

星河控股37载湾区筑梦之路

从传统地产到城市运营的粤派实践

深圳

文/图 朱文庆 刘伟

在粤港澳大湾区建设如火如荼的当下，星河控股集团（以下简称“星河”）以37年的深耕实践，书写了一部从传统地产开发商向城市综合运营服务商转型的自强不息的奋斗史。作为根植广东、辐射全国的粤派房企代表，星河不仅精准把握了国家政策导向与市场需求变化的脉搏，更以前瞻性的战略布局和创新性的产品服务，重新定义“好房子”的标准与内涵，在湾区热土上构筑起一座座“产城人”和谐共生的理想之城，为行业提供可资借鉴的“星河范式”。



深圳·星河WORLD

1 政策响应者

星河标准与国家“好房子”要求的实践呼应

2025年5月住建部《住宅项目规范》的颁布实施，标志着中国房地产行业正式进入“品质时代”。新规对住宅层高、电梯配置、隔音标准等提出了明确要求——层高不低于3米、4层以上设置电梯、室内隔音≥65分贝等硬性指标，为行业树立了新的准入门槛。而早在政策出台前，星河已在多个项目中践行了这些标准。深圳星河WORLD双子塔作为369米的城市地标，不仅以超高层建筑刷新了城市天际线，更在内部空间设计上实现了4.5米的舒适层高；广州星河臻华府项目则通过创新性的结构设计，使标准层高达31.1米，达到了政策基准线。“顺应政策趋势，提前布局标准”的发展理念，正是星河生产力的最佳注脚。

在国家倡导的“安全、舒适、绿色、智慧”四维标准框架下，星河项目展现出系统性的品质优势。南沙星河东悦湾获得绿色建筑三星级认证——这是中国绿色建筑评价体系中的最高等级，项目通过立体绿化、雨水回收系统和高效节能设备，实现能耗降低30%以上；深圳银湖谷则构建了完整的智慧社区生态体系，从人脸识别门禁、智能停车系统到家庭能源管理平台，科技元素渗透至居住的每一个细节。星河控股董事长黄楚龙曾表示：“做一个成一个，一个比一个好”——这句朴素的企业信条，在实践中转化

为星河对产品品质的追求。星河对“好生活”生态的构建，早已突破传统住宅的物理边界，形成了“住宅+商业+产业”的立体城市模型。深圳福田COCO Park作为国内首个公园情景式购物中心，不仅是商业地标，更成为周边社区居民的“第三生活空间”；而星河与华南师范大学附属中学的合作办学模式，则在惠州丹堤等项目中将优质教育资源直接引入社区，创造了“目送式上学”的便利生活场景。特别值得一提的是，在海山半岛等项目中，星河还超前布局了适老化设计——无障碍通道、紧急呼叫系统、社区医疗站等设施，不仅满足政策要求的“加分项3分标准”，更体现了企业对全龄友好社区的深刻理解。

从“居住空间”到“生活系统”的价值跃迁，是星河回应政策导向的更高维度实践。在绿色标准落地方面，星河项目中的立体园林设计——如社区森林公园、露营草坪等，不仅增加了绿化率指标，更创造了丰富的户外活动场景；岭南风情商业街的规划则巧妙融合地域文化与现代商业功能，使“健康居住”从政策语言转化为可感知的生活体验。在安全与适老适幼设计上，星河通过配建学校、4公里内布局甲级医疗资源以及完善的无障碍设施，将政策要求的底线标准大大提升了。



深圳福田星河COCOPark

2 改善型市场的星河解法 以品质为核心重构居住价值逻辑



成都星河WORLD社群共建大会现场

3 城市运营的星河范式 从造房子到造城的37年进化之路

现在的中国房地产市场，改善型需求已成为主导力量。据行业数据显示，在核心城市核心板块，具备“优质地段+完善配套+卓越品质”的改善型住宅，因其稳定的流通性和可观的溢价能力，正成为资产配置的优选方向。

星河敏锐把握这一趋势，在广州南沙等战略性区域深度布局——星河丹堤、山海湾等项目不仅占据湾区核心区位，更通过“产城融投”模式整合教育、商业、产业等多元价值，形成难以复制的综合优势。这种“核心城市核心板块”的投资逻辑，使星河项目在波动市场中展现出强劲的抗风险能力。

面对行业同质化竞争，星河改善型住宅通过差异化标签实现价值提升。95-128平方米的臻装小高层产品，以“亲地尺度”重新定义高端居住——适度的建筑高度既保证了居住密度与舒适度的平衡，又创造了更亲和的社区氛围；在装修品质把控上，星河建立了一套涵盖46项设计标准化、12项室内带装修标准化、132个精工节点的严苛体系，从源头上确保产品力。更值得关注的是，星河将单一的住宅开发升级为“价值叠加”模式——每个项目都力求实现教育配套、商业活力与产业基础的协同共振，这种系统性的价值创造能力，正是其改善型产品被视为“硬通货”的根本原因。

星河控股37年的发展历程，堪称一部微观的中国城市化史诗。回望三个关键转折点，可以清晰看到这家粤派房企如何从传统开发商蜕变成为城市运营商。

1988-2000年的初创期，星河在深圳这片改革热土上埋下了“产城融合”的基因。从怡和山庄、祥和花园等早期项目，到奠定行业地位的星河明居、星河雅居、星河华居“三明珠”系列，星河逐渐形成了“住宅开发与城市发展同步”的初代理念。2006年首进广州南沙的战略决策，则展现了惊人的前瞻眼光，在当时尚属偏远的南沙投下巨资，与霍英东集团联袂开发南沙湾东苑等项目；2012年南沙被设立为国家级新区，2019年《粤港澳大湾区发展规划纲要》明确其“粤港澳全面合作示范区”定位，2022年国务院《广州南沙深化面向世界的粤港澳全面合作总体方案》出台，一系列政策利好验证了星河“区域价值建设者”的战略定位。

2010年后的转型期，星河正式确立了“城市运营探索者”的全新身份。深圳·星河WORLD作为这一阶段的代表作，从160万平方米的产城综合体发展为“产值300亿元、税收30亿元、入驻企业共2318家（含25家世界500强）”的产业高地，完美诠释了从“开发商”到“城市共建者”的进化路径。星河独创的“产·城·融·投”运营模式，通过“房东+股东”“园区+社区”“基地+基金”的创新联动，既解决了企业发展各阶段的资金需求，又创造了宜业宜居的复合生态。目前，星河WORLD已形成新一代信息技术、电商、数字创意、建筑、半导体芯片、现代服务业、人工智能七大优势产业集群，中国最高等级369米双子塔成为深圳中轴产业总部地标。

在广州这座千年商都，星河的品牌叙事呈现出独特的“产城共生”特质。以广州星河丹堤为例，项目不仅提供高品质居住空间，更通过引入优质教育资源、打造社区商业配套、组织丰富社群活动，构建了完整的“15分钟生活圈”。这种“产城人”深度融合的开发模式，使星河项目超越了传统房地产的周期波动，获得了持续的价值增长动力。

星河控股集团的城市运营实践，还包含着一份深沉的民生情怀。37年来，星河累计慈善捐款超13亿元，教育投入35亿元——从向常州市武进区教育局捐赠8000万元用于星河小学分校扩建，到在各地项目配建优质学校，星河将“兴学重教”写入企业基因。



广州星河东悦湾交付实拍图



星河智善物业提供优质服务

4 星河启示录 探索行业价值新方向的粤派智慧

星河控股37年的发展历程，为房地产行业提供了宝贵的转型启示。在政策与市场的平衡木上，星河展现出卓越的“前瞻性布局”智慧，当新规成为行业底线时，星河早已在实践中定义了“好房子”的上限。2024年，星河高品质交付超18万套房源，入选“中国房地产企业交付力TOP30”榜单。

从造房子到造城市的范式跃迁，体现了星河作为粤派房企的战略探索。以广州星河东悦湾为例，这个92万平方米的大型综合体，完美诠释了民企如何以“造城级”项目参与城市更新。通过融合住

宅、商业、教育、文化等多种功能，星河不仅提供了物理空间，更重塑了城市片区的活力生态。这种“城市针灸”式的开发策略，避免了大规模改造的社会成本，又能通过关键节点的品质提升，带动周边区域的价值觉醒。正如星河控股集团董事长黄楚龙先生所言：“星河要做五百年，不做五百强”。星河超越短期利润的长期主义，恰是行业转型期最稀缺的战略定力。

从“粤住粤美好”框架审视，星河37年发展历程堪称广东房地产行业高质量发展的鲜活样本。从深圳特区起步时的“三天一层楼”速度，到今日对产品品质、生活体验的极致追求；从单一住宅开发，到“产城融投”的生态化运营；从追求规模扩张，到“三道红线”全绿档的稳健经营……星河的每一次进化，都与广东改革开放的脉搏同频共振。

特别值得一提的是，星河将粤商文化中的“务实创新”“义利并举”精神转化为企业基因，星河控股集团董事长黄楚龙的奋斗史，本身就是“敢为人先”的粤商精神的生动体现。

房地产企业的真正价值，不在于建造了多少平方米的房子，而在于创造了多少有意义的生活场景；不在于短期的规模排名，而在于持久的品牌魅力；不在于单个项目的利润高低，而在于与城市共同成长

的速度绑定。在这个意义上，星河已经成为湾区城市化进程的重要参与者和推动者。其以“长期主义”为底色的发展哲学，不仅为行业转型提供了有益参考，更诠释了粤派企业“敢闯敢试、务实创新”的精神内核。

根植湾区的星河控股集团，正以其浩瀚如星河的创造力，持续点亮中国城市化进程中的美好生活图景。