



实有人口净增11万人 南沙重塑楼市需求根基

近期,南沙区楼市热点不断。先是“金融30条”出台,提出“支持出台住房、人才、教育等支持政策,鼓励金融机构综合运用各种金融手段,支持南沙国际化人才特区建设”,如今再添好消息。5月17日至19日,“2025年大湾区(南沙)房地产产业链高质量发展大会”在南沙举行,广州市委常委、南沙区委书记刘炜在大会开幕式上介绍,自2024年5月至2025年4月,南沙区人口净增长达11万,实有人口已经接近130万。

据南沙区不动产登记中心数据,今年一季度,南沙新建商品住宅网签1564套,同比增加25%;二手住宅网签1292套,同比增加47%。据克而瑞数据,一季度广州商品住宅成交套数靠前的项目同样位于南沙。“五一”期间,全区新建商品房成交突破3万平方米,同比增长49%,同时还出现成交单价突破6万元/平方米的住宅单位。从数据来看,南沙区楼市似乎正在从此前过度炒作后的深度调整期走出,回归以产品质量、居住体验为底层逻辑的正常市场。

楼市消费回归居住属性,南沙新房去化周期趋稳

2018年至2021年,南沙区楼市在自贸区政策、深中通道、国际金融岛等概念的加持下进入投资潮,大量投资客带着看涨心态涌入以明珠湾板块等南沙区住宅增量较大、规划开发较晚的新区域。以其中相对早开发的明珠湾起步区——灵山岛为例,其宅地成交楼面地价最高一度突破2万元/平方米,某商住项目(公寓)一度出现单价近8万元/平方米的成交案例,横沥岛、灵山岛板块的新房也均在一段时间内均价突破4万元/平方米。

但2022年后房地产市场进入深度调整期,随着住房消费回归居住属性,南沙区楼市也由于供应量高企与需求量不匹配而陷入疲软,新房去化周期一度达30个月以上,新房以价换量、二手房割肉止损的案例屡见不鲜,无论是较为成熟的金洲-蕉门板块,还是基础设施相对欠缺的万顷沙板块,房价均

现一定程度的回调。

不过,自2024年下半年以来,南沙区也不断通过释放政策利好刺激需求,持续性地为楼市“输血”,包括在广州市多个限购区中率先解除限购、大学生购房有额外优惠、积极开展新规住宅和第四代住宅产品试点供应等。今年1月10日,南沙区住建局还印发了《南沙区关于促进房地产高质量发展的若干措施》,围绕“优化调整土地供应模式”“全面提升住房建设管理品质”“加快构建房地产新模式”三个方面,具体提出12项举措,其中“买房送学位”的政策已于近日兑现实施。

从市场数据来看,持续的政策“自救”起到了一定的效果,克而瑞数据显示,截至2025年一季度末,南沙区商品住宅库存面积为167万平方米,去化周期为18.7个月,自去年9月解除限购后整体库存量逐月下降。自2024年7月以来,去化周期也显著缩短,目前稳定在17-19个月之间,相比2024年同期压缩4-5个月。

文/图 羊城晚报记者 黄士

近日,羊城晚报记者通过梳理部分定制家居企业、软体家居企业、陶瓷卫浴企业的年报发现,过去一年,家居行业仍面临深度调整和转型压力,不少头部企业出现营收与净利润双下滑的局面,仅有个别企业实现净利润正增长。

业内人士表示,虽然去年家居行业遭遇了较大挑战,但今年以来,多个一线城市二手房成交保持增长态势,后续随着“国补”政策的持续落地和消费者信心的回暖,家居行业的整体承压情况有望得到改善。



▲软体家居行业整体延
续调整态势
►定制家居企业整体承
压,行业仍面临深度调整

B

营收、净利普遍下降,四家企业陷入亏损状态

近期,业内公认的八大软体家居企业相继发布2024年度财报。业内人士分析,顾家家居、匠心家居、梦百合、喜临门、慕思股份、皇朝家居、美克家居、曲美家居这八大软体家居企业的年报,代表着行业整体延续调整态势,但部分企业依然展现出一定的增长韧性与结构性机会。

值得一提的是,多家定制家居企业在年报中指出,行业面临的共同挑战是房地产市场调整导致的需求端疲软。其中,欧派家居援引奥维云网研究报告称,2024年家装市场仍维持“442”结构特征(新房40%、存量房40%、二手房20%),这种以新房和存量房为主导的市场结构使得家居建材行业面临双重压力:工程渠道明显承压,零售渠道也因消费预期转弱而增长乏力。



南沙区近年的基建成果为楼市的居住价值提供了保障 受访者提供

人口增长夯实需求根基,宜居新城串联黄金内湾

在5月16日开幕的“2025年大湾区(南沙)房地产产业链高质量发展大会”上,南沙区多个职能部门代表出席,介绍了南沙近年来在城市建设、政务服务、产业招商、教育医疗等领域取得的成果。

作为城市房地产市场需求端的根基,2024年,南沙区新增就业人口1.6万人,户籍高校毕业生就业率达97.7%。引进产业项目235个,其中50亿-100亿级产业项目4个,全年新设企业3.55万户,同比增长1.74倍,产业人口、技术人才、创业群体的持续涌入,为最基本的住房需求筑底。

与此同时,与快速涌入的人口相匹配的,还有教育、文化、医疗、交

通等软硬基础设施建设方面的提升,正如广州市委常委、南沙区委书记刘炜所言:“将南沙打造为一座年轻的城市”。2024年,南沙新建、扩建5所公办中小学、4所公办幼儿园,新增7110个公办学位,高考本科上线率首破70%。广州国际女子网球公开赛、草莓音乐节常态化举办,全年近百场文体活动、25项国际赛事成为南沙区靓丽的文旅招牌。中山大学附属第一(南沙)医院、广东省中医院南沙医院等多家三甲医院相继完工或投入使用。

“南沙将成为环伶仃洋黄金内湾的湾区之心。”在5月16日的大会上,华南理工大学建筑学院教授、博导,广东省创新发展研究会会长、珠江新城总规划师袁奇峰如此表示。在他看来,大湾区未来将是上述内湾九个城市的中心城区、重点城镇和功能性平台,在跨市轨道交通和高快速路网基础上共同建构的巨型城市区域功能节点网络体系,南沙的功能性和区位决定了将在这一过程中迎来战略机遇期。

2025年南沙拟供应11宗宅地

文/羊城晚报记者 范晗越

在近日举办的2025南沙区土地推介会上,南沙区2025年拟供应的11宗涉宅用地集中亮相,总用地面积超54万平方米,吸引了南沙开建、中铁建、招商蛇口、中交四航局、越秀地产、广东保利等近50家知名房企参加。

本次推介会亮相的地块分布于庆盛、横沥岛、灵山岛、万顷沙,其中庆盛枢纽区块5宗、明珠湾起步区(横沥岛、灵山岛)5宗,万顷沙1宗,其中不乏具备TOD、一线临江、沿海以及低密度等优越条件的地块,

仅南沙区市场而言,多宗地块属于近两年供少或无供应的类型。

以万顷沙明珠湾大桥东南侧地块为例,地块紧邻蕉门水道,具备一线望海景观,且容积率仅1.2,属于较为稀缺的海景低密度宅地。还有多年未供地的灵山岛此次也新增宅地1宗,地块位于灵山岛尖西部,双面环水,与广州实验教育集团湾区实验学校(已投入使用)仅一路之隔,周边汇聚多个成熟住宅项目和企业总部,市政配套完善。

2025年南沙重点推介地块

地块	地块名	用地面积 (平方米)	容积率
庆盛	庆盛港式社区北部二期地块	61371	3.5、4.0
庆盛	庆盛港式社区中部西区地块	53335	4.0
庆盛	庆盛港式社区中部东区地块	56489	4.3
庆盛	庆盛港式社区南部地块	60350	4.3
庆盛	庆盛沙公堡涌北侧地块	17813	3.1
横沥岛	横沥大道东南地块	18810	2.5
横沥岛	横沥地铁站上盖地块(4个地块)	51360	4.6-8
横沥岛	横沥地铁站上盖南侧地块(2个地块)	15226	2.0
横沥岛	横沥岛凤凰三桥东侧地块	53283	待调整
灵山岛	灵山岛西侧地块	17564	待调整
万顷沙	明珠湾大桥东南侧地块	137307	1.2



▲横沥地铁站上盖南侧地块(2个地块)
图源/广州市规划和自然资源局南沙分局

去年整体承压,专家建议—— 家居行业聚焦“智能家居”与“出海”



陶瓷卫浴行业市场竞争愈发激烈



软体家居行业:

营收、净利普遍下降,四家企业陷入亏损状态

成为增长最快的公司。此外,梦百合、喜临门、慕思股份营收分别同比增长5.94%、0.59%、0.43%,在整体承压背景下维持正增长。皇朝家居、美克家居、曲美家居、顾家家居营收同比下跌,跌幅分别为36.51%、18.83%、11.81%、3.81%。

净利润方面,匠心家居净利润同比增长67.64%,其余企业则普遍面临利润下滑的挑战。其中,梦百合净利润同比下跌幅度最大,达242.04%;美克家居净利润同比下跌46.48%,顾家家居、喜临门、皇

朝家居、慕思股份分别同比下降29.38%、24.84%、12.36%和4.36%。值得关注的是,有四家企业陷入亏损状态,分别为梦百合亏损151亿元、美克家居亏损3.64亿元、曲美家居亏损1.63亿元、皇朝家居亏损3.34亿元。

根据中研普华产业研究院发布的《2025-2030年中国软体家具行业深度调研及投资战略分析报告》显示,软体家具市场竞争激烈,但市场集中度相对较低。中小企业众多,头部企业市场份额较小,但竞争力逐渐增强。知名品牌如顾家家居、喜临门、慕思股份等凭借自身的品牌优势、规模效应和创新能力,在市场

C

市场竞争加剧, 企业龙头净利润同比下跌84.28%

随着2024年上市家居公司的年报陆续披露,陶瓷卫浴行业八大上市公司的财报也吸引了不少关注。在行业竞争持续加剧以及原材料成本上升等多重压力下,头部企业箭牌家居的净利润仅为0.67亿元,同比下跌84.28%。

从营收来看,箭牌家居以71.31亿元的营业收入位居榜首,前三名企业分别是箭牌家居、东鹏控股、蒙娜丽莎。从营收同比变动来看,仅有瑞尔特、华瓷股份实现正增长,分别为7.96%、8.79%,其余六家企业均出现不同程度的下滑,尤其是帝欧家居和蒙娜丽莎,跌幅均超过两成,显示出行业分化趋势正在加剧。

净利润方面,东鹏控股以3.28亿元净利润居首,华瓷股份与瑞尔特分别实现净利润2.05亿元与1.81亿元,分列第二、第三。从净利润同比变动来看,惠达卫浴表现最为亮眼,同比增长170.66%。相比之下,箭牌家居净

D

业内建议: 向智能家居转型升级,进一步扩展海外市场

面对行业深度调整,家居企业如何扭亏为盈?广东省定制家居协会秘书长曾勇认为,在推动行业向智能家居转型升级的同时,进一步扩展海外市场,这或将成为家居企业的破局之道。

记者了解到,当前,部分头部企业通过整合品类、优化渠道,加速智能家居全产业链布局,构建新增长极。此外,也有家居企业大力发展战略跨界和出海业务,不断拓展品牌在海外的影响力。

以去年实现净利润正增长的索菲亚为例,在出海方面,其年报显示,公司已拥有22家海外经销商,覆盖了加拿大、澳大利亚、新加坡、越南、泰国等国家和地区。同时,公司与优质海外开发商和承包商合作,为全世界约80个工程项目提供一站式全屋定制解决方案,未来将会有持续布局海外市场;在智能制造方面,索菲亚牵头完成的“大规模定制

个性化板式家具智能制造关键技术与产业化”项目荣获2023年度广东省科技进步奖一等奖。

在软体家居行业,顾家家居的转型也颇具代表性。在美的集团“人主”顾家家居后,顾家还新设两家涵盖家电业务的子公司。与此同时,美的集团也在新设家居公司,建立智能家居新平台。不难发现,家居龙头企业与家电龙头的合作,正打破传统家居行业界限,探索家居家电融合发展“大家居”赛道,以全品类新生代

利。