



## 助力三月楼市迎“阳春”

## 本市首家“津筑家营销合作社”登场

## 今晚楼市原创

为更好地助力楼盘项目在阳春三月迎来产品营销的旺季,推动本市房地产市场火热升温,让更多的优质新房源受到意向置业者的关注,由本报独家创意发起,旨在为楼盘项目提供有效的产品推荐与展示,着力搭建良好的楼市供需营销平台的“津筑家营销合作社”闪亮登场,这是天津楼市首家由媒体策划推出的创新并拓展营销模式,有效整合多方资源,打破信息壁垒,为楼盘销售赋能,为有需求的置业者提供更精准、更高效的服务。“津筑家营销合作社”现征集楼盘项目参与,联手打造2026年全新的楼市营销与置业新模式。

随着房地产市场进入调整期,传统的房产营销模式面临成本高、渠道乱、客户触达效率低等挑战。开发商亟须更精准、更具公信力的推广渠道,而购房者也渴望获得更真实、更全面的项目信息。在此背景下,“津筑家营销合作社”的推出不仅仅满足于做一个信息的传播者,更要成为一个价值的创造者和资源的整合者,凭借有效的多方资源、广泛的用户覆盖和深厚的内容制作能力,以“连接器”与“赋能者”的角色组建供需双方的良好服务平台,把媒体的传播力、影响力转化为楼盘销售的直接助力。“津筑



家营销合作社”以助力楼盘项目市场营销,助推大众选购房为目的,以楼盘项目鉴赏满足购房人的选房需求,以集结众多意向需求买房人,同时呈现当下楼市多个亮点项目为平台,助推楼市营销稳步发展。

“津筑家营销合作社”作为楼市营销的创新模式,将为楼盘项目提供区域热度、客群画像、需求偏好等深度市场洞察,助力楼盘项目实现精准产品定位和营销策略制定。通过策划、访谈、实地走访、区域热点话题等线上线下活动,以多种形式对参与楼盘进行全方位、立体化的品牌塑造与价值传递,提升项目市场声量与美誉度。根据意

向置业者“改善型需求”“刚需婚房需求”“安家天津需求”等进行系统分类,有针对性地为置业者推荐房源信息。

“津筑家营销合作社”是房地产营销领域一次有益的创新探索。通过重塑产业链关系,构建了一个开放、协同、共赢的新生态,不仅为当下的楼市注入了全新活力,也为未来房地产楼盘项目营销提供了新的思路。

“津筑家营销合作社”现面向各楼盘项目发出“楼市名盘帖”邀请。参与报名咨询热线:13612081010。本版记者 杨维东

图片为资料图

## “皓首苍”邀约银发族“围炉”聊生活

莫道桑榆晚,为霞尚满天。

人老了,更需要放松心情,银发之年,围坐一起聊聊曾经的过往,谈谈现在的乐趣,“老有所为”“老有所乐”“老有所养”,老人不仅是蕴藏丰富的“宝库”,也是值得用心呵护的“顽童”,他们也有许多想要表达的内心感怀,也有许多想要了解的新的事物,也有许多希望被认可的需求。

“围炉”以一盏清茶为礼,以谈天说地为序,邀约读者参与其中,讲一讲自己年轻时的经历,说

一说自己现在享受的生活时光,活动以追随时光的脚步、畅叙当下的幸福为场景,一杯香茗品味人生旅程,追忆过往,重温年少的轻狂,主题活动以回顾作为对城市的致敬,对家人的致谢,以及对对自己人生的致意。

为更好地为读者提供舒适而有意义的互动,本报策划推出面向有故事的老年人的“围炉”闲聊当下与过往主题系列活动,大家在一起可以聊过往,聊城市的发展变化,聊现在的居住生活,聊曾

经的梦想,聊家风、家事,同时也可以聊聊自己现在的喜好,包括书法、绘画、摄影、文艺、运动,也可以聊聊喜欢的书籍以及读后感,活动以“围炉”座谈方式进行。

“皓首苍”将通过集结更多老年人一起聊天拉家常,一起互动谈生活,让老年人更多享受多彩的晚年生活。

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

## 征集百姓置业心里话

## 2026年“买房子”还是“租房子”?

时下,楼市冷热交替,时而“阳春”时而“霜降”,人们开始在买房与租房中纠结着该如何选择。

买房者多为刚需,而租房者也不全是外地人,据了解,目前租赁市场中,许多有购房意向的刚需客户也选择了租房。

面对新房产品的不断升级,租赁市场的日益多元,人们开始

考虑买房还是租房,而更多的年轻人则更倾向于租房。

一面是传统观念中拥有房产的愿望,另一面是基于实际需求的租房生活,年轻人对租房顾虑较少,而对中年人而言,没有自己的房子就相当于一大缺憾,此外,年轻人租房是为了提前锻炼自己独立生活的能力,而在许

多人的传统观念里,还是觉得有了房子才是有了家。

本报楼市大讨论开热点话题——“买房子”还是“租房子”?读者可以根据自己的想法和实际情况说出自己的心里话。

征集“心里话”内容请发送至邮箱2436623884@qq.com,来稿请注明姓名及联系方式。



## 婚房唱“主角” 选择重“品位”

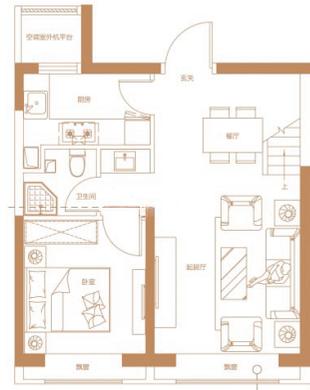
刚需婚房选择一直是市场的主力,从数年前以“公寓”产品选做婚房到近几年买房人瞄准新楼盘,从最初的户型选择一居室到二居室,再到现在选择的三居室,户型面积也从80平方米左右升级到100平方米以上,刚需婚房已经不再是只关注二人世界的“小窝”,而是开始强调居住的品质和品位,强调居住的舒适度,强调未来的空间使用。

婚房选择的品位不仅代表着年轻人对潮流时尚的追逐,也蕴含着对居住生活的一种理解,房子不仅是居住的空间,更是生活的载体。对于追求高品质居住生活的人们来说,一套房子应该有建筑的灵魂与曼妙的旋律,让冰冷的砂石堆砌转换成有质感的生活空间,则需要品牌的底蕴、设计的用心、工匠们的专注。

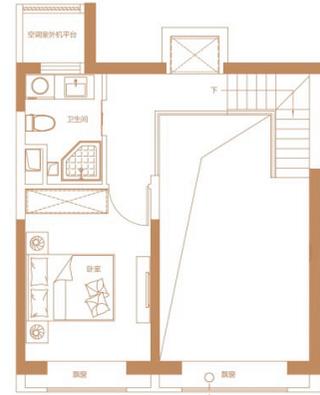
据了解,对于选择婚房的品位,有置业者表示更喜欢“跃层生活”,因为这种设计最迷人的地方在于它创造了“既分离又相连”的家庭关系。客厅、餐厅、厨房等公共区域通常位于下层,卧室、书房等私密空间置于上层。这种垂直分隔让家庭成员既能拥有自己的独立天地,又不脱离家庭的核心场景。这种空间中的情感逻辑让爱有了更多的温度与元素。

“跃层生活”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。

对于喜欢“跃层生活”的婚房需求置业者来说,“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。

“跃层生活”推荐  
约101平方米享受爱的元素

一层



二层

约230万元的价格,约101平方米的“跃层生活”空间,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入射45度引入。当你的恋人闲坐于阳光飘窗,你缓缓地踏着楼梯悄悄走近,阳光、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