

我市常态化开展和悦馨城配售型保障性住房配售工作

有62套房源 配售均价4807元/平方米

日报消息（全媒体记者李书厚）7月29日，记者从市住房城乡建设局获悉，我市首个配售型保障性住房项目和悦馨城集中配售工作目前已结束，现仍有部分剩余房源未配售。为继续做好相关工作，市住房城乡建设局于近日发布公告，将对和悦馨城配售型保障性住房项目开展常态化配售工作，共有62套房源可供申请，配售均价为4807元/平方米，符合申请条件的家庭，可携带相关材料到市保障性住房服务中心进行申请登记。

和悦馨城项目位于鱼峰区

东环大道西一巷6号、龙静路北侧，已竣工备案并办理不动产权首次登记。现有配售型保障性住房房源62套，户型均为两室两厅一卫，建筑面积70.6平方米至89.13平方米，毛坯交付，配售均价为4807元/平方米。支持提取住房公积金、使用住房公积金个人住房贷款购买配售型保障性住房。

申请条件要求一户家庭只能申请购买一套配售型保障性住房，申请人应具有完全民事行为能力。申请家庭应同时符合这5个条件，即具有本市市区范围内户籍或非本市市区范

围内户籍但在本市市区居住工作；未购买过政策性住房（包括房改住房、集资建房、市场运作方式建房、危旧改还建住房、危旧改非还建住房、经济适用住房、限价商品房等）；单身家庭申请购买的，申请人不得小于18周岁；非本市市区范围内户籍申请人申请当月前在本市市区范围内连续按时足额缴纳基本养老保险费满3个月以上；已享受本市市区范围内直管公房、公共租赁住房（含轮候资格）、保障性租赁住房（含轮候资格）的家庭在购买配售型保障性住房时承诺自愿退

出，并在所购配售型保障性住房办理房产实际交付之日前退出原享受的住房保障待遇。

根据相关规定，和悦馨城配售型保障性住房配售工作将按照配售公告、意向登记、资格审核、结果公示、排序选房、签订合同、房屋交付和不动产登记等环节进行。自公告发布之日起，市民可自行登录柳州市住房和城乡建设局网站下载申请表，按要求填写后，携带相关材料到柳州市保障性住房服务中心（地址：柳州市鱼峰区新柳大道91号启元广场B座16楼大厅）进行申请登记。

值得注意的是，配售型保障性住房是指政府提供政策支持，限制套型面积和配售价格，重点面向符合条件的住房有困难且收入不高的工薪收入群体以及引进人才等群体配售并实施封闭管理的保障性住房，不得变更为商品住房上市交易。因银行政策调整，不再支持使用房票购买配售型保障性住房。申请人可根据配售公告有关内容自主申请，全过程公开、公正、透明，且不收取任何费用。请广大市民提高警惕，不要轻信代办或收费办理等谣言，以免遭受财产损失。

“龙城十二月市”八月婚市活动在城中区启动

以婚俗改革撬动“甜蜜经济”

日报消息（全媒体记者宋美玲、实习生龙佳梦报道摄影）8月1日，市民政局、市妇联及城中区人民政府主办的“减百年·衷不变”百年婚书婚仪展暨“龙城十二月市”八月婚市——“金玉良缘浪漫月”活动在五星商业步行街启动，以婚俗改革撬动“甜蜜经济”。

活动以“百年婚书婚仪展”为主题，现场展出多件清代至民国的珍贵婚书及传统婚服、婚仪用品，吸引市民驻足了解传统婚俗文化。现场更有原创情景音乐剧《减百年·衷不变》上演。音乐剧以“相遇·热恋·永恒”为主线，用汉服舞蹈、婚仪重现等形式诠释了从心动到相守的爱情历程。《一眼万年》《三餐四季》《白头共守》三个篇章的故事带领观众穿越百年时光，体悟“执子之手，与子偕老”的浪漫。

市民政局四级调研员区影波介绍，本月，作为全国婚俗改革实验区的城中区通过政府引导、企业让利、全民参与的方式，联动30余家本土企业推出了涵盖婚庆、家居、珠宝、摄影、餐饮、房地产等领域的专属优惠。其间，还有多场联谊交友活动和游船集体婚礼活动进行，为市民朋友搭建“找对象、办婚礼、购商品”的一站式平台，降低市民的婚嫁成本，更好地激发“金九银十”婚庆旺季的消费潜力。



活动现场精彩的音乐剧表演。

壮语彩调唱新风



村民齐唱彩调。

柳南区流山镇新隆村夏屯戏曲节有看头

日报消息（全媒体记者黎双报道摄影）“新隆村民讲文明，良好的行为要养成……”百余名新隆村民合唱壮语彩调，嘹亮的歌声划破夜空。近日，柳南区流山镇新隆村夏屯举办“戏曲进乡村”文化艺术节，彩调、小品、合唱等10多个由村民自发报名、自主编排的节目依次亮相。现场鼓乐阵阵，百余名村民围坐喝采，掌声不断。

“这场活动节目好看，还能互动体验。”流山镇新隆村村民韦柳婕开心地说，“自从村里搞起移风易俗，我们邻里间变得更和睦。”近年来，新隆村通过组建红白理事会、修订村规民约等举措，整治铺张浪费、攀比炫富等歪风，让文明新风尚在村里落地生根、浸润人心。

“去年家里办丧事一切从简，光这一项就省下1.2万元。”村民韦超群算了一笔“文明账”。自2023年推进移风易俗以来，

新隆村通过简化红白喜事操办，按照平均每年办20余场红白事，每场节约1万元计算，单此项年省20多万元；同时，村民户均节省礼金数千元。省下的钱，有的被村民投进了种养产业，有的用于翻新房屋。如今村民的幸福感也随着负担的减轻和鼓起的钱包而愈发浓厚。

移风易俗也让新隆村换了新貌：红白事大操大办少了，鞭炮声稀了，文化广场变热闹了，村民们在这儿听戏赏曲，在志愿服务中争相出力……移风易俗正悄悄改变着乡村的生活。

全媒体记者 黎双 报道摄影

· 推进移风易俗 ·
· 倡树文明新风 ·

大雨为何常常“飘忽不定”？

——气象专家解读近期我市暴雨预警与实际雨情差异现象

8月1日22时，市气象台发布柳南区暴雨红色预警，不少市民严阵以待。柳州晚报微信公众号的评论区里，网友实时更新着雨情。然而，“银山没下雨”“柳江白莲大道无雨”等声音陆续传来，更有市民发现市区上空甚至能看到月亮，这让大家心里打了问号：预报中的雨到底去哪里了？

雨没“失踪”，只是偏爱局地

其实，雨确实下了，只是落点分布极不均，局地性特征显著。8月1日22时发布暴雨红色预警时，柳南区洛满镇露南站已经出现了超过60毫米的

强降雨。据气象站统计，8月1日23时，洛满镇露南站的最大滑动1小时降水量达到75.5毫米。除了洛满镇，柳城县社冲乡、融水苗族自治县永乐镇荣山村也出现了暴雨，全市气象部门共发布暴雨红色预警信号2站次，暴雨橙色预警信号5站次。

那么，气象学上如何界定大雨和暴雨呢？很多人可能会凭感官判断，觉得突如其来倾盆大雨就是暴雨，而一整天淅淅沥沥的就是小雨。据国家标准《降水量等级》规定，连续12小时降水量30毫米以上，或者24小时降水量达到50毫米及以上的雨，才能被称为“暴雨”，大暴雨的标准则

分别为12小时70毫米和24小时100毫米以上。可见，8月1日晚上，柳南区局地是妥妥地下了大暴雨。

为何“来去匆匆、分布不均”？

我市降雨“来去匆匆、分布不均”的特点，与降雨形成过程密切相关。水汽在上升下降过程中，冰晶融化成雨滴，当雨滴所受重力大于浮力时便会降落。近期，赤道附近的热带辐合带受太阳和季风环流影响向北移动到达我市上空，带来了充足的水汽和能量，以及较好的辐合抬升条件，极易引发对流雨。

“积雨云在移动过程中可能会不断加强，形成降水。”市气象台首席预报员李亚琴表示，这样的降雨范围往往很小，周边区域可能并无云系，因此就会出现“同区不同雨”的情况。

预报预警如何应对“任性”的雨

“这类天气的长期预报很难精准定位具体降雨落区和时间，目前主要靠临近预警分片发布。”李亚琴介绍，暴雨预警的发布往往依据雷达回波，但受地理划分、自动站分布等因素影响，行政区域内可能有部分区域无雨。

“在发布暴雨红色预警后的第二天上午，我们就接到了鱼峰区市民的咨询电话，说当地下了很大的雨，却没有收到红色预警信号。”李亚琴表示，这是因为天气系统不会按人为划分的行政区移动，而是遵循大气运动规律，这也是预报员们发布预警信息时面对的难点。

未来两天全市以多云天气为主，部分地区有阵雨或雷雨，局地可能出现大雨到暴雨。面对这类局地性强的天气，预报和预警确实面临着不小的挑战。气象部门表示，会持续提升临近预警服务精度，为市民出行和生活提供更可靠的参考。

全媒体记者 吴倩雯

当“平价”成为烘焙市场的关键词，超市里的面包篮开始取代甜品店的精致礼盒。曾经无人问津的超市烘焙区正悄悄逆袭。傍晚的商超里，拎着满满一篮蛋挞、面包的消费者络绎不绝。

超市烘焙区成市民新宠

7月29日傍晚，记者走进城中区文昌路一家大型商超，刚靠近烘焙区就被浓郁的香气吸引。货架上，8个装的奶油泡芙、3个装的菠萝面包、足有半米长的法棍整齐码放，价签上统一标注的“9.9元”格外醒目。正值下班高峰，挑选烘焙产品的市民络绎不绝，打包台前很快排起队伍。

“以前在甜品店买泡芙，一个就要三四块，现在超市9.9元能买8个，算下来1个才1块多，如果碰上夜间打折还能更便宜。”市民张女士一边挑选，一边算起账。她特别翻了包装上的配料表：“用料写得清清楚楚，给孩子吃着踏实。”

超市平价烘焙的走红，离不开“性价比”。烘焙甜品的核心原料为牛奶、鸡蛋、面粉、糖和淡奶油，在大型商超规模化采购和标准化生产模式下，单份产品的成本得以降低，实惠的价格成为吸引消费者的磁石。

老式烘焙借平价风回暖

在脏脏包、巴斯克蛋糕等新式甜品轮番登场的同时，绿豆饼、老鸡蛋糕等承载着童年记忆的老式烘焙，也借着平价风潮重回大众视线。

近日，屏山大道上的一家烘焙店玻璃柜里，金黄的老婆饼、暄软的鸡蛋糕、油亮的芝麻酥码放得满满当当，招牌上“使用动物奶油”的字样格外醒目，店内产品价格均不超过10元。

“我们每天早上7点开始现做现卖，现在店里会员群已经有1000多名顾客了，在市里开了3家分店。”店员介绍，店铺从去年5月开业起生意就不错，早晚高峰时店门口也常排起队。“我这1袋6个老婆饼才10元，经典的口味吃不腻。”刚买完点心的梁女士告诉记者。

记者走访市区几家主打“2元面包”“平价烘焙”的店铺发现，这些门店多以老式烘焙甜品为主打，在菜市场、小学门口等社区场景尤其受欢迎，成为街坊邻里的“甜蜜补给站”。

高价烘焙店光环渐褪

与平价烘焙区的热闹形成鲜明对比的，是曾经红极一时的网红甜品店。曾经被“新鲜现做”“100%动物奶油”等概念包装的高价甜品店，如今正逐渐失去往日光环。

“前两年跟风打卡网红店，一块芝士蛋糕就要30元至40元，味道却很普通，常常‘踩雷’。”市民蔡沁坦言，过去为“情绪价值”买单的消费心态正在转变，“现在更看重性价比，超市烘焙10多元钱能买1大盒，味道和甜品店的差别也并不是很大。”

如今，这场“平价烘焙”热潮已从超市蔓延至更多领域。多家连锁奶茶店的外卖平台上，4.9元的贝果面包、6.9元的芝士蛋糕、3.9元的蜂蜜蛋糕接连成为销量爆款。这些原本以饮品为主打的品牌店，正凭借平价烘焙产品悄然抢占市场份额。

记者手记：傍晚的超市里，刚出炉的面包香气混着空调风在货架间流转，排队的人们讨论着哪种口味的蛋糕更酥脆。从“高价尝鲜”到“平价日常”，烘焙消费的转变背后，是消费者对性价比的理性回归，或许正说明：好吃不贵的甜蜜，才对大众口味。

全媒体记者 吴倩雯 报道摄影



消费者打卡的精致高价甜品。



市民正在选购点。