

文/图 陈泽煌

今年以来,东莞市住建局提出全市住建系统要立足“双万”新起点,从住房保障、产业发展、城乡建设、行业管理等方面重点发力,着力打造特色鲜明的现代城市建筑和大湾区高品质现代化都市。

回顾2012年以来东莞房地产行业的发展,十年间城市置业的版图不断扩大,一些原本“偏远”的镇街渐为安居热点,板块市场的主旋律已从“有房住”到“住得更好”;在开发层面,无论是本地企业还是外来企业,市场占有率也伴随着行业进展发生变化,后起之秀频出;而在产品端口,购房市场的需求正持续演变,从买房到换房,形成了从“刚需盛行”到“改善当道”的趋势。

板块价值变更:从“分散发力”到“板块聚集”

不少业内人士称,2012年至今的十年,是东莞楼市进阶发展最快的“黄金十年”。从十年前各镇街楼市的“多点开花”,到虎门、塘厦等经济强镇的市场发力,再到现如今愈发趋向主城区、松山湖、滨海湾等核心板块,曾经东莞楼市“分散式”发展,逐渐走向追求板块置业价值。

2012年正式入行的王斌,从一个到镇街跑盘拉单的“小年轻”,十年间成长为瑞城搜公司的总经理。“东莞就是我的家。”王斌对东莞从陌生到熟悉,再到后来深入研究东莞楼市的发展,这十年他对区域市场的变化感知颇深。

2012年东莞楼市客群相对单一,基本上每个镇街都只有少量楼盘在售,市场动静小,每个楼盘的客户普遍以“就近原则”为主。”王斌说。据介绍,早年因产业规划、交

通枢纽、人口红利而兴起的虎门、石龙、长安、樟木头、塘厦、厚街等镇街,当时市场成交表现很好。究其原因,有业内人士认为,以往每个镇街都有明确的“镇中心”,部分镇街的商业、生活氛围浓厚,此外前期全市楼价都处于平均水准线,2012年时期东莞全市楼价均价约7000元/平方米,不存在因区域不同而价位不同,因此有很多购房者以“就近选购”的心态为主。

随着主城区总部CBD、国贸商圈等资源的聚集,以及松山湖、滨海湾等规划的落地,在市场发展进程中,越来越多购房者意识到以上板块的价值,并在市场上迅速产生人气效应。现今东莞楼市已从前期各镇街市场的“百花齐放”,向区域市场更加集聚转变,板块价值划分得到购房人群的高度认可。



麻涌镇一在售楼盘的准现房楼栋

开发格局演变:从“本土主导”到“品牌涌进”

十年来,东莞楼市的发展除了板块变更,开发商们的耕耘变迁同样令人感慨。

早期活跃在市场上的开发商,多数是作风务实的本地房企。其中,对东莞市场耕耘培育最为成功的当属光大、宏远、世纪城、三正、中惠等,而后本土的丰泰、嘉宏、鼎峰等一批新代表也迅速成长起来。这些开发商打造的楼盘、商业体等时至今日也在业内占据了份额。

同时,十年间不断有外来品牌房企进驻东莞,在各镇街实施快速扩张。例如碧桂园、中海、保利、华润置地、招商局、旭辉等“百强”房企陆续通过土地竞拍、联合开发等方式进入东莞,带来先进的产品、营销理念。

“深耕大湾区,我们不断迭代进行产品升级,先后落地了中



东莞主城区一隅 王俊伟 摄

式设计、城市高端等产品系。十年间,仅在东莞就实现了“一镇一个碧桂园”到“一镇多碧,32个镇街全覆盖”的均衡发展。”碧桂园莞深区域助理总裁王丽莎表示,十多年来碧桂园已充分与东莞的城市发展和品质提升同频共振。

作为东莞楼市的“智囊团”——东莞市房地产业协会自

成立以来便发挥着为东莞住建系统、行业健康发展建言献策的作用。该协会秘书长陈骏良对这十年间的开发格局演变也有自己的观点:“近几年,确实有不少央企、国企以及广深品牌房企公开拿地进入东莞,这对东莞来说是一件好事,从侧面印证了东莞市场潜力,总体上起到了积极推进的作用。”

产品需求改良:从“刚需盛行”到“改善当道”

十年来,诸多开发商在顺应行业趋势的同时,也不断抓住购房者的现实需求,在不同阶段精准地推出合适的产品。“纵观东莞楼市这十年的产品变迁,基本上遵循市场导向,从刚需盛行到改善当道,是产品分化和进阶的过程。”瑞城搜总经理王斌表示。

事实上,查阅今年“金九银十”楼盘推货清单便可知,前几年的小户型房源如今鲜见,取而代之的是万科、保利、碧桂园等推出的120平方米以上户型的改善型楼盘。

“住宅供应是由需求决定的,刚需产品的盛行与早年间东莞外来人口的密集涌入不无关系。”一名东莞楼市观察人士介绍称,从买房到换房是市场不变的规律,尤其是此前购买刚需的家庭结构发生变化,于是催生出改善型换房,从小户型住宅,

到舒适三房,再到改善四五房,东莞楼市的产品供应一直随着需求而变。

需求的变化,也带来了产品分化,出现了功能改善和空间改善的分化。在现今市场上,有不少开发商践行品质人居的打造,注重业主体验。如东莞万科今年重点打造的“公园里”项目,其距离华阳湖仅约200米距离,且主体建筑也融于湖景之中,楼梯呈现一字形排开,大部分楼梯都能赏湖、亲湖;产品设计上,项目不单有临湖洋房,也有亲湖美墅。

随着购房者对住宅产品的品质需求不断提升,业内人士解读认为,东莞开发商不断满足客群需求,不断在品质上苦练内功,打造有竞争性产品,更能满足当下置业者对高品质追求,相信将在未来间接提升东莞楼市人居品质。



茶山一主打“城市副中心”与“新城居住中心”概念的在售楼盘

东莞花香郁兰团队探索运营生活垃圾分类智能化工作

为美好生活加“分” 助力打造垃圾分类东莞样板



工作人员为来访嘉宾讲解茶山镇垃圾分类工作情况

缘起:响应政策,坚守环境保护初心

提问:

自2019年“垃圾分类”逐步推广至全国各省市后,各地群众迎来垃圾分类的热潮。时至今日,垃圾分类的推进工作已得到质的提升。花香郁兰团队是基于何种契机投入这个项目?

花香公司创始人兼董事
长董超:

“垃圾分类”的概念最早要追溯到2000年,当时国家有关部门就发布了《关于公布生活垃圾收集试点城市的通知》,多年来,全国各地不断实施生活垃圾分类的推广工作。2020年,全国数十个重点城市基本建成生活垃圾分类处理系统,其他地级城市则实现了公共机构生活垃圾全覆盖。同年,东莞市人民政府印发了《东莞市生活垃圾分类三年行动方案(2020-2022年)》的通知,团队为响应国家、省市的政策,积极助力垃圾分类工作顺利开展,决定创立花香公司以着力建设智慧城市,专业做垃圾分类服



引导市民通过小程序获得“垃圾分类积分”

提问:

据了解,厨余垃圾分类是各生活社区的“老大难”问题,目前花香郁兰团队是如何解决这一难点的?在垃圾分类一站式解决方案上提供哪些服务?

花香公司副总经理兼运营总监代开锋:

以茶山镇为例,以往有些村、

社区没有进行垃圾分类。

花香公司经过一系列的探索改进,提供了贴合的服务方案,并与当地城管系统合作推广,给每村每户都发放了厨余垃圾回收桶,每天都有专门的工作人员上门回收厨余垃圾,当地居民逐渐养成了垃圾分类的好习惯。同时,基层也积极宣传使用“花香郁兰茶山小程序”进行积分兑换,还有专人指导老人孩子学习

如何领取积分、兑换奖品等。

除了对社区居民等提供宣传培训、引导巡查、便民激励、设备设施、清运回收等服务,我们还有五套体系对应解决生活垃圾产生的不同问题,包括全矩阵的宣教引导措施、科学管理的清运回收机制、互联网化的大数据云服务平台、智能型的设备设施建设、网络化管理助力垃圾分类。

渐进:精准分拣,推进标准化垃圾分类

提问:

随着智能化越来越得到各行各业重视,花香郁兰团队如何利用智能化提高分类效能?未来将投入哪些方面的力度对平台进行升级打造?

花香公司商务部总监冯景洲:

我们团队开发了许多智能化的管理系统,比如“线上小馆”小程序,又如引导员管理系统、巡查管理系统、台账管理系统、积分兑换系统等,都是在提高效

能方面的大胆尝试。

团队项目组也在联合镇街有关部门探索推行垃圾分类全流程数字化、智能化管理,现阶段部分镇街通过以上系统的使用,促进巡查引导员更加正规化,台账更加系统化。接下来,我们将在精细化管理方面与数字城管对接,将每个环节都纳入智能化监管之中,通过前端智能设备搜集数据并进行分析,对每位用户投递的垃圾种类及重量上传至云平台,实现垃圾分类

头可溯、去向可查、数据可知。由此可以统计出每户、每个村乃至整个辖区的垃圾量,并计算出厨余垃圾分出量、其他垃圾减量率、垃圾资源化利用程度等,将其作为判断生活垃圾分类的“晴雨表”,为后续加强宣传、跟进执法提供最直观的数据参考。

此外,目前团队正在研发志愿者服务管理系统,还有针对不同镇街单独开发的宣教馆管理系统、垃圾分类的管理平台和大数据平台,以数字化引领发展方向。

探析:提升效率,以数字化引领发展方向

展望:贴合需求,全方位服务打造样板

提问:

今年以来,东莞全市多举措大力开展生活垃圾分类工作,全面推进垃圾分类减量,在各镇街形成了有特色、成体系、有实效的垃圾分类模式。花香公司在此过程中作出哪些市场化运营尝试?

花香公司总经理姜凤:

垃圾分类是一项长期、艰巨的社会系统工程,既需要政府、单位、企业等发挥统筹引领作用,也需要村委会、志愿者、行业机构等密切配合和主动参与。

如今,我们服务的镇街包括茶山、大岭山、松山湖等。

其中,自2020年以来,项

目组全力协助茶山镇生活垃

圾分类工作,包括基础设施的维

护、引导员队伍的培

养和建设、垃圾分类项目

管理小组、数字化系统平

台的服务以及宣传执行垃

圾分类主题活动,我们将

在今年年底前,助力茶山

镇打造“1+4+N”垃圾分

类示范片区建设。



花香公司工作人员进行入户宣传