

楼上楼下“跃”生活再成新宠 年轻人钟情住着“好玩儿”

进入2026年,房地产市场的置业主力逐渐向年轻群体倾斜,购房需求也从单一的“居有所”向“居有所乐”转变。因此,兼具空间层次感、功能多样性与个性化表达的跃层产品,凭借独特的产品优势精准契合年轻人的居住审美与生活需求,成为楼市中备受追捧的“香饽饽”,跃层置业热潮正在年轻群体中悄然蔓延。



瞰城事·读楼市

老杨有话

楼盘营销说点“实在的”

文/老杨

楼市营销项目产品,主要的目的很明确,那便是以销售出产品为根本。

当各类不同设计风格和居住理念的产品都在竞相抢占市场份额时,楼盘项目的营销人员更显得关键,因为他们不仅要销售的产品做到“了如指掌”,更要知道周边竞争产品的优势和不足,用以作为比较,同时还要了解自家产品周边的各类配套,如此,作为一名好的楼盘营销师,其功力了得。

据了解,目前市场的买房人正在发生着变化,曾经的实力买房人多为事业有成的中年人,也有大部分由老人出资的买房家庭,如今一些靠自己打拼的年轻人正在开始成为楼市营销的新型主力群体,而他们在选择房产时与中年买房人有着不同的需求,因而传统的房产营销“说辞”遭遇了潜在客户的流失。随着新楼盘产品在市场陆续登台,营销中心会接待各种各样有置业需求的看房人,如何推荐产品才可以抓住置业者的内心,有项目营销人员表示,现在的置业者都有了自己对市场的分析和了解,也都很懂得楼盘产品的关注点,他们的需求极为明确,因此2026年针对买房人不同需求来推荐产品将是楼市营销的主旋律。

楼市各品牌开发项目在新产品推向市场之前都会组织营销团队进行深度的项目解析,大到企业文化、建筑风格,小到一砖一瓦,另外还会由企业提供一份“营销说辞”,里面包含了如何接待来访的买房客户,如何介绍产品的优势,如何表明项目产品的多个“与众不同”与“过人之处”。

有年轻买房人直言,现在看房源听到的都是“千篇一律”的“卖瓜式推荐”,楼盘项目营销犹如传话筒一样说着很多貌似专业但又无法深究的潜台词,而对于年轻的买房人来说,在选择产品时希望听到的是真正关于居住生活的“细小之处”和“产品的时尚与独创”。

楼盘营销的关键还是应该说点“实在的”,面对置业者,如果真的说明这个楼盘哪里有不足之处,在居住生活中哪里会出现一些瑕疵,那么置业者肯定是会理解的,而且会感到这个楼盘的“实实在在”,楼盘营销不仅是“贴金”,也要如实地告知,这样“实在的”营销同样会赢得置业者的好感与关注。

据了解,跃层产品成为年轻人置业的新宠,源于其空间美学与多元需求解锁了居住新体验。业内人士李传涛认为,年轻人置业需求的转变,推动着住宅产品向更人性化、多元化的方向发展。跃层产品的走红,本质是其精准匹配了年轻群体对“空间自由”“生活多元”“品质升级”的居住追求,将空间的物理属性与生活的情感需求深度结合。随着设计的不断优化与产品的持续迭代,跃层产品有望成为更多年轻人置业的首选,也将推动房地产市场朝着更贴合人居需求的方向稳步发展。

新近选择了一套跃层产品用来做婚房的置业者董莹表示,年轻人对居住空间的追求,早已超越简单的面积叠加,更注重空间的功能性与体验感,而跃层产品的“上下分层”设计恰好击中这一核心需求。跃层以独立楼梯衔接上下区域,实

现了“一层动、二层静”的完美分区,一楼客餐厨一体化的公共空间可满足社交聚会、家庭互动的需求,二楼卧室、卫浴、书房等私密区域则能保障生活的静谧,彻底解决了平层空间动静干扰的痛点。这种清晰的功能划分,既注入了爱的元素,也适合年轻人独居时的自由生活,更满足了未来家庭成长的居住需求,实现“一步到位”的置业选择。

从楼盘设计和营销方面来看,为贴合年轻群体的审美与生活习惯,一些房企也在跃层产品的设计上持续创新升级,让跃层从传统的“空中别墅”转向“多功能复合空间”。跃层设计不再局限于基础的居住功能,而是融入了更多个性化场景:楼梯下方的空间被打造成阅读角、水吧或储物区,实现空间零浪费;书房与健身区、茶水间结合,成为高效的生活模块;客厅旁的休闲区可变身影音室、手工坊,满足年轻人的兴趣爱好。开放式布局、大面积落地窗、无主灯设计等年轻化设计元素的融入,更让跃层空间成为年轻人表达生活态度的载体,实现功能性与美学性的双重平衡。

有楼盘项目设计师表示,高性价比与空间利用率是跃层产品吸引年轻人的一大关键因素。不少跃层项目实现“买一层得两层”的实际使用效果,建筑面积一百平方米左右的户型能拓展出超多的实用面积,以更低的总价让年轻人获得更大的居住空间。同时,跃层的挑空设计、大面宽布局让空间通透感拉满,告别了小户型的压抑感,而独立楼梯带来的归家仪式感,以及错落的空间层次,更让居住体验兼具时尚感与高级感,契合年轻人对生活品质的追求。

本版记者 杨维东
图片为资料图

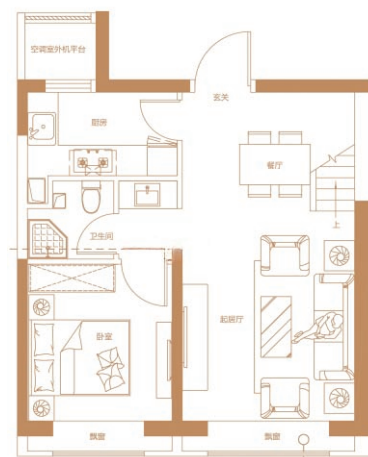
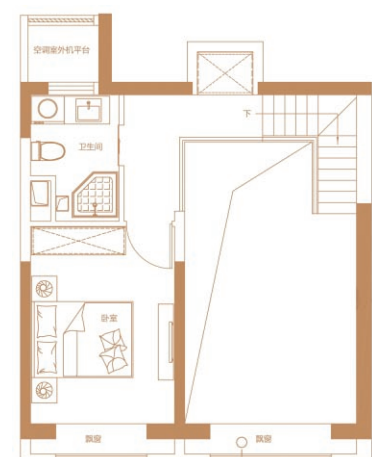
“津筑家置业合作社”推荐

“跃层生活”垂直户型唤醒家的温度

在当代城市居住空间日益紧凑的今天,一种特殊的住宅形态——跃层户型,正以其独特的垂直结构悄然重塑着中国家庭的相处模式。与传统的平层住宅不同,跃层通过楼板分隔形成的立体空间,不仅是一种建筑形式,更被不少设计师和居住者视为“家庭情感的培育器”。

有人认为“跃层生活”的选择只会在“公寓”产品中出现,实际上,与LOFT不能相提并论的是“跃层生活”迷人的地方在于它创造了“既分离又相连”的家庭关系。客厅、餐厅、厨房等公共区域通常位于下层,卧室、书房等私密空间置于上层。这种垂直分隔让家庭成员既能拥有自己的独立天地,又不脱离家庭的核心场景。这种空间中的情感逻辑让爱有了更多的温度与元素。

“跃层生活”的流行不仅给爱更多的点缀,更折射出当代选择婚房的置业者对居住空间的理解深化。人们不再仅仅追求面积大小,更开始关注空间如何塑造关系、建筑如何服务情感。随着城市居住形态的不断演进,“跃层生活”所代



表的“垂直亲情”模式揭示了家的本质不在于四壁围合的面积,而在于那些让爱得以流动、生长和沉淀的空间逻辑。在楼层之间上下穿行的,不只是相爱的人彼此的身影,更是日复一日编织成家庭记忆的温暖线索。

“跃层生活”不只是为爱筑巢选择的户型,更是相爱的人未来融入家庭的哲学。

位于河北区101平方米左右的“跃层生活”空间价值约230万元,

蕴含着彼此间深深的爱意与缠绵的情感堆积。墅质享受的立体空间满载时尚与流行,阳光客厅以双层挑空架构尽显大气完美的格局设计,南向纵向的双层飘窗更以黄金人射45度引入。当你的恋人闲散于阳光飘窗,你缓缓地踏着楼梯悄悄走近,阳光与爱侣,正是一幅充满爱的画卷。

喜欢该户型的婚房置业者可拨打13612081010参与实地品鉴。

户型图由企业提供