

“银发置业”检验楼盘产品细节

瞰城事·读楼市

当下,在置业风潮热度不减,改善性居住产品需求日趋升温,精细化设计如何成为楼盘标配核心,“银发置业”对楼盘产品的检验已成为置业选择的热点话题。随着我国人口老龄化持续加深,“老有所养,老有所居”已成为人们关注的议题。然而,当众多开发商在楼盘产品设计中仍在热衷于比拼户型面积、景观资源和智能噱头时,一个核心问题逐渐浮出水面,现在的住宅产品,真的为“变老”做好准备了吗?这样一场关于居住本质的深度检验,也正悄然在楼市的聚光灯下缓缓展开。

在某楼盘营销中心现场,前来看房的张大爷笑着说,已经看了几个楼盘项目了,说实话真的有点失望了,现场的销售都在讲学区、讲升值、讲智能家居,但当我问及门口是否有台阶、卫生间能否安装扶手、夜间有没有感应地灯时,他们大多语焉不详。

张大爷的困扰也是无数老年置业者正在或即将面临的现实问题,尽管“全龄友好社区”的概念经常会在一些楼盘项目营销中心被营销人员提及,但真正将适老化设计作为产品核心标准之一的楼盘还是凤毛麟角。绝大多数新建住宅依然遵循着面向年轻人、刚需人群的传统设计逻辑,比如狭窄的卫生间门洞让轮椅无法通行、光滑如镜的瓷砖地面暗藏滑倒的风险,没有坡道的户外通行成为老人行动的“绊脚石”,这些被忽略的细节正成为老年人居家生活的“隐形杀手”。

当“老有所居”正在被人们关注,从“有房住”到“住得好”的产品细节也开始成为置业者检验的焦点,而这种检验并非要求每个楼盘都建成专



业的养老社区,而是呼吁一种“通用设计”理念的普及,即让住宅在初始设计中就考虑到人从幼年到老年的全生命周期需求,无需日后大动干戈地改造。

业内人士尹同领表示,关注“老有所居”落到实处,让老年置业者在选择产品上不再纠结,作为开发企业需要转变观念,认识到适老化设计不是成本负担,而是产品力的重要体现。推动住宅适老化,不仅是社会责任,更是楼市发展中一片广阔“蓝海”。

多年从事房地产楼盘项目营销的王怀充认为,“老有所居”的前瞻性细节设计就是未来市场的竞争力,比如单元门、入户门是否具备平坦的无障碍通道?公共走廊和入户门洞的宽度是否足够轮椅轻松回转?这些是保障老人行动自由的基本底线。卫生间和淋浴间是否预埋了安装扶手的结构?地面防滑等级是否达标?厨房是否配备了自动熄火保护的燃气灶?紧急呼叫按钮系统是否成为精装房的标配?开关、插座的高

度是否考虑了弯腰不便的老人?夜间从卧室到卫生间的路径上,是否有柔和的起夜灯?社区的步道是否随处可见休息座椅?

王怀充表示,事实上很多有远见的房企已经开始行动,在楼盘项目的样板间里直接展示了适老化的卫生间设计,或在精装标准中提供了可选的“适老包”。还有部分房企在社区规划中融入了康养花园、无障碍健身设施和社区卫生服务站,打造出真正意义上的全龄友好社区。

有老年置业者直言,一个在设计中融入了人文关怀、能够陪伴一个家庭几十年的房子,其长期价值和市场竞争力的毋庸置疑。这就要求开发企业从“卖房子”的思维转向“提供长久生活方式”的思维。“老有所居”不仅是一个温暖的愿景,更是一把衡量社会文明与行业良心的标尺。楼盘产品的竞争,不应再停留在表面的繁华,而应深入到每一个关乎安全与便利的细节之中。

本版文/摄 记者 杨维东

“房缘俱乐部”在行动 走进北辰区新楼盘鉴赏实景

日前,《今晚报》“房缘俱乐部”走进位于北辰区的新楼盘产品,感受该项目实景园林的内涵。

时下,当更多的人将居住生活看作是感悟生活品质提升的关键之际,有“味道”的人居环境成为置业者关注的焦点。在很多人眼里,桃花源不过是美丽的描绘,而真正有“质感”的应该有“忽逢桃花林,夹岸数百步,中无杂树,芳草鲜美,落英缤纷,渔人甚异之”的意境。

初冬时节,午后的阳光投射于富有“禅意”的园林,循着“前厅后园”的空间脉络沉浸式探访,从酒店式门庭的仪式感入门,到下沉庭院的静谧悠然,再到中央会客厅的典雅质感,每一处场景都彰显着项目的匠心巧思。前厅借鉴曼谷四季酒店的布局逻辑,对称水景与整齐乔木阵列勾勒出归家礼序;下沉庭院复刻日本禅宗

大师枿野俊明“瀑松庭”的意境,竖向水幕与静植相融,尽显动静相生的禅意;80米长的厅廊墙面嵌入价值百万的普拉达绿奢石与黑蓝钻石材,质感扑面而来。

以江南名园“寄畅园”为蓝本打造的“后园”,古木奇石重现江南禅境。据了解,为呈现极致景观效果,项目团队历时2个多月遍历华北苗圃,精选35棵树龄百年以上的古树,最高达12米、冠幅超9米,单棵成本超20万元;18名石匠耗时一个半月全手工雕凿板岩,以竖立直砌工艺打造出肌理独特的旱溪;从太行山脉引入150吨中国黑原石,以传统“流云”叠石手法点缀园区,让“虽由人作,宛自天成”的园林意境成为现实,百年古桩、泰山奇松与黑原石相映成趣,置身其中则会感受到一场景观盛宴。约1500平方米会所的配套加

持,从“出则繁华、入则宁静”的核心地段,到“禅意森居”的景观体系,兑现了理想家园的承诺。在这里,居所不再是单纯的建筑,更是与自然共鸣、与内心对话的生活载体,游走间尽感悠然与舒适。

一件好的城市级人居作品让整个城市感受到一种价值,更让居住在这里的人们享受到一种“高贵”和“安心”。在标榜着“品质”标签的当下,谁能够让市场动容、让人动心,才是真正将“品质居住生活”落到实处。

“房缘俱乐部”邀约有置业需求或是喜欢拍照打卡的读者参与实景鉴赏活动之中,扫描二维码,大家一起走进楼盘项目的实景园林,感受居住的品质。



“煮酒”论养生 “相聚”聊当下

当人们对养生有了多元化的需求和重视,更多的养生方式和关于养生的食品、饮品推向市场,而当冠以“快乐”内涵的养生新品走进人们的视线,便引发了市场的关注和推崇。

近一时期,有关海鲜与啤酒成为“劲敌”的说法屡见不鲜,于是便出现了“化敌为友”的新品,让人们在讲求养生的同时不再烦恼。这种以滋补配方深入研发并发酵而成的啤酒,以一种“快乐论酒”的新生活啤酒饮品悄然走进市场,让很多喜欢畅饮泛着酒沫的“啤友”们寻到了“新欢”。

为更好地让喜欢“小酌”的“老年族”以及“备老族”享受“快乐论”生活,本报特别策划推出“今晚煮酒论养生”围炉见面会,邀约“啤友”们在一起聊聊养生,聊聊健康,聊聊各自不同的“故事”,大家聚在一起感受不一样的快乐生活。

扫描二维码报名参与,咨询:13612081010。



“皓首荟”启动“为老服务” 邀约“银发族”参与互动

莫道桑榆晚,为霞尚满天。

银发老人更喜欢丰富多彩的生活与各种风格的活动,老人们聚在一起,或楚汉对弈,或品茗闲聊,或结伴踏青,或沉浸墨香,银发老人会因为一次旅行而精神振奋,会因为一方山水而欣喜若狂。

银发老人退休以后的时光不都是遛弯、养花、看孙辈。同样,老年人的生活日常也不都是柴米油盐。老有所为不是空谈,老有所乐也不是说说而已。为更好地丰富并服务于老年读者,更好地释放老年人展现自我价值的心态,本报独家推出“皓首荟”老年读者群,针对老年人的个性与共性,组织适合老年人一起互动的系列活动,满足不同的需求。

脱略小时辈,结交皆老苍。

“皓首荟”将通过集结更多老年人一起聊天拉家常,一起互动谈生活,让老年朋友们感受多样化的老年时光。

凡年满60岁的老年人有兴趣参与“秋日围炉”活动,想一起聊聊“老话题”和“老故事”,可致电13612081010报名。

楼市公益活动征集 “房源点评志愿者”

为更好地服务于有意向的置业者选择楼盘产品,本报独家策划推出“2025房源点评志愿者”系列活动,征集有责任心、乐于为意向置业者推荐房源信息的志愿者走进不同的楼盘项目进行实地探访。

“2025房源点评志愿者”将一同走进本市多家楼盘项目现场,实地对楼盘产品的位置、布局、户型、环境、交通、教育等多个方面进行了解和分析,以置业者的心理对项目进行解读,发现产品优势,找出项目不足。

参加“2025房源点评志愿者”的热心读者报名需注明真实姓名、性别、年龄、职业,并就如何有序开展活动阐述自己的观点、看法与建议。“2025房源点评志愿者”要求年龄在65岁以下,热心公益活动,有充裕的时间到各楼盘项目现场进行实地探访。

报名热线:13612081010。