

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余个乡镇(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，对比分别为保利、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10500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、低溢价成交已成常态。

**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。

**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，在市场上占有率达到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到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；住宅潜在供应量连续多月稳定在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量约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；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
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”与观音山同生——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，“这个礼物很特别，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

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，栉风沐雨砥砺前行；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)



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，是科学技术论坛交流、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、旧金山硅谷湾区精英队、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。不少校友都被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朱笑靖表示，一开始自己是因为是网球“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。

**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，余文宇说：“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，余文宇表示，在此行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，但经过去这次交流，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，让更多从来没有来过这里的人认识松山湖，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、松山湖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

“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****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《东莞松山湖高新区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，作为高层次人才的聚集地，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

才的文

化观

念、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、优化产业结构三方面，展开工作部署与整改措施。

“我们将会在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，推动在园区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们合影