



# 实有人口净增11万人 南沙重塑楼市需求根基

文羊城晚报记者 范哈越

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。



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

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,房价均出现一定程度的回调。

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”的政策也于近日兑现实施。

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。

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5.35万户,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人的城市”。2024年,南沙新建、扩建5所公办小学、4所公办幼儿园,新增域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,大湾区未来将会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优势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 范哈越

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应少、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尖此次也新增宅地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

板块	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区分局

去年整体承压,专家建议——

## 家居行业聚焦“智能家居”与“出海”

文/图 羊城晚报记者 黄士

A

定制家居行业:

营收分化加剧,仅一家企业净利润正增长

据记者不完全统计,在发布2024年年报的九家上市家居企业中,仅一家企业实现净利润正增长,其余企业营收、净利润普遍下滑,甚至陷入亏损。

从营收数据来看,在这九家定制家居企业里,营收规模呈现出明显的分层态势。其中,营收突破100亿元大关的企业仅有2家,分别为欧派家居和索菲亚。欧派家居以189.25亿元独占鳌头,索菲亚则以104.94亿元紧随其后,但二者相差近85亿元。

在50亿-100亿元营收区间,仅志邦家居一家,其营收达到52.58亿元。而营收处于30亿-40亿元区间的企业共有2家,分别是尚品宅配(37.89亿元)、金牌家居(34.75亿元)。此外,营收在20亿元以下的企业有4家,包括好莱客(19.10亿元)、我乐家居(14.32亿元)、顶固集创(10.27亿元)以及皮阿诺(8.86亿元)。

具体来看,索菲亚成为唯一一家净利润微增的定制家居企业。志邦家居定制橱柜、衣柜业务出现超15%的营收下滑。尚品宅配高成本叠加需求疲软导致亏损扩大。金牌家居整体盈利仍承压。好莱客2024年大宗业务收叠叠加毛利率下滑,导致利润大幅缩水。我乐家居面临营收净利润双降,全屋定制业务支撑整体毛利率微增0.06%。顶固集创与皮阿诺面临现金流恶化与资产减值双重打击,短期扭亏难度增加。

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。



▲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

软体家居行业:

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。

从营收表现来看,顾家家居继续领跑,2024年营收达184.80亿元,与其他企业拉开较大距离。匠心家居以32.63%的同比增幅位居榜首,

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86.48%,顾家家居、喜临门、皇

朝家居、慕思股份分别同比下滑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1.51亿元、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、敏华控股等凭借自身的品牌优势、规模效应和创新能力,在市场上占据了一定的领先地位。

需要肯定的是,尽管2024年软体家居行业发展面临重重挑战,但头部企业仍在积极寻求战略转型与模式创新。例如,整家定制趋势加速推进,顾家家居推动定制与软体深度融合,构建全场景家居解决方案;慕思股份聚焦健康睡眠主业,扩展沙发及大家居业务,覆盖中高端及年轻消费群体。

C

陶瓷卫浴行业:

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行等多重压力下,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

利润仅为0.67亿元,同比下跌84.28%,创下近三年最大跌幅;蒙娜丽莎、东鹏控股、帝欧家居亦分别下滑53.06%、54.41%、13.53%。

相关数据显示,截至2024年年底,中国陶瓷卫浴行业市场规模达2200亿元,同比增长4.5%,但增速放缓,呈现稳中趋缓的态势。

作为行业龙头,箭牌家居创近三年最低值。从产品类别看,卫生陶瓷板块营收34.95亿元,占总营收的49.01%;瓷砖板块营收2.87亿元,占4.03%。该公司表示,陶瓷卫浴行业受房地产周期影响较大,行业整体面临增收不增利的挑战,因此出现了营收与利润的双双下滑,但2025年一季度经营状况已有所改善。

与其形成鲜明对比的是惠达卫浴,该公司通过积极夯实主营业务,加大应收风险管控力度,优化工程客户结构等,实现业绩逆转。

D

业内人士建议:

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跨境和出海业务,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“入主”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,建立智能家居新版图。不难发现,家居龙头与家电龙头的合作,正打破传统家居行业界限,探索家居家电融合发展的“大家居”赛道,以全品类新生态迎战家居一体化消费趋势。

在曾勇看来,当下家居行业处于行业升级转型的关键时期。“不管是整装、旧改、出海也好,还是线上、产品体系的革新,甚至是跨界融合、银发经济、适老化改造、装配式建筑、农房提升,都蕴含着巨大的市场潜力。如何获取市场,研究并适应它,是每个企业需要探索的路径。”