

# 10户业主自掏腰包 改造骑楼街连片危房

成为广州市首例“全私房业主自主出资”的成片连片自主更新改造项目

文/羊城晚报记者 李海婵  
图/羊城晚报记者 李海婵(除署名外)

广州市花都区花东镇复兴街近段时间被机器的轰鸣声包围了,这一激动人心的响声打破了这片老街多年的沉寂。

没有政府包办,没有开发商介入,10户私人业主自己掏钱,将居住了三代人的危房拆除重建。这场“自下而上”的行动,也是广州市首例“全私房业主自主出资”的成片连片自主更新改造项目。

等了十多年,为何能在今年动工?对此,羊城晚报记者专程来到花都进行了一番深入的调查,探寻这个“自下而上”的样本,能否为广州3425栋在册危房的改造蹚出一条新路。



复兴街2号19号正在被拆除重建

## 连片危房“想改却改不了”

近日,记者来到花都区花东镇复兴街,只见连片骑楼已被围挡圈起,房屋主体结构已大面积被拆,但在断壁残垣间,仍可见雕花的木窗、残存的商铺招牌。“以前这里是城市,赶集时人挤人,热闹得很。”业主江艺杰站在自家7号房的废墟旁,语气里满是怀念。

复兴街2号-9号(骑楼街),始建于20世纪30年代,后历经战火、天灾,几经复建,如今建筑面积约1450平方米,近几年无人居住,仅作为仓库出租。

因长年受风雨侵蚀,骑楼出现了墙体开裂、屋顶渗漏、外立面斑驳脱落等问题,经专业机构鉴定为D级危房。根据《广州市城镇老旧小区改造实施办法(试行)》(穗建规字[2024]15号),D级危房属于“应改尽改”范畴。

“每遇台风暴雨,大家都提心吊胆。”花东镇推广社区党支部书记、居委会主任李海燕说,骑楼街历史最悠久,受损也最严重,安全隐患始终是压在大家心头的一块石头。

但更让人无奈的,是“想改也改不了”。江艺杰介绍,早在十多年前他就想建楼,可一打听流程便打了退堂鼓:“就算跑断腿也压根批不下来。”这源于骑楼房屋的特殊性:门面窄、进深大,共墙共屋顶,“只要一户不改,整排都动不了。而且产权分散,人都找不齐”。

## 危旧房改造为何难?

复兴街的改造困境并非孤例。截至2025年10月,广州全市在册危房达3425栋,结构老化、安全隐患突出,居民改造意愿强烈。然而,从“想改”到“能改”,中间隔着不止一道坎。

2026年广州市两会上,广州市政协委员朱小林分析了危旧房改造面临的普遍难题:资金筹措难、成本收益失衡是首要问题。老城区建筑密度高、空间受限,推高了改造成本;产权结构复杂,多产权人协商难度大;消防和规划技术标准等强制性规范与历史建筑现状存在矛盾,审批难以通过。此外,市场参与不足、长效运维机制缺失,也是突出短板。

广州市交通规划研究院有限公司城市设计与更新研究所所长、花都分院院长方舟表示,危旧房改造除了面临产权碎片化、用地性质混杂等问题外,还需在严守各项技术规范与解决群众实际需求之间找到平衡点,“把尺度控制在合理范围之内”。

## “天时地利人和,水到渠成”

复兴街改造的转机出现在2024年。《广州市城镇危旧房改造实施办法(试行)》(穗建规字[2024]15号)出台,明确了多产权拆除重建这一空白领域的全流程建设指引,并引入联合审核机制

短审批时间,解开了业主们十多年来“想改却改不了”的困局。

此时,恰逢花都区正纵深推进城市更新工作,花东镇推广社区居委会瞄准时机,尝试与业主沟通。“没想到一拍即合,大家都有重建的想法。”李海燕说。

2025年3月,10户业主集结到位,主动提交自主改造申请;8月至9月,完成《危房拆除重建决议书及产权人授权委托书》签署;11月,区住房和城乡建设局联动市规划和自然资源局花都分局召开现场会与专项协调会,逐一破解危房排危、产权补办、建筑高度、土地规划、审批流程等关键难点;2025年12月至2026年2月,三轮居民宣讲会,敲定设计方案,详解合同条款,实现100%业主签约。

“可以说,改造项目是天时地利人和,水到渠成!”业主代表们纷纷说道。

## “先建起来再说”解决分歧

作为广州市首例“全私房业主自主出资”的成片连片自主更新改造项目,当地创新“业主自主出资,政府引导服务”模式,蹚出一条新路。

以备受瞩目的产权难题为例,复兴街2号-9号每一户都经历过近百年买卖、继承等,产权结构复杂、归属多样,情况各不相同。为此,花都区相关部门专项研究破解骑楼街复杂土地房屋产权补办路径。

4号前业主吕灿杰的房屋就是一

个典型案例。据吕灿杰介绍,房屋占地面积约50平方米,从原房主到居委会,再到吕灿杰的奶奶、爸爸,数十年间经过几轮买卖。虽然产权清晰无纠纷,但吕灿杰手头只有50多年前的地契及手写的交易证书。“在产权清晰的情况下,后续能办理不动产权证,这相当于开了绿色通道。”

成片连片危旧房改造涉及群众切身利益,既要在政策范围内运作,又要能解决实际问题。广州市交通规划研究院有限公司为复兴街的项目提供全过程的技术支持,方舟介绍,在“原拆原建”基础上,他们充分回应居民希望建筑适当增高的诉求,在最大限度降低对周边影响、不降低既有标准且符合技术规范的前提下,将建筑高度适当提升至7.5米,有效改善了居住环境。

多户业主难免众口难调,也出现过意见分歧。按照要求,屋顶必须采用斜坡面设计,“这对日常使用来说不太方便,但为了能把房子建起来,大家愿意妥协。”江艺杰说,这种“先建起来再说”的共识,贯穿了整个协商过程,让10户人家在不到一年的时间里,从申请走到了开工。

截至2025年10月,广州全市在册危房达3425栋。未来,危旧房改造之路艰辛漫长。方舟坦言,多产权土地并宗、产权归宗、地下空间开发利用等诸多难题仍待解决、探索。复兴街2号-9号(骑楼街)的改造,或许只是广州城市更新进程中的一小步,但它所承载的探索模式,为3425栋在册危房改造提供了一个可以期待的答案。

## 广货行天下 · 米兰小哥广东行

米兰小哥卡雷姆开启在东莞第3天的旅程

## 感受“东莞优品”品质 体验“篮球城市”魅力

文/羊城晚报记者 文聪 张超洋  
图/羊城晚报记者 王俊伟

4月10日,米兰小哥卡雷姆(Karem)开启了在东莞第3天的旅程。与“东莞鞋王”互动共舞,前往京东MALL购买手机、现场观看CBA篮球赛……一颗小小的酥心糖不仅甜了卡雷姆的味蕾,也牵出了这段跨国情缘和深度体验“东莞优品”与“篮球城市”魅力的奇妙之旅。

### 穿平衡鞋欢乐起舞

近一年来,被誉为“东莞鞋王”的尹积琪频频在镜头前穿着自家女款高跟鞋,与高管们组成“CHCH高跟鞋男团”,用一场场颠覆认知的“高跟鞋男团舞”,吸引着各地对东莞制造的关注。

10日上午,卡雷姆首先来到了东莞厚街祈祈服饰工厂店,亲身体验以舒适度为核心、兼顾功能与美学的平衡鞋,直观感受“广货行天下”的品质底气。脚踏女款高跟鞋的尹积琪向卡雷姆介绍完企业产品后,特意为他送上一双同款高跟鞋。穿上这双特别的鞋子,卡雷姆说:“这是一种很新鲜的体验,感觉像是踩在云朵上一样。”

当动感音乐在大厅内响起,尹积琪邀请卡雷姆与“CHCH高跟鞋男团”共舞。卡雷姆穿上一双黑色平衡鞋,笑着加入到男团之中。虽然舞蹈不够娴熟,但他已经在欢声笑语中切身感受到了“东莞优品”的品质。

在慕思健康睡眠股份有限公司,卡雷姆参观了超级智慧工厂,沉浸式感受数智赋能的健康睡眠创新体系,亲身领略“东莞·制造美学之城”的生产之精、设计之巧、产品之优。

体验AI智能自适应床垫时,卡雷姆当场发出真诚感叹:“我可以把它带回意大利吗?我认真的!”据工作人员介绍,这款床垫搭载健康睡眠管理系统,运用非接触式睡眠检测与心肺耦合技术,可无感监测心率、呼吸、深睡眠质量数据,实时生成专业睡眠报告,生动展现东莞智造在健康生活领域的前沿实力。

拿着慕思赠送的智慧枕,卡雷姆向记者坦言:“这是最新的科技,要是米兰有门店,我一定会买!”

### 现场选购莞产手机

全球每5部智能手机就有一部产自东莞,一部智能手机中95%的零部件,均可在东莞“一小时交通圈”内完成配套。这不仅是东莞产业链高效协同的集中体现,更是广东制造业韧性与竞争力的真实写照。

经过前两天的走访,卡雷姆对中国手机已经“种草”。10日中午,他前往位于东莞东城的京东MALL,柜台上摆放着多款手机,令其目不暇给。卡雷姆想选择一款性价比高、摄影效果好的中国手机,在店员的推荐和讲解下,他先后试用了VIVO IQ Z10X、OPPO A6 Pro、OPPO A6三款手机。经过反复比较,最终购买了OPPO A6。

“在我们这购机可以享受国补、门店优惠、东莞制造满2000减

100、离境退税等多重优惠。”店员告诉记者,卡雷姆购买的那款手机是1799元,离境时能按照总价的约10%予以退税。

VIVO和OPPO是“东莞优品”,也是东莞智能移动终端产业集群的代表。该集群不仅跻身国家级先进制造业行列,VIVO、OPPO、华为为三大品牌手机还闪耀世界舞台。数据显示,从2009年到2025年,东莞手机年产量从约1200万台飙升至近2.08亿台,16年增长超17倍,勾勒出一条令世界瞩目的产业增长曲线,完成了从“加工制造”到“品牌创造”的价值跨越。

### 制作香包体验“打酱油”

沉香和古法酿造酱油都是中国传统文化的一部分。10日下午,卡雷姆前往东莞市寮步镇,先后参观了东莞市中国沉香博物馆和又一味酱园。在沉香博物馆,他了解了沉香的悠久历史、文化传承与传统制作工艺,从香料的形成、采集到应用,一步步感受中国传统香文化的深厚底蕴。

互动环节中,工作人员向卡雷姆展示了古法篆香技艺,莲花状的香粉点燃后青烟袅袅,香气清幽绵长,卡雷姆对这项雅致的篆香技艺很是喜爱。而在亲手制作香包时,卡雷姆笑着说:“来到沉香博物馆,香包里一定要多放沉香。等回到意大利,我要把这份满载东方香气与美好寓意的香包亲手送给妻子和孩子,让家人也一同感受来自中国的独特韵味。”

来到又一味酱园,卡雷姆参观了天然晒场,酱料文化展厅,观摩古法酿造酱油、寮步豆酱的制作工艺,还亲手体验传统“打酱油”。对于工作人员端上的酱味、酱油雪糕、豆酱蛋糕等创新非遗美食,卡雷姆逐一品尝,其中,他对酱油雪糕赞不绝口,连连竖起大拇指。

### 沉浸式体验东莞篮球热情

东莞素有“全国篮球城市”之称,广东宏远“十一冠王”的荣耀背后,是全市近7000个球场、每年超5000场赛事沉淀出的篮球文化。

作为此次行程的重头戏,卡雷姆一行特意前往东莞篮球中心,在CBA赛场观看广东东阳光对阵吉林队的比赛。卡雷姆认真学习应援口号,用中英双语高声喊出“Go Tigers! 东莞加油!”,为广东东阳光加油助威。他还与可爱的华南虎吉祥物亲密互动、合影留念。沉浸式体验CBA主场氛围。比赛过程中,东莞球迷激情满满,卡雷姆也全程专注观赛。当球队打出精彩配合,他鼓掌欢呼,完全融入这座城市独有的篮球热情之中。



卡雷姆现场观看CBA篮球赛

## 情绪消费新玩法

# “盲勺”热潮背后引争议

羊城晚报记者 杭莹

## 随机一勺,凭什么卖到2000元?

“盲勺”这一消费模式,最初由中国博主ReRe Gift在TikTok上首创。2025年10月,她发布的一条沉浸式“盲勺”订单打包视频迅速走红,播放量突破1580万次,收获超130万次点赞。

一单“盲勺”包含约20件商品加1个礼物,店铺产品有18美元的基础款,也有295美元的“全品类幸运盲勺”高端套餐。一堆价值可能低至数十元的小商品经富有仪式感的包装后,售价达18-295美元。

新颖的形式让消费者颇有开盲盒的快乐,该博主的产品销量大涨。这迅速吸引了一批卖家跟随。此热潮迅速从海外蔓延至国内。在抖音等平台上,越来越多卖家效仿这一模式,商家发布的“盲勺”视频动辄收获成千上万的播放量。

## 体验溢价:情绪消费的底层逻辑

“盲勺”为何能让全球消费者心甘情愿支付数十倍的溢价?

在短视频平台上,没有精致的产品展示,没有华丽的广告台词,画面里只有一把勺子、一堆五颜六色的珠子,加上缓慢舀取、兑换小商品并装袋的全程记录——这样的视频,播放量动辄成千上万。这是当下最新“出圈”的消费现象:“盲勺”。

“盲勺”,指的是消费者下单“一勺”后,卖家通过录视频直播的方式,记录从一大盒珠子中舀出一勺,并兑换成相应商品,打包寄给买家的过程。珠子的样式各不相同,每种样式都对卖家提前设置好的一件商品,通常是外形粉嫩可爱的文具类小商品。

一套包含20件小商品的“盲勺”礼盒,售价可达2000元。人们心甘情愿为一勺价值可能只有几十元的小物件支付数十倍的溢价,背后究竟发生了什么?

根据QYResearch的报告,全球盲盒手办市场销售额至2031年预计将达到918.1亿元,年复合增长率达9.5%。上海市消费者权益保护委员会副秘书长唐健盛指出:“我们现在的消费已经从以往的功能型消费转向了情绪型消费或情感型消费。以‘00后’为代表的新生代对消费的获得感来源于两个方面:第一,他们非常努力追求商品和服务的性价比;第二,就是盲盒、卡牌、玩偶、二次元等情感型、情绪型的消费。”

而“盲勺”所贩卖的,正是一整套情绪体验。不确定性带来的期待感、打包过程的治愈感、收到“专属礼物”的惊喜感。“盲勺”不仅继承了传统盲盒用随机性制造惊喜的底层逻辑,更通过全程可视化的打包过程,让用户产生“专属礼物”的情感投射。

评论区的用户纷纷“许愿”“点勺”,这种参与感让消费者从被动购买者变成了体验的共创者。这种“内容即广告、过程即商品”的模式,也让消费者为情绪价值而非实物功能买单。

## 争议频现,谁在透支信任?

热闹之下,“盲勺”的争议也随之而来。

多位专家指出,“盲勺”单纯依靠情绪卖点,没有原创IP和品牌壁垒,最终会被价格战和同质化竞争吞噬。中国社会科学院财经战略研究院研究员黄浩提醒,如果“盲勺”消费没有文化创意赋能,很可能只是短期泡沫。

在“盲勺”视频下,也常见消费者质疑,称收到的商品与视频展示货不对板,且多为未经官方IP授权的盗版或仿制品,协商退货也容易与商家发生扯皮。还有消费者反映商家恶意抬高价格、隐瞒商品出现概率。有消费者在黑猫投诉留言称,商家网店宣传视频里的物品在实际销售中长期缺货,而且不支持退换货。

据了解,去年底,TikTok部分地区已将“盲勺”类内容定性为赌博行为,封禁大量直播间,禁止商品上架,卖家只能通过跳转自建站完成交易。专家提醒在国内开始流行“盲勺”的当下,平台应当加强审核,遏制虚假营销与劣质产品泛滥。消费者也当擦亮眼睛,可以为情绪价值出价,但不必为过度溢价与无用商品买单。