

珠海第一季度成交二手房1528套

新香洲唐家片区名列前茅

文/艾琳

教育资源丰富 新香洲二手房普遍上涨

根据相关数据，珠海主城区（不含唐家和南湾），今年一季度二手房成交均价约为每平方米24455.04元，与2020年对比，上涨3.75%。

由于主城区的老旧小区较多，因此，成交量虽大，一季度的成交量达到730套，但成交较为分散，单个小区的成交量均不大。从成交相对较大的项目来看，多数项目的成交均价基本都有所上涨，但多数涨幅都不高，个别项目稍微下降。

在主城区的各片区中，只有新香洲的项目涨幅普遍较高，涨幅最高的项目是仁恒星园及五洲花城。

事实上，从今年开始，市区热门板块的二手房颇受市场欢迎，当天放出当天成交的比比皆

是，如新香洲的华发四季，154平方米四房两厅两卫，挂牌价为700万元，以700万元成交。再如同区域的金地伊顿山，166平方米四房两厅两卫，挂牌价高达810万元，成交周期仅一天，以总价680万元成交。

据业内人士分析，新香洲二手房成交量大主要是奔着更好的学区和环境去的，5月份之前成交量达到730套，但成交较为分散，单个小区的成交量均不大。从成交相对较大的项目来看，多数项目的成交均价基本都有所上涨，但多数涨幅都不高，个别项目稍微下降。

唐家全市涨幅最高
南湾各项目价格较稳定

唐家片区今年一季度二手房成交均价约为每平方米25183.46元，与2020年对比上涨9.05%，涨幅为全市各区域最高。唐家二

手房成交的项目不多，但一季度成交量也达到150套，主要集中在前环片区的几个项目。而成交量相对较大的几个项目，成交均价全部上涨，涨幅最高的是仁恒滨海半岛，其次为格力海岸。

今年一季度，南湾（含南屏、湾仔、洪湾）二手房成交均价约为每平方米26724.44元，与2020年对比，上涨6.63%。在整体的成交均价上，南湾明显高于主城区，主要是南湾高端项目的成交量较大，如华世纪城、华发新城、中信红树湾花园等项目，不仅成交量大，且成交价格也较高。但各项目的价格相对较为稳定，涨幅幅度不大。

斗门全市涨幅最高
横琴有所上涨

今年一季度，横琴的二手房成交均价约为每平方米45419.04元，与2020年对比，上

涨7.66%，涨幅仅次于唐家。值得一提的是，在统计成交量相对较大的项目成交价格中，横琴的项目全部上涨，且涨幅均不小，其中全市涨幅最高的是横琴的华融琴海湾，涨幅达13.14%。

今年一季度，斗门二手房成交均价约为每平方米11761.83元，与2020年对比，上涨3.84%。斗门的二手房成交均价为全市各区最低，但成交量较高，仅次于主城区，约265套。斗门二手房的成交量主要集中在白蕉、湖心路及井岸，但单个项目的成交量相对不大。

而今年一季度，金湾（含南水、平沙）二手房成交均价约为每平方米12979.18元，与2020年对比，上涨3.84%。金湾的二手房成交较为分散，而且不同的片区价格相差较大。热门片区，如航空新城，二手房成交均价在每平方米2万元左右，而南水、平沙在每平方米1万元左右。

守护海天一线 争做文明卫士

为弘扬“五四”爱国精神，激励青年不懈奋斗，5月4日，中建二局华南公司东海富汇豪庭项目组织青年员工走进大梅沙海滨公园，开展“守护海天一线，争做文明卫士”志愿服务活动。

活动中，青年员工身穿“城市文明守护者”志愿者马甲，走进大梅沙海滨公园沙滩，对沙滩上游客们随地吐痰、乱丢垃圾等不文明的行为给予制止，并进行了沙滩大清扫及粘贴文明标识海报等行动，一系列的暖心行为，使得沙滩面貌焕然一新。

“在这个‘五一’小长假期间，很多游客来到鹏城，大梅沙海滨公园沙滩的环境会直接影响游客对深圳的最初印象，项目通过此次活动，以弘

扬‘五四’青年精神为契机，将我为群众办实事作为落脚点，这对我们的成长来说是非常有意义的一次活动。”项目青年技术员李齐雨说道。截至目前，中建二局华南公司东海富汇豪庭项目组织开展志愿服务活动十余次，累计动员数百名青年员工投身于志愿服务活动当中，项目始终保持每周一动员、每月一开展的服务活动思路，此项活动正在如火如荼地开展中。

据悉，中建二局华南公司东海富汇豪庭项目位于深圳市罗湖莲塘地区，总建筑面积约24万平方米，由1栋高层住宅、4栋超高层住宅和裙房商业及配套组成，建成后将成为深圳市莲塘新地标。

（徐红玉 李齐雨）

“五一”慰问进工地 为农民工送关怀

节日坚守岗位，劳动创造幸福。在这个“五一”假期，为确保工程建设有序推进，中建二局华南公司凸版印刷工业区城市更新项目建设工地上机器声轰隆，上百位农民工为保进度、争节点，忙碌在施工现场，他们用无私的奉献和担当作为绘就节日里的一道动人风景。

“大部分农民工友在这个‘五一’假期放弃与家人团聚的机会，选择坚守施工一线，抢时间赶进度，为工程建设保驾护航，作为工程建设的管理者，我们更要在这个时期当好他们的‘后勤兵’。”项目负责人王志伟介绍。

据了解，“五一”期间，项目部采用“三个结合”的方式，即党员先锋岗、安全行为之星、农民工督察队相结合，三方考核成立评选小组，深度挖掘施工现场的“劳动之星”，并颁发“劳动记力卡”，农民工友可以通过“五一”期间的劳动

打卡，累计记力卡上的记力值兑换相应的五一劳动礼盒，充分调动农民工友的生产积极性，激发工作热情。

除此之外，项目部还通过每位工友“记力值”的多少，了解到各施工片区各阶段各工种之间每天的配合进度，从而罗列形成各施工片区进度的“大数据”，并对效率高、质量好的农民工友依次进行排列分档，为后续工程的资源配置做好基础。

据悉，中建二局华南公司凸版印刷工业区城市更新项目位于深圳市宝安区创业二路与新安三路交汇处，该工程总建筑面积约30万平方米，是集超高层写字楼、住宅、公寓与集中商业于一体的综合体，建成后将成为该区域的新地标建筑，对促进区域城市功能的进一步完善，加快区域转型发展具有重要意义。

（李莹 叶右任）

万科海上城市营销中心开放

5月1日，万科对标新加坡，融合“永续、共生”的造城理念，打造的珠海首座滨海花园城市——滨海生活体验示范区开放。与其说这是万科海上城市的营销中心开放现场，不如将其称为一场新加坡生活体验之约，这个被称作珠海“小新加坡”的地方，开放第一天便吸引超千人打卡。

来到现场，首先映入眼帘的就是以新加坡“圣淘沙岛灯塔”为原型打造的标志性灯塔邮局，不少人在此地给未来的自己寄去一份美好的寄语。这里有近1000平方米仿真海景假日体验区，处处所见即所得的“新加坡”滨海花园元素，吸引了很多人前往拍照打卡。

活动当天，整个售楼部开放现场人头攒动，有的在介绍项目、有的在咨询购房资格，还有的在看样板房。现场热闹非凡，也收获不少客户的认可。“未来住在这里真的感觉太舒服了。”一位诚意登记的客户表示。

凡，也收获不少客户的认可。“未来住在这里真的感觉太舒服了。”一位诚意登记的客户表示。

这座将家安在海边的花园里项目，除了坐拥珠海市中心核心地段与自然景观资源，还拥有业主归家系统、教育成长系统、日常休闲系统、邻里交往系统及物业服务系统等。

据悉，该项目“五一”首次推出新品涵盖建筑面积约67至99平方米瞰海高层、建筑面积约106平方米低密花园洋房、建筑面积约142平方米一线亲水叠墅，产品线丰富，投资、出租、自住、度假、养老，一站式满足。

此外，珠海新闻中心首座度假城市滨海商业中心已有亚朵、华润万家签约进驻。

（艾琳）

2021年5月7日/星期五/湾区新闻部主编
责编 黄铁安/美编 郭子君/校对 温瀚

A14

羊城晚报 珠中江·美食

霸屏数月的小众水果魅力何在？

文/图 梅尔

A 潮汕人“私藏”的小众水果

记得很多年前，笔者来到一位揭阳朋友的家里做客，饭后朋友父亲在客厅砌起了一壶功夫茶，朋友母亲从厨房端来一盆青色的油柑，朋友说：“吃一口油柑，喝一口茶，就是绝配。”从那时起，笔者就认识了这款在潮汕地区很火的油柑了。初食油柑，那个眉头必须是紧锁的，因为特别酸涩，当笔者还没抱怨踩雷中伏时，一口茶下口，过后回甘悠长，的确神奇。

原来，这种在潮汕地区看似不起眼的青果子，几乎是每个潮汕人从小吃到大的水果。因为大面积生长在潮汕地区，所以油柑可是不少潮汕人的童年回忆。据说，潮汕人在水果摊上看到它，就走不动路，只想赶紧尝上一颗，感受那微酸回甘的青涩滋味。

油柑，又叫油柑子，一般花在春天开，果实盛产在夏季。油柑果肉肉质，球形，成熟时成赤黄色或淡黄色，可以生吃，也可用糖或者盐腌制后食用。油柑以果形圆大，果皮光滑，果肉半透明，肉色淡黄或赤黄较理想；愈青绿的油柑，味道较苦涩且咀嚼有渣。

油柑具有去油、助消化、化痰、润肺清嗓、生津消渴之功效，果实也可做染料。油柑的根、茎、叶、果都具有药用价值。在我国作为民间药已有2000年的历史。古人常用油柑果实治疗消化不良、胃腹痛、感冒、牙疼、咽喉痛、糖尿病、咳嗽等疾患。选择这个品种尝试。

这个春夏之交，有一款名不见经传的青色小果引起了饮品界的超强风潮，人们争相抢购，它就是油柑。这种又酸又涩的水果，其貌不扬、价格低廉，到底魅力何在？那就不能不提它的原产地潮汕，以及某家饮品品牌的巧妙带动作用了。



霸气玉油柑

B 花式吃法 让油柑不同凡响

潮汕人家中备油柑是很常见的，不仅是老一辈，年轻人也喜欢。吃了油腻东西的时候，嚼两颗，酸爽回甘，解腻醒脑，清新口气。

懂吃的潮汕人，还会花样吃油柑，不同人有不同的方法。在油柑果茶还没火之前，用油柑做水果茶已经在潮汕火过一把了。潮汕人把油柑压碎去核，榨汁配茶，清爽可口，回味无穷。老一辈的人喝油柑茶相对简单一点，直接喝一口茶，嚼一口油柑，用茶味压住涩味，油柑的甘也为茶的清香增添甜味。本土一点，可以学潮汕人把油柑拿来腌制。老一辈的人喜欢用白糖、南姜等腌制油柑，隔几日再吃，这样减少了油柑本身的涩感，更易入口。还有更野一些，蘸盐或者蘸酱油，还有直接蘸椒盐粉的，都别有一番风味。

喜欢煲汤的广东人，煲汤时也会放几颗压碎的油柑，据说是可以让汤水增添甜味。年轻一



代的潮汕人，为了让更多人能接受潮汕这种特色水果，还把它和时下流行的柠檬茶、气泡水、咖啡进行创新融合，也是得到了不少外地朋友的喜爱。

潮汕人爱油柑，爱到就连拜神，油柑也是上贡的水果之一。据说从前，潮汕某村有一个靠种水果发家的大家族，100多岁的老祖宗还活着。逢年过节，子孙们要向老祖宗敬献水果，汇报各家水果的生产情况，总结经验，以利发展。老祖宗将各户送来水果排列成山祭月，祈盼月娘保佑子孙发达。

有一年中秋前夕，尾房子孙



汕头人饭后喜吃油柑

C 茶饮品牌带动风靡全国

虽然油柑在潮汕地区很出名，但为什么在2021年的春夏之交突然火遍全国呢？这个功劳应该归给高端现制茶饮的头部品牌奈雪的茶。他们推出“霸气玉油柑”不到一个月时间，该产品迅速引爆，成为“销量最高”的爆款，在奈雪茶饮产品中的销量占比已超20%，也成为2021年新式茶饮的第一个爆款。让冷门鲜果油柑，也一度成为茶饮行业争相抢购的“断货王”。

“霸气玉油柑”的成功，可以说是意料之外，也是情理之中。首先挑选了潮汕甜种油柑，甜种的特点是涩味更淡、回甘更快也更加持久。茶底用了曾荣获第十二届全国茉莉花茶质量金奖的“茉莉初雪”。经过反复配比和调整，果汁和茶底相得益彰，果香、花香、茶香达到微妙

的平衡，口感更佳。这款茶饮推出来后，其包装也是十分特别，它选择了包装轻盈，打造与产品特质契合的外观颜值，搭配了定制的透明异形瓶，温润的液体透过玲珑剔透的瓶装，更显可爱诱人。其宣传上传递的：每瓶含66颗油柑切片，口感“3秒微涩，5秒回甘”，就是无形中制定了品类标准，更增强了产品本身的话题性。

当然，一个爆款的面世，“共情”还是最强大的原因。它将产品“先苦涩后回甘”的滋味比作人生滋味，不仅让油柑引起了潮汕地区人们的情怀，还让所有人都领略到其传递的思想，是通过产品建立起与消费者的情感共鸣，所以才能沉淀为经典。