



南沙灵山岛首批住宅“满二”——

经纪人称，成交量高于预期，成交价“有商量”



灵山岛尖区域作为南沙区明珠湾板块开发较早的起步区，岛上住宅大多集中在交付于2021年至2022年中，且产品均有较为类似的特点。与建设较早、区域配套较为成熟的金洲·蕉门板块二手房相比，灵山岛尖住宅户型设计更为领先，而与同属明珠湾板块、目前仍在开发中的横沥岛相比，灵山岛尖的住宅项目则普遍有着低容积率的明显优势。

今年5月以来，灵山岛尖首批住宅开始逐步符合“满二”（即购买满两年）的增值税免征条件，二手住宅开始有规模地挂牌出售。10月，据贝壳公开信息，灵山岛尖部分二手住宅以低于此前一手的“破发”价格成交，个别成交单价甚至跌破2万元。近日，羊城晚报记者走访灵山岛尖区域，了解该区域二手住宅真实情况。

A

灵山岛居住环境舒适，住宅具有显著改善属性

据贝壳平台统计，灵山岛尖目前共有11个住宅小区有二手住宅挂牌，总计挂牌套数约150套，均为2022年左右交付。据德佑地产金科博翠明珠店负责人刘树科介绍，灵山岛尖各住宅小区共计户数6000余套，总户数相比较横沥岛一个较早的住宅项目湾区金融城多约30%，但却分布在十多个小区中。因此，容积率较低是灵山岛尖各住宅项目较为突出的优势之一。

受灵山岛尖整体规划所影响，该区域住宅自北向南限高逐渐降低，岛尖南侧住宅均为小高层产品以及少量叠墅。以南向望江的华润置地南沙瑞府为例，该项目均为总



灵山岛尖住宅大多为交付两年左右的次新房 受访者提供

B

买卖租赁成交量均超预期

自今年6月左右绿城柳岸晓风成交一套建筑面积约97平方米的三房户型以来，灵山岛尖在贝壳平台的成交量在15套左右，由于样本不够充足，成交均价的参考价值存在一定的不确定性，但从走势来看，大体与广州市二手的大趋势走向一致，在9月至最低谷，之后稍有回升，不过幅度有限。

以绿城柳岸晓风为例，首单成交的97平方米户型总价约为268万元，单价约27629元，9月成交的同户型顶层单位价格则为206万元，单价约21237元。而最近，该小区成交的两套同面积单位分别为总价227万元的顶层单位和235万元的中层单位。刘树科表示，尽管挂牌量没有显著的差异，但目前灵山

岛尖住宅在贝壳平台的实际成交有超过50%来自绿城柳岸晓风小区，越秀明珠天悦江湾、华润南沙瑞府、金科明珠博翠均只有一两个成交个案，参考价值不大，但作为一个刚刚开始有二手集中挂牌，且总共仅有6000余户的区域来看，二手的挂牌量和成交量都高于预期。

另一个出乎意料之处是租赁行情，据介绍，9月贝壳灵山岛区域租赁成交额达200余万元。灵山岛租客大多是在珠江新城工作的人群，通过地铁18号线通勤时长为30至40分钟，在灵山岛，3000元左右的租金可以选择90平方米左右的三房户型，但同等租金在天河则较难整租电梯楼小区。

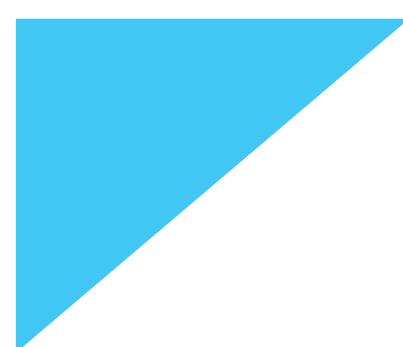
C

新房竞争+业主急售，二手价格“破发”

“实际上我们这边的二手买家大多是横沥岛的一手楼盘看完楼过来的。”刘树科告诉记者。由于近一年来横沥岛新房均价大幅回调，部分一手项目已经出现了价格与周边二手“倒挂”的现象。据了解，以横沥岛东北侧某临江项目为例，该项目个别单位在议价后最低单价可达2万元以内，2.3万元单价几乎可以任选楼层。因此在价格上，灵山岛的二手其实并无优势，主要还是依靠已经开学的湾区实验学校和低密度的优势吸引业主。

另一方面，业主急售也使得部分低价交易影响均价，刘树科表示，自己接触的多位业主都急于变现，即便是无须垫资过户的业主，也希望快速出手。在区域内总体样本量不大的情况下，这些降价促成交易的行为对整体价格影响相当大。

据贝壳数据，目前已有成交数据的越秀明珠天悦江湾、华润南沙瑞府、金科博翠明珠、绿城柳岸晓风、灵山岛茂湾等项目近期成交均价均在1.8万—2.5万元/平方米之间，均已低于项目开盘时的均价，个别业主割肉出让，价格跌幅近40%。



设计行业趋向出海、智能、高定 业内呼吁加强设计人才培育

文/图 羊城晚报记者 黄士



整家定制通过沉浸式场景讲述人居美学

12月6日-9日，2024广州设计周在琶洲开展。本届展会以“一起”为主题，在广州保利世贸博览馆、广州国际采购中心及南丰国际会展中心三馆同期举办，展览面积达18万平方米，汇聚超20个国家和地区的逾1000家设计机构和品牌参展，展出上万件最新产品及设计作品。

羊城晚报记者在连续多日的逛展过程中发现，原创、绿色、跨界出圈相对吸睛，设计行业也趋于出海、高定、智能等方面发展。与此同时，在设计人才赋能产业转型的时代背景下，如何推动产业与人才的双向奔赴，是设计行业的重要议题。业内人士认为，AI时代对设计师提出了更高的要求。在未来，设计行业不仅要贴合产业发展趋势，也应与时俱进加强新一代具有跨界能力的设计人才培养。



12月广州土地拍卖市场持续保持热度 徐炜伦 摄

记者观察 原创、绿色、跨界出圈

在设计行业，原创设计正发挥着至关重要的作用。梁志天、吴滨、谢英凯、梁穗明等大牌设计师纷纷亮相本届广州设计周，为观众带来一场原创设计盛宴。

在保利世贸博览馆1号馆，立邦携手PONE普利策设计&壹方建筑创始人兼首席设计师梁穗明及何思伟共同打造以“MAGIC·巡回奇境”为主题的展台，展厅以山川、湖泊、原野等自然形态为灵感，呈现硬朗线性与柔美曲面的交错，使观众通过原创设计感受大自然色彩的多样变化，开启人与自然的心灵对话。

此外，可持续发展艺术装置一直都是设计周不容错过的看点，今年的设计师或关注工业废料，或聚焦设计与环境的关系，试图通过绿色的设计唤起公众对未来生活方式的思考。

记者了解到，广州设计周自创立之初便提出“设计为民生”，做“可持续设计”。比如好评如潮的刘德志、方振鹏联合策展“未来编织者”，展厅通过巧用榫卯结构，以模块化、轻体量设计，



愈来愈多的品牌锚定高定市场



智能家居引发设计行业关注

让空间变身“生态体”，提醒观众对待建筑应该心怀敬畏。

如今，跨界艺术与设计的衍生品也越来越成为市场焦点。在2024广州设计周，新能源汽车、高定旗袍等跨界元素融入展览，尽显“跨界”的魅力。

在本届设计周，萨米特联合中国台湾的设计师邵唯晏，运用

该品牌的瓷砖作为创意媒介亮相BKA主题展，呈现潮流复古与摩登艺术碰撞出的火花，炫酷的跨界创意吸睛十足。另外，“2024魔灯当代艺博会”大玩跨界，于南丰馆将当代艺术与设计融合，联动产业上下游，勾勒湾区艺术发展趋势，呈现多元艺术生态。

市场趋势 聚焦出海、智能、高定

记者从主办方了解到，本届广州设计周的预登记海外设计师和买家群体创下了历史新高。设计出海，正成为设计行业的高频词。

今年，广州设计周联合RA-RA、财富公园等品牌推动中国制造业在世界舞台的亮相。在中国设计出海方面，展会将通过“亚洲青年设计之光”“WYDF青年设计师论坛”、展览和游学路线等，为中国设计发声。此外，2024广州设计周以“一起”出海为主题，将不断推出“超级买家”服务计划、出海大会、出海之夜、出海会客厅等系列活动，让中国设计以更加自信、开放的姿态走向世界。

此外，在广州设计周，越来越多的设计师打破传统的界限，将最前沿的智能科技融、空间设计之中，“华为鸿蒙智家”和“摩根全屋智能”展厅成为整个展会中最AI的存在。

值得一提的是，本届设计周首次举办了“住进未来家”——华为全屋智能设计大赛，大赛设立了住宅、商业、公共空间及概念设计四个竞赛维度，短短3个月时间收集到来自全国各地设计师的四千多套全屋智能设计作品，引发了设计行业对全屋智能家居的关注。

相关数据显示，2023年中国“家”产业市场规模达到4万亿元，同比增长10.5%，其中高端家居的增长尤为显著。

据主办方介绍，当前人们的居住条件与美学水平越来越高，有关“家”的消费是中国家庭主要的消费支出之一。本届广州设计周充分展现了这种趋势，图

森、RARA、南洋迪克等头部高定品牌发布新品，在满足住户功能需求的同时，凸显充满艺术气息的室内空间效果，进一步抢滩高定市场。

专家建议 加强跨界人才培养

相关数据显示，2023年中国室内设计行业市场规模达3157.55亿元。面对广阔的市场前景，更好让行业在趋于出海、智能、高定等方面发展过程中站稳脚跟，越来越多的协会、企业、设计工作室关注到设计人才培养，通过产业与人才的融合，推动设计行业高质量发展。

中国建筑装饰协会住宅装饰装修和部品产业分会秘书长胡亚南告诉记者，跨界设计人才的培育对于行业至关重要。从行业角度来看，AI技术的兴起大力推动了设计行业的创新与变革，AI不仅为设计师提供了强大的工具，也对他们的技能和思维方式提出了更高的要求。随着市场对个性化和用户体验的重视，设计师需要具备跨界思维，快速响应用户反馈和市场需求。

圣都家居装饰有限公司副总经理王玉伟同样关注设计人才培养。他认为大家居企业发展的核心是设计人才，现在的家居消费环境，逐步进入一个以90、00后为主力消费群体的时代。随着年轻消费者的崛起，只有年轻设计师才能设计出满足年轻消费者群体的产品。对于行业而言，也需要青年设计师带来有趣的设计灵感和创新思维，为行业提供新颖的设计观点和设计新理念。

作为业内知名设计师，宇宙光年Fun Connection品牌创始人张耀天，一直强调跨界对于设计的重要性。他呼吁年轻设计师应当勇于打破边界，不被束缚在建筑学专业或室内设计专业这样的躯壳里，可以尝试性地去与文学、心理学接触。只有不断地去探索设计的前沿，勇敢地去挑战未知的惊喜，才能生产出更多有生命力的作品。