



# 楼市步入产品力决胜新时代 马年楼市“稳”字开局

## 今晚楼市原创

随着农历马年春节假期的结束,房地产市场也陆续结束“假期模式”步入常态运行轨道。从多家楼盘营销现场获悉,马年开年市场显著呈现出“稳”的特征,相较于往年春节后常见的波动,开局市场表现更为平和,买卖双方心态普遍趋于理性,开发商推盘节奏平稳,促销策略以常态优惠为主,整体成交价格保持稳定。由于一些新楼盘产品抢在春节前开盘登场,也让有需求的置业者有了更多的“择优”选择。

据了解,农历马年开局,楼市在“稳”的基调下正悄然进行一场深刻的范式变革。伴随宏观政策的“良性循环”,以往依靠金融杠杆和地段红利“策马狂奔”的模式正在发生变化,取而代之的将是一批具有前瞻视野的开发商正将战略核心锚定于产品本身,通过深度研发与创新,打磨契合新时代人居需求的“硬核”产品力,以此在分化市场中赢得主动权,引领行业步入高质量发展新阶段。

业内人士王怀充表示,过去是“房子选人”,现在是“人选房子”。马年开局他感受到楼市最大的变化是客户下单决策时间变长,对比维度变细。这种情况将倒逼有远见的开发企业必须静下心来,像研发精密仪器一样深入研发每一平方米的空间价值以及每一处细节



的人性化考量。

某房地产中介平台负责人表示,节后市场的“稳”开局符合市场预期,客户咨询量稳步上升,但决策周期拉长,观望情绪仍在,市场以“温”和“稳”形成主旋律。马年楼市的稳开局表明经过多年的调控与市场调整,房地产市场的韧性增强,供需双方都更加成熟。这为全年市场的稳定发展,避免大起大落创造了有利条件。

马年楼市以“稳”开局,“产品力决胜”的趋势也将愈发清晰。这就要求开发商从投资驱动彻底转向产品和客户驱动,建立体系

化的产品研发能力、成本控制下的品质保障能力以及长效的运营服务能力。随着产品力的不断深化与革新,房地产市场将涌现更多以人为本、与城市共生长的高品质项目,从而在“稳”的大局下,实现行业自身的升级。可以预见今年楼市的市场竞争,将是开发企业与项目楼盘“深研”能力的比拼,开发商需更精准地洞察未来生活方式,并以专业匠心将其转化为打动人心的产品与服务便可以在市场中持续领先。

本版记者 杨维东  
图片为资料图

## 马年楼盘鉴赏—— 约112平方米“隐奢生活” 引动“备老族”置业关注

当楼盘产品不再以“北方建筑”与“南方园林”区分,一大批来自南派园林设计的居住产品开始走俏北方市场,而北派精湛的设计风格也成为南方楼市追逐的生活方式。曾经风靡的“海派”作品经过与时代居住潮流的融合,形成了独有的“海派隐奢”画卷。其底色远非物质的堆砌,而是融入肌理的功能美学,更是居住品质的精神场域,共同构成了新时代人居向内追寻、从容丰盈的生活哲学。



楼市“隐奢生活”的兴起,定义着“备老族”置业居住选择的新境界。“隐奢生活”不再依赖黄金地段、华丽装修或奢侈品牌的堆砌,而是转向一种更内敛、更注重精神契合与私密体验的居住方式。

约112平方米三室,约9.7平方米的阳台,尽享阳光书房或满目充盈的花房空间,满足了对生活闲情需求,主卧的飘窗设计并非只是年轻人的专属,约1.53平方米的专属空间,让心情得以舒缓沉静,而约4.68平方米的花园露台,一张圆桌一把座椅,阵阵香茗飘来,坐赏四季风景。

对“备老族”而言,享受居住生活的质量是关键,正所谓“大隐于世”,一杯清茶,唤起记忆中萦绕的故事,这便是选择海派“隐奢生活”的缘由。

户型图由企业提供

【喜欢推荐户型的备老族可以报名参与现场实地鉴赏活动,报名咨询13612081010】

## 00后步入置业市场 追求个性与实用

当2000年出生的第一批00后步入26岁,这一代人开始陆续进入置业购房阶段,他们的进入正在悄然改变着房地产市场的生态。据了解,00后的置业选择呈现出与父辈截然不同的特点,他们在选择楼盘项目上更关注产品的居住体验和房屋品质,像智能家居系统、环保装修材料、社区共享空间等因素成为吸引他们的重要因素。

随着00后逐渐成为购房主力,市场预计将呈现多元化趋势。除传统购置置业需求外,长期租赁、共享产权、合作建房等模式可能获得更多关注。城市规划也开始考虑青年群体的需求,增加租赁住房供应,完善公共交通和社区配套。

当90后还在为“买房还是租房”争论不休时,一批出生于2000年的年轻人已经悄然走进楼市并正在成为楼盘营销瞄准的主力。早在春节前就选择好一处楼盘的张翰表示,房子不仅是居所,更是生活仪式感的载体。即使面积有限,智能家居、投影设备、咖啡角成为“标配”,躺在自己精心布置的专属空间的沙发上追剧,那种幸福感无法用钱衡量。

业内人士李传涛认为,随着更多00后步入社会,这场静悄悄的居住革命才刚刚拉开序幕。他们用自己独特的方式回答着那个永恒的问题,何为家,何处为家。答案或许就藏在那些亮着灯光的窗户里,在每个月的还款日提醒中,在缩小版但精心布置的客厅里。这不仅是房产市场的结构变化,更是一场关于安全感、独立与代际传承的生动实践。

有楼盘项目营销负责人表示,00后成长于物质相对丰富的环境,更重视生活品质和自我实现。他们的选择推动了房地产行业从“量”到“质”的转变。在产品选择上,与面积和地段等传统指标相比,00后置业会仔细询问建筑材料是否环保,社区是否有共享办公空间,更对“网红设计风格”有较高的接受度。

## 聊聊马年楼市

文/老杨

农历马年的春节长假已经过去,“开工”成为各行业的主题,尽管一些开发企业还没有正式揭开项目建设的大幕,但对产品的“深研”与市场推广已悄然展开。

当置业者日益成熟理性,改善性居住需求成为楼市主流,更多的人对住宅的理解早已超越简单的居住空间,而是延伸至健康、舒适、智能、社群、绿色及精神文化等多维价值。在市场环境变迁的直接驱动下,开发企业发现,唯有真正具备竞争力的产品才能穿越周期,实现快速去化和价值兑现。

楼盘产品“深研”的方向已

## 从“有居”到“优居”

经集中表现在对“优居”内涵的深度挖掘,在产品力上有突出表现的楼盘,即便在市场调整期,也保持了更高的关注度和客户黏性,溢价能力和抗风险能力更强。这不仅为企业带来了当期销售业绩,更积累了宝贵的品牌口碑和客户资产。

楼市开工的“稳”,是建立在居住属性回归的基础之上。随着新型城镇化进程的持续推进,以及保障性住房建设、城市更新等“三大工程”的加速落地,房地产市场将更注重与经济社会发展的协调,高质量发展的特征将愈发明显。

房子,无论是作为居住生活的载体还是提升居住品质的升

级,或者是作为有金融属性的价值商品,“有居”与“优居”是市场的更新与升级,居住需要“优居”,作为有金融属性的商品同样也需要“优居”,因为它决定了价值。

在马年的楼盘产品中,建筑美学、园林设计、社区文化IP营造等方面的优势将更加凸显。新中式、现代简约等设计风格将更加考究,房企通过与文化艺术机构合作,将艺术、阅读、自然教育等内容植入社区,提升居住精神附加值的形式将会更加多样化。

“有的住”将在马年的市场选择中转变为“住的好”,因为“好房子”是标准,是置业的目标选择。