

出租信息公开在网上展示,中介以私人名义帮忙物色客户

昆明再现公租房承租人转租牟利现象

有关律师表示,失信成本低让个别人心存侥幸

本报讯(记者黄榆)普惠园、泽惠园是昆明的公租房小区,然而近日在一些租房平台上却出现了这些小区的出租信息。《工人日报》记者对此展开了调查。

记者在当地某租房平台上搜索“普惠园”,立即跳出来五六条租房信息,都是60~75平方米的小户型,租金1000元~1700元。随后,记者又输入了“盛惠园”“颐惠园”等多个公租房小区,网站同样显示有房屋可以出租。不过,网上留的房屋出租者的电话大多很难打通。

记者注意到一条泽惠园小区70平方米房屋的转租信息,这个房源是房屋中介公司挂

在网上的,写着“每月1700元,急租”的字样。

为了进一步核实情况,记者随即来到位于昆明市西山区盘江西路的泽惠园小区。附近的房屋中介公司云桥地产的工作人员表示,“我们这里没有公租房房源。”

当记者把网站显示的房源出租信息拿出时,该工作人员态度立马转变,向记者介绍起这套房子来,“泽惠园有三套,你看的这套2016年,少了房东可不租。”该工作人员说,“一般申请公租房都是自己住,很少拿出来说,拿出来租的都是经济实力不错的。”

记者提出想看看房子,不过到中介这里来挂房子的赵女士在电话中表示:“现在看不

了房,有人住在里面,要5月底才能看房,6月底租给你。”

据悉,申请泽惠园公租房的承租人,每月每平方米租金为17元,照此计算,赵女士这套公租房每月租金为1190元,而该房屋以1700元在网上公开转租,中间差价为500元。

当记者问到为何公租房还能对外出租,中介公司又为何接下公租房出租的生意时,云桥房屋中介工作人员含糊其辞,并不愿多说。

“由于部分承租户工作地点与匹配房源过远,存在生活工作不便的问题,加上此类房源的租金偏低,转租的利润空间大,确实

有个别承租户来公司问询过代租的情况,但都被公司婉言拒绝了。”西山区日新路云南新亚房产中介公司一位不愿透露姓名的工作人员说,“不过也有个别中介人员会铤而走险,留下租户信息,以私人名义帮忙物色客户代租。”

针对泽惠园公租房转租的情况,记者致电昆明市西山区住建局住房保障科。相关负责人表示,前段时间根据投诉,查处了一起泽惠园公租房转租事件,公租房转租查处存在举证难的情况,很多租房者上班时间都不在家,周围邻居对租住者并不熟悉,希望了解情况的市民积极举报反映。

实际上,这并不是昆明第一次出现公租房被承租人转租的情况。据媒体此前报道,2013年,租住公租房的胡某将其名下公租房对外出租,被昆明市住房保障局查处,胡某被列入诚信档案“黑名单”,5年禁涉保障房。

云南凌云律师事务所孙文杰律师认为,从现有的审查制度来看,昆明三审两公示的保障房审查措施在很大程度上可以规避骗保行为,但从公租房转租的查处情况来看,失信成本太低是造成骗租的主要原因。“仅仅是收回房屋、记入档案、一定时期内不可再申请,并无相应更为严厉的处罚措施,这会让个别为了牟取租金差额心存侥幸。”

实体商店的出路就在脚下

只有敏感地把握不断变化的需求,及时调整经营策略,才能找到出路甚至成为下一轮变革的引领者

本报记者 蒋蕊

有媒体报道,近日,郑州多家大型商超相继关门,这其中也有作为地标建筑的百盛购物中心,也有“商业大鳄”沃尔玛超市。

作为全球百货商店发源地的美国,也同样业绩萎靡。据报道,通过对3年内拍摄的28.4万张卫星照片分析发现,美国零售业主要分布地区出现了商业活动乏力的现象。其主要指标是:圣诞节来临前11月的关键一周,大商场停车场里的轿车数量呈明显减少趋势。

事实上,2016年底的数据显示,亚马逊的市值已经超过了所有美国连锁商场的市值总和。而在我国,根据联网商不完全统计,2016年全年,在百货、购物中心以及大型超市业态中,46家公司共关闭了185家门店。

在电商的冲击下,实体商业的冬天真的来临了?未来实体商业究竟靠什么吸引人?

先分析下实体商店门庭冷落的原因。

眼下,80后、90后日益成为消费主力,而没有经历过物质匮乏时代并且带着深刻的网络时代印记的这些年轻人,有着不同于60后甚至70后的消费理念和消费习惯:他们已经不会特意为了买东西而去某家商场——很多东西网购起来更方便。他们之所以还会去实体商场,往往是约了人吃饭、喝咖啡,或是顺路逛一下。因此,如何吸引年轻人逛商场,或许是实体店转型中必须考虑的核心问题。

80后、90后究竟需要什么?在网络世界里,太多东西是他们不费吹灰之力就能轻易买到手、送到家门口的。而在现实世界里,能够吸引他们的可能是更体贴而独到的服务,或是更新鲜而富有情趣

克服地形和温差的不利条件,攻克多个技术难题——

中国“天眼”背后的设计故事

本报记者 赵剑影

在“2016年北京市科学技术奖”获奖名单中,坐落在贵州黔南布依族苗族自治州、由中

国天文台主导,北京市建筑设计研究院有限公司(BIAD)等单位参与设计的“500米口径球面射电望远镜超大空间结构工程创新与实

践”项目荣获北京市科学技术一等奖。《工人日报》记者日前走进BIAD,探寻中国“天眼”背后的秘密。

中国天眼FAST项目反射面主体支承结

构设计负责人朱忠义告诉《工人日报》记

者,这个直径500米、面积达30多个足球场

大小的超级望远镜,在工程师的图纸上并

非平板一块,而是由46万块三角形单元拼

接而成。

据了解,这个构想起初是我国天文学家于1994年提出的,希望利用喀斯特洼地

作为望远镜台址、建设可主动变位的巨型

球面望远镜。中国科学院国家天文台南仁

东教授组织国内外高校和科研院所进行

了大量的研究工作,并主持了FAST的建造

工作。

“由于其内置可移动变位的复杂结构索

网系统,它的设计完全不同于一般的固定

建筑,‘天眼’是可主动变位的巨型球面望

远镜,精度控制要达到毫米级别。”朱忠义

介绍说,“天眼”从预研到建成历时22年,

由中国科学院国家天文台主持建造。2011年

底BIAD受国家天文台委托,承担“天眼”反

射面主体支承结构设计及反射面板与主体

结构连接节点的分析工作,简单来说,就是

研究如何完美“拼接”好这些复杂且琐碎的

构件。

朱忠义说,承接这个项目之后,发现现实

情况要比想象困难得多。“当初去贵州考察地

形,发现要把这个巨大的望远镜放在这块

地质和地貌都很复杂的岩溶洼地不容易。”

他说,由于边界复杂,周围环境高度落差大。

支承柱高度就得在3米至50米不等,造成“天

眼”的组成部分——圈梁、索网和基础受力复

杂,并且圈梁温度作用明显。

值得一提的是,在“摧毁了”很多实体

书店之后,全球最大的网络书店亚马逊已

经在2015年底开起了实体书店。当当网也相

继开设了140多家实体书店……

因此,唯一不变的就是变化。无论网店

还是实体店,无论线上还是线下,只有敏感

地把握不断变化的需求,及时调整经营策

略,才能找到出路甚至成为下一轮变革的

引领者。

先分析下实体商店门庭冷落的原因。

眼下,80后、90后日益成为消费主力,而没

有经历过物质匮乏时代并且带着深刻的

网络时代印记的这些年轻人,有着不同于60

后甚至70后的消费理念和消费习惯:他们

已经不会特意为了买东西而去某家商场——

很多东西网购起来更方便。他们之所以还会去实体商场,往往是约了人吃饭、

喝咖啡,或是顺路逛一下。因此,如何吸引

年轻人逛商场,或许是实体店转型中必

须考虑的核心问题。

在电商的冲击下,实体商业的冬天真的

来临了?未来实体商业究竟靠什么吸引人?

先分析下实体商店门庭冷落的原因。

眼下,80后、90后日益成为消费主力,而没

有经历过物质匮乏时代并且带着深刻的

网络时代印记的这些年轻人,有着不同于60

后甚至70后的消费理念和消费习惯:他们

已经不会特意为了买东西而去某家商场——

很多东西网购起来更方便。他们之所以还会去实体商场,往往是约了人吃饭、

喝咖啡,或是顺路逛一下。因此,如何吸引

年轻人逛商场,或许是实体店转型中必

须考虑的核心问题。

在电商的冲击下,实体商业的冬天真的

来临了?未来实体商业究竟靠什么吸引人?

先分析下实体商店门庭冷落的原因。

眼下,80后、90后日益成为消费主力,而没

有经历过物质匮乏时代并且带着深刻的

网络时代印记的这些年轻人,有着不同于60

后甚至70后的消费理念和消费习惯:他们

已经不会特意为了买东西而去某家商场——

很多东西网购起来更方便。他们之所以还会去实体商场,往往是约了人吃饭、

喝咖啡,或是顺路逛一下。因此,如何吸引

年轻人逛商场,或许是实体店转型中必

须考虑的核心问题。

在电商的冲击下,实体商业的冬天真的

来临了?未来实体商业究竟靠什么吸引人?

先分析下实体商店门庭冷落的原因。

眼下,80后、90后日益成为消费主力,而没

有经历过物质匮乏时代并且带着深刻的

网络时代印记的这些年轻人,有着不同于60

后甚至70后的消费理念和消费习惯:他们

已经不会特意为了买东西而去某家商场——

很多东西网购起来更方便。他们之所以还会去实体商场,往往是约了人吃饭、

喝咖啡,或是顺路逛一下。因此,如何吸引

年轻人逛商场,或许是实体店转型中必

须考虑的核心问题。

在电商的冲击下,实体商业的冬天真的

来临了?未来实体商业究竟靠什么吸引人?

先分析下实体商店门庭冷落的原因。

眼下,80后、90后日益成为消费主力,而没

有经历过物质匮乏时代并且带着深刻的

网络时代印记的这些年轻人,有着不同于60

后甚至70后的消费理念和消费习惯:他们

已经不会特意为了买东西而去某家商场——

很多东西网购起来更方便。他们之所以还会去实体商场,往往是约了人吃饭、

喝咖啡,或是顺路逛一下。因此,如何吸引

年轻人逛商场,或许是实体店转型中必

须考虑的核心问题。

在电商的冲击下,实体商业的冬天真的

来临了?未来实体商业究竟靠什么吸引人?

先分析下实体商店门庭冷落的原因。

眼下,80后、90后日益成为消费主力,而没

有经历过物质匮乏时代并且带着深刻的

网络时代印记的这些年轻人,有着不同于60

后甚至70后的消费理念和消费习惯:他们

已经不会特意为了买东西而去某家商场——

很多东西网购起来更方便。他们之所以还会去实体商场,往往是约了人吃饭、

喝咖啡,或是顺路逛一下。因此,如何吸引

年轻人逛商场,或许是实体店转型中必

须考虑的核心问题。

在电商的冲击下,实体商业的冬天真的

来临了?未来实体商业究竟靠什么吸引人?

先分析下实体商店门庭冷落的原因。

眼下,80后、90后日益成为消费主力,而没

有经历过物质匮乏时代并且带着深刻的

网络时代印记的这些年轻人,有着不同于60

后甚至70后的消费理念和消费习惯:他们

已经不会特意为了买东西而去某家商场——

很多东西网购起来更方便。他们之所以还会去实体商场,往往是约了人吃饭、

喝咖啡,或是顺路逛一下。因此,如何吸引

年轻人逛商场,或许是实体店转型中必

须考虑的核心问题。

在电商的冲击下,实体商业的冬天真的

来临了?未来实体商业究竟靠什么吸引人?

先分析下实体商店门庭冷落的原因。

眼下,80后、90后日益成为消费主力,而没

有经历过物质匮乏时代并且带着深刻的