部门规章、规章性文件与解读

国家工商行政管理总局
关于禁止发布含有不良内容声讯、短信息等电信信息服务广告的通知》（略）①

（2005 年 1 月 25 日　　工商广字〔2005〕22 号）

【解读】

解读《关于禁止发布含有不良内容声讯、短信息等电信信息服务广告的通知》

国家工商行政管理总局　　吕志诚

2004 年 7 月以来，根据全国打击淫秽色情声讯台专项行动总体部署，全国开展了打击含淫秽色情声讯台专项行动，对各种不良声讯广告进行了查处，基本上净化了声讯服务广告市场。为

①内容请参见本书（2005·3 总第 3 辑）。

需要全本请访问 www.ertongbook.com

了从根本上加强对声讯、短信息等电信信息服务广告中不良内容的监管，建立长期有效的监管机制，规范声讯、短信息等电信信息服务广告内容，国家工商总局与信息产业部联合发布了《关于禁止发布含有不良内容声讯、短信息等电信信息服务广告的通知》（工商广字〔2005〕22 号）（以下简称通知），进一步明确了对声讯、短信息等电信信息服务广告的管理要求或措施。

一、对声讯、短信息等电信信息服务广告监管的必要性

1. 一个时期以来，一些不法分子通过电视、报刊等媒介大量发布含有淫秽色情、封建迷信等不良内容的声讯、短信息等电信信息服务广告，如“情色玫瑰坊”“探索两性秘密”“姓名解析”等，严重扰乱了社会公共秩序，毒害了青少年的身心健康，人民群众对此反映十分强烈。另外，有的电信信息服务业务经营者受经济利益驱使，在收费标准、收费方式上误导消费者，严重损害了消费者的合法权益。为严厉打击此类违法犯罪行为，信息产业部、国家工商行政管理总局、公安部等 8 部门一起，于 2004 年下半年在全国联合开展了打击淫秽色情声讯台专项行动，并取得了明显成效。随后，国家工商行政管理总局与信息产业部根据此次专项行动发现的问题和取得的经验，认为十分有必要制订相应的管理措施，加强对声讯、短信息等电信信息服务广告中的不良内容进行监管。

2. 扩大监管重点、弥补监管死角。早在 2002 年 6 月，国家工商行政管理总局即下发了《关于规范声讯服务广告的通知》（工商广字〔2002〕第 127 号），明确提出了声讯服务广告的广告主主体资格标准，还提出了广告内容应当清楚、明白，广告中必须含有企业名称以及经营许可证编号，广告内容必须符合社会主义精神文明建设的要求，符合当今社会的公序良俗，不得含有损害人民群众尤其是青少年身心健康的内容等规范意见。《通知》除保留了《关于规范声讯服务广告的通知》中规范声讯台广告的要求和内容外，还明确将含有淫秽色情、封建迷信等不良内容的短信息等电信信息服务广告一起

纳入重点监管视野,要求有关部门及时依法予以查处。《通知》还以新的监管要求和对象,替代了《关于规范声讯服务广告的通知》,扩大了监管重点,弥补了对这些特殊广告的监管死角。

二、主要内容

1. 明确了管理对象和范围

声讯、短信息等电信信息服务，是指包括声讯、短信息、彩信、彩铃、WAP 等在内，通过固定网和移动网等公众通信网络向用户提供的语音信息服务或者在线信息和数据检索等信息服务。对设计、制作、代理、发布含有淫秽色情、封建迷信等不良内容的短信息等电信信息服务广告的，广告主、广告经营者、广告发布者都将被追究相应责任、并依法予以处理。

2. 提供、查验证明文件

按照有关规定，电信信息服务业务经营者开展经营业务时，必须具有相应的经营项目或经营资格，并能提供真实、合法、有效的证明文件：营业执照、《跨地区增值电信业务经营许可证》或者《增值电信业务经营许可证》，以及跨地区增值电信业务经营者应具有当地省、自治区、直辖市通信管理局发出的备案确认文件。不具备或无法提供这些证明文件，就不能自行或委托他人设计、制作、代理或者发布声讯、短信息等电信信息服务广告。

3. 核实、规范广告内容

一是要求有关广告经营者、广告发布者履行广告审查义务，在经营中查验证明文件、核实广告内容，对含有不良内容的广告、不能提供信息服务业务经营许可证的广告，不得设计、制作、代理和发布。二是要符合社会主义精神文明建设和良好社会道德风尚的要求，禁止利用各种媒介或形式，发布含有淫秽色情、封建迷信等不良内容的声讯、短信息等电信信息服务广告。三是在发布声讯、短信息等电信信息服务广告时，要在广告中清晰标明经营者名称及其经营许可证编号，以便于管理机关和广大

消费者的管理或监督。

4. 明码标价、规范服务收费

电信信息服务经营者，在广告中应标明其声讯、短信息等电信信息服务的收费标准和收费方式，不得欺骗和误导消费者。

5. 依法查处违法声讯服务广告

一是对发布含有淫秽色情、封建迷信等不良内容的短信息等电信信息服务广告的，由工商行政管理机关适用《广告法》第七条第二款规定、依据第三十九条予以处罚，“责令负有责任的广告主、广告经营者、广告发布者停止发布、公开更正，没收广告费用，并处广告费用一倍以上五倍以下的罚款；情节严重的，依法停止广告业务。构成犯罪的，依法追究刑事责任。”二是对广告中未标明或未清晰标明声讯、短信息等电信信息服务的收费标准和收费方式的，由工商行政管理机关适用《广告法》第九条第一款规定，依据《广告法》第四十条第一款规定，“责令负有责任的广告主、广告经营者、广告发布者停止发布、公开更正，没收广告费用，可以并处广告费用一倍以上五倍以下的罚款。”三是对利用声讯、短信息等电信信息服务提供淫秽色情、封建迷信等不良内容信息的电信信息服务业务经营者，还将依据《电信条例》及国家有关规定，由电信主管部门、公安机关和国家安全机关依法予以处理。

三、需要注意的问题

1. 不良广告认定取证难

对于电信信息服务者推销自己服务的广告，何种不良内容属于淫秽色情，目前法律尚无统一的明文规定。由此在执法中造成了认定难、取证难、处罚难。在没有明确的法定标准的情况下，基层执法者只能对内容较为“露骨”、特征比较明显、比较容易执法的不良广告进行查处，这不利于声讯、短信息等电信信息服务广告的规范。因此，在日常执法实践中，各地需要不断加以总

结研究这个问题，有关部门也应尽早立法解决不良广告的认定标准。

2. 部门配合、协调执法机制尚需健全

在部分地区，查处违法声讯服务及其广告的部门配合、协调机制还不够健全。淫秽色情声讯台的问题形成，有着多方面、深层次的原因，需要有关部门多方配合、综合治理。从广告监管工作的情况看，含有淫秽色情内容的声讯、短信息等电信信息服务广告，是推销淫秽色情声讯服务的一种手段，这种服务如果有存在的条件和可能，服务提供者就会想方设法做广告，主流传播媒体不能做，就自行设计、制作印刷品广告发布。这就要求工商、电信、公安等有关部门及时沟通、通报情况，对当事人的违法行为进行综合监督检查和执法，不断提高综合治理的水平。

商 务 部
关于加快我国社区商业发展的指导意见

（2005 年 5 月 9 日 商改发〔2005〕223 号）

社区商业是城市商业的基础，是满足居民综合消费的重要载体。当前，随着我国国民经济的快速发展，城镇居民人均可支配收入日益提高，我国城市商业日益繁荣，城市中心商业区的建设已经达到较高水平。但是，随着消费需求和消费结构发生显著变化，居民对社区商业的需求日益增加。目前大部分城市社区商业设施不足，网点布局不合理，服务功能单一的状况，不能满足居

需要全本请访问 www.ertongbook.com

民基本生活和提高生活质量的需求。加快发展社区商业，是满足居民消费，改变城市面貌，扩大劳动就业，提升城市商业现代化和综合竞争力的迫切要求，也是构建社会主义和谐社会和全面建设小康社会的迫切要求。为进一步加快我国社区商业发展，特提出以下意见。

一、指导思想和总体目标

社区商业的建设要贯彻落实“三个代表”重要思想和科学发展观，坚持“以人为本、服务社会”的宗旨，以“便民、利民、为民”为出发点，紧紧抓住新区开发和旧城改造的机遇，完善新社区商业服务功能，优化老社区商业结构布局，加快营造和谐的社区消费环境，为实现构建社会主义和谐社会做贡献。

争取利用 3～5年时间，在全国人口过百万的 166 个城市中，初步完成社区商业建设和改造工作，形成满足基本生活消费需求的社区服务网络，基本实现社区居民购物、餐饮、维修、美容美发、洗衣、家庭服务和再生资源回收等基本生活需求，在社区内就能得到基本满足。在消费水平较高的社区，要在满足基本生活需求的基础上，形成商业布局较合理、服务功能较齐备、服务质量和管理水平较高的社区商业综合服务体系。

二、工作原则

一是坚持以人为本。发展社区商业要反映民心、体现民情、满足民需，坚持以人民群众高兴不高兴、满意不满意为标准，使社区商业建设成为解决实际问题、为群众办好事办实事的工作。

二是坚持政府引导，市场化运作。社区商业建设要逐步形成政府引导、企业投入、市场运作、社会参与的发展机制，充分发挥各种所有制企业在社区商业建设中的作用。

三是典型引路，循序渐进。开展创建社区商业示范社区的工程,在总结示范社区经验基础上,逐步推开,形成辐射带动效应。

四是因地制宜，分类指导。要根据各地经济发展水平和社区

商业发展的不同阶段，分类指导；坚持一切从实际出发，不搞形式，不走过场，突出重点，逐步推进。

三、工作重点

（一）加强规划，促进网点布局合理化。商业网点合理规划，是实现社区商业服务功能，满足不同消费水平、消费特点、消费习惯的前提。推进社区商业发展必须坚持规划先行。各地商务主管部门要加快完成城市商业网点规划，在城市商业网点规划中对社区商业的规模、结构、布局做出详细规定。有条件的地方，可依据城市商业网点规划，制定社区商业网点专项规划。

（二）制定标准，分类指导，突出重点。目前，商务部正在制定全国社区商业的建设标准。各地商务主管部门可根据本地区城市发展的不同特点和社区商业的不同类型，因地制宜，制定地方性标准，确定工作重点，有针对性地对社区商业的建设活动进行协调。老城区要发挥和利用现有商业服务网点的辐射作用，以健全网点设施为主；已预留服务网点的新建社区，要针对社区居民需求变化，合理配置网点，扩大服务范围，以完善网点和提升服务水平为主；尚未开发的社区，要加强总体规划，以集中建设团组式社区商业中心和合理配置多点式便利型商业网点为主。

（三）鼓励有实力的连锁企业参与社区商业建设。各地商务主管部门要采取切实可行措施，通过资金、网点等一系列支持政策，积极引导企业运用连锁经营方式，到城市社区设立超市、便利店、标准化菜店、餐饮店、洗衣店等各类便民、利民的网点，并逐步搭载便民服务功能，满足社区居民多样化、个性化的消费需求。积极引导下岗失业人员进入社区，把社区创业就业与发展社区经济有机结合起来。鼓励企业采取收购、兼并、特许加盟等多种形式整合分散的社区商业资源，规范社区内的小型门店，实现资源共享，综合利用。

（四）利用现代技术手段，创新服务体系。各地商务主管部

门要积极建设面向社区服务的信息服务平台。鼓励有条件的企业利用信息技术开展社区便民服务，发展网上交易、网上服务，补充现有网点的不足；鼓励有条件的企业建立客户需求信息系统，及时采集、分析、存储客户信息，为居民提供定向、快捷、周到的服务。大力提倡社区骨干企业开展送货上门、送餐上门、修理上门的“三上门”服务，延伸服务功能，提高服务水平。提倡和鼓励社区商业企业组建专职的便民综合服务小分队入户服务，同社区居委会、社区居民建立稳定、畅通的联系渠道，开展以为社区居民排忧解难为宗旨的便民有偿服务。

（五）切实搞好社区商业示范工作。目前，部分省市社区商业的建设工作已经开展，并取得了初步成效。为进一步推动社区商业发展，各地商务主管部门要结合当地实际，重点选择和建设一批在本地区带有示范作用的社区，制定切实可行的社区商业示范活动方案和规划，提出对示范社区的具体要求和措施，并抓好督促检查和验收工作（示范工作要求见附件 1，示范活动的通知不再另发）。2005 年商务部拟在全国范围内确定 50 个示范社区。明后两年，通过推广示范经验，逐步扩大示范范围，从而推动社区商业的全面发展。

四、工作要求

（一）加强领导，建立长效工作机制。社区商业建设既是一项造福于民的民心工程，也是一项涉及方方面面的系统工程。各地商务主管部门要积极争取地方政府的支持，成立相应的领导协调机制，加强同建设、财政、劳动和社会保障、工商、民政、税务等部门的沟通与协作，形成合力。同时，充分发挥街道办事处、居委会、物业管理部门和商业企业几个方面的积极性，形成互联互动，协调配合的机制。

（二)加强对社区商业工作的研究与指导。各地商务主管部门要高度重视社区商业工作,认真规划,精心组织,切实抓紧抓好。各

地商务主管部门要加强调查研究,摸清本地社区商业发展的基本情况。各地在推进社区商业建设中遇到的问题请及时与我部沟通,有关社区商业发展的动态情况请及时报送,社区商业的发展情况和工作总结,请每半年报送一次,报送时间为每年七月和次年一月。

(三)制定扶持政策。商务部推进全国社区商业工作的具体政策,将另行制定。各地商务部门可结合本地实际,出台支持社区商业发展的具体政策措施。

附件:1. 关于开展社区商业示范工作的要求

2. 全国社区商业示范社区申请表

附件 1:

关于开展社区商业示范工作的要求

一、示范范围

社区商业示范分为全国和省(自治区、直辖市)两级。全国社区商业示范单位的范围为:人口过百万的地级市。省级社区商业示范单位,由各省、自治区、直辖市自行确定。

从 2005 年开始,各省、自治区、直辖市要选择有一定工作基础的大中城市和市辖区,有组织、有计划、有步骤地先行开展示范活动。在对省级示范社区进行验收的基础上,2005 年商务部将确立 50 个全国级示范社区。2006~2007 年示范范围将逐步扩大。

二、示范工作的主要内容

一是完善社区商业规划,确保社区商业网点设施配置的法制化、标准化和科学化;二是制定社区商业建设标准,促进社区商业建设规范化、个性化;三是支持有实力、有特色的连锁企业进

入社区，针对不同社区居民的生活习惯、消费层次和服务需求，形成布局合理、功能完善的社区综合服务体系，提高服务质量；四是创新社区商业服务体系，鼓励有条件的社区商业服务企业利用信息技术开展社区便民服务，为消费者提供完善的电子商务环境和居民服务平台，促进社区商业服务网络化；五是探索社区商业建设管理与促进模式，形成社会化的运作机制、社会化的服务机制和长效化的管理机制。

三、示范社区的申报和确认

（一）示范申报。创建示范采取“分层选点、分级申报”的办法：全国级示范社区在省级示范社区内筛选，由所在地市级流通主管部门根据上述标准组织推荐，报省级商务主管部门审核后报商务部，每省限推荐 2 个社区。

推荐列为全国级示范的地区，必须是本地区具有示范作用的单位，有明确的社区商业规划（或在城市商业网点规划中有具体描述）、出台了促进社区商业建设与发展的相关政策。材料申报时，还应附有上级流通主管部门审核意见和典型材料介绍。上述材料及申请表（见附件 2），请于 2005 年 9 月底前报商务部商业改革发展司。

（二）示范单位确定。经商务部会同有关部门、专家验收审定后，予以核准。

四、工作步骤

（一）调研部署阶段（2005 年 4～5 月）。各地商务主管部门要开展广泛调研，摸清本地社区商业发展的基本情况，落实责任，完善机构，制定切实可行的示范工作方案。

（二）创建示范阶段（2005 年 6～9 月）。各地开展创建省级示范社区工作，并在此基础上向商务部推荐示范单位。商务部将根据各地社区商业发展情况，以及社区商业规划和标准的制定贯彻情况，甄选出 50 个全国级示范社区。

（三）示范推广阶段（2005 年 10～12 月）。根据各地在推进社区商业示范中出现的好经验、好做法，选择在适当的地区召开现场会，进行经验交流、举行成果展示和总结表彰。在总结示范工作经验的基础上，制定详实可行的推广计划，逐步扩大示范规模。

附件 2：

全国社区商业示范社区申请表

社区名称					
实施单位					
总负责人		联系人		联系电话	
申请示范理由	□本地区具有示范作用 □有明确的社区商业规划 □出台了促进社区商业建设与发展的相关政策 □其他（请附具体内容）				
主要示范方向	□社区商业规划科学合理 □社区建设标准可操作性强 □网点齐备，业态结构合理 □网络化、便利化的社区商业服务体系和服务平台 □健全的社区商业管理与促进机制 □其他（请附具体内容）				
拟达示范效果					
上级部门意见					
评审委员会意见					

备注：此表可复印，相关资料请一并报送。

需要全本请访问 www.ertongbook.com

【解读】

解读《商务部关于加快我国社区商业发展的指导意见》

商务部商业改革司副司长　　王晓川

一、《指导意见》发布的主要背景

社区商业是城市商业的基础，是满足居民综合消费的重要载体。当前，随着城镇居民人均可支配收入日益提高，消费需求和消费结构发生显著变化，社区居民对服务餐饮、休闲娱乐等多样化、综合性的消费不断增长。城市居民不仅需要繁华的城市、地区商业中心，更需要网点齐全、业态合理、功能完备，并具备一定服务水平的社区商业。

2004 年 12 月底，我们对北京、天津、上海、武汉、大连、广州、青岛、宁波、厦门 9 个城市社区商业发展情况，及中国饭店协会、中国家庭服务业协会等 6 个协会在社区商业中的作用进行了调查。今年初，又到北京、天津、广州、厦门等地进行实地调研。调查表明，东部沿海省份和发达地区的大城市对社区商业发展比较重视，部分城市下发了相关文件，制定了切实可行的措施，社区商业的发展水平也较高。但其他大部分地区社区商业的建设与发展尚未提到议事日程，社区商业的发展水平较低，商业设施不足，网点布局不合理，服务功能单一等，不能满足居民基本生活和提高生活质量的需求。社区商业建设已经成为城市商业发展中较为薄弱的一环。

鉴于此，我们在研究 2005 年工作重点时，将发展社区商业作为推进流通现代化和扩大居民消费的一项重要工作内容，并形

成了该《指导意见》。经征求部分地区流通主管部门、部分连锁企业和专家学者参与的意见，现以商务部文件的形式下发各地，以推动各地社区商业的建设工作。

二、推动社区商业发展的重点工作

社区商业的建设要贯彻落实“三个代表”重要思想和科学发展观，坚持“以人为本、服务社会”的宗旨，以“便民、利民、为民”为出发点，要反映民心、体现民情、满足民需，坚持以人民群众高兴不高兴、满意不满意为标准，使社区商业建设成为解决实际问题、为群众办好事办实事的工作。为推动社区商业的发展，我们拟指导各地商务主管部门做好以下五方面工作：

一是做好社区商业规划。商业网点合理规划，是实现社区商业服务功能，满足不同消费水平、消费特点、消费习惯的前提。推进社区商业发展必须坚持规划先行。在城市商业网点规划中对社区商业的规模、结构、布局做出详细规定。有条件的地方，可依据城市商业网点规划，制定社区商业网点专项规划。二是制定标准，分类指导。目前，商务部正在制定全国社区商业的建设标准。我们将指导各地商务主管部门因地制宜，确定工作重点。如老城区要发挥和利用现有商业服务网点的辐射作用，以健全网点设施为主；已预留服务网点的新建社区，以完善网点和提升服务水平为主；尚未开发的社区，要以加强总体规划为主。三是鼓励有实力的连锁企业参与社区商业建设，到城市社区设立超市、便利店、标准化菜店、餐饮店、洗衣店等各类便民、利民的网点，并逐步搭载便民服务功能，满足社区居民多样化、个性化的消费需求。四是利用现代技术手段，创新服务体系。在建设公共信息平台的基础上，鼓励有条件的企业发展网上交易、网上服务，补充现有网点的不足，为居民提供定向、快捷、周到的服务。五是开展社区商业示范工作。2005 年商务部拟在全国范围内确定 50 个全国级示范社区，指导地方建立 300 个左右的省级示范社区。

明后两年，通过推广示范经验，逐步扩大示范范围，推动社区商业的全面发展。

三、通过发展社区商业，拟实现的目标

争取利用 3～5 年时间，在全国人口过百万的 166 个城市中，初步完成社区商业建设和改造工作，形成满足基本生活消费需求的社区服务网络，基本实现社区居民购物、餐饮、维修、美容美发、洗衣、家庭服务和再生资源回收等基本生活需求，在社区内就能得到基本满足。在消费水平较高的社区，要在满足基本生活需求的基础上，形成商业布局较合理、服务功能较齐备、服务质量和管理水平较高的社区商业综合服务体系，使社区商业成为新的经济增长点。

四、全国级示范社区的产生

社区商业示范分为全国和省（自治区、直辖市）两级。全国级社区商业示范单位的范围为：人口过百万的地级市。创建示范采取“分层选点、分级申报”的办法。从 2005 年开始，商务部将指导省级商务主管部门选择有一定工作基础的大中城市和市辖区，有组织、有计划、有步骤地先行开展省级示范活动。对省级商务主管部门上报的省级示范社区，经商务部会同有关部门、专家验收审定后，予以核准。 2005 年商务部将确立 50 个全国级示范社区。2006～2007 年示范范围将逐步扩大。

五、社区商业示范活动的开展

示范活动分为三个阶段：调研部署阶段（2005 年 4～5 月）。要求各地商务主管部门要开展广泛调研，摸清本地社区商业发展的基本情况，落实责任，完善机构，制定切实可行的示范工作方案。创建示范阶段（2005 年 6～9 月）。要求各地开展创建省级示范社区工作，并在此基础上向商务部推荐示范单位。商务部将根据各地社区商业发展情况，以及社区商业规划和标准的制定贯彻情况,甄选出 50 个全国级示范社区。示范推广阶段（2005 年

10～12 月）。根据各地在推进社区商业示范中出现的好经验、好做法，选择在适当的地区召开现场会，进行经验交流、举行成果展示和总结表彰。在总结示范工作经验的基础上，制定详实可行的推广计划，逐步扩大示范规模。

六、对列入全国级示范社区和省级示范社区的政策支持

除目前已经出台的流通领域相关政策外，商务部还将积极协调财政部、建设部和民政部等有关部门，制定支持社区商业发展的专项政策。此外，商务部还将利用我部现有资金等政策手段，支持示范社区的建设与发展。我们相信，通过政策支持和市场化运作相结合，我国社区商业的建设和服务水平将有较大程度地提高。

建 设 部
关于贯彻《国务院办公厅转发建设部等部门关于做好稳定住房价格工作意见的通知》的通知

（2005 年 5 月 26 日　建住房电〔2005〕33 号）

各省、自治区建设厅，直辖市建委、房地产局、规划局（规委），新疆生产建设兵团建设局，计划单列市、省会城市（自治区首府）建委（房地产局、规划局）：

为认真贯彻落实《国务院办公厅转发建设部等部门关于做好稳定住房价格工作意见的通知》（国办发〔2005〕26 号，以

下简称《通知》），指导各级建设（房地产、规划）主管部门切实做好调控房地产市场、稳定住房价格的各项工作，确保房地产市场健康发展，现通知如下：

一、认真学习领会文件精神，全面落实各项调控政策

房地产业是国民经济支柱产业。解决当前房地产投资规模过大、住房价格上涨过快等突出问题，是当前加强宏观调控的重要任务。《通知》阐明了当前加强房地产市场引导和调控的重要意义；明确了稳定住房价格的基本原则、基本思路及主要政策措施，对各地区、各部门的工作提出了明确要求。各级建设（房地产、规划）主管部门一定要认真学习，深刻领会，坚决执行。

要把贯彻《通知》精神与国务院关于加强房地产市场调控、稳定住房价格的一系列重要决策结合起来，自觉服从国家宏观调控大局，增强全局意识和责任意识，切实把思想和行动统一到中央对当前房地产市场形势的判断上来，统一到加强宏观调控、切实稳定住房价格的决策部署上来，统一到树立和落实科学的发展观和正确的政绩观上来。

各级建设（房地产）主管部门要切实担负起房地产市场宏观调控牵头单位的重要责任，在当地政府的统一领导下，结合当地实际，提出贯彻《通知》的具体意见和措施，明确工作职责和任务，做好组织实施和协调工作。属于建设（房地产、规划）主管部门自身职责范围内的事项，要抓紧抓实；涉及土地、财税、金融等调控政策的落实工作，要主动协调，密切配合，确保国务院各项调控政策措施落到实处。切实做好供需双向调节，遏制投机性炒房，控制投资性需求，鼓励普通商品住房和经济适用住房建设，合理引导住房消费等各项工作。

二、强化城市规划调控，改善住房供应结构

切实做好普通商品住房和经济适用住房建设工作，对改善住房供应结构、稳定住房价格具有重要作用。各地要完善住房供应

政策，加强经济适用住房的建设和管理，增加普通商品住房供应，逐步实现多数家庭购买或承租普通商品住房。市、县建设（房地产、规划）主管部门要会同有关部门尽快提出今明两年普通商品住房和经济适用住房的建设规模，经市政府批准后公布，并报省建设厅备案。明年的项目要纳入正在编制的近期建设规划，做出具体的进度安排。去年以来，住房价格上涨幅度超过两位数的市县，近期居住项目安排要以中低价位、中小套型普通商品住房和经济适用住房项目为主，按照控制性详细规划要求，明确年度的开工、竣工面积和占住房建设总量的比例，报市政府批准后，及时向社会公布，接受公众监督，稳定市场预期。各市（县）建设（房地产、规划）主管部门要把住宅建设发展专项规划，纳入当地“十一五”规划，抓紧组织编制。

对近期已安排的中低价位普通商品住房项目，市、县规划、房地产主管部门要督促项目业主抓紧申报。对申报的项目，规划部门要优先办理规划审批手续，加快工作进度。土地供应前，房地产主管部门要主动会同有关部门及时提出住房销售价位、套型面积等控制性要求，确保其作为土地出让前置条件的规定得到落实；要合理确定供应对象，保证中低价位、中小套型住房的有效供应，满足中低收入家庭住房需求。

城市规划主管部门要加强房地产开发项目的规划许可监管，配合国土资源部门做好对闲置土地的清理工作。对已经规划许可但 2 年仍未开工的住房项目，要再次进行规划审查，责成项目开发建设单位对未能开工的原因作出说明。对没有正当理由不开工建设的，要督促其尽快开工；对违反规划许可的，要坚决予以撤销。严禁借规划再次审查之际，擅自变更控制性详细规划规定的各项控制指标。省、自治区建设厅、直辖市城乡规划主管部门要加强对各市（区）、县执行情况的监督检查。

需要全本请访问 www.ertongbook.com