**密级：**公开

建议第20220645号

**案 由**：关于建立房地产市场全媒体创新宣传体系的建议

**提 出 人：**花蕴,孙晓光,江向阳,杜红,李真,刘朝霞,李胜飞,张天奉,韩兴凯(共9名)

**办理类型：**承办

**承办单位：**市住房和建设局

**内 容：**

背景：

 当下，老百姓最关心的事情，除了疫情，就是衣食住行。房地产是老百姓的大事，避不开，躲不掉。中国人对于房子的情结是全世界绝无仅有的，之前有一定的畸形，现在在党中央的领导下，扭转了房子的定位。2021年12月8日至10日举行的中央经济工作会议强调，要坚持房子是用来住的、不是用来炒的定位，加强预期引导，探索新地发展模式，坚持租购并举，加快发展长租市场，推进保障性住房建设，支持商品房市场更好满足购房者的合理住房需求，因城施策促进房地产业良性循环和健康发展。中央对于住房提出的一系列保障性政策，很及时、很有效、针对性很强，化解了很多人的焦虑。深圳市相关的房控政策卓有成效，在全国率先建立二手房成交参考价格发布机制，预期稳住了，房价也压下来了，土地出让的办法也一直在通过探索稳地价。

 但是，房子的问题有各种因素，但我们在舆论导向方面， 却是有失位的。主要表现是：不及时、官话多，回避矛盾，难懂，正面的，积极的、及时的回应少了，而正面的声音少了，负面的、乱七八糟的声音就出来了。老百姓在房子问题上是非常敏感的，是需要政策解读的，以房产税为例，2021年10月23日，十三届人大决定，授权国务院在部分地区开展房产税试点，老百姓对此也非常关注，国家已经指出房产税的出台是为了分配公平，而不是为了国家增收，对老百姓来说是一件好事，但试点的推出又会对市场的预期有影响，老百姓就有点儿搞不清了，这个税，到底是为了增加政府税收？还是为了遏制炒房，是不是通过税收的支付转移，达到平衡住房水平、改善区域住房条件的目的？这些都没有说到位，也没有清晰具体的、让老百姓一眼就能看懂的表述。反而某些房圈大V，倒是解读的更接地气，但是明显没有权威性，还把人心搞乱了。

 建议：

 由住建局牵头，组织与住房建设和保障相关的部门、宣传部门、行业协会，组成联合调研组开展调研，形成调查意见之后，由住建局参考深圳卫健委公众号为蓝本，组织专门人员，设计和运营与住房保障相关的公众号，专门回答和发布关于国家、省政府，特别是深圳市在住房保障、商品房市场，二手房市场等有关的信息，并开展相应的服务，要像公布核酸检测点那样，及时准确的发布每个区域的各种信息。只要是老百姓关心的，都要能有及时宣传到位。力求做到在把握好接地气和官方形象的平衡的基础上，对于老百姓关注的一些民生问题，能够在喜闻乐见的宣传阵地上广泛宣传，传播正向、正能量，让老百姓对政策更理解、更清楚、对政府对国家更有信心。