

# 抢滩“金九银十” 大湾区多地出台楼市新政

中经记者 陈婷 赵毅 深圳报道

“公积金新政利好，国庆买房正当时！”

国庆长假第一天，广州市番禺区一个新盘项目售楼处现场人头攒动，入口处大屏上显示的上述几个大字格外显眼。销售人员

一边热情地接待到访的客户，一边详细介绍楼盘情况及近期出台的楼市新政。

贝壳平台数据显示，10月1日—2日，广州市新房成交1200套，截至10月5日累计成交2400套，日均成交约480套，尽管相比2024年同期有所下降，但较2023

年同期增长约2.5倍。“在节前公积金新政和各开发商促销带动之下，广州楼市交易比较活跃。”广东省住房政策研究中心首席研究员李宇嘉对《中国经营报》记者表示。

9月28日，广州住房公积金管理中心及相关部门联合发布《关于优化住房公积金提取政策的通

知》(即“公积金新政”)，当中进一步扩大公积金用于购房首付款的提取范围，房源类型从“预售商品住房”扩至“现售商品住房、存量商品住房、配售型保障性住房及共有产权住房”，不限制首套或二套住房，实现购房情形全覆盖。

无独有偶，国庆前夕，东莞市

相关部门联合印发《关于进一步优化房地产政策措施的通知》，其中提及实施阶段性购房补贴，最高不超过3万元；中山市推出2025年港澳市场全营销活动，凡成功推荐港澳居民在中山市购买新房可获现金奖励，同时对所有在中山市购买新房的购房人在

缴纳契税后实施梯度奖补。9月初，深圳市放宽住房限购政策，引起市场高度关注。乐有家研究中心方面对记者表示，新政对深圳新房市场的去化带动明显。随着返程人员增多，10月7日整体看房量和签约量明显增长，已达国庆最高峰。

## 楼盘顺势营销

深圳、东莞、广州等地自9月以来纷纷出台楼市新政。政策利好叠加传统销售旺季，许多楼盘借此机会“抢滩”市场。

“新政支持现房可提取公积金支付首付款。国庆实现房，全年抄底惠！”国庆长假一连8天，中海地产旗下广州现房项目促销活动不断。10月7日，该项目销售人员对记者表示，已超额完成“国庆指标”。

国庆前夕，敏捷集团旗下广州新房项目推出“先认筹先选房”“认筹转认购送物业费”“认筹享98折”等措施；保利推出“购房节”相关促销活动，包括首付超长分期、享租房补贴1万元、送车位使用权等优惠；珠实地产指定项目指定户型成交可享家装家电礼包；碧桂园东莞项目推出“总裁特批特惠房”“保价至国庆”等营销措施。“折上折”“过零点涨价3%”“认筹金2万元抵8万元”……记者注意到，直至国庆长假最后一天，不少在售楼盘仍在奋力促销。

开发商为冲刺业绩加大营销力度背后，深圳、东莞、广州等地自9月以来纷纷出台楼市新政。政策利好叠加传统销售旺季，许多楼盘借此机会“抢滩”市场。

9月5日晚11点，深圳市住房和建设局、中国人民银行深圳市分行发布《关于进一步优化调整本市房地产政策措施的通知》，分区优化调整居民及企事业单位购买商品住房政策，并优化调整个人住房信贷政策。

中指研究院政策研究总监陈文静对记者表示，此次深圳楼市新政收窄住房限购范围，符合条件家庭在规定区域内不限购房套数，政策优化更为精确，有助于提振市场预期，促进市场止跌回稳。

9月17日，中山市住房和城乡建设局发布《关于开展2025年港澳市场全营销活动及扩大2025年“新中山人安家中山”活动奖补范围的通知》，2025年9月17日至2026年3月31日24:00，凡成功推荐

港澳居民在中山市范围内购买新建商品房(限住宅、公寓、商业办公)的推荐人，该市住建局按购房发票票面金额1%(税前)给予现金奖励，房地产开发企业按购房发票票面金额原则上不低于2%(税前)给予现金奖励(奖励细则由房企制定并实施)；2025年9月17日至2025年10月31日24:00，对所有在中山市购买新建商品住房的购房人(不限制户籍，不限制就业)在缴纳契税后实施梯度奖补。

9月25日，东莞市住房和城乡建设局发布《关于进一步优化房地产政策措施的通知》，对2025年9月25日至2025年12月31日期间在东莞市购买新建商品住房(“三限房”及人才房、回迁房等非市场化商品房除外)、完成合同网签及备案，并在2026年3月31日前足额缴纳契税的购房人，给予购房合同总价2%、最高不超过3万元的购房补贴。

紧接着，广州市出台公积金新政，其中明确缴存人及其配偶购买广州市行政区域内现售商品住房、存量商品住房、配售型保障性住房和共有产权住房，可申请提取住房公积金用于支付购房首付款；住宅实施老旧电梯更新改造亦可申请提取住房公积金用于支付家庭分摊费用。

除此之外，佛山、广州相关部门分别牵头组织开展“好房节”“好房焕新季”活动，保利、招商蛇口、越秀地产等多家房企参会，并推出相关房源承诺“保价”。克而瑞业务板块广佛团队分析指出，广佛两地在“金九”节点推出“保价”活动，一方面是为了持续增强市场活动，释放更多购买力，从而推动成交企稳。另一方面，由官方背书的“保价”及助推其他房企营销活动的开展，强化了房企诚信责任，也提升了购房者的入市信心，加快其进场脚步。



国庆长假期间，广州市番禺区一个项目的售楼处现场。

陈婷/摄影

## 带动市场热度

有销售顾问对记者表示，成交表现较好的楼盘主要聚焦在核心区域，外围区域相对冷清。

“新政出台当天即便是工作日，我们也有7套成交。”广州一处现房楼盘的置业顾问王小对记者说道。而在国庆长假期间，该项目也接待了众多到访客户。“房子早看好了，就是卡着国庆下定，优惠多。”10月1日接近凌晨1点，张先生在广州市海珠区买下一套94平方米三房户型的房子。

看房热潮下，相关数据显示，10月1日—3日，广州市荔湾区商品住宅共成交76套，到访1663组；日均到访554组，环比9月日均量增长25%；日均认购25.3套，环比9月日均量增长38%。

据“广州天河发布”微信公众号披露，有项目国庆首日成交额超5000万元；个别项目国庆首日到访量超120组，单日成交金额破2亿元；有项目在9月27日开

盘日销超200套后，10月1日再售出超50套，三日成交超百套，吸引超千组客户到访。据统计，10月1日—7日，黄埔区主要44个在建在售楼盘累计到访7575组，较去年同期增长近8%，整体呈现出供需两旺的态势，有多个项目7天总销售额超过2亿元。

万科广佛公司方面透露，10月1日—8日，旗下项目共成交535套，销售金额累计12.51亿元，目标完成率274%。不过，也有销售顾问对记者表示，成交表现较好的楼盘主要聚焦在核心区域，外围区域相对冷清。

放眼整个市场，据广州中原研究发展部统计，国庆长假期间，广州整体一二手市场同比表现较弱，成交主要集中在假期初段，长假效应影响不大。重点150个标杆项目的盘均来访量259组，同

比下降34%，盘均认购量10.2套，同比下降61%，转化率为3.9%。整体市场热度较去年同期明显回落，主要原因在于对比去年同期广州松绑限购，今年缺乏重磅利好支撑；节前已有多个新盘抢跑，假期内买家、业主出游、返乡，二手置业需求未能及时释放等。

在深圳，据乐有家研究中心监测，今年国庆长假期间整体新房、二手房中介门店的签约量及看房量与去年同期相比均有所下降，主要是因为不同时期的政策影响力不同，且今年深圳整体楼市与去年相比较为稳定。2025年1—9月，深圳全市一手住宅网签29770套，二手住宅网签38508套，对比去年1—9月分别增长22%、17%。

中原地产研究院提供的数

据显示，东莞楼市新政出台当

周，9月22日—28日，东莞全市在售约115个项目来访量环比下降9%，认购量环比增长16%；东莞市一手住宅网签211套，同比增长54%，环比下降11%，网签面积、网签均价同比分别增长59%、85%。

展望四季度，李宇嘉分析认为，四季度是楼市交易旺季，一方面开发商要冲刺全年业绩，必然会在优质房源供应(特别是“好房子”产品)、促销政策推出等方面有很多动作。另一方面，各地近期也在积极储备政策，假期前后多地在推进房票安置、加大购房补贴、公积金提取的用途、商办车位去库存、存量土地收储等方面有诸多措施。基于此，预计四季度各地楼市交易将明显好于三季度，全年将呈现出“前面高、中间低、后面略翘尾”的走势。

# 美的与华为共筑产业“第二增长曲线” 智能家居撬动万亿市场

中经记者 陈婧斌 广州报道

## 聚焦“技术赋能+场景落地”

自华为加速布局智能汽车产业以来，其跨界合作的边界也在不断拓展。如今，这家科技巨头的“朋友圈”进一步延伸至家电领域。

日前，美的集团与华为正式签署战略合作协议。根据协议，双方将充分发挥各自在智能制造与信息通信领域的优势，在企业管理、AIGC应用、ICT基础设施、绿色低碳、云计算、产品研发及国际化等多个关键领域展开深度合作，共同推进星闪与开源鸿蒙生态建设，携手打造跨产业协同的新范式。

业内人士普遍认为，这一合作不仅是两大行业巨头的强强联合，更是中国科技产业链深度融合、加速智能化协同的又一次典型实践。

浙大城市学院副教授林先平指出，跨界协同确实可能成为大企业合作的新范式，特别是在“人·车·家”互联和数字能源等前沿领域。

“这种模式能够有效整合资源、优化效率，但前提是双方需在数据共享、接口标准和责任划分上提前布局。”林先平强调。

他同时提醒，跨产业合作的可持续性取决于机制建设。“在推进联合创新的同时，要强化数据合规与安全治理，确保跨行业数据流动符合法规要求；持续评估合作项目的社会与环境效益，从而实现真正的长期共赢。”

## 智能家居市场规模将超1.1万亿元

事实上，记者梳理发现，美的与华为的战略合作已持续近12年，而此次战略合作协议的签署，则标志着双方在多个关键领域的协同合作进入了新的深水区。

回顾双方合作历程可见，二者的“技术联盟”脉络清晰且逐步深化。2013年，美的与华为首次签订“物联网智能家电领域”战略合作协议；2014年，美的携手华为推动智慧家电云服务创新；2018年，美的与华为在智能家居协议中实现设备互联互通；2020年，美的联合华为与中国电信共建“5G+工业互联网应用示范区”；

同年7月，双方关系正式升级为战略合作伙伴。这一系列布局，为今日的深度合作奠定了坚实的技术与产业基础。

与此同时，美的集团在智能家居业务上的稳健增长，也为双方合作注入了现实支撑。美的集团2025年半年报显示，公司上半年实现营业总收入2523亿元，同比增长15.7%；归母净利润260亿元，同比增长25%。其中，智能家居业务收入达1672亿元，同比增长13.3%，成为拉动业绩增长的核心引擎之一。

行业层面上，智能家居产业

能家居、智能制造等场景的前沿应用开展联合研究，重点突破多模态AI算法优化、边缘智能计算、AI安全与隐私保护等技术瓶颈，以推动人工智能核心技术的产业化落地。

在智慧工厂方面，美的将依托自研的视觉大模型算法平台，结合华为昇腾AI视觉检测技术，进一步提升生产效率与产品质量稳定性。同时，华为还将与美的旗下美云智数合作推进CAPP、MOM等工业软件系统的开发与应用，并提

供AI算力服务，共同赋能制造业的数字化与智能化转型。

在智慧家庭领域，美的将携手华为海思与开源鸿蒙，共同打造智能家电与家居一体化解决方案，推动家电产品的智能化升级与用户体验的全面提升。双方将进一步深化全屋智能生态合作，实现跨品牌设备的互联互通与场景联动，共创“鸿蒙智选”系列产品，为用户带来更流畅、更智能的全屋体验。

同时，双方还将联合推动智

慧家庭互联互通标准建设，探索制定行业标准化方案，发挥大型企业协同示范作用，加快我国智能家居生态体系建设。

除智能制造与智慧家庭外，双方合作还将延伸至“人·车·家”互联互通、数字能源温控产品、医疗影像设备数智化改造等领域。同时，美的旗下库卡机器人与安得智联供应链业务也将与华为供应链体系对接，形成上下游高效协同的新格局。

美的集团相关负责人在接受《中国经营报》记者采访时表示，此次战略合作协议的签署，标志着美的与华为的合作进入全新阶段。未来，双方将以技术协同和场景创新为驱动，共同探索智能制造与智慧生活的更多可能，为产业发展和社会进步持续贡献力量。

相比众多具体项目，不少行业专家更关注此次合作背后所代表的战略意义——家居生态与鸿蒙生态的深度融合。

美的集团相关负责人在接受《中国经营报》记者采访时表示，此次战略合作协议的签署，标志着美的与华为的合作进入全新阶段。未来，双方将以技术协同和场景创新为驱动，共同探索智能制造与智慧生活的更多可能，为产业发展和社会进步持续贡献力量。

数据显示，华为目前已与超过20家车企建立合作关系，旗下问界品牌表现突出，仅上半年累计交付量便超过14.7万辆，单车平均成交价突破40万元，展现出强劲的市场竞争力。

科方得智库研究负责人张新源也认为，跨产业链协同正成为产业演进的新方向，其核心价值在于打破传统行业边界，构建系统级的整体解决方案。“在这个过程中，企业间的技术互补、数据共享与标准共建，将成为推动产业升级的重要动力。”张新源表示。

美的集团相关负责人在接受《中国经营报》记者采访时表示，此次战略合作协议的签署，标志着美的与华为的合作进入全新阶段。未来，双方将以技术协同和场景创新为驱动，共同探索智能制造与智慧生活的更多可能，为产业发展和社会进步持续贡献力量。

数据显示，华为目前已与超过20家车企建立合作关系，旗下问界品牌表现突出，仅上半年累计交付量便超过14.7万辆，单车平均成交价突破40万元，展现出强劲的市场竞争力。

科方得智库研究负责人张新源也认为，跨产业链协同正成为产业演进的新方向，其核心价值在于打破传统行业边界，构建系统级的整体解决方案。“在这个过程中，企业间的技术互补、数据共享与标准共建，将成为推动产业升级的重要动力。”张新源表示。

研究院发布的《2024中国智能家居行业全景图谱》显示，2023年我国智能家居市场规模已突破7100亿元，预计到2029年有望达到万亿元级别。中国智能家居产业联盟数据亦显示，2023年市场规模为7157.1亿元，预计到2027年智能家居市场规模将超过1.1万亿元。市场空间的持续放大，也为美的与华为深化生态协同提供了充分的成长想象力。

今年8月，美的集团正式发布“全屋智能”战略，勾勒出“AI Agent能力+智能家居·家电融合矩阵+人·车·家生态”三位一体的新智能版图。该战略强调以AI驱动用户体验革新，通过焕新“美的美居”App实现与用户的深度交互；通过家电与家居系统的深度融合，提供全场景智慧生活解决方案；携手生态伙伴共建“开放共融、资源共享”的“人·车·家”智能生态，进一步丰富美的的智能生活体系。

这一布局也意味着，美的正借助华为鸿蒙生态的开放能力，积极探索汽车智能化新赛道。从“人·车·家”生态视角来看，随着智能汽车保有量快速增长，“汽车成为下一代智能终端与生态人

口”已成为产业共识。

数据显示，华为目前已与超过20家车企建立合作关系，旗下问界品牌表现突出，仅上半年累计交付量便超过14.7万辆，单车平均成交价突破40万元，展现出强劲的市场竞争力。

科方得智库研究负责人张新源也认为，跨产业链协同正成为产业演进的新方向，其核心价值在于打破传统行业边界，构建系统级的整体解决方案。“在这个过程中，企业间的技术互补、数据共享与标准共建，将成为推动产业升级的重要动力。”张新源表示。