



楼市话题

洗村融资地块拆迁清零 不一样的天河楼市将至

文/羊城晚报记者 陈玉霞



洗村旧改项目地理位置优越备受关注 陈玉霞 摄



珠江新城是广州豪宅代名词 项目提供

B / 供应结构刚需与改善并行,天河楼市从未如此丰富

豪宅项目在天河呈现“井喷”之势,是今年天河楼市一大特征,但这并不代表着天河会被重新贴上“高不可攀”的标签。实际上,今年的天河楼市,将呈现一个供应极为充足、供应结构极为丰富的局面。

纵观近十年的天河楼市,有新品种供应的年份,要么以豪宅为主,要么以刚需和刚改产品为主,且在2020年前后,天河区的可售一手住宅项目屈指可数。这样的情况改变源自土地供应的增加。从2022年开始,广州供地重返中心区,天河区成为供地主力,近三年时间,天河区共出让土地20宗,成为中心区内成功出让宅地最多的区域。新地块快速转化成住宅产品入市,令天河区供应量持续快速增加,从而促成了现阶段的供应充足。

不一样的天河楼市,是一个可以同时满足刚需、刚改和高端需求的市场,是一个置业门槛从三四百万到三四千万、甚至上亿元的市场。羊城晚报记者统计发现,目前已知可售的项目数量已有31个,而在一年前这个数量还是22个。

从阳光家缘数据可见,至2025年1月15日,天河区可售住宅套数为4144套,未售为10462套,按2024年成交3758套计算,天河区去货压力不小。

供应足、去货压力大,对于买家来说就容易发现机会。对于刚需买家来说,天河区也有不少品质项目可选,例如珠江花城、保利天汇、天河润府、广州城投·天禧、中建·天河精诚壹号、能建·天河麓誉府等项目,均有两房、三房产品供应,在一些促销的项目中,例如珠江花城、能建·天河麓誉府、广州城投·天禧等楼盘,400万元左右能购置三房。如果将预算提高到五六百万、六七百万,可选购的产品将更为多样。



400万元左右目前也可以安家天河 陈玉霞 摄

A / 天河曾经的豪宅代言标签,今年回归

近日,天河洗村旧改项目的融资区因实现全面拆迁清零而受到业界关注。此事之所以关注度高,一是因为洗村旧改已经历了十多年,而今算是取得突破性进展;二是因为这里的地理位置极具优势,其处于广州珠江新城CBD核心区域,地铁18号线也已经开到了“家门口”。

珠江新城从前是广州豪宅的代名词,至今仍是。洗村融资项目由保利发展主导,以该公司的实力和开发豪宅的经验,加上洗村天然的地理优势,这个项目定位做豪宅是毫无悬念的,在被周边单价10万+甚至20万+豪宅环绕的氛围中,该项目的价格也一定不会低。这就意味着,2025年的广州豪宅市场,天河将是一个极具“虹吸效应”的所在。

虹吸,即对周边类似项目有相当的吸引力。有意思的是,今年的天河区豪宅市场上,保利不仅手握洗村项目,还通过土拍市场拿下了绸麻厂地块和南方面粉厂地块,前者楼面地价超过5万元/平方米,后者更是约6.7万元/平方米。从目前已知的规划看,后者主力产品面积超过190平方米,据称将会打造比琶洲天悦还高的产品系列。保利天河这豪宅“新三星”,如何避免同室相煎,是市场极大的看点。此外,金融城东区也是真豪宅基因的片

区,珠实集团拿下的金融城东区地块,定位也不会低,而珠实也有高端产品线颐德系,比如在珠江新城的颐德公馆,至今二手价也在20万元/平方米左右,该地块也将在今年入市。

最近两三年,广州的豪宅市场方面,海珠风头明显盖过了天河,主要是因为海珠高端项目供应较多且成交活跃,以琶洲南TOD、中海大境等为代表的项目推动海珠区一手住宅成交均价比天河还高:例如2023年海珠一手住宅均价超过9万元/平方米,天河为8万多元/平方米;2024年海珠均价约7.9万元/平方米,天河约7.7万元/平方米。

但这种情况今年将被改变,广州豪宅的话语权将重新回到天河区。

最主要的原因,自然是供应的底气。2025年,天河区可售的高端项目,除了保利上述三盘、珠实金融城东区项目这些新盘,还有凯旋新世界、汇悦台、越秀观澜、缦云广州、新城市领院等在售的颇具口碑的高端项目。这些项目的供应量,海珠区难以匹敌。另外,这些项目中大多数位于珠江新城、广州国际金融城,区位上和海珠琶洲可谓势均力敌甚至更胜一筹,故而竞争力被看好。

缺乏产业支持是限制当前南沙区楼市发展的痛点 图/受访者提供



南沙再送政策“礼包”,购房或可入学

羊城晚报记者 范晗越

得以显现,2024年南沙成交涉宅用地8宗,成交金额合计78.76亿元,大多集中在12月出让。

事实上,南沙区在外围区域中特有的楼市行情与其本身的特殊定位密切相关。一方面,作为大湾区几何中心,《南沙方案》为其带来了不逊于广州市中心城区的城市能级定位,对外来人口的吸引力;另一方面,产业引入需要时间,但此前提前涌入的非理性住房消费使得南沙区楼市一度升温过快,形成了与现有城市界面不匹配的市场。

不过,近期南沙区房地产领域围绕目标客群,积极展开具有针对性的营销活动。例如支持大学生在南沙购房落户的2%专项优惠政策;深中通道南沙联络线开通后,又多次组织优质项目赴港跨区域宣传推介。据南沙发布消息,截至目前,南沙区内已有星河、保利、方圆、阳光城等旗下10多个重点项目通过大学生购房专属优惠政策成交商品房36套。可以看出,在人才引进等政策优势的支持下,南沙区对“新广州人”仍有不小的吸引力。

探索房地产发展新模式,南沙将如何因城施策

与率先解除限购类似,本次南沙区发布《措施》,同样率先响应中央推动加快构建房地产发展新模式的要求。而值得肯定的是《措施》中的不少具体举措,都与南沙区本身的特殊定位和亟待解决的市场痛点相关。

例如:试点出让混合功能用地,在特定的片区探索土地混合使用方

式,出让具备住宅、商服、公共管理、公共服务等多种功能的混合用地;试点建设新型产业社区,在东涌、黄阁、横沥、万顷沙、大岗等产业集聚区,试点集中供应新型产业社区用地,建设生产有效率、生活有乐趣、身体有健康、身份有认同的“四有”型社区,促进产城融合发展。

深圳世联行首席技术官黎振伟向羊城晚报记者表示:“南沙区楼市的痛点主要有二:一是产业和住宅的发展不同步,不少住宅项目没有周边产业支撑,缺乏在地的目标客群;二是现有产业的分布过于分散,没能形成大规模的居住、消费需求,这也是新兴片区商业配套弱的原因之一。”

广东省城规院住房政策研究中心首席研究员李宇嘉认为,此次的《措施》非常新颖,是“一区一策”的样板,充分发挥了政策自主权。李宇嘉表示:“南沙是一个产业型区域,就目前而言都市区功能并不浓厚,推进产业社区建设主要基于两方面考量:一方面,开发商在开发产业片区时,把产城融合一起考虑;另一方面,针对引进的企业,建设所需的办公及配套用房、生产用房时,同时也根据企业的投产能力、上下游配套的需求来附带建设,促进全产业链的打造。”

探索“购房入学”则是从人的角度出发。李宇嘉表示,南沙区的规划对人口引进的规模要求较大,但就目前而言集聚的人口并不足够,但教育资源的供给在规划中是充足的。因此,此时推出“购房入学”政策,能够吸引更多的产业人群来南沙创业工作,解决子女的教育后顾之忧,更加有利于南沙集聚人口,促进产城融合。

新年“焕”新家,家居家装消费市场红火



家居用品在农历新年前夕热销

新年将至,家居消费市场呈现出火热的形势。近日,羊城晚报记者走访广州宜家、居然之家、罗浮宫等家居卖场发现,越来越多的消费者选择在春节前夕采购新的厨餐具、厨卫电器及喜庆的家居饰品,为家中换上新装。

与此同时,在家居市场当中以科技为主导的智能产品备受关注,扫地机器人、智能化妆镜、全自动马桶等智能家居成为年货“新宠”。业内人士表示,对比以往市场情况,春节前夕的消费者更关注产品的服务和品质,如物流送货的及时性与安装的效率,春节期间的产品维护等,综合智能家居产品及新兴服务等订单量来看,家居家装市场暖意十足。

智能家居走俏,全屋定制受青睐

“家里的马桶用了十几年了,趁着近期举办的‘以旧换新’促销活动,决定买一个新的智能马桶。”家住天河区的张先生告诉记者,他在广州居然之家看中了一款产品售价为3400元,通过“以旧换新”能省500元左右。

记者走访广州部分商圈与家居卖场时发现,今年年货消费比较明显的特色是主力消费群体的偏好在改变,更多消费者的需求是家庭型智能产品的添置。在各大卖场走一圈后记者发现,智能家电可谓百花齐放。贴着“智能互联 对话未来”标语的AI冰箱可以实现人机对话及菜单管理等功能,屏幕中展示着AI洗衣机正在工作、AI烟机灶具挥挥手就可以“吸烟”并联动自动炒菜锅烹饪……AI家居正走入百姓生活,成为消费者的新宠。

除了智能家居走俏,全屋定制也让家居家装市场热度攀升。在广州罗浮宫家居选购家居用品的王小姐告诉记者,“前两个月刚拿到新房的钥匙,由于平时工作比较忙,没时间

挑选和购买各种装饰材料和家居用品,于是就想找一家全屋定制的商家,根据新房的房屋结构和尺寸,提供家装、家居、家电一条龙服务,希望赶在新年前后尽早地搬进新家。”记者从广州罗浮宫家居方面获悉,当下消费者热衷于根据用户的需求和喜好,选择合适的设计风格和材料,全屋定制的市场需求日益增多,不少高端定制家居品牌在年前迎来了一波人气。

线上线下合力掀起新年促销潮

记者观察到,过去的年货多以食物或服饰为主,主打一个新年新气象。但随着消费习惯的改变,当年轻人们回老家过年时带的年货开始变得不一样。在某社交媒体平台的年货话题中,智能门锁、咖啡机、按摩椅等创新类的家电家居产品开始列入年货清单,主打春节氛围感的床品、

餐具、灯饰也拥有过千万的讨论度。步入广州宜家,农历新年的氛围逐渐浓厚,柿子、糖葫芦、石榴等喜庆元素在众多家居用品中皆有展现。与此同时,广州各大家居卖场也顺势推出了“抽现金红包”“爆款直降”“限时特价”等形式多样的优惠促销活动。“以旧换新”的利好政策与商家促销活动联动推出,使得居民消费意愿持续走高,市场消费潜力得到进一步提升。

在线上方面,众多头部家居家装品牌推出“新年快乐购”等促销活动,引发消费者的关注热议,欧派、尚品宅配、索菲亚等知名家居企业纷纷加大线上促销,以期待在春节销售旺季获取更大的市场份额。以今年某电商平台的线上年货节为例,其携手众多国内外知名品牌上架蛇年限定款商品,家居百货、软体、家纺等成品品类在电商渠道中占据优势。

此外,家居品牌通过捕捉用户对个性化家居产品的品质需求,深耕垂直类家居用品赛道,打造年货“明星单品”,如针对追求高睡眠质量的人群,梦洁家居以床垫定制化服务和高品质床品为消费者提供优质的睡眠体验;专攻智能舒适沙发的芝华仕,针对精致白领和年轻人群的快节奏生活,为消费者在家里打造独属于自己的“放松空间”等。

值得一提的是,面对年前的家居家装消费火爆,业内人士提醒,消费者在购买家居产品时,应当选择经营规模大、信誉度高的商场选购品牌产品。同时需要通过商场统一收银,签订正规合同,切勿将钱转给私人。签订合同时,注意加盖公章,要核实售后保证是否责任明确等。在参加特惠活动购买特价商品时,消费者要重点关注产品质量和售后服务,以及是否有“不满意就退货”的相关约定证等。

文/图 羊城晚报记者 黄士