板块内丰富的山水、文物、康养、民俗、古村落、红色文化、非物质文化遗产等资源，绝大部分分布在乡村，资源赋能成为黄河人家、长城人家、太行人家“三个人家”品牌发展的先天优势。

成立平台公司 发挥品牌效应

按照山西省政府的殷切嘱托“把建好黄河人家、长城人家、太行人家‘三个人家’作为重中之重，塑造民宿品牌，以乡村旅游带动乡村一二三产融合发展，带动更多农民增收致富”，山西文旅集团分别携手忻州市、临汾市、晋城市、朔州市“政企合作”共同成立山西黄河、长城、太行“三个人家”品牌管理公司。

文旅集团将把建好黄河人家、长城人家、太行人家“三个人家”作为重中之重，为“三个人家”品牌打造提供强有力的平台支撑、人才支撑和资金支撑，按照市场化运作、专业化运营、规范化管理、品牌化输出、标准化发展的思路，推动山西省长城人家民宿资源整合。

大力宣传推广 发挥品牌效应

为把这个光荣任务落地落实落细，山西文旅集团通过实地调研考察，联合山西省文旅厅，将有故事、有体验、有品味、有乡愁的“三个人家”精品民宿作为主推产品，对“三个人家”特有的地貌风情、民俗文化、历史遗迹、特色美食等进行推广宣传，拍摄“三个人家”系列高清图片及视频，在各大媒体和线上社交平台投放，配合现代宣传营销方式，提高“三个人家”资源曝光率及品牌影响力，让“三个人家”民宿成为山西省优质旅游资源的展示平台、国内外游客深入了解山西乡土文化和地域特色的重要窗口及助推乡村振兴的桥梁纽带。

脚踏实地 用心耕耘 培育独有旅游品牌

下一步文旅集团将围绕乡村振兴国家战略，紧扣“乡愁”这一乡村旅游灵魂，坚持标准化、专业化、市场化、规范化、特色化、差异化、多样化，塑造民宿品牌，制定“三个人家”旅游民宿标准，突出抓好“三个人家”民宿建设和资源整合，引导民宿行业自我提升旅游服务质量及运营管理水平，打造山西独有旅游民宿品牌旗舰。

山西文旅 SXCT

（数据、图片和信息来源：山西文旅集团黄河旅游发展有限公司）

·广告·