

徐州2026首场土拍“开门红”

11.5亿元落槌3宗地铁口纯洋房地块

本报讯(记者 徐厚正)2026年徐州土地市场迎来“开门红”。在近日举行的首场土拍中,位于南区大学路及娇山湖板块的3宗优质住宅用地成功出让,总成交金额达11.549亿元。值得关注的是,三宗地块均紧邻地铁站点,且规划为低密纯洋房社区,叠加板块配套持续升级,为市场注入了稳健信心。

此次成交的3宗地块均由徐州硕源交建设有限公司竞得。国资背景企业摘地,既彰显了区域发展的坚实底气,也为后续项目开发品质提供了稳定保障。三宗地块成交楼面价介于2908元—3399元/平方米之间,较低的地价水平有望为未来市场提供高性价比的居住选择,并为板块楼市的平稳健康发展奠定基础。

其中,大学路独龙山西B地块位于大学路东、汉江路北,紧邻保利学府项目,距离地铁4号线桥上站不远。该地块出让面积约106.04亩,容积率仅1.5,建筑限高40米,将打造第四代纯洋房社区。地块周边教育资源密集,铜山实验幼儿园珠江路分园、大

学路实验学校南校区等构成了从幼儿园到大学的全龄教育链,生活便利性突出。目前板块商业配套仍在完善中,随着后续规划落地,区域价值有望进一步提升。

娇山湖北片区此次出让的两宗地块亮点更为集中。XT2025-41号5号地块占地139.77亩,是近一年来徐州出让面积最大、总价最高的宅地之一,成交总价4.335亿元,楼面价约2908元/平方米。该地块西临娇山湖、南靠娇山河,东侧即为地铁3号线焦山站,紧邻即将建成的岗叉楼商业综合体和规划学校,实现了自然景观与城市配套的有机融合。位于其北侧的XT2025-42号7号地块,与地铁口近乎“零距离”,与商业综合体隔路相望,生活便捷度极高,同样规划为容积率1.6的纯洋房社区,低密宜居属性显著。

更令人期待的是,娇山湖北片区的配套设施正在加速兑现。超大型安置区将建设约4060户住宅,并同步配建2.4万平方米商业综合体、邻里中心、中小学及幼儿园。其中,一栋高达82米的商业综合体紧邻地铁

口,将有效填补板块的商业空白。未来,数千户居民的集中入住将为区域带来旺盛人气,带动商业、教育等配套日趋成熟,银山路—娇山湖板块有望崛起为徐州南部宜居新高地。

此次土拍顺利落幕,延续了徐州土地市场的回暖态势。回顾2025年,徐州市区共成交74宗住宅用地,其中4宗溢价成交,最高溢价率超过45%,创下2021年以来新高。业内分析指出,结合国家“因城施策控增量、去库存、优供给”的政策导向,2026年土地供应预计将更趋合理,优质地块的稀缺性有望推动土拍市场持续温和复苏。

目前,娇山湖板块周边纯洋房新房及二手房价格相对亲民。在新出让地块较低楼面价的加持下,未来将为市场提供更多高性价比的低密改善产品。随着地铁、商业、教育等配套逐步完善,叠加板块内独特的山湖生态资源,南区居住价值正加速兑现。这场取得“开门红”的土拍,无疑为徐州2026年房地产市场的平稳健康发展拉开了序幕。

美的置业业主春晚温暖收官

本报记者 徐厚正

“今天我们相聚,只为让美意成真。”近日,美的置业中部公司第四届业主春晚温情上演。与往届不同,本届春晚首次邀请两位AI虚拟主持人“大徐”与“邯郸”联袂主持,以“了不起的邻居”为主题,通过线上直播为徐州、邯郸等多地业主呈现了一场跨越时空的云端邻里聚会,吸引数万业主家庭在线观看与互动。

“大徐”与“邯郸”流畅自然的串场、精准温暖的互动,不仅为晚会奠定了创新、温情与连接的基调,也标志着美的置业中部公司在社区文化活动中首次引入虚拟主持人技术,将科技的便捷与人文的关怀融于每一处细节。



业主站上C位,多元才艺共绘社区温情

整场晚会的核心,始终是属于业主的舞台。

徐州东湖天城的小业主以童声朗诵《小年兽来了》温馨开场;邯郸西部美的城带来的《中国龙》擂鼓表演,激昂吹响新春气象;徐州孩子用清澈歌声送上《福气要来到》,邯郸美的城的舞者则以热情奔放的新疆舞引领观众神游千里。从太极拳的刚柔并济到古筝《上春山》的悠扬婉转,从豫剧的醇厚乡韵到旗袍秀的典雅风姿,18个节目跨越地域与年龄,涵盖传统与现代艺术形式。邯郸罗兰翡翠的旗袍队与徐州美的翰城的柳琴戏表演同屏呈现,生动诠释了社区作为文化兴趣与情感共同体的内涵。直播评论专区,喝彩不断,“了不起的邻居”从主题化为可感可触的生动现实。

社群深耕结硕果,兴趣为纽带凝聚邻里

精彩纷呈的节目背后,是美的置业长期对社区社群的培育与赋能。

2025年上半年,公司焕新升级社群品牌“布谷岛”,旗下“岛蛋骑士、拾贝研学、野生青年、老友趣、布谷学堂”五大板块,覆盖全年龄段业主的多元兴趣。各项目根据业主喜好组建的特色社团已成为社区活力之

源:徐州美的城的豫剧团、邯郸美的城与锦观城的太极拳队等均已运作成熟。例如,邯郸美的锦观城太极社群主理人刘子安凭借40余年功底,两年多来教授八套功法,学员从十余人发展至70多人。虚拟主持人的加入,更吸引了年轻业主的目光,让他们重新感受到社区的温暖与活力。

品牌理念再进阶,深度诠释“家”与“社区”

走过四个年头的业主春晚,其意义已远超一场岁末联欢,它已成为美的置业品牌叙事中关于“社区关系”与“温情共建”的关键篇章。

这标志着美的置业正从住宅的提供者与维护者,深化为社区文化的发起者与共建者,重新诠释“家”的内涵——家不仅是私密的物理空间,更是门外的公共

生活、温暖的邻里相伴与有温度的社区共生。这份用心早已融入日常:在交付前,徐州和著湖山升级社区园林,美的云与湖扩大20%绿地,只为预留更丰富的活动空间;交付后,通过“布谷岛”社群及主理人计划搭建共创平台,全年开展186场活动,覆盖超70个社区、约12018位业主。

以心浇灌,书写有温度的品牌答卷

对房企而言,建筑可以标准化,但有温度的社区与真挚的邻里情谊,却需要日复一日的用心耕耘。能否构建富有活力、温度和归属感的社区,已成为衡量房企品牌深度的重要标尺。美的置业始终以业主为中心,从交付前的空间打磨到入住后的长

期陪伴,将美好藏于细节。从年度邻里春晚到贯穿全年的社群活动,美的置业正以持续的努力与坚守,在深耕理想人居的道路上,递交一份独特的温暖答卷,让社区真正成为情感归属与共生共长的幸福港湾。

