

传递楼市真实的声音

2026徐州金秋房产夜市9月30日—10月2日在文庙东方街区举办

本报记者 尹亮

一场房展会，究竟能看见什么？

是琳琅满目的楼盘，是一张张精心设计的户型图，是购房者反复比较的价格和面积，也是开发企业对于市场需求的一次集中回应。

9月30日至10月2日，2026徐州金秋房产夜市将在文庙东方街区举行。作为8·28住房消费政策实施后的首场大型房产展会，本次活动汇聚房地产开发企业、中介机构及相关服务单位，凤起云玺、新元序、紫薇金澜、中山月华、隐翠、畅和园、新七里、淮玺颂、招商序、美的、泽信、万科吾山、万科昆吾、印樾里、桂语新著、保利学府、金为启樾、万科檐屿溪、紫宸公馆、中海、贝壳及相关中介机构等将集中亮相。

其中，凤起云玺为本届活动冠名方。

一边是房地产市场发展阶段的变化，一边是居民住房需求的变化。

当越来越多购房者不再只问“多少钱”，而是开始问“住得怎么样”；当改善型家庭不再满足于简单增加面积，而是更加关注空间、品质和生活方式；当“卖旧买新”逐渐成为不少家庭改善居住条件的重要路径——一场房展会，恰恰成为观察这些变化的一个窗口。

房展会，展示的不只是房子，更是一个时期楼市真实的供需关系。



从“买房”到“选生活”，购房者的声音正在改变

过去，房展会最重要的功能是集中展示新盘、促进成交。

如今，市场环境发生变化，购房者也在发生变化。

8·28房地产新政进一步释放满足居民合理住房需求、促进房地产市场平稳健康发展的政策信号。房地产正在经历发展模式的调整，住房的金融属性逐渐淡化，居住属性进一步凸显。

对普通家庭而言，一套房子的意义从来不只是平方米上的数字。

它意味着孩子上学的距离、老人生活的便利、每天上下班的通勤时间，也意味着一家人未来10年、20年的生活空间。

因此，今天的购房者看房，越来越像是在做一道综合选择题。

区域怎么样？交通是否便利？户型是否实用？社区环境如何？建筑品质怎么样？物业服务能不能跟上？这些问题，与价格一样，越来越多地进入购房决策。

本届房产夜市将不同区域、不同产品、不同定位的项目集中到同一个场景中，实际上就是把分散的市场信息重新摆到了购房者面前。

紫薇金澜、新元序、凤起云玺等项目亮相，中山月华、隐翠、畅和园、新七里、淮玺颂等项目集中展示，招商序、美的、泽信、万科吾山、万科昆吾、印樾里、桂语新著、保利学府、金为启樾、万科檐屿溪等项目也将带来不同的产品选择。

从品牌到产品，从区域到户型，购房者可以在同一场景下看项目、问政策、比产品。

过去需要跑几家售楼处才能完成的信息收集，如今可以在一次逛展中完成。

市场究竟需要什么，购房者最有发言权。

而房展会，就是让这种声音集中出现的地方。

从“面积改善”到“品质改善”，市场正在回答什么是好房子

如果说购房者的选择体现需求变化，那么参展项目的产品，则构成了房地产市场对这种需求的回应。

本届房产夜市冠名方凤起云玺，是其中一个值得关注的观察样本。

凤起云玺位于解放南路东、党校北街南，项目容积率约1.2，首开产品覆盖约142平方米、166平方米、188平方米等面积段。低密度的产品定位和改善型面积段，折射出当前部分购房者对于居住品质的进一步期待。

过去，人们说“改善”，首先想到的是“换大房子”。

如今，改善的内涵正在发生变化。

面积仍然重要，但并不是唯一答案。

更好的空间尺度、更合理的户型设计、更舒适的社区环境、更完整的公共配套，以及建筑、园林、物业等环节共同构成的居住体验，正在成为改善型家庭关注的内容。

这也意味着，房地产市场的竞争正在从“有没有房”转向“有什么样的房”。

从凤起云玺，到紫薇金澜、新元序，再到万科吾山、万科昆吾、万科檐屿溪、保利学府、金为启樾等项目，本届房展会呈现的并不是一种单一的住房产品，而是不同企业对当前市场需求的不同回应。

这正是房展会的价值所在。

一个展位是一家企业对市场的回答，一组户型是一种生活方式的表达，一位购房者提出的问题，则是最直接的市场反馈。

把这些声音放在一起，才能真正看见楼市正在向哪里变化。

从“买新房”到“卖旧换新”，两个市场正在重新连接

房展会上的另一种声音，来自那些准备改善住房条件的家庭。

“想换一套更大的房子，旧房怎么办？”

这是不少改善型购房者必须面对的现实问题。

对于很多家庭而言，改善并不是简单地再买一套房，而是一个“卖旧买新”的完整过程。

先评估旧房，再寻找买家；资金如何衔接？新房什么时候买？贷款如何办理？交易周期如何安排？

其中任何一个环节出现问题，都可能影响整个置换计划。

因此，本届金秋房产夜市专门设置二手房置换服务，将新房项目与二手房市场放在同一个场景中。

贝壳及相关中介机构参与其中，为购房者提供房源展示、房产评估、置换咨询等服务。

这看似只是房展会增加了一个服务区域，背后却是住房市场结构变化的一个缩影。

当房地产市场从增量时代逐步进入存量时代，越来越多居民的住房需求，不再是第一次买房，而是“换一套更适合自己的房子”。

于是，新房和二手房不再是两个彼此独立的市场。

一套旧房能否顺利出售，可能决定一套新房能否成交；一套新房能否满足改善需求，也会影响旧房的流通。

房展会把两个市场连接起来，实际上是在回应居民住房消费中越来越现实的需求。

房子不只是买来的，也可以通过置换获得更适合自己的生活。

从“卖房展会”到“住房消费服务平台”，房展会正在改变

一场房展会，最终还应该回答一个问题：除了展示房子，还能为购房者做什么？

本届金秋房产夜市给出的答案，是把购房过程中更多环节放到同一个场景中。

政策咨询、住房公积金、贷款、征信、不动产登记等服务，将与楼盘展示、二手房置换共同进入展会现场。

对购房者而言，这意味着看房不再是一个孤立环节。

可以先了解市场，再咨询政策；可以比较房源，再了解贷款；可以看新房，也可以同步咨询旧房置换。

房地产消费由此从单纯的“交易行为”，进一步向综合性的住房服务延伸。

房展会选择文庙东方街区、安排在下午4时至晚上10时举办，也是在尝试改变传统房展的消费场景。

夕阳落下，文庙灯火渐起。

一家人逛街、休闲、看房，年轻人和父母一起比较户型，准备置换的家庭咨询新旧房衔接问题——房地产第一次购买、改善、置换等不同需求，在城市夜生活的场景中交汇。

与此同时，本届活动还将通过“市县联展+‘五进’微房展+线上云展”扩大覆盖范围，让房展会从一个固定展场走向更广泛的消费场景。

这意味着，房展会本身也在发生变化。

它不再只是开发企业展示产品的舞台，也成为购房者表达需求、市场观察趋势、政策提供服务、行业回应变化的平台。

从这个意义上说，房展会的价值，并不是告诉人们“应该买什么”，而是让市场中的不同声音能够被听见。

开发企业告诉市场，今天能够提供什么样的产品；购房者告诉市场，真正需要什么样的住房；中介机构告诉市场，哪些房源正在流通、哪些需求正在发生；政策和服务部门，则让住房消费的各个环节更加清晰。

当这些声音汇聚到一起，一座城市房地产市场真实的温度，也就有了更加具体的表达。