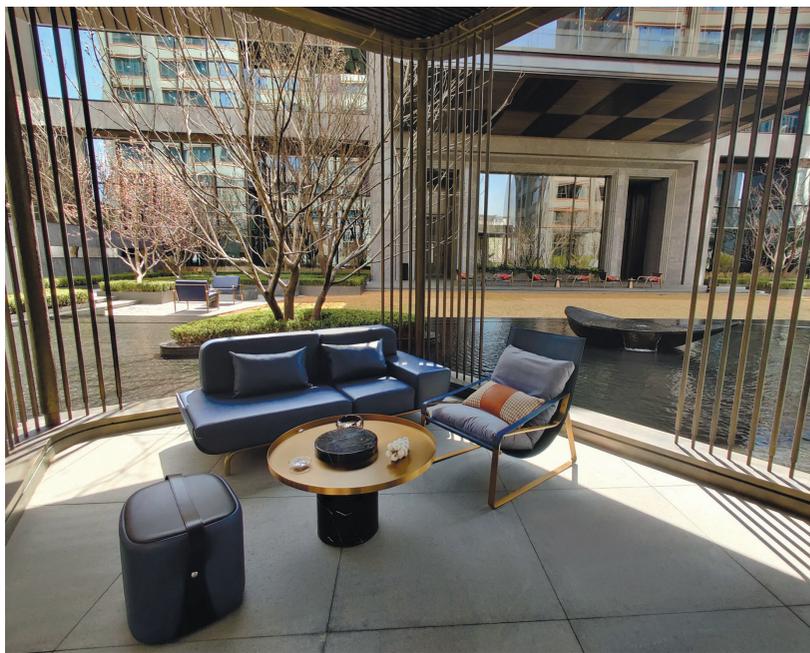


“备老居住”从概念走进现实

瞰城事·读楼市

近日,从“养老”到“备老”的一场围绕居住的主动布局正在成为现实。从春节后的楼盘营销中心可以看到,大多数的改善性居住需求置业者不仅要选择居住生活品质更高的产品,更注重未来的养老居住生活,某楼盘项目营销负责人表示,备老置业正随着人们思维意识的转变逐渐形成一股置业主流,这不仅是对空间的需求,更是对一种可持续、有温度的居住生活方式的提前规划。



据了解,面对备老居住需求日趋强劲的市场趋势,一些具有前瞻性的开发企业已经行动起来,开始从“造房子”转向“营造生活方式”,推出全龄友好社区,甚至在设计阶段就预留了适老化改造条件。在产品设计与升级创新方面呈现出三大特征。一是前瞻性适老化设计融入日常场景,新产品在普通住宅基础上,广泛采用隐形适老化设计。如全屋无障碍动线、防滑地面、预留电梯井或安装座椅电梯空间、加强室内照明、采用易于操作的智能家居系统等。浴室、厨房等重点区域则预设加固墙体、可安装扶手条件,以及步入式淋浴间等,使住宅能灵活适应不同生命阶段的需求,避免二次大规模改造。二是健康管理与服务深度融合,项目普遍注重健康生活方式的营造。社区内配建慢跑道、康体花园、康复理疗空间等健康促进设施。同时,与专业医疗机构、健康管理机构合作,嵌入健康监测、紧急呼叫、定期上门巡诊等基础服务选项,并搭建社区服务平台,链接

家政、送餐、维修、陪伴等多元化生活支援服务,构建“居家安全网”。三是对社交活动与场景紧密融合的社区营造,打破养老社区的孤立感,着力创造全龄友好、充满活力的社区环境。通过设置共享书房、兴趣工坊、亲子活动区、社区农场等公共空间,鼓励不同年龄层居民互动。部分项目还创新性地设计“毗邻而居”或“同一社区多代宅”产品,方便子女与父母就近居住,保持“一碗汤的距离”,实现独立又亲近的家庭生活模式。

业内人士王怀充认为,当养老格局逐渐深入人心,一个更前瞻的概念——备老,正从学术论文走向街头巷尾。不同于“养老”的被动接受,“备老”强调在未老之时主动规划。而在所有规划中,“住”成为承载晚年幸福的物理基石,“备老居住”正从模糊的概念演变为触手可及的生动现实。

在改善性居住需求选择的置业者中,对于产品的“备老内涵”正在受到更多的关注。买房子不仅是为了改善原有的居住生活,更是

在提升居住生活品质的同时对未来的养老居住提供更多的保障,“备老居住”选择的核心并不仅仅是买一套房子,而是构建一个支撑体系。今年61岁的张林表示,因为“变老”而换房是更多人观念的转折,从“一张床”到“一个生态圈”则是一次居住的市场变革。

多年从事房地产市场策划的高邵忠预测,随着相关标准逐步完善、消费认知持续提升,“备老居住”产品有望从当前的高端细分市场,逐渐向更广泛的改善型需求市场渗透,成为未来住房供应体系中不可或缺的重要组成部分。这一赛道的竞争,也将从硬件比拼,升级为涵盖持续运营、服务生态构建的综合能力较量。可以预见,在政策引导与市场需求的驱动下,“备老居住”产品正从概念走向现实,不仅为更多的备老族提供多元的未来生活方式,让置业者更从容地选择产品,也为房地产行业的转型升级开辟了充满人文关怀与长期价值的新航道。

本版记者 杨维东 图片为资料图

“津筑家置业合作社” 开通“备老族”置业专线

随着城市区域内各楼盘项目新品相继推出,新一轮改善性居住置业需求再度升温,同时,选择改善性居住产品的置业者更加关心并考虑未来养老的居住生活,关于“老年”居住生活的话题已经成为改善性置业需求关注的焦点,“养老”和“适老”产品的更新迭代,“备老”的提前预热正在成为一种市场趋势,而为了更好的“养老”,就要有前瞻性的“备老”,关键在于注重居住生活质量与产品内涵。

针对“备老族”改善性置业中关注的“适老”及“养老”的需求选择,“津筑家置业合作社”特别策划推出“备老族”居住改善品鉴团,旨在为有需求的置业者提供多种房源信息参考选择,同时邀约“备老族”一起聊居住,聊生活,聊楼市。

“津筑家置业合作社”——备老族居住改善品鉴团”将通过纸媒推荐楼盘项目户型,介绍不同楼盘项目优势等形式展示市区推出的楼盘产品,有对推荐楼盘项目感兴趣的置业者可以结伴到楼盘现场进行实地品鉴。有意向参与活动的置业者拨打13612081010报名。

备老置业选择



约128平方米三室

该产品闹中取静,既有城市的繁华也有悠闲自得的生活质量,产品包括建筑面积约89—108平方米的26层高层及128—143平方米的17层小高层产品。



约126平方米三居室

项目占位中环线内、运河畔,兼得城市繁华与自然静谧,是中环内难得的一线河景房,地铁站上盖零距离接驳社区,让社区与城市轨道交通无缝相融。

楼市帮办

楼市产品丰富,对于置业者来说确实是件好事,因为楼盘项目多了也就有了更多的选择。置业者在选择项目中遇到问题怎么办?

针对百姓买房及居住过程中遇到的房产问题,本报开通“楼市帮办”服务热线,帮助解决置业者在买房、收房以及入住后可能遇到的常见问题。“楼市帮办”热线:13612081010。户型图由企业提供

聊聊马年楼市

文/老杨

楼市品牌不是营销的数量,而是产品要赢得人心,特别是楼盘项目的细节处理更是要立足居住者的需求,为居住者的日常生活考虑,而不是天马行空地只追求设计上的“另类”。推动市场营销的关键还是产品的设计,如何让买房人感到居住的实用性和使用性,要在设计立意和时代创意上下大功夫,更要在细节上有“叫座的好东西”。

对于置业者而言,尽管市场上楼盘项目很多,选择的余地很大,但也要用成熟的眼光来看待楼市,选择具有品牌价值的产品,更要深入了解产品的细节所在。买房子一定要关注居住的舒适性和实用性,要通过好房

子来体现居住生活品质的提升,而提升居住品质的关键还是要看细节上的处理。

对于置业者来说,在楼市产品丰富的当下,如何选择满意的,具有未来价值的居住产品成为选房的关键。其中,产品的细节化往往是吸引置业者目光的关键点,一些项目在建房的同时便融入了“养老”服务设施和关注于孩子的“四点半课堂”,一些新项目打造出“康复中心”来满足住区需求,更有项目在配置业主会所的基础上增设了“就餐”“读书”“咖啡吧”等便于业主们相互交流与休憩的多种场景细节,将住区形成复合型生活圈,这些设施细节的融入让置业者在感到方便的同时更体验到真正的

居住生活品质。

楼盘项目的细节代表着开发企业的用心与目光的前瞻,现代人选择项目产品不再是满足简单的居住,而是要具有品质生活的内涵,在这种对内涵的感受中,产品的细节显得极为重要,有住区在景观走廊设计了一些坡道,有利于业主使用婴儿车或是轮椅的便捷性,有住区将一些园林排水或是设备配置了装饰物,让整体的住区有了艺术感。一些讲求科技智能的楼盘在厨房设置了新风系统,解决了煎炒烹炸的油烟排放。

好房子需要“叫座”的细节。楼盘项目的细节不仅是对居住者的一种吸引,也是对产品价值提升的一个保障。

好房子需要“叫座”的细节