

# 权益拿地金额TOP100房企前11个月拿地耗资8478亿元

■本报记者 陈 潇

中指研究院发布的最新数据显示,2025年前11个月,权益拿地金额TOP100房企拿地总额为8478亿元,同比增长14.1%,延续增长态势。

从整体表现来看,头部企业保持领先态势。其中,中海企业发展集团有限公司(以下简称“中海地产”)以870亿元拿地金额位列榜首;绿城中国控股有限公司(以下简称“绿城中国”)以588亿元排名第二,招商局蛇口工业区控股股份有限公司(以下简称“招商蛇口”)拿地金额为564亿元,位列第三。

TOP100房企(按全国拿地金额计算)拿地金额占权益拿地金额TOP100房企的比例超过50%,拿地集中度较高。

从各城市群拿地积极性来看,今年前11个月,长三角TOP100房企(按长三角拿地金额计算)拿地金额2738亿元,位居四大城市群之首;京津冀TOP100房企(按京津冀拿地金额计算)拿地金额1060亿元,位列第二;中西部TOP100房企(按中西部拿地金额

计算)拿地金额602亿元,位居第三。

“长三角区域人口持续流入,奠定了其坚实的住房需求基础,确保了楼盘快速销售和资金回笼,相较于其他区域,长三角市场虽竞争激烈,但为房企提供了确定性和安全边际,使得该区域拿地金额一直位列各区域之首。”中指研究院企业研究总监刘水向《证券日报》记者表示。

11月单月,民营房企拿地较为活跃,通过联合国企拿地,聚焦优势区域独立拿地,当月在热点一二线核心城市建立了相应的优势。例如,金沙鹭岛房地产开发有限责任公司在成都经过35轮竞价以3.37亿元竞得成都郫都区一地块,溢价率39.53%。总的来看,民营房企依旧集中在自身优势区域拿地深耕。

从新增货值来看,中海地产、招商蛇口和绿城中国位列前三。2025年1月份至11月份,中海地产新增货值规模为1963亿元,招商蛇口新增货值规模为1833亿元,两家企业均通过获取上海城市更新项目,货值得以大幅提升。绿城中国新增货值规模为



王琳/制图

1293亿元,位列第三。TOP100房企(以新增货值计算)2025年前11个月新增货值总额11446亿元,占TOP100房企的47.1%。

“从新增货值结构来看,头部房企占比仍较高,TOP100房企新增货值占TOP100房企近五成,集中度处于近年高位。”上海易居房

地产研究院副院长严跃进对《证券日报》记者表示,随着头部房企在销售能力、融资能力和品牌能力上的优势进一步巩固,行业分化或将继续扩大。

展望全年,严跃进表示,四季度房企普遍回归“现金流优先”的经营思路,部分企业适度收紧投

资节奏,使得年末拿地趋于平稳。但从结构来看,热点城市和核心板块的土地活跃度仍有支撑,民营房企的回归也在强化市场预期。预计2025年优质房企全年拿地金额将保持温和增长态势,增速较前三季度有所收窄,但仍将维持在正区间。

## 多地推进智慧“好房子”建设

■本报记者 张芎逸

建设安全、舒适、绿色、智慧“好房子”是当前和今后一个时期推动房地产高质量发展的抓手之一。其中,融合应用大数据、AI(人工智能)等新一代信息技术,提升住宅智能化水平,是推动“好房子”建设的重要发力方向。

近期,我国多地面向高品质居住需求,强化科技赋能,推动全屋智能、智慧安防等在“好房子”中的应用。

据深圳市住房和建设局11月28日消息,深圳市住房和建设局、深圳市工业和信息化局近日联合印发了《深圳市关于加快全屋智能应用推广和产业

发展的行动方案(2026—2028年)》(以下简称《行动方案》)。《行动方案》以推进“好房子”建设为着力点,丰富拓展多场景应用,打造全屋智能新型产业集群,提高居住品质、改善人居环境,助力深圳打造创新、

宜居、美丽、韧性、文明、智慧的现代化人民城市。

上海易居房地产研究院副院长严跃进对《证券日报》记者表示,深圳本次发布的《行动方案》在全国“好房子”建设及城市工作中具有示范引领意义,释放了积极的政策信号。

“从58安居客研究院统计的数据看,全国购房者对于‘智能化’的关注度呈不断提升态势,越是年轻人群,对于‘智能化’的需求比例就越高。”58安居客研究院院长张波表示,深圳此次发布的《行动方案》也迎合了市场相关需求,不但有助于提升深圳住房智能化水平,同时也可对其他城市提供可参考模板。

具体来看,《行动方案》提出,到2026年底,全屋智能产业核心竞争力进一步增强,产业生态基本形成,操作系统及芯片等基础支撑更加完备,全屋智能在新建建筑以及既有建筑改造提升等领域深入应用推

广,在公共事业与城市治理等智慧城市建设领域有效培育应用场景。

严跃进认为,《行动方案》明确以全屋智能为核心,通过操作系统、芯片等基础技术突破,推动新建建筑与既有建筑改造的智能化应用,为全国“好房子”建设提供了技术路径参考。

当前,深圳全屋智能试点项目落地见效,应用场景持续拓展。据悉,2025年,深圳市住房和建设局组织遴选深圳市第二批全屋智能建筑应用试点项目,共计13个项目入选,覆盖住宅、商务公寓、保障性租赁住房、养老院、医院、学校等多种建筑类型,全屋智能应用面积近100万平方米。

除深圳外,广州、海口等城市也在近期将推动智能家居等举措写入“好房子”相关政策文件。

广州市住房和城乡建设局10月份发布的《广州市推进“好房子”建设的工作指引(试行)》

提出,宜通过智能网关和数字家庭系统,统一管理家庭智能设备,并预留对接物业服务、社会化服务、政务服务等平台的数据接口。

海口市自然资源和规划局等部门10月份发布的《关于优化我市“好房子”规划建设管理的若干措施》也要求,推动数字家庭建设,鼓励统筹布局智能家居、智能技术的管网布线 and 安装应用。

张波认为,智能化是“好房子”智慧维度的重要体现之一。市场存在不同品牌智能设备不兼容、数据不通的问题,通过政策规范接口协议,才能更好地实现居家智能设备无缝联动,提升用户体验。

值得注意的是,推动全屋智能应用还是建设便捷高效智慧城市过程中的重要环节。国家发展改革委、住房和城乡建设部等部门10月份印发的《深化智慧城市发展推进全域数字化转型行动计划》在“深化智慧

社区建设”方面提出,推进绿色智能建筑建设,深化全屋智能应用,探索推动具身智能机器人进社区、进家庭。

严跃进认为,将全屋智能延伸至公共事业与城市治理领域,如智慧社区、能源管理等,体现了住房政策从单一居住功能向城市综合服务功能的延伸。

张波建议,“十五五”阶段的“好房子”建设应推动技术自主化、场景适配、供给分层次、生态一体化等多维度优化升级,真正实现居住品质提升与城市发展、民生需求的深度融合。

严跃进表示,未来“好房子”建设应推动智能化与绿色化深度融合,以全屋智能为基础,整合光伏建筑一体化、低碳材料等技术,降低能耗的同时提升居住便利性,例如通过AI系统自动调节室内温湿度、照明等。应用智能化、数字化技术建设智慧“好小区”,也有助于社区管理水平的提升。

## 从“产品出海”到产业扎根 冷链家电企业深耕东南亚市场

■本报记者 刘 钊

近期,青岛海容商用冷链股份有限公司(以下简称“海容冷链”)、海尔智家股份有限公司(以下简称“海尔智家”)、澳柯玛股份有限公司(以下简称“澳柯玛”)等冷链家电企业相继在印尼进行重磅投资,密集启动冷链设备生产基地建设,掀起了中国家电企业深耕东南亚市场的新热潮。

北京博星证券投资顾问有限公司研究所所长邢星对《证券日报》记者表示,作为东盟最大的经济体和二十国集团重要成员,印尼拥有优越的区位优势、旺盛的市场需求和利好的投资政策。中国家电企业项目落地,不仅有助于完善当地产业链生态,更将重塑全球家电产业的供应链格局。

### 产业集群化落地

中国家电企业在印尼的布局并非简单的产能复制,而是基于市场需求与企业战略的精准卡位,形成了各具特色又互为补充的冷链制造集群。

11月29日开业的海容冷链印尼工厂,是海容冷链首个海外生产基地,承载着该公司全球化战略落地的核心使命。该项目总投资4.67亿元人民币,厂区占地面积超7万平方米,建筑面积达10万余平方米,从2024年9月份开工到正式投产仅用15个

月,创下了同类项目建设的高效纪录。

开业的背后是海容冷链对东南亚商用冷链市场的深刻洞察。当地人口密集、常年高温,商超、便利店、餐饮等业态对冷冻冷藏展示柜、智能售货柜的需求旺盛,且下沉市场仍处于蓝海阶段。因此,工厂设计理论年产能50万台,全面覆盖四大主营产品线,既填补了当地中高端商用冷链设备的供给缺口,又通过本地化生产将产品交付周期缩短30%以上,大幅提升了东南亚及周边市场的响应效率。

海容冷链相关负责人表示,印尼工厂的正式投产,不仅能大幅缩短产品交付周期、提升本地化服务响应效率,更能有效规避国际贸易壁垒风险,增强国际客户对供货稳定性的信任,为全球业务拓展奠定坚实基础。

11月27日,海尔印尼冷柜基地正式奠基,规划年产能达100万台。与海容冷链聚焦商用市场不同,海尔智家的布局更凸显“全场景覆盖+生态化运营”的特点。

海尔印尼电器有限公司总经理张守江对《证券日报》记者表示,针对当地炎热气候、大家庭生活场景及电商物流发展趋势,项目将打造集研发、生产、供应链于一体的智能基地,年产100万台定制化冷柜产品,既满足印尼本土家庭保鲜、商业存储的核心需求,更将辐射北美、东南亚、中东非等广阔市场。

更早启动的澳柯玛印尼智能制造工厂,则选择了“分步建设、梯度发力”的稳健路径。10月20日开工的该项目位于三宝壟市肯达尔园区,总建筑面积约4.11万平方米,规划年产能50万台冰箱(柜),分两期推进建设:一期聚焦冷柜(含展示柜)生产线,建设期14个月;二期将于2027年底前启动冰箱生产线建设,2028年正式投产。

澳柯玛的战略考量尤为清晰,即依托荷达尔经济特区的政策红利与区位优势,先以成熟的冷柜产品打开本地市场,再逐步拓展冰箱产品线,形成家用与商用冷链的全覆盖。同时,工厂将引入低温制冷、绿色节能及智能物联等先进技术,打造“研发—生产—销售”一体化产业基地,既满足印尼市场的成长需求,又能借助强大的物流网络辐射周边国家,实现“立足印尼、服务区域”的发展目标。

三家企业的项目总产能已达200万台,形成了商用与家用互补、短期投产与长期布局结合、技术创新与本土化运营并重的冷链制造集群效应。这种集群化布局不仅降低了单个企业的供应链成本、提升了区域产业话语权,更推动印尼从冷链产品进口国向制造国转型,为当地产业链升级注入了强劲动力。

### 战略布局拓宽市场

中国家电企业密集落子印

尼,绝非偶然的投资选择,而是全球贸易环境、市场需求变化、企业发展战略三重因素共振的必然结果。

从企业战略来看,布局印尼是中国家电企业从“产品出海”向“产业出海”“品牌出海”转型的关键一步。中国家电企业在东南亚的发展已走过三个阶段:2017年以前以自主品牌出口为主;2018年至2023年为规避关税进行部分产业转移;2024年至今则进入全面投资阶段,兼顾外贸与本地市场,追求“本土化研发、本土化生产、本土化服务”的深度融合。

从外部环境来看,规避国际贸易壁垒、构建更具韧性的全球供应链,是企业布局的核心考量之一。近年来,全球贸易保护主义抬头,美国等主要市场关税政策多变,传统的“中国生产、全球出口”模式面临持续挑战。而印尼作为东盟成员国,享有区域全面经济伙伴关系协定(RCEP)等多边贸易框架的红利,国内企业在当地设厂可借助原产地规则,有效降低关税成本,规避贸易壁垒风险。

银河证券分析师认为,海外产能释放已成为家电企业应对国际贸易波动的关键举措,而印尼凭借稳定的政治环境、利好的投资政策,成为企业海外布局的首选目的地。

从市场潜力来看,东南亚已成为全球家电产业最具增长活力的新兴市场。该地区人口超6

亿,城镇化进程加快,中产阶级规模持续扩大,且常年高温的气候特征使得冷链设备成为刚需产品,市场需求年均增速保持在15%以上。

更重要的是,东南亚下沉市场的冷链基础设施仍处于完善阶段,商用冷链的渗透率不足30%,存在巨大的市场空白。海容冷链、海尔智家等企业的布局,正是瞄准了这一蓝海市场,通过本地化生产快速抢占市场份额,同时借助印尼的区位优势辐射更广阔的周边市场。

有业内人士对《证券日报》记者表示,海尔智家尊重当地文化习俗,将“人单合一”模式与印尼发展愿景相结合;澳柯玛推行本地化运营策略,培养当地专业技术人才;海容冷链则构建了高度自动化的智能制造体系,既保证产品品质,又为当地提供了高质量就业岗位。这种深度本土化运营,不仅让企业更精准地满足用户需求,更提升了品牌在当地的认可度与忠诚度,为长期发展奠定了基础。

随着中国冷链家电企业产能逐步释放,印尼将成为全球冷链设备制造的重要基地之一。然而挑战同样存在,三星、LG等国际品牌仍在东南亚持续加大投入,市场竞争将日趋激烈。这就要求中国家电企业必须在产品创新、服务完善、文化融合等方面持续发力,以技术优势抢占高端市场,以本土化运营巩固大众市场。

## AI存力需求高景气度有望延续

■本报记者 丁 蓉

“我经历过上一轮存储产品周期,但今年9月底以来的涨幅,是以前从没见过的。以一款内存为例,两个月涨了3倍多。现在客户来询价,我都是实时刷新报价。”11月30日,广东深圳华强北市场经销商章杰向《证券日报》记者表示。

随着全球AI(人工智能)技术持续演进,大模型逐步从训练阶段迈向推理阶段,对存力的需求攀升,让存力“走到”聚光灯下。自9月份以来,全球存储产品迎来一波快速涨价。

对于本轮涨价的根本原因,深圳市时创意电子股份有限公司董事长倪黄忠向《证券日报》记者表示,这是由于存储产品在AI浪潮中的角色发生了转变。“2023年,存储产品仅为AI部署中的一个成本部件,当时业界聚焦的都是算力,存储更多的是跟着算力当成了一个成本项在考量。但随着AI推理大模型的落地,以存代算成了降本增效的核心路径,存储产品彻底从幕后走到了台前,它也不再是AI算力中可有可无的配件,而是成为AI基础设施集约化发展中的战略性物资。”

集邦咨询顾问(深圳)有限公司资深研究副总经理吴雅婷在接受《证券日报》记者采访时表示:“展望2026年,我们预估DRAM(动态随机存取存储器)的均价将同比增长58%,且这一预估数字较为保守。回顾上一轮大存储周期,2016年至2018年,在需求的带动下,全球存储产品价格连续上涨了约8个季度至9个季度。我们认为,这一轮的周期的持续时间有望比上一轮更长。”

多家机构对存储行业景气度持续性作出研判。国金证券研报显示,存储超级大周期拉开序幕,目前判断2026年全年处于供需偏紧的状态。长城证券研报认为,对解决AI推理存储问题的创新方案需求激增。此外,已有客户主动寻求长期供应保障,部分已开始洽谈2027年供货协议。因此,受益AI需求持续旺盛,存储高景气度有望延续至2027年。

价格上涨已经给产业链部分企业带来正向影响,相关企业积极把握产业趋势,进行产品迭代和市场拓展。倪黄忠表示:“短期来看,公司毛利增长跟涨价有着至关重要的关系。长期毛利的保持,将跟我们未来的产品创新与进入到一些更高端客户的供应链体系,有更直接的关系。”

澜起科技股份有限公司作为DDR5国际标准的牵头制定者,在内存互连芯片领域持续保持行业领先。该公司相关负责人近日在接受机构调研时表示:“今年以来,DDR5内存接口芯片渗透显著提升,其内部子代持续迭代。第三季度,公司的DDR5第三子代RCD芯片销售收入首次超过第二子代产品,DDR5第四子代RCD芯片开始规模出货。”

深圳佰维存储科技股份有限公司在企业级领域的产品目前正处于高速发展阶段。该公司相关负责人表示:“公司已获得服务器厂商、头部互联网厂商以及国内头部原始设备制造商的核心供应商资质,并实现预量产出货。同时,公司积极深化国产化生态布局,与国产服务器厂商达成战略合作伙伴关系。”

### (上接A1版)

在下游,零售端的应对则呈现分化态势——头部品牌店依托成本转嫁能力,第一时间跟进调价,通过价格传导将税务成本压力转移至消费者;中小商户的应对方式则更为多元,部分商户暂停零售业务仅做熟客批发,还有商户主打线上直播拓宽销售渠道,或推出特别款式的黄金产品以款式吸引力拉动销量,另有少数商户为清库存尝试“线上线下双价”模式。

黄金产业链各环节的“求生术”,本质上是行业在税制改革冲击下的适应性探索。随着市场对税制规则的逐步消化,以及上下游交易模式的合规化重构,黄金产业链终将摆脱成本博弈的短期焦虑,转向更可持续的发展路径,而这也正是此次税改推动行业规范化进阶的核心要义所在。

吉林省财政科学研究所所长、研究员张依群在接受《证券日报》记者采访时表示,此次“黄金税”政策调整的核心目标,一方面是从源头强化对黄金生产供应的整体管控能力,提升国家对黄金资源的把控与调节水平,进而夯实黄金作为金融储备的战略地位;另一方面则是通过税制税率的优化,倒逼下游消费端增强黄金饰品的需求创新能力,以差异化、多元化的产品与服务满足不同群体的市场需求,最终实现黄金整体价值的提升。这也意味着,税制调整不仅为黄金生产企业释放了政策利好,更从产业链条层面推动黄金行业从单纯的价格竞争转向价值提升,助力行业实现高质量发展。

### 行业加速向规范靠拢

不论是水贝的冷,还是水贝的变,既是“黄金税”改革带来的短期“阵痛”和影响,更是黄金行业告别粗放式规模增长、迈向规范化高质量发展的必然进程。

在张依群看来,此次“黄金税”政策调整,一是把控源头,增强国家对黄金生产、价格控制能力,二是把控质量,增强黄金品质供给,驱除低价内卷的恶性竞争,三是推动创新,支持增加黄金多元消费能力,激发黄金的消费属性和金融属性,有效调节黄金供给和消费平衡。“通过税率的价格调节有助于形成上游生产国家统一管控、中游加工鼓励技术创新、下游消费实现多元发展的良性互动格局,对规范我国黄金消费市场起到重要引导作用。”

同时,世界黄金协会指出,“黄金税”改革对黄金投资需求与珠宝消费的影响存在差异:投资端,向上海黄金交易所会员购买金条金币、交易黄金ETF及积存计划均不受影响,交易所会员的市场主导地位或进一步强化;金条销售或加速增长,部分珠宝消费者或转向买金条加工以避税;消费端,金饰因税负转嫁价格上涨,需求量可能承压,但金价处于历史高位下需求弹性减弱,负面影响有限,黄金珠宝零售业或将加速整合,商家转向创新设计与工艺竞争。

值得关注的是,行业规范化并非一蹴而就,政策过渡期的配套机制仍需加快完善。在宋向清看来,监管部门要完善配套细则,优化执行节奏,为中小企业提供过渡期支持。行业协会要牵头制定标准,搭建合规平台,促进行业协作。企业主体要加速转型,头部企业提升设计与品牌溢价能力,中小企业深耕细分市场与服务。

作为“中国黄金第一街”,深圳水贝的冷暖变化,是整个黄金行业转型的微观缩影。“黄金税”的落地,短期来看,市场需直面成本、价格、交易模式的适配阵痛;但长远而言,这一调整正推动黄金行业从“规模驱动”转向“价值驱动”,形成上游统一管控、中游技术创新、下游多元素消费的良好格局。当过渡期的波动褪去,规范化的红利终将显现,中国黄金市场也将在高质量发展的轨道上,释放更持久的活力。