

文/陈泽煌  
图/王俊伟

在刚刚过去的11月,受楼市供应量放缓的影响,东莞市场出现轻度供不应求的状况。笔者从合富研究院发布的《11月份东莞楼市报告》了解到,11月份楼市走势总体平稳,无论成交量还是房价,均较10月份无明显差异。不过,11月份供应放缓明显,导致月度成交量增幅有限,全市库存量持续走低。另外,成交区域分化现象较严重,排名前十位的镇街市场份额高达六成,剩余20余个镇(区)市场份额占有率不佳。

## A 土拍市场降温

应当有不少业内人士和市民对几个月前的“土拍热潮”还记忆犹新:在7-10月份期间,商住用地竞拍热浪不断,动辄十几个小时的鏖战及数十轮的报价,从中也涌现出许多首驻东莞的外来房企;地拍总价和楼面单价也不断刷新当地新高;一时间,竞拍规则随之应运而生……

但是,笔者注意到,自11月份伊始东莞的土拍市场似乎一夜之间风向突变,相比以往的十几家争抢一块地的情形,11月份的土拍显得尤为冷清。

据合富研究院统计,11月份全市仅供应4块土地,对应分别为保利、金地。在11月1日拿下的寮步2019WG042和2019WG043地块及华润在11月5日拿下的南城2019WG044地块。剩余一块编号为2019WG045的地块由松山湖供应,最终在11月27日被华为拿下;不过从土地性质来看,这是一块人才用地,限制条件要求届时其销售房价不得高于105000元/平方米且全部商业面积自持40年。

合富研究院认为,11月份土拍市场降温,房企拿地渐趋理性,底价、低价成交已成常态。

## B 供应量创近十年最低

据合富大数据显示,11月份东莞新房供应33.8万平方米,环比减少两成,同比大幅减少四成,创过去十年新低。11月份网签面积约49.5万平方米,环比增加近两成。

因供应放缓,目前已出现轻度供不应求的状况。笔者了解到,今年1-11月份东莞新建商品住宅供应约395.2万平方米(约3.5万套),同比减少11.7%,连续三年进入放缓阶段。从面积上看,今年1-11月份网签面积约485.8万平方米

## C 区域分化明显

据悉,11月份沙田、塘厦两个镇街成交共852套,全市占比两成,连续数月位列全市前二。并且排行榜前十位镇街累计成交在全市中占比高达六成,但有超过四成镇街每月成交不足百套,区域分化较明显。

从区域上看,11月份莞北片区供应回升较明显,临深和水乡片区供应下滑明显。而成交则主要集中于松山湖、临深和滨海片区。

产品方面,据合富大数据

(约4.3万套),同比小幅增加11.5%。整体上比较,今年供需比为0.8:1,业内认为这将导致“求过于供”。

不过在成交方面,今年各个月份成交量走势较平稳。在价格方面,11月份东莞新房成交均价约20840元/平方米;其中中心城区价格最高,今年上涨趋势最强;临深片区房价稳中有跌。而1-11月份全市新房均价约20022元/平方米,首次突破2万元大关。

显示,今年1-11月份85-100平方米户型供应量占有户型比重达41%,创历史新高;110-120平方米户型占18%,较去年明显增加。总体而言,现阶段东莞楼市主打85-100平方米及110-120平方米“首置”及“首改”户型,符合主流需求。

二手住宅市场方面,11月份东莞二手住宅网签面积38.7万平方米(3767套),均价约14408元/平方米,月度走势总体平稳。



## D 房企积极去货

笔者查阅资料了解到,截至11月30日,各开发商潜在供应(别墅、洋房、公寓、办公)体量最多的为碧桂园,约有43.7万平方米;其次是佳兆业,约38.2万平方米;万科位居第三,约有35.4万平方米。进入年底冲刺阶段,各大房企积极去货,频频开展营销活动或打“价格战”吸引意向客户。

今年东莞万科地产商品房网签面积103.6万平方米,网签金额约227.1亿元,在市场上占有率高达17.9%,排行榜首;碧桂园在1-11月份以网签面积74.9万平方米,网签金额约139.6亿元的成绩在市场占有率达11.0%,排行第二位。紧随这

两大“巨头”房企身后的是卓越地产、金地地产、华润置地等,最终市场占有率还需看各家房企在12月份的冲刺成果。

据合富大数据显示,截至2019年11月份,东莞市一手住宅潜在供应量820.6万平方米,其中洋房潜在供应量699.4万平方米,别墅潜在供应量114.8万平方米;住宅潜在供应连续多月稳定在800万平方米上下;各区域住宅潜在供应中,排行前三位分别为沙田、茶山、寮步。其中沙田镇住宅潜在供应约59.8万平方米位列全市第一位;茶山镇也有约55.5万平方米的住宅潜在供应量;而寮步镇则共有49.7万平方米住宅潜在供应。

## 东莞观音山喜迎二十周年庆典 景区系列活动精彩纷呈

1999年,位于东莞樟木头镇的观音山还是一座无人问津的荒山;2019年,观音山风景区大展新颜,无论风景、服务或是基础设施,都给每一位入园的市民游客带来丰富充实的旅游体验。正值观音山建园二十周年之际,公园特以“芳华二十 再创辉煌——东莞观音山喜迎建园20周年”为主题,推出了“寻找记忆中的观音山”、与观音山共生——20周年庆生贺礼大派送、与山同寿——观音山同龄人庆生等周年庆系列活动,回馈广大市民及游客朋友,与观音山共庆生。

### 系列庆生活动备受点赞

岁月变迁,老照片总能成为人们美好回忆定格的留念。“寻找记忆中的观音山”老照片征集活动自推出,便收到许多游客的匿名投稿,一股“回忆风”让观音山二十年来的发展与变化展现在人们眼前。从旧到新,从无人问津到人头攒动,从荒山到备受赞誉的综合型旅游风景区,见证观音山二十年变化的游客朋友的记忆鲜明而意义重大。此外,在11月20日-30日期间,许多1999年出生的游客纷纷到景区游客服务中心领取景区旅游年卡,他们表示对景区送上的“生日礼物”甚是喜欢,“这个礼物很特殊,我们会经常来景区游玩,希望可以继续见证观音山未来的二十年、五十年,甚至更远”。

### 同龄人庆生送上“深情告白”

2019年11月30日,观音山风

景区迎来了二十周岁的生日,也迎来了一群特别的游客,他们都生于1999年,是观音山同龄人,通过前往网红艺术馆打卡、在游乐场中回归童真、亲手制作长寿面、共同享受生日蛋糕,与观音山公园共同庆生,他们也用自己的活力和祝福表达对观音山现在的肯定与未来的期许。

1999年出生的曾先生,已经是第三次到观音山游玩,他表示:“每次到观音山都有不同的感受,我也见证了观音山几年来的巨大变化。尤其在服务、交通和景点的升级上,我们能感受到旅游体验正一步步地丰富。今天也很荣幸能和观音山一同庆生,享受这份专属的喜悦。”曾先生还表示,会更常到观音山走走,既能爬山、锻炼身体,又能释放压力,相信和这次旅行一样,也能遇到很多与自己同龄、相同爱好的朋友。

### 观音山二十芳华展新颜

“在二十周年来临之际,观音山以特别的方式,让来自各地的市民游客共同感受观音山的发展与变化,观音山也以特殊的方式展现二十年的芳华。”观音山景区相关负责人介绍,20年来,观音山筚路蓝缕启山林,栉风沐雨砥砺行;20年来,观音山不断超越,勇于创新,争做行业标杆;20年来,观音山坚守生态,开拓进取,执着探索文旅发展新模式。观音山芳华二十年发展历程,形成的是成熟的营销模式,积淀的是深厚的文化底蕴,打造的是愈加强大的品牌影响力,谱写的是观音山发展新篇章。(常思雯 杨文)



观音山风景区

## “文体为媒”招才引智,全球四大湾区科技精英 齐聚网球交流赛

# 松山湖加速打造优质生活圈 增强创新软实力

文/图 余晓玲 松湖宣

11月30日至12月1日,为期两天的2019松山湖科技精英网球交流赛在东莞松山湖顺利举行。

这是一场别开生面的网球赛,参赛选手都是科技精英,他们分别来自纽约湾区、旧金山湾区、东京湾区、粤港澳大湾区这全球四大湾区的著名公司。

以体育为媒、以球会友。网球技艺交流的同时,是科技学术论坛交流、科技信息交流。

这场跨越全球的会面,折射出松山湖对标全球人才发展趋势,正借力文化体育这一全球性语言吸引各地人才前来交流发展,加速打造具备国际竞争力的宜商、宜创、宜业、宜居优质生活圈,增强创新发展软实力。

## A 以球会友 比赛规模超乎预料

2019松山湖科技精英网球交流赛邀请到粤港澳大湾区精英队、东京湾区精英队、纽约湾区精英队、旧金山湾区精英队、华为技术精英队、香港科技精英队、清华大学校友精英队、中山大学校友精英队等多支队伍参赛。

活动首日,来自哥伦比亚大学、斯坦福大学、普林斯顿大学、清华大学、北京大学等全球各大顶尖院校,以及华为、苹果、腾讯、谷歌等世界500强科技公司任职的国际顶尖科技人才,参观了松山湖生态城市科普馆、沿途参观滨湖路与华为小镇,对松山湖营商环境与生态环境有了初步的认识。不少球友都被11月末仍然生机盎然的松山湖吸引,纷纷合影、驻足欣赏。

“这是我第一次来松山湖,之前对粤港澳大湾区城市群的印象很深刻,但对东莞的认识并不多。今天参观了之后,发现这里不仅有发达的制造业、先进的IT技术,还有非常好的人文环境,好山好水,是很适合生活和发展的地方。”东京湾区球队代表、分众游戏创始人兼CEO朱笑婧表示,一开始自己因为是网球“发烧友”而来参赛,希望与世界各地的科技人才切磋球技,没想到来了之后却被环境、科创氛围吸引住了。

纽约湾区球队代表,Meredith Corporation(前美国时代财富)副总裁、全球金融财政部总监余文字在松山湖长大,“我对广州、东莞这些地方都比较熟悉,但是我对东莞的记忆还停留在很多年前大片的农田里,这次过来已经完全大变样了,成为了一个环境优美的高新科技人才聚集高地。”作为旧金山湾区的代表之一,丰元创投合伙人、加州大学圣巴巴拉分校校董余会灿已经是第三次来到松山湖。3月份与硅谷球友第一次来的时候就对松山湖的印象非常好,此后也一直有与松山湖进行一些沟通互动,并且6月份再次飞回国,特地了解松山湖的营商环境与政策,“我觉得松山湖是个值得来很多次的地方。”

作为本次活动的重要推动者,松山湖网球队协会会长李庆堂直言,这次比赛的规模超乎预料:“我们一开始只是想组织够二三十人就可以了,但没想到这次能够召集到来自世界四大湾区的8支队伍,一共120多人参加,可以看到大家对这种活动是非常有热情的。有机会的话我也希望能继续下去,做得更好,把松山湖更多地推广出去,吸引国外的人才回来。”

## B 搭文体台唱科技戏 完善公共文体供给助力大湾区建设

当被问及为何愿意不远万里从纽约来到松山湖,余文字说:“一方面是想打球,另一方面是我听说会有很多高科技人才聚集在这个粤港澳大湾区,既能交流球技,也能获取一些最新的科技动向和金融动向。”作为一名金融投资工作者,余文字表示,在此次参观了松山湖科普馆后,对粤港澳大湾区未来的部署及发展非常感兴趣,虽然目前主要工作仍是在美国进行,但经过这次交流,对中国华南地区有了更多了解,未来有机会会考虑回来发展,这次球赛是一个很好的开始。

香港科技精英队队长、安富勤电脑(香港)有限公司董事谭耀康也是继3月的球赛后再次来到松山湖。“随着网络发展,我们现在越来越多地是通过网络来进行培训工作,也就不需要特地去到香港本地以及国外的客户那边进行对接工作。基于这样的情况,我这次来也有寻求内地落地合作的考虑。”他表示,随着内地对人才越来越重视,支持力度愈发加大,再基于对成本与市场规模的考虑,公司正在计划设立内地分公司。

“打网球很重要,更重要的是通过网球,让很多从来没有来过这里的人认识了解松山湖,来了就会喜欢上这里。”中科院高能所副所长罗小安称,自己每年都会来东莞几趟。在他看来,松山湖是一个让人来了还会再来的地方,通过体育爱好者的方式带动科技精英人才前来交流,是对城市创新环境很好的宣传,可以让更多国内

外精英通过参加这些活动认识松山湖,了解松山湖的科技创新氛围及创新创业环境。“我们希望以这种创新性的赛事形式,来聚集一批人才,不仅是提供一个球技和科技的交流平台,更要吸引越来越多的精英人才前来粤港澳大湾区发展。”松山湖党工委委员、管委会副主任曾莉表示,这次球赛为热爱网球的科技人才提供了一个了解松山湖的窗口,以“科技人才+体育竞技”的方式,进一步展开创新创业和招才引智工作,汇聚人才力量,提升园区软实力。

近年来,松山湖高新区大力推进精神文明创建工作,提升城市品质,建有月荷湖、太鲁阁、街头篮球等多个主题公园以及松山湖青少年活动中心、松山湖图书馆等多个文体娱乐设施,打造东莞松山湖国际马拉松、中国国际漫博会、松湖Live、智创轻生活、50公里徒步等特色品牌活动,丰富群众文化生活。

在由北京大学文化产业研究院学术支持,新华网、北京九州一方文化创意院联合发布的《2018年中国城市文化创意指数排行榜》中,东莞城市文化创意指数排名全国第四,仅次于北京、深圳、上海。报告显示,东莞在“文化创意+”审美驱动力、“文化创意+”赋能能力方面表现突出。赋能能力是这个指标一个非常重要的项目,能够实现新旧动能转化,创造新价值。这也意味着,东莞文化创意与城市空间相融合,空间结构利用更加高效,设施更具人文色彩,舒适而便利,空间景观更加具

有审美趣味。

目前,松山湖正致力于打造文化与艺术相融合的文化创意园区,将“生产力大厦”打造成为松山湖文化创意园区中心基地,将“大家艺术区”定位为文化创意设计集聚区,园区内文化创意氛围浓厚,为推动东莞文化产业的产融结合发展作贡献,为园区文化艺术的繁荣发展提供优质的硬件条件。

此外,为丰富园区居民的精神文化生活,松山湖加强公共文化服务体系建设,完善公共文化服务设施,创新文化惠民服务模式,打造了“松湖名家文化沙龙”活动品牌,进一步提升“智创轻生活”和“松湖大讲堂”品牌内涵,使居民精神文明素养和审美能力不断提升,公共文化管理和服务水平稳步提升,促进园区文化繁荣和建设。松山湖图书馆组织开展了一系列丰富多彩的文化活动,包括书画展、文化讲座、英语沙龙等,当中包括不少高雅的艺术活动,成立了摄影、音乐、国标舞、书法、朗诵、作家、舞蹈等7个市级文艺协会分会,园区高雅艺术文化氛围逐渐浓厚。

曾莉表示,目前松山湖的硬件环境已经在逐日完善,软环境也需要跟上。同时,通过这一赛事链接文体工作与科技,招才引智工作,“搭文体的台,唱科技的戏”,也是松山湖高新区管委会提供的一项创新性服务。接下来,松山湖也将进一步推进这类体育、文艺活动精品化、常态化,使之成为松山湖文化的象征,展现一个时尚、活力、国际化的松山湖。

## C 提升文化旅游活动品牌 新建、改造一批公共文化设施

当前,城市对高端人才的吸引力不再仅限于经济发展水平,地域特色、宜居性、舒适度、文化创意氛围、未来可塑性、智慧园区等,都已成为新时代招才引智的核心竞争力。根据暨南大学生活方式研究院所做《东莞松山湖高新科技产业开发区生活方式研究报告(2018)》(以下简称“调研报告”),对比全国主要高新区,目前松山湖园区群体受教育程度较高,经济能力和消费能力较强,作为高层次人才聚集地,人们的精神消费显现出更加明显的需求。

结合调研结果与园区对高端人才需求的重视,松山湖计划通过一系列举措优化园区内人才的工作和生活环境,增强其认同感、获得感和幸福感,激发高端人才的人文观、价值观、思维方式等,从而推

动园区产业良性发展。

园区接下来将从进一步提升公共文化空间、提升文化旅游活动品牌,进一步拉动文化旅游消费升级、文化旅游产业发展,提升GDP占比、优化产业结构三大方面,展开工作部署与整改措施。

“我们将会园区内推进一批文化场馆改造工作,并新建一批公共文化设施建设,并推动在园区孵化器内规划建设一批美术馆、文化艺术交流中心,拓展文化‘艺术地理空间’,打造无处不在的‘城市美术馆’。”曾莉说。

她还透露,在新建改造一批公共文化设施基础上,松山湖也将依托现有的以及新建改造后的公共文化设施,加快谋划一批精品文化旅游活动,提升园区文化旅游活动品位。



2019松山湖科技精英网球交流赛队员合影