

中国内地建设港人社区发展策略研究

赵翀瀚

珠海华发实业股份有限公司 广东 珠海 519030

摘要：随着粤港澳大湾区建设的纵深推进与港珠澳大桥等基础设施的完善，港澳居民北上置业、生活、养老的需求日益增长。本文旨在探讨内地房地产企业如何精准把握香港客户的核心需求，通过产品设计、社区营造与服务体系的系统性创新，构建真正具有吸引力和归属感的港人社区。研究基于对香港居住现状、北上置业动因及现有港人社区案例的深入分析，提炼出“空间价值”、“文化认同”与“制度衔接”三大核心维度，并提出涵盖规划、户型、立面、景观、精装、配套及服务七大方面的具体优化策略，以为内地房企在竞争激烈的市场中开辟新赛道、提升产品竞争力提供理论参考与实践路径。

关键词：港人社区；粤港澳大湾区；房地产开发；客户需求；社区营造

引言

中国大湾区与香港因国家战略紧密相连，港珠澳大桥与粤港澳大湾区建设让两地物理和心理距离同步缩短，人员等流动愈发频繁。在此背景下，内地房地产企业面临关键课题：如何推动大湾区内地城市与香港房地产市场更深层次协同发展，这既要捕捉政策红利共性机遇，也要尊重两地市场差异，以求生存发展、同频共振。当前房地产市场竞争激烈，企业核心竞争力需从规模扩张转向深度挖掘特定客群需求。本研究聚焦“港澳客群”，目标是通过科学运营管理提升住宅产品品质内涵，精准对接其多元高品质生活诉求，构筑差异化优势，增强品牌吸引力与客户忠诚度。围绕此目标，拟解决两个关键问题：一是需求侧洞察，了解香港客户对内地住宅及配套服务的具体独特要求及背后深层动因；二是供给侧响应，探究内地房地产企业如何全链条创新优化，打造契合港人心智的“港人社区”，吸纳留住优质客群。

1 现状分析

香港陆域面积仅1106.7平方公里，6.9%用于住宅建设，人均居住面积中位数仅16平方米（不含公摊），远低于深圳、新加坡及内地家庭户人均水平，居住空间差异驱动港澳居民置业。中银香港2023年调研显示，46%受访者计划在大湾区购房，主要用于度假或退休养老，深圳最受青睐，其次是广州和中山。55岁以上受访者中，约2/3计划北上置业退休^[1]。以中山为例，2024年7-9月，香港购房者在中山前80强楼盘看房量和成交率占比均达30%，超深圳客。

香港人在内地置业原因多样：一是房价价差大，香港连续13年被评为“全球最难负担房地产市场”之首，

平均房价每平方米14.5万元，而深圳、中山、珠海等地房价远低于此；二是生活价差，内地物价低，港澳车牌有停车优惠等；三是购房政策放宽，港澳居民在大湾区内地城市购房与当地居民同等待遇，跨境汇款不受限；四是交通便利，口岸增多，香港牌照可驶入广东省；五是环境舒适，如中山宜居，美食、环境、人情味俱佳。

面对港澳购房者需求，内地开发商采取多项举措吸引港澳居民：一是价格优惠，提供专属折扣；二是赠送装修、车位等福利；三是优化购房流程，在港澳设销售点、举办展销会，提供线上看房服务；四是社区内成立内地港澳人士服务中心，开设专窗，提供政务、生活、就学、就医等29项服务。中山大学袁持平表示，医保社保、教育服务等机制衔接和民生融通，是港澳居民融入大湾区生活必须解决的后顾之忧^[2]。

2 案例研究

2.1 内地港人社区案例

2.1.1 广州番禺祈福新邨

祈福新邨是内地早期探索港人社区的成功典范。该项目明确以香港居民为主要目标客群，通过精准营销和产品定位，成功吸引了大量港人在此置业，据称其房产约70%由香港人购买，形成了典型的“回乡度假”式社区。其成功的关键在于“文化复制”策略——社区内规划建设了功能齐全、设施豪华的“会所”，这不仅是健身娱乐的场所，更是模仿香港成熟的邻里社交模式，为来自同一文化背景的业主们提供了一个增进感情、强化归属感的重要公共空间。这种对港式生活方式的移植，有效缓解了港人初到异地的疏离感。

2.1.2 广州南沙庆盛枢纽港式社区

如果说祈福新邨是1.0版本的港人社区，那么南沙庆盛

枢纽片区的规划则代表了更高阶、更系统化的2.0版本。该项目不仅仅是建几栋楼卖给港人，而是从顶层设计出发，力图打造一个全方位、沉浸式的“港味”生态圈。

港式规划标准：社区在规划阶段就引入了香港的城市规划理念和标准，例如在容积率、建筑密度、日照间距、公共空间配比等方面，尽可能贴近港人熟悉的居住尺度和环境感受，旨在实现“港人熟悉、国际一流”的双重目标。

教育配套先行：教育是家庭决策的核心考量。2022年，内地首所非营利性质的港人子弟学校——民心港人子弟学校在南沙建成并投入使用。该校完全采用香港学制，开设DSE（香港中学文凭考试）课程，并提供寄宿服务，从根本上解决了港人子女在内地接受教育的后顾之忧，是吸引年轻家庭定居的关键一招。

政策赋能产业：社区发展离不开产业支撑。南沙区专门出台了“港澳青创30条”等一系列扶持政策，为港澳青年创业团队提供租金补贴、税收减免和就业奖励。这一举措成功吸引了超过300个港澳青创团队入驻，不仅为社区注入了年轻活力，也为未来潜在的就业和商业机会奠定了基础，形成了“居住-教育-就业”的良性循环。

2.1.3 其他案例

除了以上两个典型案例，大湾区其他城市如深圳、中山、惠州也有许多成功的港人社区案例，例如中山观山水项目针对中山本地市场特点，结合对港人需求的调研，策划了专门的港人社区板块。其策略可能更侧重于产品本身的微创新和营销服务的本地化适配，例如推出符合港人审美的精装修标准、组织粤语服务的看房团、举办港风文化体验活动等，体现了开发商在特定区域市场对港人需求的灵活响应。

2.2 香港社区案例

在参考研究内地成功的港人社区案例的基础上，同时对香港购房者时下的居住生活需求也进行了分析整理。例如The Hensley和Sierra Sea两个楼盘是香港近年备受追捧的高端住宅项目，代表了香港顶级居住潮流和审美偏好。这些项目通常具备以下特征：位于稀缺地段（如海景）、拥有极高的建筑品质与用料标准、配备顶级会所设施（如无边际泳池、私人影院、高端健身房）、强调私密性与尊贵感^[1]。其室内设计往往追求简约、现代、开放的空间感，大量运用玻璃、石材等材质，注重引入自然光线和景观视野。研究这些标杆项目，有助于内地开发商理解港人对于“好房子”的终极想象和品质标杆，从而在产品上进行对标和超越。

3 借鉴与提升策略

综合上述案例分析，我们可以清晰地看到，一个成功的港人社区绝非简单地将房子卖给港人，而是一个涉及物理空间、文化认同和制度保障的系统工程。为此，本文提出以下借鉴点与具体提升策略。

3.1 核心借鉴维度

通过对现有案例亮点与不足的梳理，可以提炼出构建理想港人社区的三大核心维度：

空间价值维度：解决“住得更大、更好”的基本需求。这包括通过高得房率、可变空间、优质景观等手段，最大化单位面积的使用价值和舒适度。

文化认同维度：解决“住得习惯、有归属感”的情感需求。这需要在社区规划、建筑设计、公共配套乃至物业服务中，巧妙融入港人熟悉的文化元素和生活方式。

制度衔接维度：解决“住得安心、无后顾之忧”的现实需求。这要求社区能够有效链接政府资源，提供一站式跨境生活服务，弥合两地在社保、医疗、教育、法律等方面的制度鸿沟。

3.2 具体提升策略

3.2.1 规划：强化立体交通与空间复合利用

内部交通：借鉴香港高密度社区经验，设计人车分流、风雨连廊系统，确保业主在社区内部步行的安全与舒适。

外部连接：一方面与香港有便捷的联系，通过高铁、巴士直通边检口岸甚至香港主城的核心商圈；另一方面主动对接城市公共交通规划，确保社区有便捷的公共交通出行体系。

立体空间开发：突破传统地面商业街模式，打造“商业街+屋顶花园+空中连廊”的立体复合空间。屋顶花园可设计为社区共享农场、户外瑜伽平台或星空影院，既增加了绿化与活动空间，又创造了独特的社区记忆点。

3.2.2 户型：聚焦高得房率与空间灵活性

加强赠送，提升实得面积：在合规前提下，最大化利用阳台、飘窗、设备平台等可拓展空间，做到“买三房得四房”的效果。这对于习惯了香港高赠送率的客户极具吸引力。

增强空间可变性：采用轻质隔墙、折叠门、多功能家具等设计，使空间能根据不同生活场景（如家庭聚会、居家办公、儿童游戏）灵活切换。例如，书房可快速变为客房，客厅可分割出独立的影音区。

优化功能布局：充分考虑港人家庭结构（可能有老人同住或聘请佣人）和生活习惯（如重视厨房功能、喜欢饮茶），设置工人房、双套房、大容量储物间、带西

式操作台的开放式厨房等。

3.2.3 立面：营造通透、现代的视觉感受

增加玻璃面占比：采用大面积落地窗或玻璃幕墙设计，不仅能最大限度引入自然光，减少空间压抑感，还能将外部景观（如海景、园景）引入室内，实现“景观平权”。

材质与色彩：选用简洁、现代、耐久的材质，如高级涂料、铝板、石材等，色彩以浅灰、米白等中性色为主，体现低调奢华的质感，避免过于繁复或乡土的设计。

3.2.4 景观：打造沉浸式生态体验

主题化设计：避免千篇一律的园林风格，可引入岭南园林的精髓，结合现代造景手法，打造具有地域特色的景观。设置水景、亭台、步道，营造移步换景的体验^[4]。

功能性与参与性：景观不仅是观赏对象，更是生活场所。设置宠物乐园、社区农圃、户外健身环道、林下阅读角等功能性节点，鼓励邻里互动和户外活动。

3.2.5 精装：对标港式审美与实用主义

风格：以现代简约、轻奢风格为主，色调温馨雅致，避免过度装饰。

品牌与细节：选用国际一线或港人熟知信赖的厨卫、家电品牌。在细节上体现人性化，如充足的插座（尤其USB接口）、智能灯光控制系统、静音门窗、优质的五金件等。

环保与健康：采用环保建材，注重室内空气质量，可考虑引入新风系统、净水系统等健康科技。

3.2.6 配套：构建“港味”生活圈

外部商业配套：主动与政府沟通，在社区周边规划引入符合港人口味的业态，如正宗的粤式酒楼、茶餐厅、进口超市、补习社（尤其针对DSE课程）、药房等。

内部会所：会所是港人社区的灵魂。应超越基础的健身、游泳功能，打造一个集社交、娱乐、商务于一体的多功能空间^[7]。具体可包括：儿童游乐区（安全、益智）、棋牌室（麻将桌是刚需）、私宴厅（可预订厨师上门服务）、卡拉OK房、高端健身房、商务会议室、共享书吧等。会所的运营应常态化、社群化，定期组织各类主题活动。

3.2.7 服务：提供全周期、一站式跨境解决方案

设立“港人服务专窗”：在物业中心设立专门窗

口，配备精通粤语、熟悉两地政策的专员。

整合政府与社会资源：与当地公安、税务、社保、卫健、教育等部门建立合作机制，为业主提供跨境业务代办或指引服务，如居住证办理、子女入学咨询、医保异地结算指导、法律咨询等。

构建线上服务平台：开发专属APP或小程序，集成报事报修、费用缴纳、社区公告、活动报名、生活服务（如家政、快递代收）等功能，并提供粤语界面选项。

培育社区文化：组建由港人业主组成的兴趣社团（如摄影、烹饪、太极），定期举办粤剧欣赏、盆菜宴、中秋灯会等具有岭南/香港特色的文化活动，促进邻里融合，形成独特的社区文化认同。

4 结语

内地港人社区建设正从“自发聚集”转向“系统营造”，早期案例证明市场需求真实，南沙等地探索指明方向，但挑战犹存。部分社区仅停留在“卖房”，未系统回应港人深层需求；文化融合流于表面，未触及生活方式内核；制度衔接上，社区力量有限，需政策协同与资源整合。内地房地产企业若想在此领域发展，需摒弃短视营销思维，树立长期社区营造理念，未来竞争是产品、服务与运营力的综合较量。企业要组建专业跨文化团队，全链条精细化打磨。理想港人社区，应满足港人对物理空间向往，承载其文化记忆与情感归属，成为制度友好型社区。这既是商业机遇，也是推动大湾区深度融合、共建优质生活圈的重要实践，有望为大湾区融合发展添彩，开启港澳同胞美好新生活。

参考文献

[1] 雪球财经. 中银香港调研揭示大湾区置业趋势[EB/OL]. (2024-08-19)[2025-12-01]. <https://xueqiu.com/5669998349/301492974>.

[2] 袁持平. 融入大湾区 江门新速度[Z]. 江门: 凤凰网房产江门, 2025. <https://jiangmen.house.ifeng.com/column/jmhightea/nia/index.shtml>

[3] 网易房产. The Hensley官方售楼处发布启幕鼎级尊邸奢境[EB/OL]. (2025-08-12)[2025-12-01]. <https://dy.163.com/article/K6P569OL055636TK.html>.

[4] 宋俊玲. 园林景观地域文化解析——以深圳居住区为例[J]. 建筑与文化, 2022(9): 123-125.