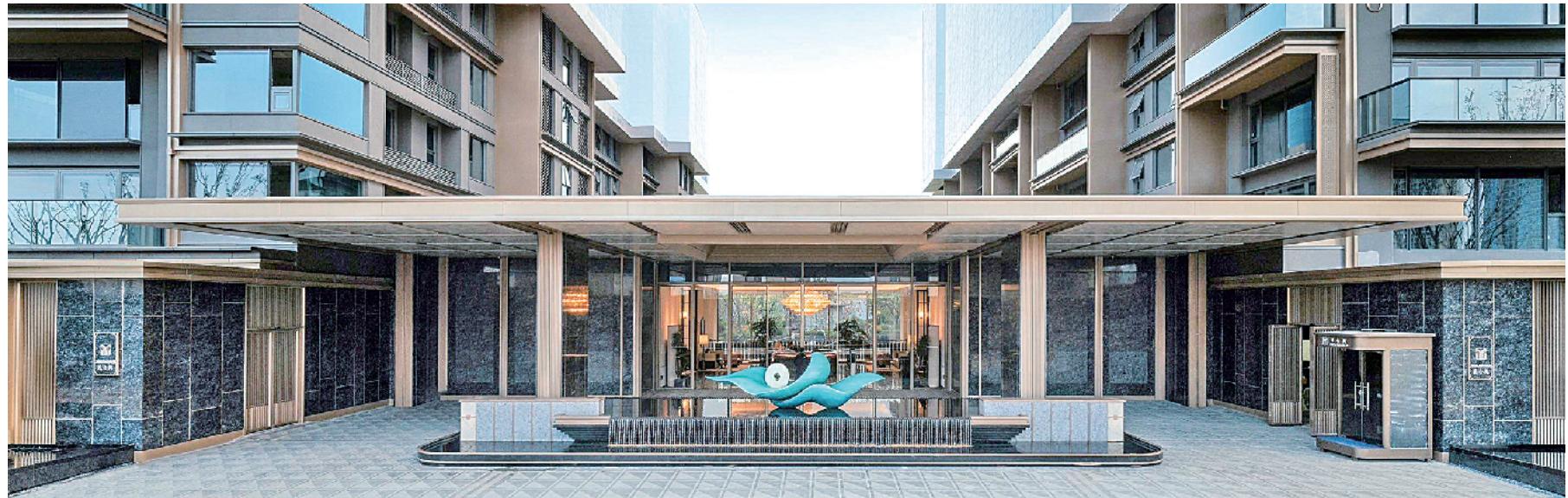


以高品质住宅开启高品质人居

——昆仑樾逆市火爆背后的民生温度与匠心坚守



本报记者 尹亮

在云龙区新城片区，昆仑大道与新元大道交会处，一片兼具现代美学与自然意蕴的建筑群正成为城市焦点。作为新城片区首个四代住宅项目，昆仑樾自9月27日实景示范区开放以来，目前累计接待超4200组改善客群，创下日均接待量约70余组、售楼人员日均步数超2万步的忙碌纪录，更实现首开劲销1.2亿元的领先业绩，成为楼市调整期里一道别样的风景。

这座由徐州产城集团开发、绿城管理代建的时代作品，为何能打破市场沉寂，赢得购房者与行业同行的双重青睐？循着项目的建设轨迹，跟随记者的采访，一同探寻其逆市飘红的深层密码。

刘彬：国企担当为基，筑牢品质“压舱石”

“昆仑樾的诞生，根植于国企的责任驱动，亦离不开品牌的专业引领。我们的目标，是打造一座经得起时间审视的城市作品，而不仅仅是一处居所。这既是对徐州市民‘好房子’期盼的回应，也是我们献给这座城市的时代作品。”徐州新腾置业副总经理刘彬表示。

作为徐州市属国有企业，产城集团资产总额超600亿元，深耕新城片区多年，已成为城市建设的中坚力量。从金融集聚区到徐州方特乐园，从文庙街区到质子重离子医院，产城集团深度参与城市发展，累计建设道路150余公里、中小学校及幼儿园20余所、公共绿地630余万平方米，用一个个重大项目见证城市成长。

“参与昆仑樾建设，我们组建了以党员技术骨干为核心的先锋团队，将‘民生暖’‘工程强’的理念贯穿始终，稳步推进‘好房子’从图纸走向实景，矢志不渝地推动徐州人民从‘住有所居’的基础保障，稳步迈向‘住有优居’的品质生活，以此践行初心，扛起国企的时代担当。”刘彬说，项目通过对标先进城市，立足本土实际，将四代住宅、共享社区等前沿设计理念融入产品，持续优化空间布局规划；采用免拆复合保温模板、高精度铝模系统等行业领先工艺，解决了墙体保温层易脱落、平整度不足等行业痛点；空中庭院的设计历经数十轮优化，通过调整进深与遮阳系统，破解了夏季暴晒与冬季防风的难题。

“昆仑樾不是简单的房地产项目，它更蕴含着产城集团以‘城市综合运营商’视角，为徐州注人民生温度、打造品质人居的深层考量，必须以国企标准守住品质底线，不负城市信任。”刘彬的话语中，透出国企管理者的责任与担当。作为产城集团派驻项目的核心代表，他始终将“稳交付、高品质、优服务”作为工作的核心准则，以国企责任与实力为项目保驾护航。

“国企开发，就要把民生需求放在首位，让业主住得安心、舒心、放心。”正是这份对责任的坚守，让昆仑樾成为购房者心中“稳交付、高品质、强兜底”的代名词。

“绿城的基因里，藏着对品质的极致追求。昆仑樾作为我们在徐州打造的首座四代宅，必须以产品创新重新定义城市人居标准。”昆仑樾项目总经理吴文亮表示，绿城有30年高端住宅打造经验，更深谙高端客群的居住需求；深耕徐州10余年，巨献6座佳作，每一个皆为经典，将“产品主义”刻进了项目的每一个细节，赢得了市场和业主实打实的口碑。

四代宅的核心亮点在于“空中庭院”，而6.2米挑空错层露台的设计，是项目攻克的第一道难关。“我们要让露台不仅是景观，更是实用的生活空间。”吴文亮介绍，设计团队深入调研徐州人居习惯，历经数十轮方案调整，最终确定“错层布局+全景视野”的设计，既保证了每户露台的私密性，又实现了“垂直森林”的生态效果。“最大户型使用率超105%，这在徐州是比较罕见的，相比传统住宅，相当于给业主多送了一间卧室。”通过优化空间布局，让业主花更少的钱享受更大的使用空间。

在园林打造上，吴文亮透露：“园林不是简单的植树种草，而是要营造‘一步一景、移步异境’的诗意图。”他介绍，项目特意将下沉水院与居住区形成约5.5米高差，巧妙引入周边山水意境，以自然艺术会所为载体，打造“立体层叠、诗意栖居”的沉浸式体验；严格按照“层级种植”原则，搭配羽毛枫、鸡爪槭、茶梅等色叶及开花苗木，打造四季有景、层次丰富的生态空间。

会所与架空层的设计，更是绿城践行“全龄友好”理念的集中体现。对标安缦JANU酒店打造的“樾鸣七律”峯越生活馆，涵盖桌游、棋牌、健身、瑜伽、室内高尔夫、私宴等七大功能区，仅为476户业主专属服务；3号楼与6号楼的架空层，针对儿童、青年、长者不同需求，打造泡泡玛特主题区、青年咖啡吧、阶梯书吧、运动区等全龄空间，让每个年龄段的业主都能找到专属乐趣。“好的产品不仅要满足居住需求，更要承载社交与情感需求。”吴文亮如是说。

梁平丽：市场导向为镜，读懂人居“真需求”

“客户的认可是最好的口碑，只有读懂他们的真实需求，才能打造出有温度的好房子。”昆仑樾项目营销负责人梁平丽，凭借多年房地产营销经验，精准捕捉到徐州改善客群的核心诉求，让昆仑樾在众多项目中脱颖而出。在她看来，项目的火爆是“产品力与需求度”的精准匹配，更离不开国企与绿城的双强加持效应。

开盘前，梁平丽带领团队开展近千组客户调研，发现徐州改善客群普遍存在“空间需求大、注重私密性、追求生态感、关注圈层社交”四大诉求。针对这些需求，她将项目核心价值提炼为“地段优、产品新、配套全、圈层纯”四大亮点，通过实景示范区开放、客户体验日等活动，让客户直观感受优势。“很多客户看完65米宽的酒店式归家大堂、270°全景边厅和6.2米挑空露台后，当场就表达了购房意向。”梁平丽介绍，实景呈现是建立信任的关键，项目近1万平方米全维实景示范区，将归家动线、园林景观等全部实景展示，让客户“所见即所得”。

在客户服务方面，梁平丽推行“全周期服务体

系”，从到访讲解到售后咨询都细致入微。她要求置业顾问不仅懂产品，更要成为“生活顾问”，提供学区解读、装修建议等增值服务。开盘当天，一位新能源行业的老板看完178㎡户型后当即认购：“实际使用率高、视野开阔、布局精心，服务和会所配套很前卫，这正是我们改善家庭想要的。”

面对同行到访，梁平丽大方分享经验：“昆仑樾的成功，在于以客户需求为导向，更在于国企背书+绿城代建代销形成的1+1>2效应。”这种模式让国企的“稳”与绿城的“美”完美融合，既强化了产品力，更极大减轻了营销压力。她认为，高端人居的核心是对生活场景的预判，项目LDKBG一体化设计、双会所等，都源于对改善家庭需求的深度洞察。“强大的品牌引领和托底，户型实用创新，会所配套优加，室内外双景呼应。想象一下，孩子在主题游乐区玩耍，大人在健身房锻炼，老人在园林散步，聚会更有专属私宴厅——这才是四代宅该有的模样，是一种有保障、具前沿性的轻奢生活。”

结语：筑居彭城，致敬美好生活

从国企担当筑牢的品质根基，到品牌匠心雕琢的产品细节，再到精准契合市场的人居洞察，昆仑樾的高品质打造，是产城集团与绿城初心坚守的结果，更是双方“1+1>2”的实力见证。这座集新城片区核心地段、四代宅创新产品、全维优质配套于一体的高端社区，不仅重新定义了徐州改善住宅的标准，更诠释了“好房子”的真正内涵。

如今，昆仑樾的建设仍在稳步推进：6.2米挑空的空中庭院已见雏形，“一园两轴九境”的园林景观渐次呈现，“樾鸣七律”会所已可实地体验。在彭城大地这片热土上，这座承载着城市人居梦想的四代宅标杆，必将以更优的品质、更全的配套、更暖的服务，为徐州人民带来人与自然和谐共生的美好生活新体验，为城市高品质发展书写浓墨重彩的一笔。