

广州集中供地14宗,将于7月18日竞价出让——

竞拍规则继续松动 多数要配建政府性用房

文/图 羊城晚报记者 陈玉霞

日前,广州发布了今年第二批集中供地计划。据悉,此次供地共集中推出14宗,起拍总价253亿元,将在7月18日进行限时竞价出让。其中天河、荔湾和海珠三区将有6宗地块出让,位于天河的一宗地块起拍楼面地价逾4万元/平方米。虽然此次供地数量大为减少,但多数用地仍要求配建政府性用房。

从公告看,此次将推出的14宗用地中,天河、海珠和荔湾这三个中心区共有6宗,花都、南沙和增城等外围区域共5宗,白云和黄埔分别有2宗和1宗。

从整体数量上看,此次集中供地是2021年至今土地集中出让中供应宗数和总面积最少的一次,约是今年第一轮供地面积的一半。不过,一手住宅供应相对紧张的中心区此次仍有宅地出让,且地块综合素质都不错,它们的顺利出让,除了能缓解所在区域楼市供应相对紧缺的态势,也能为市场回暖树立一定的信心。因此,广州中原研究发展部认为此次供地属于“贵精不贵多”的模式。

增加高质量用地以期顺利出让的同时,该批用地的出让规则继续放松。早在今年第一轮集中供地中,政府就取消了“竞自持”环节。这一期的公告显示,除了

继续取消“竞自持”环节

海珠区碎片厂南片区、沙渡路鹤洞大桥北侧橡胶厂地块之外,其余地块也取消了“竞自持”环节,直接变成“限地价+摇号”。克而瑞广佛区域首席分析师肖文晓认为,取消“竞自持”对于开发商来说,意味着成本降低而盈利空间增大,会提升参与拍地的积极性。土拍市场活跃度的增加,有利于加快当前广州楼市的复苏态势。

一半用地要配建政府性房源

海珠区碎片厂南片区、沙渡路鹤洞大桥北侧橡胶厂地块需配置安置房

地块就需配建6.5%无偿移交的公共租赁住房。即将开始的第二轮集中供地,有7宗用地要求配建安置房、政府性房源等品种。值得一提的是,寸土寸金的中心区,也有不少地块要求配建政府指定的用房,包括安置房、保障性租赁住房、人才住房等,例如白云区马沥智慧健康产业园AB0903166、AB0903176

面积15483平方米,计容建面88115平方米,但有38.7%的建筑面积(34112.2276平方米)用于建设拆迁安置公寓;天河区燕塘地块三(AT020883地块),竞得人须配建政府性房源计算容积率建筑面积8405平方米;天河区育新街南侧AT0304011-1地块,竞得人须配建计算容积率建筑面积6384平方米的保障性租赁住房。



荔湾区南岸路地块长时间被用作装饰材料专业市场 海珠区琶洲西区AH040329、AH040157地块地理位置优越

中心供地热区扫描

羊城晚报记者 陈玉霞

天河区:燕塘地块起拍总价达70.6亿元

宅地断供近20个月的天河区,此次终于将推出两宗用地,此轮集中供地中总价最高、起拍单价最高的地块就出现在天河区。

其中,燕塘地块三(AT020883地块)备受关注,它已经连续多年出现在广州经营性用地供地蓝皮书中,至今才正式出让。该地块位于天河区梅花村地铁站东面400米左右,西面临近白云山,地段和生态环境都不错。加上该宗用地面积逾8

万平方米,是中心区难得的大面积地块,故其起拍总价达到70.6亿元,这对开发商的资金需求非常高。在扣除8405平方米的配建面积后,该地块起拍楼面地价折合为44211元/平方米。

另外一宗用地为育新街南侧地块AT0304011-1地块,位于天河智慧城核心区中部、华观路以北,往北是火炉山森林公园,东侧紧邻东大湖,也是一宗具有自然景观资源的地块。虽然用

地面积比燕塘地块小,但其占地也有近3.3万平方米,起拍总价约24.4亿元。

广州中原研究发展部数据显示,至5月底,天河区一手住宅库存量约为20.2万平方米,去化周期仅为6.5个月,属于供应紧缺的区域。由于供应紧张,加上该区多个高端项目带动影响,天河区的刚需产品价格已有微升。“五一”档期可售的珠江花城、保利天汇等项目,主流售价为5.5万-6.5万元/平方米。

荔湾区:两宗用地都靠近珠江

和荔湾区今年首轮集中供地宗数一样,此次该区也将推出两宗用地,总占地面积约5.4万平方米,总建筑面积约15.9万平方米,起拍总价合计39.46亿元。此次两宗用地均靠近珠江。

南岸路26号AL011113地块紧靠南岸路,内环路高架,长时间被用作装饰材料专业市场。与该地块一路之隔的项目,为金众西关海、保利天珺两个一线江景楼盘。因此,尽管该地块也近珠江,但未来该楼盘的视野恐被上述两盘有所遮

挡。值得一提的是,保利天珺项目所在的冷冻厂地块,于2019年以30.2亿元起拍价出让,最终以约35.6亿元总价成交,折合楼面地价42560元/平方米。而今,一路之隔的南岸路地块,起拍价为16亿元,是荔湾区老西关板块近三年来罕见的宅地。

海珠区:配建面积多,总价降低

与今年首轮供地近20万平方米的占地面积相比,海珠区此次供地两宗,总占地面积仅约7.9万平方米,总建筑面积达23.83万平方米,起拍总价共25.86亿元。

两宗用地,一宗为鹤洞大桥南广州碎片厂南片区、沙渡路鹤洞大桥北侧橡胶厂地块,位于海珠区工业大道北以西、珠江后航道以东,原厂区以鹤洞大桥为界,分为南北两

部分,其中北区距离沙园地铁站较近;一宗为琶洲西区AH040329、AH040157地块,位于今年热盘琶洲南TOD北面,两者之间仅相隔一条黄浦涌。两者都具有优越的地理位置,但为何起拍总价看起来相对实惠?

从用地公告可见,广州碎片厂南片区、沙渡路鹤洞大桥南侧橡胶厂地块,宗地面积63516平方米,但可

建设用地面积为43771平方米,计容建筑面积为150175平方米,当有超过六成的计容建筑面积,即91116平方米将用于配建安置房(安置住宅物业计算容积率建筑面积不少于65000平方米,安置商业物业计算容积率建筑面积不少于26116平方米),同时须配建相应配套的地下车位985个。配建面积之多,该地块的起拍总价仅为11亿元。



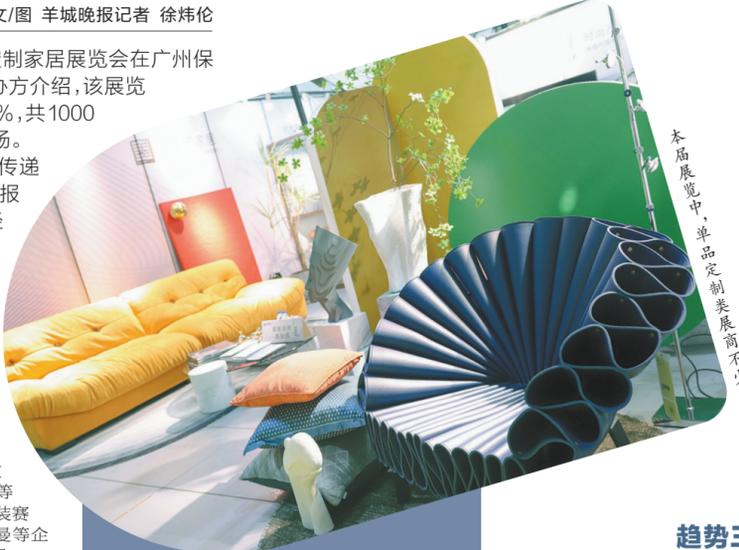
海珠区鹤洞大桥南广州碎片厂南片区、沙渡路鹤洞大桥北侧橡胶厂地块需配置安置房

广州定制家居展观察 规模扩大,行业迎来三大趋势

文/图 羊城晚报记者 徐炜伦

6月23日至6月25日,第11届中国广州定制家居展览会在广州保利世贸博览馆和广州国际采购中心举行,据主办方介绍,该展览会总面积约14万平方米,规模对比上届增长35%,共1000余家展商参展,其间还将举办大小活动共30余场。

作为广州定制家居行业盛会,该展览会也传递出现阶段国内家装界发展趋势的信号。羊城晚报记者走访了解到,整装定制占比提高、定制年轻化、单品定制是定制家居行业三大发展趋势。



本届展览中,单品定制展商不少

趋势一:整装定制占比提高

自2016年广州定制家居展览会确立主题为定制“元”年以来,历届主题都以一个最能突显潮流趋势的字命名。本届广州定制家居展览会主题为定制“整”年,也意味着整装定制在家装市场上的占比越来越高。

据了解,整装即帮助消费者实现从一个房子到一个家,是服务商用一站式装修、“整装全套餐”等为消费者提供硬装、定制家居、成品家具、软装、电器的一体化设计和一站式服务。有业内人士通俗介绍,与传统的全屋定制相比,整装多出

了施工这一环节。早在今年年初该展览主题发布会上,广东省定制家居协会秘书长曾勇就提到,2021年,不仅欧派、索菲亚、尚品宅配等头部家居企业入局整装赛道,顶固、玛格、诗尼曼等企业也纷纷开展整装业务。

记者巡展发现,本届展览会除全屋定制占了3个分馆以外,还有独立1个分馆的定制整装馆。有参展商向记者表示,因省时省事的一站式服务,前来展展的业主更青睐于整装的方案。

趋势二:定制设计和产品更趋年轻化

在广州保利世贸博览馆展出的定制家居,年轻潮流方式设计的展厅吸引了众多参观人士,其中包括不少年轻消费群体。广东卡卡家具有限公司定制家居事业部总经理江辰向记者介绍,卡卡一直重视年轻群体的定制需求,年轻一代消费群体主要的特征一是“悦己主义”,这类群体选择定制主要关心自身的舒适度;二是个性化明显;三是自身喜好,比如手办收藏、球鞋收藏,等等。

江辰表示:“展厅设计的色彩搭配更加大胆,既有

深沉的黑色、多彩的颜色也有新变色的处理,另外还有多种收纳柜的设计。本次参展的目的之一是想向‘Z世代’展示企业的产品设计能力。”

而在6月22日举办的2022中国定制家居行业峰会上,趋势预测机构WGSN趋势专家伍爱晶表示,如今室内设计在对标“千禧一代”或“Z世代”等年轻、前卫消费者时,会出现许多不同的因素,打破了传统的局限性,包括连接过去与未来的主题、融入智能高科技的数字舒适感以及多重色彩组合等。

消费者在试用定制产品



潮流设计风格吸引年轻消费者

趋势三:单品定制持续热门

记者走访了解到,定制家居行业除全屋定制、整家定制、整装定制以外,最传统的单品定制依旧在市场上占据重要角色。具体来看,冰箱、阳台、灯饰、地毯等单品定制企业均有出现在展览会上。

来自意大利米兰的嵌入式冰箱品牌伽洛夫选择在广州首发其新品全温区整体式嵌冰,据参展的工作人员介绍,嵌入式冰箱的定制目前在中国仍是小众,该品牌希望借此机会进入这个细分市场。

记者还留意到,不少阳台定制企业现身第11届中国广州定制家居展览会。据了解,阳台定制近年来发展迅速,一度被业内称为是定制家居行业的风口。

展会传递出的趋势不止上述内容,业内人士还表示,性价比、情绪治愈空间、环保材料等都是今年定制家居行业的关键词。据悉,第11届中国广州定制家居展览会观众预计将达到35万人次,如广东省定制家居协会会长张挺所言,过去两年来,家居行业发展受到阻力,但行业仍在积极向上发展。

行家齐聚

消费者如何选择服务? 企业如何应对数字化转型潮流? 坐论定制家居未来之路

文/图 羊城晚报记者 徐炜伦

6月22日,2022中国定制家居行业峰会(以下简称“峰会”)在广州举行,该峰会主题为“整生态·启新局”,由广东省定制家居协会、广东衣柜行业协会联合主办,吸引了多家相关企业参与。

定制家居行业发展趋势如何?在营销活动中,消费者权益能否得到保障?峰会上相关企业代表及行业专家进行了讨论。

消费者端:“套餐价”之外的“增项”问题如何解决?

如今,不少主流家装企业对外发布“整装”套餐过程中,常常将“0增项”承诺放在显眼位置。据了解,“0增项”即消费者在签订装修合同时,装修方承诺整个过程中不会再添加新的费用。然而在现实中,增项是装修行业的常态,消费者更是对各式各样的增项说明防不胜防。

峰会上,三峰整家定制董事长刘飞表示,如今很多“套餐”最后都变成了“套路”,很多企业在最早发布“套餐价”的时候,都是整体标价的套餐,但在实施过程中却发现,这些价格未必适用每一间房子,因为每一间房子都不一样,需求也不一样。

刘飞认为,无论是出于营销手段还是在过程中确实遇到了新增项目的问题,家

装企业在满足消费者需求的同时,都要诚实对待,“现在的消费者都非常精明,如果欺骗了消费者一次,那下次消费者是否还会选择这家企业,需要打一个问号。”刘飞说。

“整装套餐价”是否能成为装修标准?对此,索菲亚直营整装事业部总经理胡庆兵认为,行业内对“整装”还没有一个标准,不过行业在探索的时候会有一些标签化、趋势化的观点,“比如‘套餐’明细表,以往的主材品类可能会有很多品牌,如今的企业基本上都是在合作品牌的‘短名单’中挑选,这样可以减少利益分配分散化,减少‘套餐外增项’问题,做到交付体验的省时省心。”胡庆兵说。

企业端:家居企业在进行数字化转型时如何避坑?

相对于传统家居,定制家居差异化明显,对于数字化、智能化的要求更高。目前,定制家居数字化制造模式逐渐形成,家居信息化管控技术逐渐成熟,家居企业如何应对数字化转型的发展挑战?

对此,百得胜家居联合创始人刘树雄认为,如今人们对个性化需求越来越高,意味着定制家居制造需要承接的品类越来越多,如果不实现数字化转型,企业将难以适应市场的发展。刘树雄表示,数字化转型是“一把手”工程,不仅仅是信息部门的工作,更是整个企业的思维更新。

峰会上,广东工业大学机电工程学院袁清珂教授分析

指出,定制家居企业目前的痛点是在消费者进行个性化定制后,因系统数据不统一,企业在拆单及排产的过程中耗费过多的人力物力,实现数字化转型就需要实现“个性化定制+拆单+排产”的一体化。

专家家居智能装备定制广州赛志系统科技有限公司总经理张岩松进一步分析认为,要做到大规模定制化的生产,就要实现数字化,“其实定制家居企业在数字化的建库、渲染图、排产、ERP管理等方面都做得不错,但不够完美的是生产端的数字化。”

张岩松表示,要实现生产的数字化需要避开三个坑:一是,避免把生产数字化系

统做成标准系统,因为每一家企业的设备、管理能力、生产力和产品都不一样,所以生产的数字化转型也需要每一家企业定制。二是,中小企业一定要了解数字化生产的IT人员参与项目,实现数字化生产从底层控制开始与上层管理的连通。

三是避免把数字化系统做成展示系统,“数字化系统不仅仅有展示作用,其背后的数据库也能做到能汇总、能分析、能传递给每一个层级的人员真实的数据,还能实现生产端设备的自动控制,这样的数字化才是能适应市场的数字化,而不是表象的数字化。”张岩松说。