

旧改十年成本超300亿 合生创展如何应对“康鹭之变”？

本报记者 陈婷 赵毅 广州报道

一条仅能容一辆小汽车通行的马路，在广州“制衣村”隔出两个世界，一边是挖掘机紧张作业的拆迁现场，一边是寻找客户的制衣厂家。同一时空下，正在演绎两种不同的忙碌景象。

这里是位于广州市海珠区中部的康乐村和鹭江村，自上世纪90年代以来，这个以纺织业闻名的区域逐渐发展成为一个繁荣的制衣中心，形成广州独特的“制衣村”，人口密度极高。2023年，“凤和(康乐村、鹭江村)城中村改造项目”(以下简称“康鹭片区旧改”)纳入广州2023年度计划。近日，这一项目实施方案获表决通过，改造加速铺开。

康鹭片区旧改体量之大，有着“巨无霸旧改项目”的称号。实施方案显示，该项目改造范围总用地面积为110.25公顷，规划计容总建筑面积377.98万平方米，预计用10年时间、按四期分期实施，改造成本为304.65亿元。这是近年来广州投资总额最大的旧改项目，实施主体为合生创展(0754.HK)。

合生创展在业内有“隐形地主”之称，其极少现身于公开招拍挂市场，但依靠早期“囤地”和参与旧改，合生创展在广州有不少开发项目，其中近半布局在海珠区。不过，由合生创展负责实施的海珠区前进路旧改项目现已超过10年未完工。

对于康鹭片区旧改下一步工作开展及资金使用等，《中国经营报》记者致函合生创展方面，但截至发稿未获回应。广州市海珠区委宣传部方面就相关问题答复记者称：“以政府官网发布的信息为准。”

“制衣村”更新改造倒计时

这里的制衣产业活动依然活跃，但一片忙碌背后，康鹭片区旧改正在紧锣密鼓地进行。

“诚寻客户！牛仔衬衣、小香风、女装全品类”“诚寻客户！针织套装、连衣裙，长期合作！”……在一家手机维修店门口，两块写着粉笔字的小黑板在一堆LED广告牌中格外显眼，只要有人靠近驻足，小黑板的“主人”便会从街对面跑来，上前攀谈。

这是制衣厂家的“自制广告牌”，在康乐村和鹭江村沿街随处可见，这里的一切仿佛都可以为“制衣”服务，除了摆放在地的小黑板，居民楼外墙、小食店和照相馆门头上都贴着制衣相关广告。横跨河涌的小桥上，厂家手拿布料当街寻找客户，若能初步达成共识，双方便会一同前往巷子里的工厂进行实地考察。

记者近日走访康乐村、鹭江村了解到，这里的制衣产业活动依然活跃，但一片忙碌背后，康鹭片区旧改正在紧锣密鼓地进行。

5月24日，广州市海珠区凤阳街凤和经济联合社(康鹭片区旧改的改造主体，以下简称“凤和经济联合社”)公告康鹭片区旧改实施方案的表决结果。公告显示，5月

21—23日，凤和经济联合社召开康乐村、鹭江村13个经济社全体股民大会，就广州市海珠区住房和建设局2024年5月13日批复的《广州市海珠区凤和(康乐村、鹭江村)城中村改造项目实施方案》(以下简称《实施方案》)全部内容条款进行表决，最终以92.27%的同意率表决通过。

据“凤和更新改造”微信公众号披露，康鹭片区旧改位于中大国际创新生态核心区，北至新港西路，毗邻中山大学，南临新滘西路，东至广州大道南，西至瑞康路，片区范围内有地铁8号线、10号线(在建)、11号线(在建)经过，设有鹭江站、中大南门站、五凤站(在建)、逸景路站(在建)。

广州市海珠区凤阳街道商会相关负责人曾公开表示，康鹭片区长期存在建筑密集、空气不流通、电线乱拉挂等情况，握手楼比比皆是，消防车难以进入。“由于空间狭窄黑暗，导致这里做不了大产业，基本都是小作坊，产业工人流动性大，产业业态不稳定。康鹭片区的更新改造将为中大纺织商圈高质

量发展带来新机遇。按照更新规划，中大纺织商圈将延续纺织时尚产业优势和经济活力，构建更为安全、有序、健康的生产经营环境，有效推动商圈从传统商品交易市场向国际时尚中心转型。”

康鹭片区旧改涉及康乐村、鹭江村两个自然村。其中康乐村改造范围用地面积60.83公顷，鹭江村改造范围用地面积49.35公顷。现状总建筑面积约330万平方米，户籍人口6914人，常住人口约13万人，人口密度达到11.96万人/平方公里。2018年11月，凤和经济联合社及属下康乐村、鹭江村各经济社征求全体组织成员的改造意愿，表决同意率97.19%；2021年1月，经表决同意，合生创展被选定为康鹭片区旧改正式合作企业。

去年底，康鹭片区旧改开始加速推进。据“凤和更新改造”微信公众号披露，2023年11月30日，该项目启动首期复建安置区集体物业清退工作；2023年12月31日，康鹭片区旧改正式实现“首拆”，康乐村中约南新街涌边一巷两栋楼房被拆除。今年4月28日，项目首期



有着“制衣村”之称的康鹭片区旧改提速。

本报资料室/图

复建安置区拆卸工作完成。

记者近日走访康鹭片区看到，部分街边商铺已关门停业，被围挡

遮掩，写上“拆”字。路边有工人正在拆除电线，路的出入口设置路障，限制通行。

“信达系”两年前介入

“信达系”的介入是否能为康鹭片区旧改背书？

根据广州市规划和自然资源局官网公布的《广州市城市更新专项规划(2021—2035年)》及《广州市城中村改造专项规划(2021—2035年)》，康鹭片区旧改将在2021—2035年推进。目前，康鹭片区旧改拆迁安置补偿方案正在进行征询意见公示，截止日期为2024年6月15日。

康鹭片区的现状并非一朝一夕的偶然，因此，推进旧改并非易事。记者注意到，根据《实施方案》，项目《实施方案》批复后3年内未达到补偿安置协议签约要求的，项目《实施方案》应当重新报批。然而，补偿安置协议往往涉及错综复杂的利益，其中，村民是否认可实施主体的信用是重要的影响因素之一。“主要是怕烂尾。”有

村民表示。

《实施方案》显示，康鹭片区旧改采取全面改造方式，以凤和经济联合社为改造主体；以合作改造模式实施更新改造，由合生创展作为实施主体，负责具体的实施工作。改造成本304.65亿元(含融资地块预估土地使用权出让金60.93亿元)，如实际改造成本超出304.65亿元，由实施主体自行承担超出部分的费用，政府不再安排融资面积。其中，复建安置资金总额243.54亿元，实施主体应按照相关规定筹集改造资金，并纳入政府监管。

改造建设时序方面，康鹭片区旧改按四期分期实施，每一期改造中，复建安置房、配套基础设施和公共服务设施应先于融资区完成建设。每一片(期)签订补偿安置

协议达到该片(期)被拆迁安置的村民(含村改居后的居民)和世居祖屋权属人总人数80%以上后，可按该片(期)实施计划启动房屋拆除及后续相关工作。

截至目前，合生创展资金筹集进展如何、已投入多少资金？记者就此联系采访合生创展方面，但未能获得答复。

记者了解到，负责康鹭片区旧改的主体公司为广州市天盟投资有限公司，其由广州悦庆投资有限公司(以下简称“广州悦庆”)100%持股，广州悦庆由广州悦达投资有限公司(合生创展关联公司)持股85%。2022年2月，海南建信投资有限公司(以下简称“海南建信”)进入广州悦庆，持股15%。经过股权穿透，海南建信为中国信达

(1359.HK)旗下公司。“信达系”的介入是否能为康鹭片区旧改背书？尚待观察。

近年来，合生创展被市场贴上“高溢价、多囤地、慢周转”等标签。仅在广州，合生创展目前已介入10余个旧改项目，但多数进展缓慢。

年报显示，截至2023年年末，合生创展在海珠区的前进路项目、TIT项目(科贸园)无完工面积，两个项目总面积分别约20.89万平方米、90.47万平方米。据悉，这两个项目已滞缓超10年。此前，合生创展预计前进路项目2026年可完工20.89万平方米，TIT项目2024年、2025年的完工面积分别为24.93万平方米、65.54万平方米。

值得注意的是，去年3月召开

的投资者会议上，合生创展方面透露，前进路项目、TIT项目及康鹭片区旧改的预计货值分别在120亿元、500亿元、900亿元以上。只不过，尚难完工的项目距离销售额兑现仍任重道远。

2023年年报显示，合生创展营收同比增长26%至342.92亿港元，毛利同比增长15%至94.96亿港元，核心利润同比增长114%至23.14亿港元。截至2023年年末，合生创展总资产约2886.94亿港元，现金及银行结余约153.68亿港元，债务总额约868.55亿港元，资产负债率为71%。2023年，合生创展累计合约销售额约325.83亿元。今年前4个月，公司合约销售额约54.04亿元，物业合约销售平均售价为26964元/平方米。

楼市新政“三箭齐发” 家居建材业迎焕新机遇

本报记者 陈靖斌 广州报道

最近，为了稳定房地产市场、振兴经济，中央多个部门陆续推出了一系列利好政策。这些政策的实施对房地产及其相关产业链的激励效应不容忽视，特别是对于家居建材行业而言，政策的利好不仅直接推动了家居建材市场的活跃度，还为该行业的长期发展注入了

家居企业紧抓焕新机遇

5月17日，央行相继发布了三项重要政策：将首套和二套房贷款的最低首付比例分别降至不低于15%和不低于25%，取消了全国层面的首套和二套房贷款利率政策下限，并下调了个人住房公积金贷款利率。

随着楼市新政的“三箭齐发”，购房者的置业成本进一步降低。同时，住房“以旧换新”政策的力度也在加强，截至5月22日，全国已有超过60个城市支持住房“以旧换新”，其中大部分城市已经开始实施。

在这种背景下，尚品宅配、索菲亚等家居企业纷纷抓住焕新机遇，推出了一系列产品优惠措施，以促进家居消费。

例如，尚品宅配与保利物业、美的置业、越秀服务、万科、雅居乐、卓越物业、睿尚等地产物业和智能家居公司共同启动了随心选

新的活力。

银河证券的研究报告指出，中央提出地产方面的政策指引，各地纷纷加速发布并实施各类政策，未来需求的释放有望支撑家居行业的景气程度。

《中国经营报》记者在采访中了解到，为了响应新政策的号召，尚品宅配、索菲亚等多家家居龙头企业也抓住这一机遇，积极扩大内

需，以促进家居消费。

资深产业经济观察家梁振鹏告诉记者，近期出台的多项重磅地产政策以及“以旧换新”政策的推出，将对家居建材企业产生深远的影响。“首先，这些政策将降低购房者的置房成本，进而刺激家居建材的需求增长。这意味着家居建材企业将拥有更多的销售机会。其次，这些政策将推动家居建材行业的技

术创新和产品升级。由于政策鼓励绿色、智能、节能的家居建材产品，企业需要投入更多的研发资源，以开发符合市场需求的新产品。”

“此外，这些政策还可能促进家居建材市场的规范化。政策将打击投机取巧、假冒伪劣等不良行为，使市场环境更加公平、透明，有利于企业间的公平竞争。”梁振鹏表示。

中国消费者都向往高质量的美好生活。

具体来说，在此次活动政策上，索菲亚推出了旧厨房、旧卫浴焕新和全屋旧家电焕新的方案。此外，家居装修作为耐用品，必须确保质量和时效。对于“以旧



索菲亚“以旧换新”活动现场。

陈靖斌/摄影

换新”，索菲亚不仅要求高质量，还注重时效性。为此，索菲亚与严选的合作伙伴共同提供解决方案，并推进标准化流程的实施。例如，48小时换橱和9天全屋焕新服务，确保消费者能够及时享受到高品质的服务。

另外，本月环比降幅最高的分指数是“人气指数”，达到163.28，环比下降10.52点，同比下降10.45点。当前，建材家居市场竞争加剧的一个重要表现是流量竞争，在消费者需求多样化的变化下，行业从流量集中转向了流量碎片化，建材家居卖场的“人气聚拢”难度日益加大。

中国建筑材料流通协会建议，全国建材家居企业要保持信心，积极把握当前扩内需、促消费的政策机遇，加快发展新质生产力，即加快技术创新的步伐，提升产品附加值，以适应家居消费高端化、智能化、多元化的新需求。

然而，尽管出现了这些积极的迹象，家居建材行业的发展仍然任重道远。梁振鹏指出，由于家居建材市场的准入门槛相对较低，市场竞争激烈，很多小企业仍然难以生存。由于行业的技术门槛相对较低，许多企业缺乏自主研发和创新能力，家居建材企业也难以推出具有竞争力的新产品。此外，许多企业缺乏品牌意识，缺乏有效的营销手段和渠道，难以拓展市场份额。针对这一情况，梁振鹏建议，政府应加强行业监管，打击违规行为，维护市场秩序，为行业创造一个公平竞争的环境。企业应加大研发投入，提高自主创新能力，推出符合市场需求的新产品，提高竞争力。同时，企业还应注重品牌建设，提高品牌知名度和美誉度，拓展市场份额。此外，企业应优化供应链管理，降低成本，提高效率，增强竞争力。

家居建材消费活力显现

最近，随着楼市政策的不断优化，家居建材行业迎来了一波“小阳春”。

商务部流通业发展司立项、中国建筑材料流通协会发布的信息显示，4月份全国建材家居景气指数(BHI)达到117.65。各地相继出台“以旧换新”政策，再加上传统旺季因素的作用，4月建材家居消费活力明显，全国建材家居市场的“小阳春”行情将得到延续。

相关数据显示，1—4月全国规模以上建材家居卖场累计销售额为4242.68亿元，同比下降12.49%。中国建筑材料流通协会介绍说，尽管4月全国建材家居市场的营销节奏略有放缓，但在各地“以旧换新”政策和传统旺季因素的推动下，建材家居消费需求仍然持续释放，4月全国规模以上建材家居卖场销售额达到1114.56亿元，虽然环比下降6.88%，但整体数据基数依然较高。

从BHI的各分指数来看，本月“经理人信心指数”达到191.70，环比上涨30.14点，环比涨幅居首位，且其绝对值为69.49(高于50表示看好后市，低于50表示看弱后市)，继续保持在较高景气区间。中国建筑材料流通协会认为，这表明企业对行业短期内市场预期保持乐观，也与当前的政策环境密切相关。近年来，政府对行业给予了一定的政策支持和引导，尤其是一些省市将消费品“以旧换新”活动与消费券发放、商圈补贴等措施结合起来，对家居、家电等消费产生了一定的拉动作用。