

今年广州楼市一手成交超10万套

年底“翘尾”势头强劲

文/图 羊城晚报记者 徐炜伦



供应量是今年市场的关键因素

2021年倒计时钟声敲响，在开发商一系列促销优惠及买家入市意愿增强的情况下，广州楼市在年底有望迎来“翘尾”行情。越到年底，商品住宅市场供应越是热闹，各家专业机构纷纷预计，12月广州一手住宅网签量将超过1万套，市场呈现良好的恢复态势。

业内分析人士认为，在经历了2021年多项政策的调控之后，11月至12月广州楼市成交量的上涨意味着市场调整已见成效，价格将随着成交量的稳定而稳定下来，市场信心也将得以提振。

预计12月广州网签破万套，全年成交量超越去年

据羊城晚报记者统计，今年起至12月19日，广州一手住宅网签量101993套，已超越2020年全年（101377套）的成交量，截至12月19日的连续5周成交均突破了2000套，年底“翘尾”势头强劲。

以各月份成交表现来看，2021年的一手住宅行情受政策调控影响明显，“421”政策发布后，5月成交量跌至1万套以下，随后逐月回落至10

月最低值6671套，而在政策和宏观环境的松限以及开发商让利之下，市场热度不断回暖，11月成交9071套，环比增加35.98%，仅12月上半月，广州一手住宅网签成交4977套，成交金额达195.6亿元。克而瑞广州区域、贝壳研究院广州分院等专业机构预计，12月网签量将突破1万套，预计2021年全年成交量将达到约10.5万套。

广州中原研究发展部分析

认为，近期网签表现持续向好，与房贷审批优化调整有关，部分三四季度观望买家加快入市步伐，此外，优质项目轮番开盘、加推亦是其中重要原因，如本周成交量较大的万科幸福誉、亚运城、星汇城、星樾山畔等项目均为11月以来有大规模推售的优质物业，买家购置需求被进一步激发，不少楼盘借助年底营销热点推出让利销售活动，整体市场气氛较5月至10月有所改善。



年末将至多个楼盘销售现场人气较旺

近期各区一手楼市表现：天河成交抢眼，黄埔成供应主力

文/羊城晚报记者 徐炜伦

年末将至，广州各区优质项目扎堆入市，成交较前几个月有所上升，从销售案场表现来看亦好于11月、12月同期。据统计，近期共有超过20个楼盘取得预售证。

具体来看，近期成交比较抢眼的区域有天河、花都、南沙。其中天河上周（12月13日至19日）成交254宗，环比增加8倍，主要原因为楼盘珠江花城带动。据了解，珠江花城目前已新获预售证，累计844套单位将入市，对于一全年处于缺货状

态的天河区而言，本轮珠江花城加推或将为市场局部“解渴”。除天河以外，中心城区的海珠区也有海珠天塔等楼盘新获预售证，荔湾区的保利越秀天启已对外开放营销中心。

花都、南沙两区成交表现较佳同样有赖于热盘加推刺激，如花都祈福万景峰、南沙湾·金融城、铂玥明珠ONE等项目推售，对区域有明显带动作用。白云区主要凭借白云湖周边的越秀天悦云湖等楼盘以及金沙洲的越秀天悦

金沙维持供应。

上周（12月13日至19日），增城区、黄埔区网签全市占比均超过20%排名前三，番禺区、南沙区紧随其后。其中黄埔区成交主要来自万科幸福誉、星樾山畔、星汇城等热销项目，保利罗兰国际四期首开人气高涨，同时，黄埔区上周供应面积居全市首位，增城区碧桂园云玥网签效果显著。

（本文数据统计自克而瑞广州区域、贝壳研究院广州分院、广州中原研究发展部）

二手住宅：年末市场已筑底，成交有望回升

文/羊城晚报记者 徐炜伦

据广州市房地产中介协会公布数据，2021年11月（统计周期为2021年10月26日至2021年11月25日），从整体情况（中介促成+自行交易）来看，广州市二手住宅网签6044宗和58.76万平方米，环比分别增长15.06%和15.58%；网签宗数终止自今年8月起的逐月下降态势。

广州市房地产中介协会表示，近期房地产信贷环境略有改善，推动刚需客户入市，今年8月以来，市场月度交易量逐月走低，买家观望情绪浓厚，部分急需出售物业的业主为加快房源去化速度，心态出现松动，降价出售意愿增强，使得市场上性价比较高的房源增多，对客户有一定吸引力。

二手住宅价格方面，自8

月31日颁布了广州二手房参考价首批96个热门小区至今日已接近4个月，克而瑞广州区域表示，目前，即使大半小区的网签价与参考价尚有差距，但相比之前的市场成交价还是有所下降。

据广州中原研究发展部统计，上周（12月13日至19日）广州二手住宅共成交484宗，环比回升7.6%，虽整体周度成交量仍处低位，但整体氛围较10月、11月有所好转，客户观望情绪略有减轻。

贝壳研究院广州分院分析认为，广州二手住宅市场全年成交下滑，呈现“先扬后抑”的态势，年末市场已筑底，目前业主放盘、客户带着仍处于波动调整状态，但成交有望进一步平稳回升，预期正在恢复。

截至2021年11月末 全市一手库存去化周期情况

月份	库存量(套)	去化周期(月)
2021年1月	78559	8.6
2021年2月	76092	8.0
2021年3月	74446	7.4
2021年4月	81017	7.8
2021年5月	77625	7.3
2021年6月	78163	7.4
2021年7月	79436	7.6
2021年8月	85605	8.4
2021年9月	101582	10.2
2021年10月	100773	10.7
2021年11月	103384	11.1

数据来源：贝壳研究院广州分院

2021年广州一手住宅 月度网签成交套数统计

月份	网签成交(套)
2021年1月	12898
2021年2月	6353
2021年3月	11627
2021年4月	10344
2021年5月	9647
2021年6月	7672
2021年7月	7407
2021年8月	6733
2021年9月	6873
2021年10月	6671
2021年11月	9071
2021年12月1日至19日	6697

数据来源：克而瑞广州区域

一手住宅供应“井喷”，市场整体健康

今年各月份广州一手住宅成交量变化呈现出线性“V”字形走势，供应量也是原因之一。据贝壳研究院广州分院分析认为，调控整体对一手住宅需求端影响不大，全年表现尚可，但过程一波三折，供应牵动全年走势，是今年市场的关键因素。

该分析机构表示，2021年上半年广州一手住宅供应短缺致成交下滑，下半年货量集中在市促成成交好转。全年来看，供应可观，上半年广州一手住宅去化周期持续下行，下半年供应增加库存升高，房企过度偏重节点，月度供应并不均

匀，呈现阶段性供应短缺，也错过了上半年更好的去化机会，9月起去化周期回升至10个月以上，但目前整体依旧健康，库存去化周期略短。

业内分析人士表示，受备案价等政策影响，年中开发商经过了一段“价格博弈期”，对市场持观望态度不选择推出货量，年底楼市价格渐稳，促销节点较多加之开发商受资金回笼等压力，供应量得以上升，买家选择增多。

近期来看，克而瑞广州区域数据显示，由于年底开发商积极备货，截至12月19日的近四周一手住宅供应量呈现

连增趋势，特别是上周（12月13日至19日）迎来供应“井喷”，共计供应4197套，供应面积47.02㎡，环比增加83%。从供应面积来看，黄埔区凭借供应面积14.76万㎡位列全市供应第一，区域内品秀星樾、文冲悦时代花园、星汇城货量丰富为供应主力；天河区紧随其后，供应面积12.65万㎡，珠江花城四期集中取证，货量超800套，助力天河区冲上供应第二。

业内分析人士预计，近几年来，广州宅地出让量持续走高，促使一手住宅供应维持高位水平，今年全年一手住宅供应量有可能接近12万套。

4大变化 让家居行业多角度挖潜

文/羊城晚报记者 梁栋贤

还有不到10天，2021年就将成为历史，今年的家居市场，受上游的房地产市场影响，平稳中有调整，加上家居市场消费族群出现了迭代，新一代以“90后”甚至“95后”为主体的消费者逐渐成为家居市场上的消费主力，在消费需求变化的推进下，今年的家居企业分化挖掘并适应需求的变化。整装定制逐渐风行，多品类集成业务进入成长期，高端定制也异军突起，众多变化，使家居企业有了更多挖潜的可能。

A 整装定制推进，巨头跑马圈地

12月19日，索菲亚家居宣布品牌定位调整，从“柜类定制专家”升级为“衣柜整家定制”，同时正式发布“整家定制”战略，携手红星美凯龙、海蒂诗、舒达、海尔智家、美的、喜临门、敏华、松下家电、海信集团、贝牌木业、酷家乐、三维家、夏特、好家居联盟等行业知名企业启动整装定制战略。

据索菲亚家居总裁王兵介绍，这次推出的是7大品类的空间整体解决方案，包括全屋定制、整厨定制、整屋木门、整屋墙板、整屋家具、整屋地板以及整屋电器，为消费者提供更加完整的家居空间解决方案。索菲亚家居企业战略升级的背后是定制家居行业的缩影。不久之前，欧派也宣布了自己的整装定制战略。两大定制家居巨头推动整装定制的目的都非常明确。为何会有这样的变化？

索菲亚家居副总裁杨鑫表示，如今的主流消费者变化了，以90后和95后为主体的这群消费者往往具有高学历、高品位和

高审美，与其父辈相比，他们的消费习惯及喜好大变，让新消费需求呈现出“宅”“懒”“忙”“享”几个新特征。总体而言，如今家居市场的结构呈哑铃状，但本质需求是在省事的前提下追求“好看且好用”。

而整装定制就是针对这一消费需求的解决方案。它可为消费者提供一站式购齐的整体家居空间解决方案，更关键是不但有一站式购齐的省心，还有一体化设计带来的好看，毕竟，好看的产品堆砌在一起不等于整体协调美观，由专业的设计师提供一揽子购买方案，则可以根据消费者的个性化需求，实现空间风格的统一和谐。

据不完全统计，到记者发稿时止，除索菲亚以外，德尔地板、欧派、诗尼曼、顶固、玛格、金牌、东鹏、曲美、尚品宅配等知名品牌明确显示，将以不同的形式投入这一市场。

这将是一场涉及供应链、业态、渠道开发三方面的变革，未来可能将是很多家居企业战略级的新变化。

B 大小通吃，单空间改造套餐纷纷出台

如果说整装定制是家居企业为全屋装修的家居大单消费量身定做的产品，那么以局部空间为基础的改造套餐，则是家居企业为消费端推出的新产品。不少家庭的整体装修情况尚可，但局部空间如厨房、卫生间、书房、客厅、卧室等空间或因出现渗水等质量问题，或因产品过时，又或者是家庭成员发生变化，诞生了新的改造需求，但因为怕麻烦，过去很多家庭选择忍一忍，如今，以局部居家空间为核心，多品类集成的一站式场景改造方案大量出现，提供厨房、卫浴、书房、卧室、客厅等空间的一站式换新服务。

仅在今年7月举行的第23届中国建博会（广州）现场，就

至少有20多家公司提供了类似的局部空间或组合功能的多品类集成业务，包括梦天、圣象、现代筑美、林氏木业、兰舍、奥普、索菲亚、欧派卫浴、林氏木业等品牌。

这些公司普遍较早涉足多品类布局，并且供应链能力较强，是当前多品类集成赛道里最活跃的主角，他们的做法包括厨卫整装、阳台整装、儿童房改造、门墙柜一体化、地墙一体化、墙布+窗帘、整体软装、顶墙集成、全屋智能化等。

如果说以前单品类主导市场，多品类集成仅是探索中的方向，那么，2021年的变化则显示，多品类集成业务逐渐走向成熟，未来正在成为行业的新增长点。



未来局部装修的需求可能会越来越多 图/梁栋贤

C 华南成高端定制新集地

以往，高端定制行业原本以华东为集地，不过在12月9日开幕的2021广州国际高端定制生活方式展览会（以下简称“高定展”）以及同期举办的广州设计周上，高端定制行业逐渐向华南集结的趋势开始呈现。

12月9日开幕的2021高定展的主会场和分会场总规模达20万平方米，参展的国内外高定主流品牌超500家。这次高定展分门别类地展出了从高端板材、建材、岩板台面、高端五金、收纳系统、高端定制、家具品牌到新材料与智能制造等齐全的产品，完

整地覆盖了从原材料、产品到生产线的全产业链条。广州设计周上同样有不少与家居高端定制相关的企业参展。

此外，有不少企业是首次走出华东区域参展。今年在广州的亮相是来自德国的高定定制品牌raumplus德禄中国区公司多年来首次走出上海参加展会，其中中国区总裁王伟东表示，德禄品牌此次跨出长三角走进粤港澳大湾区也是看中了这里整个市场的成熟。

有高定展的与会专家认为，华南一带有很好的产业基础，定制家居乃至整个大家居行业的产

业链都非常齐全，高端定制产业向华南地区集结是非常顺理成章的事情。

而且今年办公空间题材还首次进入高定展，并邀请行业大咖许照明亲自操刀设计“高定办公主题馆”，将高定设计、商业空间、潮流办公、智能环境等融为一体，高度呈现办公空间未来的发展趋势，让高定定制不仅仅局限于民用家居，也展现于办公家居，也充分发挥了华南地区在这方面的产业优势。而在高定定制方面的发力，也让家居企业有了更大的市场空间。

D 资本竞争时代来临，30多家公司发力上市

此前家居行业市场总量规模虽不小，但企业较为分散。数据显示，整个家居建材产业的年产值4万多亿元，加上上游的原材料企业等，此前A股上市的家居概念企业大概有200家，不过企业年产值超过100亿元的企业屈指可数，还有大量的市场份额掌握在大量的中小型企业手里。

不过，今年随着家居企业上市步伐的加快，家居行业的整合

正在加速。

据不完全统计，至今年11月底，已有30多家建材、家具、装修类公司，表明正在筹备上市、公开招股书或者已于今年成功上市，它们分布于建材（单一品类）、多品类家居企业、软体家具、装修、智能家居、家居电商、家居平台等不同的细分行业，这些企业基本上都位居各自细分行业的领军阵营。

家居企业上市后最明显的优

势是其资本会变得更为充盈，在资本的助力下，整个行业且在发展策略、主营产品、营销方式、服务体系及人才架构等方面都可能发生更高层次的竞争，整个行业大鱼吃小鱼、快鱼吃慢鱼的整体进程估计会加快。资本力量的加入，让更多的家居企业未来可以以更优的薪资吸引更多人才进入家居行业，也有望带动整个行业的升级发展。

高端定制家居正向华南集结 采访对象供图