

多地宣布商品房按套内建筑面积计价销售

对购房人影响几何？

今年以来，多地提出商品房按套内建筑面积计价销售。这是否意味着取消公摊？按套内建筑面积计价销售，将给购房人带来什么影响？记者就此采访了相关专家。

只是计价方式不同 总购房成本不会发生变化

近日，湖南省衡阳市发布通知，明确自2025年1月1日起，在全市实行商品房按套内建筑面积计价销售。

根据这份通知，套内建筑面积（专有建筑面积）由套内房屋的使用面积、套内墙体面积和套内阳台建筑面积三部分组成。通知明确，房地产开发企业在销售前应当公示被分摊的共用部位的名称、用途、位置、面积，参与分摊共用建筑面积的商品房的名称、用途、位置、面积、分摊系数。

中国宏观经济研究院研究员刘琳说，按套内建筑面积计价销售，并不意味着取消公摊，公摊成本会计入套内建筑面积价格中去。“不论以建筑面积计价，还是以套内建筑面积计价，只是两种不同的计价方式，总购房成本不会发生变化。”

比如购买一套建筑面积为100平方米的房子，总价是200万元，套内建筑面积是80平方米，那么，按照建筑面积计价是每平方米2万元，按照套内建筑面积计价是每平方米2.5万元。

我国2001年施行的《商品房销售管理办法》第十八条规定，商品房销售可以按套（单元）计价，也可以按套内建筑面积或者建筑面积计价。商品房建筑面积由套内建筑面积和分摊的共有建筑面积组成，套内建筑面积部分为独立产权，分摊的共有建筑面积部分为共

有产权，买受人按照法律、法规的规定对其享有权利，承担责任。

按套内面积计价 可避免公摊过大等问题

套内建筑面积包括套内使用面积、套内墙体面积和阳台建筑面积。公用建筑面积一般由两部分组成：一是电梯井、楼梯间、垃圾道、变电室、设备间、公共门厅和过道、地下室、值班警卫室以及其他功能上为整栋建筑服务的公共用房和管理用房建筑面积；二是套（单元）与公用建筑空间之间的分隔墙以及外墙（包括山墙）墙体水平投影面积的一半。

浙江工业大学中国住房和房地产研究院院长虞晓芬表示，不同楼盘公摊比例不同，购房者可能并不清楚，容易产生面积纠纷。按套内面积计价，可以提高透明度，让购房者清晰地了解所购

房屋的实际使用面积。但如果仅按套内面积计价，也可能导致出现开发商降低公共部位建设标准、部分购房者产生不需要承担公共部位责任的错觉等诸多问题。

虞晓芬认为，可推广在售楼部现场和产权证上同时标注建筑面积、公摊面积、套内面积的做法，解决公摊“糊涂账”问题；各地结合自身特点可探索在商品房销售合同中同时明确按建筑面积计价的价格和按套内面积计价的价格。

刘琳说，按套内建筑面积计价，可以避免一直以来被诟病的公摊过大、测量过程不清晰等问题，倒逼房地产开发企业优化产品设计，提高住宅品质，把公共部位设计得更加集约高效。在总价计价基础上，同时增加套内面积计价方式，可以使消费者的购房成本更清晰，有利于购房选择。

据新华社

万物皆可“联名看” 联名有多“烫”？

2024 我为TA买单

看”。虽然跨界联名并非新鲜玩法，但今年以来，消费品牌对于联名的追逐更加狂热、深入，并且玩出了更多花样。

为买联名周边花费上万元

事实上，温平代表了一个很广泛的群体——他们热衷于收集购买联名产品，包括但不限于各种联名周边、纸袋、杯套以及奶茶杯等。

90后福建女生“断流”（化名）是一个“周边达人”，热衷于收集各种茶饮/咖啡品牌的联名产品，她给自己的签名是“点击奶茶，填写周边”。

12月16日，“断流”赶上瑞幸咖啡最新的联名热潮，购买了《乡村爱情》的联名套餐，附赠的周边是IP贴纸和搓澡巾，联名物料还包括纸袋和杯套。



“断流”分享购买的联名周边。受访者供图

满打满算，“断流”开始收集联名周边产品不过1年，主要集中在甜点、饮品类套餐附赠的周边。截至目前，她购买的大小周边产品有上百件，花费上万元。在她看来，收集这些联名周边能够提供很强的情绪价值。

超五成年轻人愿为悦己买单

以最爱联名的茶饮/咖啡赛道为例，据聚焦新文创产业的新媒体雷报发布的数据显示，包括古茗、沪上阿姨、喜茶等在内的13家茶饮/咖啡品牌，截至今年9月，已经有上百起IP联名营销活动。以瑞幸咖啡为例，今年1-9月至少与20多个品牌、IP进行联名。

如此频繁的联名也让瑞幸咖啡交出了亮眼的“成绩单”。数据显示，其第三季度总净收入为101.81亿元，同比增长41.4%，单季净收入首次破100亿元，创历史新高。

艾媒咨询发布的《2024-2025年中国兴趣消费趋势洞察白皮书》数据显示，超五成新青年消费者在生活必需品外，会在一定支出范围内购买兴趣喜好相关品、愉悦自我的产品。

商业双方都需要真诚对待

近年来联名“翻车”的例子并不少见：橘朵与《未定事件簿》联名时，把常规商品换包装加价售卖，引发粉丝强烈不满；某电子烟品牌与敦煌博物馆达成IP授权合作，发布联名款电子烟新品遭到网友反对；霸王茶姬与《盗墓笔记》的联名因周边难看、赠品不足等问题翻车……

在采访中，多位热衷于收集联名周边的消费者都提到，联名周边质量不好、借周边饥饿营销、联名宣传不当等行为是最难以接受的，而好的联名产品即便溢价也愿意买单。

财经作家谢宗博认为，短期内的跨界联名，更大的作用在于市场营销。显然，这种联名需要双方都真诚对待。

“成功的联名需要深入理解双方品牌的特性，并确保最终推出的产品能够真正触动目标消费者的心弦。”大消费行业分析师杨怀玉认为，联名营销可以帮助品牌扩大受众群体，进入新的市场领域，同时增强品牌的曝光度和影响力，提高产品的附加值，赋予其更多的文化内涵和情感价值。

华西都市报-封面新闻记者 马梦飞

交房公告

尊敬的蔚蓝湖滨中心(东区一期)「LACADIERE蔚蓝湖滨1号」业主：

非常荣幸地通知您，我公司开发建设的蔚蓝湖滨中心(东区一期)「LACADIERE蔚蓝湖滨1号」项目2号楼、3号楼已达到《商品房买卖合同》约定的交付条件，现定于2025年1月5日起办理该房屋的交付手续。

请您携带①交房通知书 ②业主身份证、护照原件或其他有效身份证明原件 ③商品房买卖合同及附件原件 ④银行按揭合同原件(如有)⑤票据凭证等资料原件(具体内容详见《交房通知书》)，按照预约时间依次至蔚蓝湖滨中心(东区一期)「LACADIERE蔚蓝湖滨1号」办理交房手续。

成都蔚蓝现代城建设开发有限公司
2024年12月23日

广告

白|杰|品|股

问：上周五沪指低开，盘中冲高回落，收盘微跌，你怎么看？

答：市场全天震荡，尾盘小幅收跌，科创50指数表现较好，盘面上个股涨跌多跌少，半导体、人工智能板块表现较好。技术上看，仅沪指仍失守5日均线，两市合计成交15151亿元环比增加；60分钟图显示，各股指均失守5小时均线，60分钟MACD指标均呈现金叉状态；从形态来看，尽管各股指收出连阳，且成交量稳步回升，但市场仍处于震荡态势，不过短周期技术形态还是得到进一步修复，深成指盘中甚至一度收复60小时均线，由于市场即将进入短期时间窗口，后市有望迎来较有力度的反弹。综

时间窗口

合来看，期指合约出现9个正溢价，说明短期市场信心回升，寒武纪涨超6%再创历史新高，也为科技股打开了上升空间。

资产：上周五按计划持股。目前持有华创云信130万股、鲁信创投48万股、爱建集团180万股、安科瑞11.5万股、创元科技18万股、炼石航空30万股、陕天然气40万股、电投能源20万股、同方股份60万股。资金余额3116583.03元，总净值50789483.03元，盈利25294.74%。

周一操作计划：炼石航空、创元科技、同方股份、陕天然气、电投能源、爱建集团、华创云信、安科瑞、鲁信创投拟持股待涨。

胡佳杰