

# 房子“长高”20厘米会带来哪些变化

## 调整层高标准是十年来首次突破 可加快促进产品升级和房地产市场的止跌回稳



扫码看视频

近日，住房城乡建设部党组书记、部长倪虹在民生主题记者会上表示，我国将修订《住宅项目规范》，明确新建住宅层高标准从现行的2.8米提升至不低于3米。这一调整不仅是十年来首次突破，更标志着“好房子”建设进入实质性推进阶段。

### 长沙主流住宅层高集中在2.8—2.9米

倪虹表示，住房城乡建设部将重点从3个方面抓好落实。第一，立标准。近期，住房城乡建设部在组织编制“好房子”建设指南、也在修订住宅项目规范，其中一项，把住宅的层高提高到不低于3米。第二，强科技。一方面，将大力推广惠民实用的新技术、新材料、新工艺、新产品，着力解决隔音不好、渗漏、开裂、反味等大家关心的问题。另一方面，积极推动全屋智能。第三，抓项目。将推动城市和企业建设“好房子”，大力推广“好房子”。

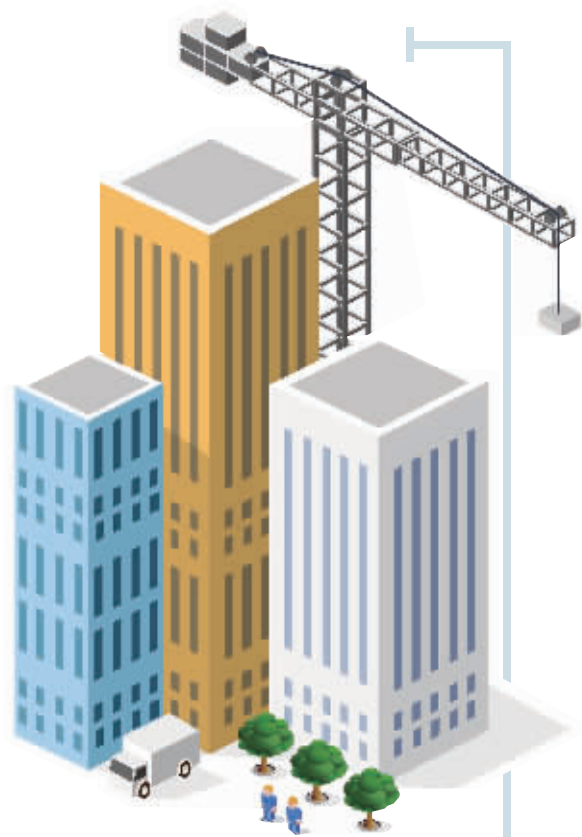
据了解，我国2005版《住宅建筑规范》、2011版的《住宅设计规范》，都对室内净高有不应低于2.40米的强制性要求。关于层高的要求来自2011年版的《住宅设计规范》，其中规定“住宅层高宜为2.80米”。

早在之前，有多个城市已经开始调整住宅层高标准。如天津、昆明、江苏、山东和安徽等地，新标准大多集中在3米到3.3米之间。

其实，长沙的住宅层高变革也早已出现端倪。作为中部重要城市，长沙的层高实践具有典型意义。据了解，目前长沙主流住宅层高集中在2.8—2.9米，仅少数高端项目突破3米。2024年出台的《长沙市城市规划管理技术规定》已前瞻性地将住宅层高上限设定为3.6米（湘江两岸放宽至4.2米），为新规落地预留了政策接口。

### 促进产品升级和房地产市场的止跌回稳

可以看到，本次调整直指了当前住宅层高不足的核心矛盾。2.8米层高包含楼板厚度，实际室内净高常不足2.5米。低矮的空间不仅造成压抑感，更限制了中央空调、新风系统等品质化配套的安装可能。住建部数据显示，超60%购房者将层高列为影响居住体



验的重要因素。

“层高提升不是简单的数字游戏。”长沙一房企负责人表示，在确保日照、间距等指标达标的前提下，企业需通过优化结构设计、采用轻质材料等方式平衡成本，这场“20厘米的革命”，本质是民生需求升级的必然回应。

“此次‘住宅层高提高到不低于3米’的提出是顺应‘好房子’舒适度的标准需求，更符合现代人的居住习惯，也能加快促进产品升级和房地产市场的止跌回稳。”上海易居房地产研究院副院长严跃进表示，“更高的层高，意味着更好的通风和采光条件，亦有助于改善室内的空气质量，增强舒适感”，新规定的实施将推动建筑业向更高质量、吻合“好房子”标准的方向发展，同时也要求开发商更加注重产品的品质和细节，从而促进建造技术的升级与更新。

克而瑞湖南区域相关负责人指出，标准建设层高的突破，将显著提升居住空间的舒适度。此外，随着物联网、人工智能等技术的飞速发展，智慧住宅成为未来住房的重要发展方向。在“好房子”建设中融入全屋智能，能够提升住宅的智能化、便捷化水平，满足居民对于高品质、现代化生活的需求，使居民享受更加高效、舒适、安全的居住体验，引领行业朝着智慧化方向发展，与两会倡导的科技创新、数字化转型等理念相契合。

■文/视频 三湘都市报全媒体记者 卜岚  
通讯员 李思雨

一口咬下，唤醒沉睡味蕾

## 春日限定美食 凭啥轻松“圈粉”



扫码看视频

随着气温逐渐回暖，春日的气息愈发浓郁，各类春日限定美食也纷纷火热上市，成为消费者们追逐的新宠。3月8日，记者走访发现，在长沙各大超市、甜品店内，以樱花、抹茶、青团等为主题的春日限定美食琳琅满目，吸引着人们的目光。

### 咸蛋黄肉松青团很受欢迎

对于不少人而言，青团这一口软糯香甜，便是春天的味道。

3月8日，芙蓉中路附近的盒马鲜生门店，清一色包裹着青色外皮的青团躺在保鲜柜内，肥汁米线青团、桂花豆沙青团、咸蛋黄流沙爆珠青团、栗蓉芝士青团、笋干菜青团……看名称，馅料特色便一目了然。

“桂花豆沙和咸蛋黄肉松青团是传统风味的，价格为25.8元/盒，一盒有4个。”工作人员介绍，才下午3时，咸蛋黄肉松青团在该门店就已经售罄，“我们还有‘老网红’笋干菜青团与咸蛋黄流沙爆珠青团，4个售价为31.8元，也卖得相当不错。”

此外，春日限定的零食同样吸引了众多目光。在湘江中路附近的新佳宜便利店，货架上各式各样的春日限定零食被摆放在了“C位”。而在蛋糕店里，“樱花”相关产品则成为了春日爆款。在任吉湘雅一医院门店，冷藏柜里的樱花桃桃蛋糕只剩最后两个4寸样品，“6英寸和8英寸款三天前就售罄了，现在连展示盒都被预订完了。”门店店员感慨道。

### “限定美食”更让人欲罢不能

春日限定美食的热销，在销售数据上得到了充分体现。比如在线上的多个购物平台奥利奥、格力高、雀巢、嘉华等多个品牌在最近上新的春季限定零食均获得消费者热捧。其中，奥利奥牡丹花味饼干、状元芝香饼干、雀巢春茶味威化饼干的月销量，更是突破了1000件。

为何“限定美食”更让人欲罢不能？业内人士指出，从商业心理学的角度来说，商家巧妙地营造出一种稀缺感和紧迫感，激发消费者的购买欲望。

“限定”意味着数量有限、限时供应，让消费者觉得如果不及时购买就会错过，从而促使他们尽快做出购买决策。同时，不少商家还结合春日出行、野餐等场景进行营销，这些与春日场景相结合的营销方式，不仅增加了产品的实用性，也让消费者更容易产生共鸣，从而提高了产品的销量。

“此外，季节限定产品往往与特定的节日、季节或时期紧密相关。春天是一个充满希望和美好的季节，吃春日限定美食就像是给自己的生活增添一份仪式感。商家也在通过独特的设计、口味或包装来体现‘春日’的特色。”该业内人士表示，“对于消费者来说，购买和使用这些产品可以让他们更加深入地感受到季节的变化和氛围，从而增加生活的趣味性和仪式感。”

■文/视频 三湘都市报全媒体记者 卜岚  
通讯员 李思雨 陈佳

### 阳光人寿湖南分公司举办“关爱女性 绽放美丽”“三八”妇女节特别活动

三月春风暖，巾帼绽芳华。为庆祝“三八”国际妇女节，关爱女性健康，提升女性魅力，3月7日，阳光人寿湖南分公司工会特别策划举办了以“关爱女性 绽放美丽”为主题的妇女节特别活动，为广大女性客户和员工送上节日祝福和贴心服务。

本次活动特别关注女性健康，为到场女性提供乳腺癌早筛服务。除了关注身体健康，本

次活动还特别设置了“美丽课堂”环节，邀请专业化妆师现场教学，分享日常妆容、职场妆容等实用化妆技巧。

未来，阳光人寿湖南分公司将继续秉承“一切为了客户”的核心价值观，开展形式多样、内容丰富的客户服务活动，为客户提供全方位、高品质的服务。

■彭溪 经济信息

