

“楼市好房名盘帖”邀约楼盘参与

今晚楼市原创

当“好房子”成为楼市的主旋律,更多“好房子”产品开始相继登场,一方面为有购房意向的置业者带来了高品质的居住产品,另一方面也让楼市营销中有了更多竞品。如何破解楼盘营销难题,也成为开发企业关注的焦点。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。开发企业急需更精准、更具公信力的推广渠道,而置业者也渴望获得更真实、更全面的项目信息。在此背景下,本报策划推出“津筑家营销合作社”。本报不仅仅满足于做一个信息的传播者,更将成为一个价值的创造者和资源的整合者,凭借丰富的资源、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,搭建服务供需双方的良好平台,把媒体的传播力、影响力转化为实实在在的生产力。

“津筑家营销合作社”作为带动楼市营销的一次全新尝试,将集结有需求的置业者,让其更多地了解

楼盘产品的设计理念、产品风格以及细节优势,同时组织意向置业者走进楼盘实地品鉴,让楼盘项目获得更多置业者关注,被更多置业者细细研读,进而推动“好房子”的市场营销。“津筑家营销合作社”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。根据意向置业者的“改善型需求”“刚需婚房需求”“安家天津需求”等进行系统分类,有针对性地为你推荐楼市“好房子”信息。

为助力楼盘营销,更好地为置业者提供品质精良的楼盘产品,本报特别策划推出“晒出好房子——楼市好房名盘帖”系列活动,现征集各开发企业的楼盘项目参与。

参与系列活动的楼盘项目将通过本报向意向置业者推送房源信息并邀约意向置业者实地品鉴。欢迎读者拨打报名咨询电话。

文/摄 记者 杨维东

“好房子”互动话题—— 居住生活要的是“舒适”

如今,“好房子”话题成为楼市新的着眼点,新楼盘推出时会围绕“好房子”进行推介,楼盘产品会将更多细节上的优势作为“好房子”的卖点介绍给买房人。开发企业会重视“好房子”建设,置业者也会关注“好房子”产品。对于置业者来说,真正的好房子应强调“舒适”二字。

居住生活的舒适离不开两个地方:一个是“屋里”,一个是“屋外”。

“屋外”,自然是居住区的景观,葱郁的树木,潺潺的流水,树荫下的长椅,凉亭中的石凳,清晨的阳光下,年轻人慢跑,老年人健身,孩子们则聚在一起嬉戏。夕阳西下,年轻恋人相互依偎,中年人一边欣赏着景致一边向家走去,老年人悠闲地散步。这才称得上是“屋外”的舒适。

“屋里”的舒适更加重要,因为这是居住生活的重要内容。

首先是“厨房”,俗话说,民以食为天,厨房是创造美味的地方,所以厨房关系到居住生活的舒适性,而餐桌最好靠近厨房,这也是现在很多楼盘产品设计餐厨一体的好处。因此厨房和餐厅的面积要足够,这样才能有更多在家做饭的“动力”。

其次是客厅。这里是家人聚集的地方,因此要有足够的面积,在设计上要简洁明快,少一些难以清洁的角落,还要考虑孩子在客厅跑跳时的安全问题,避免设置障碍物。同时,客厅也是居住生活的“门面”,一定要彰显出居住者的文化底蕴。

再有就是阳台,空间不会很大,但兼具赏景、休憩、养花、晾晒衣物等多重功能。

居住舒适是好房子营造的根本,产品的设计还是应该从居住的角度出发打造舒适的空间。

文/夏菁 整理 杨翔云

“今晚好房荟” 征集互动话题

“好房子”将成为楼市发展和置业者共同关注的主题,人们对于“好房子”也有着不同的理解、认识和需求。

中指研究院发布的《2025“好房子”需求调查报告》显示,居民居住需求已从“满足基础空间”转向“追求品质适配”。购房者关注的不再只是价格,诸如楼板隔音效果、物业管理品质、项目配套是否齐全等,都成为决策的重要考量。

什么是“好房子”成为各方关注的焦点。然而,置业者与开发企业对于“好房子”的定义,往往存在微妙的差异。一边是追求舒适、便捷与长期居住价值的使用者,另一边是权衡利润、去化与品牌风险的经营者。两种视角,共同勾勒出当下楼市的产品逻辑与消费心理。

为使置业者对“好房子”给予更多的关注,本报特别推出“今晚好房荟”系列活动,征集读者和置业者关于“好房子”的互动话题。参与者可将自己对“好房子”的理解编辑后发送至528180868@qq.com。 记者 杨维东

楼盘鉴赏

当楼盘产品不再以“北方建筑”与“南方园林”区分,一大批采用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设计风尚。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。它远非物质的堆砌,而是

“南派园林”走俏北方楼市

融入肌理的功能美学,更是居住品质的精神场域,构成了新时代人居向内追寻、从容丰盈的生活哲学。

回归城市生活,就是在满足一种老情结。这种老情结让城市生活超越了简单的便利与繁华,蒙上了一层温暖而私人的怀旧滤镜。回归城市,是为了让味蕾重

新找到“家”的坐标,用熟悉的味道唤醒沉睡的记忆。

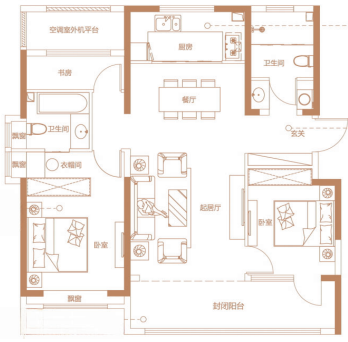
对于置业者来说,享受高质量的居住生活是关键,正所谓“大隐于市”,一杯清茶,萦绕着记忆中挥之不去的“故事”,这便是选择海派“隐奢生活”的缘由。

记者 杨维东
户型图由企业提供



约112平方米三居室

约9.7平方米的阳台,尽享阳光书房或是满目充盈的花房空间,满足生活闲情需求。主卧飘窗设计并非年轻人的专属,约1.53平方米的空间,让心情得以舒缓沉静。约4.68平方米的花园露台,一张圆桌、一把座椅,阵阵茗香飘来,尽观四季风景。



约126平方米三居室

坐拥中环线内、运河畔的优越地理位置,兼得城市繁华与自然静谧,与城市景致相融合,是难得的一线河景房。地铁上盖,与社区零距离接驳,让社区居住与城市轨道交通无缝相融。回归城市,不仅是一次地理上的迁移,更是一次情感上的“寻根”与精神上的“回归”。



约153平方米洋房

宽敞舒适的4.5米大开间,南北双向观景阳台,270°观景设计,升级第三功能空间,置身于这座建筑作品之中,心静如水,而激起涟漪的是对拥有这一经典居住艺术品的追求。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获得更多的价值保障。

【喜欢以上居住作品的置业者拨打电话报名参与现场鉴赏互动】

本版相关活动报名电话 13612081010(微信同号)