

“稳楼市”再加力：房票制扩围激活旧改市场

“拆迁改造不要安置房，要房票。”近期，在多个城市的拆迁安置过程中，房票成为居民关注的焦点。

与传统的实物安置不同，手持房票，居民可直接在各地政策允许范围内的售楼处购置新房，省去了安置房建设漫长的等待期。眼下，这一政策正在各地迅速落地。有的地区居民手持房票连夜选购房屋，带动楼盘一夜清盘；有的地区楼市活跃度因推出房票而明显回升，城中村改造进程也随之提速。

据中指研究院不完全统计，2024年以来，超100城（区）鼓励采用房票安置方式对拆迁安置户实施安置。“房票安置+城中村改造”模式落地，楼市是否被激活？该政策对数万亿元市场空间的城市更新领域会发挥什么作用？近期，记者深入房票先行城市郑州进行调研，并与房企、分析师等交流，探寻房票如何对“稳楼市”形成加持力，以及房票制度的实践路径与突破口。

郑州样本：房票制抓住去库存“密钥”

“房票安置”模式并非一开始就被广泛接受。作为2024年首批较大规模试点该模式的城市，郑州率先迈出探索步伐，为这一安置方式提供市场实操经验。

自房地产市场进入深度转型期以来，郑州楼市面临两大问题：一是商品住房库存压力较大，部分区域的商品房去化周期曾一度超过两年；二是城中村改造中安置房建设慢、回迁周期长，群众改善居住条件的诉求难以得到及时满足。由这两大问题引发的连锁反应，制约着城市更新与房地产市场的良性循环。

在此背景下，郑州将房票安置作为破解困局的关键抓手。2024年10月底开始，郑州市多个区域大规模落地房票政策。时隔几个月后，记者奔赴郑州进行实地调研。

在调研过程中，记者发现，与一些城市将房票用于住房“以旧换新”或人才房购置不同，郑州将政策重点聚焦于拆迁安置。

郑州市住房保障和房地产管理局相关工作人员向记者表示，郑州的房票安置主要围绕三个核心环节展开：首先，居民依据拆迁协议获得房票额度；其次，凭票在相应的售楼处选购房源；最后，由政府向开发企业兑付相应的房票金额。

这一机制的关键转变，在于市场化安置方式能“跑通”，由过去政府统建安置房转向居民自主购房，契合市场逻辑，也契合郑州现实需求，释放出巨大的发展潜力。

深圳华侨城股份有限公司（以下简称“华侨城”）是参与房票安置的企业之一。在2024年10月底房票制度实施后，该公司旗下项目中原华侨城一



周内去化超500套。

“在预订高峰期，我们动用了华侨城整个城市公司的力量支援，确保签约有条不紊进行。”该项目相关负责人向记者表示，截至2024年12月底，所有完成签约的首批房票房源，政府已完成兑付，公司累计回款金额超2亿元。房票安置政策，也进一步增强了企业对郑州市场的信心。

从几家当地区域性房企旗下项目的反馈来看，房票制度对市场的支撑力度非常明显。比如，正商家河宽境、凯田秀水湾等多个定向安置项目在短时间内实现“清盘”，越来越多的楼盘宣布支持房票购房。房票政策从最初的局部试点，逐步扩大至整个城市，实现由“爆发式需求”向“系统性去库存”转变。

“那阵子感觉像回到了楼市的高峰期。”一位郑州房地产经纪人告诉记者，“村民连夜排队签约，售楼处里座椅不够，选房区人头攒动，有些客户甚至凌晨赶来抢占位置。”

彼时，记者走访郑州多个售楼处发现，许多项目已基本售罄，售楼大厅内摆放着大量敲碎的“成交彩蛋”，门前停有多辆大巴车用于接送客户。“即便第二批房票还未发放，但也有客户提前交定金锁定房源。”一位销售人员透露，公司楼盘一周内售出超120套新房，其中约九成成为使用房票的购房客户。

房票制度对楼市去库存也形成了实质性影响。2025年郑州市《政府工作报告》在“2024年工作回顾”中提及，“创新推出电子‘房票’，解决安置任务230万平方米、带动商品房销售98万平方米，困扰我市10多年的拆迁安置任务大头落地”。

另据最新公开数据，从2024年10月底启动房票安置以来截至2025年1月9日，郑州已累计核发2.37万张房票，共计150亿元。

更重要的是，2024年8月份至12月份，郑州市商品房销售面积实现了环比“五连增”，除了大环境回暖之外，房票安置政策功不可没。以当年11月份为例，郑州通过房票安置签约商品房超过2700套，占全市当月成交量的三成以上。

楼市库存下降之际，市场预期亦逐步回稳，企业拿地信心明显回升。2025年2月份，郑州迎来“蛇

年首拍”，一宗住宅用地经过255轮竞价，以87.5%的溢价率成交，刷新市内七区（不含东区）楼面价纪录，成为房票政策带动市场回稳的一大注脚。

范围扩容：房票模式辐射超百城

从实践结果来看，郑州的房票安置政策已基本“跑通”，初步形成了可复制、可推广的政策模式，为全国提供了有力样本。据统计，当前房票模式已经在全国百余个城市落地实施。

在政策持续扩围的趋势下，一线城市亦加快步伐。今年3月份，深圳市住建局印发的《关于规范城市更新实施工作的若干意见》提出，“建立房票制度，探索城市更新项目补偿安置多元化路径”。至此，北京、上海、广州、深圳四个一线城市均已启动房票制度，标志着该政策进入更大范围的落地与探索阶段。

目前，各地推进房票安置政策的进度不一。郑州、厦门等地已基本“跑通”该模式，房票安置进入常态化阶段，兑付机制逐步完善。例如，厦门自2024年10月份启动房票新政以来截至2025年2月底，累计开票金额66.4亿元，撬动购房金额100.3亿元，去化面积31.7万平方米，约占同期新建商品房销售面积四成。

杭州、柳州等地目前正围绕选房激励和适用范围等细节，持续优化政策设计。杭州已于今年发放首张房票，柳州则在今年一季度将可选房源扩展至9000套，并对在6个月内使用完房票的居民给予5%的面额现金奖励，提升吸引力。

广州、南京等地统筹布局，持续扩大房票适用范围。以广州为例，从荔湾区率先发放首批房票，到天河区推出“跨区通用”房票，再到如今房票可以购买全市新房，政策路径日益清晰。南京也在近期加快推进步伐，今年3月31日，南京宣布将既有库存商品房全面纳入“房票超市”，同时加大金融支持，推行“全城通兑”及“电子房票”，提高房票的适用范围与便捷度。

房票政策不断扩围之际，资金兑付的及时性上升为市场新焦点。记者在多地采访了解到，现房销

售情况下，目前多个城市房票兑付周期在3个月之内，政府在兑付流程与周期控制方面已建立较为成熟的机制。

“一般来说，保障房票兑付的核心资金来源为拆迁土地的出让收益。同时，各地也在积极争取专项资金支持，包括城中村改造专项借款等。”广东省住房政策研究中心首席研究员李宇嘉在接受记者采访时表示，部分城市还通过发行闲置土地专项债等方式，拓宽融资渠道，以增强政策的持续执行力与覆盖面。

政策不断完善，支持机制逐步健全，房票正走出“试验区”，进入更多城市城中村改造的“主战场”。

破冰突围：助力化解旧改难题

2025年，为持续用力推动房地产市场止跌回稳，住房和城乡建设部将加力实施城中村和危旧房改造，推进货币化安置，计划在新增100万套城中村改造和危旧房改造的基础上继续扩大改造规模。这意味着，不少待改造规模较大的城市，在2025年将按下“加速键”。

长期以来，城中村改造面临多重挑战。其一，地方政府需负担动辄数亿元的安置房建设费用，改造压力不小；其二，房企受制于流动性压力，投资能力下降，旧改项目陷入“拆得慢、建不快”的滞缓局面；其三，拆迁居民存在数年以上的安置等待期，这期间产生的费用以及安置房交付等问题，都需要解决。

如何加快拆迁安置进度，又能兼顾居民权益、开发商利润、政府财政？眼下，房票正成为改变这一局面的关键抓手，将在城中村改造中发挥更大的作用。

一方面，房票提升了安置效率。相较于安置房动辄数年的建设周期，房票让居民得以快速选房入住，显著缩短了过渡期时间；另一方面，房票回款预期明确、兑付流程规范，不少陷入资金困难的城中村旧改项目得以重新启动，提升了整体保交楼进度和企业信心。

“核心城市的城中村改造，常常因为土地资源有限、拆迁困难、沉淀资金过高而无法大规模推进。房票安置模式可引导居民购房实现异地安置，降低对原地回迁的依赖，释放更多土地资源用于开发。”上海易居房地产研究院副院长严跃进对记者表示，这也是多地致力于打破房票使用区域性限制的重要动因。

“推动城中村改造，不仅能够提升土地利用效率，还能释放出大量优质住宅用地，为更多‘好房子’的落地创造条件。”同策研究院研究总监宋红卫向记者表示，“房票+城中村改造”模式开始大面积铺开也成为推动增量市场发展的新模式。

“未来，城中村和危旧房改造规模和力度都会加大。各地可将货币化安置与房票制度结合，将收购存量商品房作为安置房与城中村改造结合。”中指院政策研究总监陈文静对记者表示，这或在2025年新房销售中发挥实质性带动作用，成为促进新房销售止跌回稳的关键举措。

展望后市，用好房票制度“金点子”，对房地产行业和企业来讲，无疑是巨大的商机，亦有望推动行业加快向新发展模式过渡。

据《证券日报》作者：陈潇

黎明前的黑暗？人形机器人上游“卡位战”陷困局

在过去几年中，人形机器人的本体厂商进场，通过博人眼球的前后空翻、舞蹈动作赚足了吆喝，上游的零部件供应链正在经历一场无声的变革：数十亿元的重资产投入、频繁的迭代速度、超前布局的产线建设，无不彰显着核心零部件厂商“卡位”的野心。

不过记者从宇树、智元、小鹏机器人的核心零部件供应商处了解到，零部件厂商当前仍在投入期。由于整机出货量不足千台、场景定义模糊，核心零部件厂商有“高研发投入难摊薄、小批量生产难盈利”的困局，而核心零部件的发展速度也在一定程度上制约了人形机器人整机的产品构型设计。

从斥资数亿元自建精密加工产线，到锻造“小单快反”敏捷制造能力，一场围绕人形机器人的“卡位战”已经开始，如何配合本体厂商快速迭代、快速调整？在找到新的落地方案之前需要突破两大难题。

上游产业链仍在搭建中

在人形机器人量产时刻到来之前，上游供应链发展得怎么样了？在2025高工人形机器人技术应用峰会现场，一位曾经给宇树等头部厂商送过驱动器核心零部件样品的厂商透露，能够精准匹配人形机器人需求的零部件还没有大规模铺开，“目前针对部分厂商的需要，我们会提供Demo（展示产品）生产方案，但生产周期会比标品长一倍左右。”

相较于已经成熟的智能驾驶、电动汽车行业，人形机器人的上游产业链还在搭建当中，部分机器人上游零部件厂商告诉记者，当前公司为人形机器人生产的产品仍然以标品为主。一家为智元提供胶水供货的厂商负责人告诉记者，在当前公司的出货量中，人形机器人业务占到的比例不大，“供给人形机器人的产品中，70%是标品，30%是定制化产品”。

一个130厘米的人形机器人，需要30—40颗的电池芯，电池芯也是电池的核心部分，在整个产业链中是“上游的上游”。近年来，不少有自研能力的机器人厂商都会在自研电池时向第三方厂商直接采购电池芯，宇树就是其中之一。江苏天棚电池的产品工程师刘欣勃也告诉记者，去年一整年公司在

机器人行业的产品出货量在百万颗级别，而公司在扫地机器人等产品上的出货量则在千万颗级别。“比较成熟的消费品行业出货量基本在千万颗或亿颗级别。”

根据恒工精密发布的公告，该公司在机器人减速机及人形机器人相关领域的主要产品为RV减速机、谐波减速机零部件、上下肢的连接件、支架、固定件等结构件，2024年相关收入为1752.23万元，占主营业务收入的比例为1.76%。另一边，三花智控、翔楼新材等企业尽管在年报多处提及机器人产业趋势，但并未披露具体的机器人订单数据或者收入数据。

营收占比不高，原因在于中下游的出货量和应用场景不足。记者梳理发现，在过去12个月当中，人形机器人厂商出货量基本以数十台至百台为主。截至2024年，傅利叶人形机器人GR-1交付量已经超过100台；2025年，乐聚机器人宣布已经完成200台全尺寸人形机器人的交付。优必选也在3月宣布，东风柳汽今年上半年将完成采购部署20台优必选工业人形机器人。

对于人形机器人产业来说，在下游出货量压力不大的情况下，大多数厂商都会抱着“提前卡位，锁定市场”的心态进入。江苏恒立精密工业的相关负责人透露，公司在接受人形机器人订单的时候会

“有意挑选行业的头部厂商”，比如小米、小鹏等，“毕竟目前整个行业还在发展早期，我们也害怕过早铺开造成资源浪费。”

一个用在机器人关节处的谐波减速器外径也许只有10厘米，而用于动作驱动的丝杠轴径也许只有3厘米，但生产这些核心零部件背后的投入，可能是上亿元级别的。

以减速器为例，深圳科盟创新机器人副总经理杨淳任向记者举例，减速器行业的重资产投入来自高精度加工设备的购置成本、生产场地和基础设施、质量检测 and 人才投入等。“从基础的制造设施到工人，这些都是没有办法短期内复制的，机器人核心零部件的人局门槛其实不低。”

2024年10月，北特科技宣布与江苏昆山经济技术开发区管理委员会签订投资协议，该公司在昆山开发区投资18.5亿元，建设人形机器人核心零部件行星滚柱丝杠研发产业化基地项目。2025年2月底，五洲新春发布公告称拟与新昌高新技术产业园区管理委员会、新昌县高创控股集团有限公司签订投资协议，拟投资生产行星滚柱丝杠、微型滚珠丝杠、汽车转向系统丝杠、刹车驻车系统丝杠、悬挂减震系统丝杠、通用机器人专用轴承等产品，项目计划总投资约15亿元，总用地约100亩。

在量产时刻到来前提升自我

动辄数亿元的投入意味着核心零部件厂商的“卡位”成本不低。如何与本体厂商配合制造出市场需要的产品，是部分上游厂商目前的痛点之一。

“我们在和一些本体厂商沟通的时候发现，由于他们下游的应用场景不清晰，所以在核心零部件的需求定义上也是模糊的，我们只能先给他们提供标准化产品来配合他们进行机器人的产品和组装。”刘欣勃告诉记者，现阶段，电池芯的标准化产品存在能量密度和脉冲放电能力不足等情况。

电池能量密度有限，会导致人形机器人的续航时间较短。刘欣勃说，在物流配送、巡检等一些需要长时间连续运行的应用场景里，电池能量密度不够，机器人可能需要频繁充电，影响效率的同时也会影响作业稳定性。

在产品设计上，人形机器人的关节运动需要电池在短时间内提供强大的电流来驱动电机，以实现更敏捷和有力的动作。刘欣勃解释，如果电池脉冲放电能力不足，电机无法获得足够的电能，会导致机器人关节的运动速度变慢。

“有组装经验的本体厂商不会不知道这些，但问题是，他们不知道需要多大能量密度、多少脉冲放电能力的电池来匹配一个还不清晰的应用场景。”刘欣勃说，由于无法清晰地给出产品的详细定义，因此有一些本体厂商在咨询过之后，仍然选择了购买标准化产品。

规模化 and 明确的场景需求是刘欣勃认为的机器人零部件定制化生产的前提条件。他认为，没有定制化的核心零部件，机器人很难满足特定场景的应用需求，匹配不到现实场景又怎么规模化？“这是一个死循环，也是本体厂商和零部件厂商都需要思考的问题。”

根据高工机器人产业研究所发布的《2025中国人形机器人产业发展蓝皮书》，截至2024年年末，中国人形机器人出货量集中在B端场景，销量在2400台左右。预计到2030年中国人形机器人市场B端场景的销售规模会达到14.45万台，C端场景的销量会在1.8万台。

在量产的时刻到来前，核心零部件厂商需要培养自身小批量响应以及快速迭代的能力。杨淳任告诉记者，在夯实自身制造供应链的基础上，核心零部件厂商应该积极和本体厂商一起明确产品定义，“很现实的问题是，核心零部件厂商需要知道更详细的参数才能更好管理成本和生产，比如零件预期使用寿命是多少？使用环境是怎样的？而这些都是根据机器人实际的使用场景去匹配的。”

杨淳任预计，在机器人真正实现量产之前，当下80%—90%的核心零部件可能会在新的使用场景中面临新的迭代，因此，现阶段小批量生产以帮助厂商提高落地的能力也是上游厂商需要的基本功之一。

“现阶段，机器人行业需要产业上下游一起配合，只有摸索出一个成熟的产品定义，才能推动产业上游的生产和下游的应用。”杨淳任说道。

据《第一财经日报》作者：乔心怡