

# 好房子，加速迭代进行中

本报记者 尹亮

时代浪潮奔涌向前，城市人居迭代不止。当房地产市场告别粗放扩张的旧时代，迈入品质制胜的新征程，“好房子”便成为穿透市场迷雾、点亮行业航向的灯塔。

2026年的徐州，一场以品质为核心、以需求为导向的人居革命正加速上演，从产品设计到营销服务，从开发理念到购房心态，全链条、全方位的深刻变革已然铺开，房地产市场正向着更高质量、更优体验的全新境界阔步迈进。

## 产品迭代： 从标准化复制到定制化创新

2021年下半年以来，房地产市场经历深度调整，曾经高歌猛进的行业态势悄然转向，粗放式开发、标准化复制的旧模式难以为继，市场在阵痛中探寻新生。

就在行业转型的关键路口，“好房子”三个字如一道穿透阴霾的光，为徐州楼市指明了前行方向——唯有回归居住本质、深耕产品品质，方能赢得市场、赢得未来。

2026年，徐州楼市迎来品质集中爆发期，十余个全新楼盘蓄势待发，每一个项目都在品质上做“加法”、在细节上求“极致”，曾经风靡行业的“一个产品系列、一套标准化流程”的开发模式被彻底抛弃。从市中心到新城，从城东到铜山，“卷产品、卷品质、卷创新”成为房企共识，开发逻辑实现根本性转变——从过去“销售端优先、快周转至上”，转向如今“设计优先、品质先行”，一切围绕居住需求、一切为了美好生活的开发理念深入人心。

走进各大新盘展厅，匠心巧思随处可见：万科·檐屿溪打造徐州首个台地纯洋房，约1.5的低容积率、3.6米社区抬升，以立体景观重构归家仪式感，空间使用率高达93%-115%；新盛·未来新七里作为省级改善型住宅导则落地项目，LDKBG一体化、270度环幕视野等设计，重新定义城市改善标准；新元序将四代宅与低密叠墅完美融合，独立动线、定制空间让居住更具专属感。曾经“复制粘贴”的模块化产品销声匿迹，取而代之的是贴合徐州气候、适配家庭结构、呼应生活习惯的原创设计，客户生活优先成为设计的最高准则，每一寸空间都承载着对美好生活的深刻理解。



市场在变，产品在变，营销服务也随之焕然一新。如今的徐州楼市，所有从业者都深谙一个道理：好房子自己会说话，唯有让客户真切感知居住价值、体验生活美好，才能真正打动人心。过去，置业顾问推介的核心是地段与价格，用数据与区位说服客户；如今，评判优秀置业顾问的标准，早已变成能否通过产品讲述美好生活，能否让客户看见未来的理想家园。

“姐，您看这个120平方米的户型，我给您算过，客厅开间6米，摆上沙发和儿童游乐区完全不挤；这边的小房间，现在可以做书房，等孩子大了，改成儿童房也刚好，不用二次装修。”在湖东道售楼处，置业顾问小陈正拿着户型模型，给前来看房的王女士细致讲解。今年28岁的小陈，从事置业顾问工作5年，她的手机相册里，存着近300张装修效果图、软装搭配方案，还有很多承载生活的设计照片。

“上次有位刚结婚的年轻客户，喜欢简约风，但又

不知道怎么搭配，我就把手机里存的同户型装修案例给他看，还帮他推荐了性价比高的装修团队。”小陈笑着说，现在的置业顾问，早就不是“卖房子”的，更像是“生活向导”。她练就了“察言观色”的基本功，从客户的只言片语、细微神情中捕捉需求：看到客户带着老人，就重点讲解老人房的康养设计、社区的无障碍设施；看到年轻夫妻，就侧重介绍儿童房的灵活性、客厅的互动空间。

一场场生动的“生活场景化营销”在几乎每个售楼处精彩上演：从园林景观的四季景致，到架空层的全龄功能，从归家动线的仪式感，到物业服务的暖心细节，把一纸规划变成触手可及的生活画卷。

更有不少置业顾问化身“生活顾问”，他们把“卖房子”变成“荐生活”，用专业与温度搭建起产品与客户之间的信任桥梁，让每一次推介都成为一场美好生活的沉浸式体验。

## 心态转变：人居品质意识正在觉醒

人居品质的迭代升级，根源在于购房心态的深刻变革。曾几何时，“安得广厦千万间”，拥有一套属于自己的房子，便是无数家庭的终极梦想。而如今，随着城市发展与生活水平提升，“有一套好房子”成为全新标准，购房者的目光从“有没有”转向“好不好”，从关注硬件配套转向追求品质与情绪价值的双重满足。

曾经，地段是购房决策的唯一核心，“地段为王”的理念深入人心；如今，地段依旧是重要考量，但产品力的权重大幅提升，成为与地段并驾齐驱的核心要素。购房者愈发清醒：千篇一律的户型、乏善可陈的品质，即便占据再好的地段，也难以承载美好生活；唯有兼具优质区位与卓越产品力，能在满足基本居住需求之外，带来舒适感、幸福感、归属感的好房子，才能真正激发购买欲望。

“我2018年买的第一套房子，当时就看地段，觉得只要交通方便就行，住进去才发现，户型不合理，采光差，冬天家里特别阴冷。”今年35岁的企业职工周凯，正在未来新七里售楼处看房，他的购房需求很明确：品质优先，地段为辅。“这次换房，我首先看的是户型和得房率，其次才是地段。这个楼盘的得房率非常高，而且是四代宅设计，有独立的空中花园，既能养花种草，也能陪孩子玩耍，这才是我想要的生活。”

“就像新能源汽车取代传统燃油车一样，现在买房子，也不能只看‘能住’，更要看‘住得好’。”周凯坦言，哪怕价格低，但如果产品不行，也打动不了我。

当下的徐州购房者，对品质的追求愈发严苛：房价略高可以接受，开发商拿地成本增加可以理解，但得房率不接近100%、空间利用率低难以接受；地段可以精挑细选，但无法支撑高品质开发、缺乏生活配套的板块坚决不选。从“将就居住”到“讲究生活”，从“被动接受”到“主动选择”，购房者的品质觉醒，成为推动徐州楼市向高质量发展迈进的最强动力。

## 人居高度决定幸福温度

时代大潮，浩浩荡荡；人居迭代，日新月异。从产品设计的匠心独运，到营销服务的温情赋能，再到购房心态的品质觉醒，2026年的徐州楼市，正以“好房子”为核心，书写着房地产高质量发展的崭新篇章。这不仅行业自身的转型升级，更是城市发展的必然趋势、民生需求的真切呼应，是“住有所居”向“住有优居”跨越的生动实践。

一座城市的人居高度，决定着城市的幸福温度。当“好房子”成为徐州楼市的主流追求，当品质迭代成为行业发展的永恒主题，我们有理由相信，未来的徐州，将涌现更多承载美好生活、彰显城市魅力的品质住区，让每一位市民都能在宜居宜业的家园中，拥抱更有质感、更具温度的幸福生活。