

CRIC 克而瑞 | 产品力

2024年5月

全国住宅产品月报

克而瑞研究中心 | 产品力研究中心

此报告未经克而瑞集团书面许可，其它任何机构和个人不得擅自传阅、引用或复制。

CONTENTS

目录

01

房企产品动态

02

客户趋势

03

住宅产品结构特征

04

产品亮点分析

05

优秀项目分析

01

PART ONE

房企产品动态

- 产品升级、服务升级、品牌战略（部分略）

房企产品动态 | 华润置地与华为终端签署全屋智能战略合作协议

- 5月20日，华润置地董事会主席李欣在深圳会见了华为常务董事、终端BG董事长、智能汽车解决方案BU董事长余承东。
- 双方就进一步加强战略合作进行了会谈交流，并共同见证华润置地与华为终端签署全屋智能战略合作协议。



共研共创、强强联合

- 发挥双方资源、技术优势，探索合作
- 根据战略合作协议，双方将充分发挥各自在行业内的资源、技术优势，在全屋智能业务及商业购物中心、写字楼、长租公寓、物业管理及综合体建筑等其他相关领域探索更多合作。
- 制定全屋智能新标准，提升智能家居领域产品力
- 华为作为国内全屋智能行业的领先企业，在硬件、软件、生态及技术研发等方面具备突出优势。未来，华润置地将与华为共研共创、强强联合，共同制定全屋智能新标准，不断提升在智能家居领域的产品力，创造共赢局面。

1.3

房企产品动态 | 三代同堂的好房子，美的置业平衡宅1.0面世

- 美的置业在研发新一代产品上深刻洞察到“中生代”群体面临的问题，并积极寻求解决方案，通过空间功能的重构找到养老和育幼的平衡点，向更好生活迈出重要一步。
- 研发成果【平衡宅1.0】为刚改客群提供更具幸福感的生活空间，为颐养长者提供更加直接、智慧、便利的适老生活空间；充满自然、活力，并且适合全年龄共同居住。

DESIGN HIGHLIGHTS
设计亮点

全生命周期的适老化住宅

DESIGN HIGHLIGHTS
设计亮点

智能满载 共融餐厅

DESIGN HIGHLIGHTS
设计亮点

回游式空间 客厅与功能空间串联

DESIGN HIGHLIGHTS
设计亮点

户型设计 功能组织

01. 一米高开关、智能门锁
02. 健康消杀鞋柜
09. 全屋1米宽门洞

03. 全屋无门槛设计
04. 走廊墙面暗藏扶手
06. 双床垫长床
08. 多功能移动柜

05. 暗藏踢脚线夜灯
06. 双床垫长床

07. 长辈房水吧
08. 多功能移动柜

01. 灵活小型化灵活家具组合
02. 短焦投影
03. 伸缩可变学习桌
04. 无影阅读灯
05. 内嵌恒温红酒柜

06. 厨房导台岛
07. 厨小屏
08. 厨房踢脚线收纳
09. 智能烟灶组合
10. 电动升降拉篮

11. 手扫感应龙头
12. 静音防溅水槽
13. 厨余粉碎机
14. 智能窗
15. 解冻柜、蒸箱、烤箱
20. 零嵌冰箱

16. 真空柜
17. 干货宝
18. 健康补给站
19. 健康直饮水机
20. 零嵌冰箱

01. LDBK灵活多变的客厅
02. 亲子多功能厅

03. 共融开放厨房
04. 分享餐厅

05. C型蒙氏儿童房
06. 半分享长辈房

07. 阳光休闲区
08. 家政柜

05. 私密主卧
06. 功能阳台
07. 共融客厅

01. 主卧小家住
03. 分享餐厅
02. 共融开放厨房
01. 大收纳玄关

客餐厅功能除了满足一家人各自不同的生活状态，也更希望一家人能融洽的在一个空间中相处。

回游式客厅与X功能空间结合，让整个空间宽敞明亮更显大气，130m²户型也能有大平层的气质。

从整体空间上，将便于长者使用的适老化生活大小细节放到了重要的位置，从硬装、尺度、收纳智能化等维度打造适老化科技住宅。

- 支持代际平衡，父辈、子辈、孙辈各取所需各有所得；具有成长性与可变性，以及支持代际需求的三代同堂理想住宅；不再一味“妥协”，是这个住宅最大的亮点。

02

PART TWO

客户趋势

—
(部分略)

2.1

客户趋势一

消费者健康意识的强化，在健康家电方面，家电产品的除菌抗菌功能成为消费者重点关注的健康维度，用户更为看重家电产品是否具有如杀菌除菌、抑菌抗菌、自清洁等除菌功能

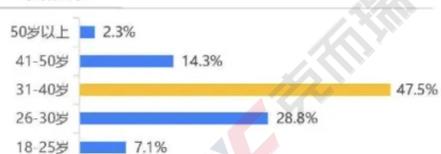
- 家电的健康功能主要围绕空气、水、饮食及个人护理四大维度展开，其中空气、水与饮食是人类赖以生存的重要资源，是外部环境健康的表现载体，也是居家生活健康的重要组成。

- **用户画像：**健康家电兴趣人群性别分布较均衡，以31-40岁、本科及以上、一线和新一线城市用户为主。

性别分布



年龄分布



教育背景



所在城市及月收入分布



- **饮食健康需求：**用户期待洗碗机-实现全方位餐具清洁和自清洁，保障饮食健康并减少二次污染。

洗碗机使用痛点



洗碗机健康功能需求



- **空气健康需求：**59%用户期待新风空调根据环境感知实现自调节，放大空气净化效果。

空调使用痛点

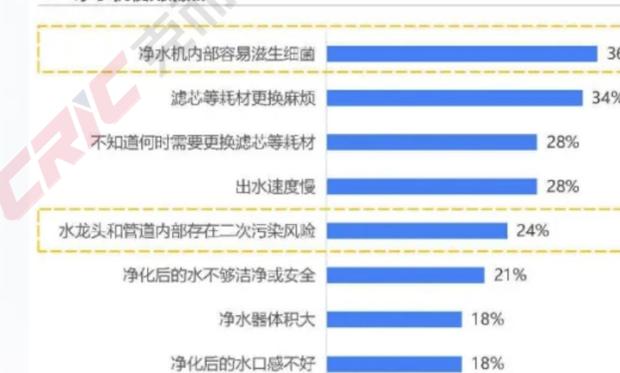


空调健康功能需求

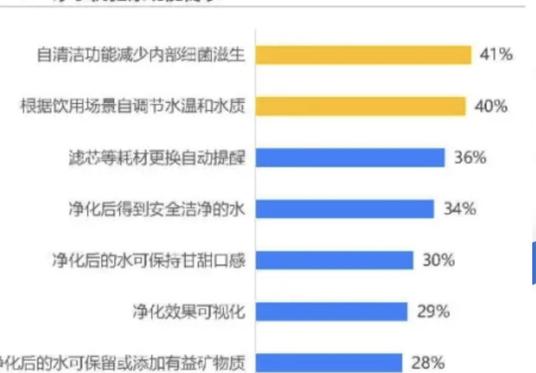


- **水健康需求：**用户期待净水器配备自清洁功能减少二次污染，也关注水质水温与饮用场景的智能自适配。

净水器使用痛点



净水器健康功能需求



2.1

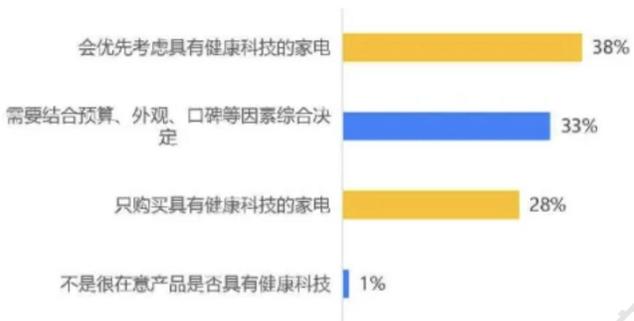
客户趋势一

关注健康生活的理念，兼具设计美学和高效功能的健康家电将成为消费者的优先选项。房企可考虑与家电厂商合作，实现健康家电与住宅设计的美学及功能整合，以满足消费者对健康家电的双重需求

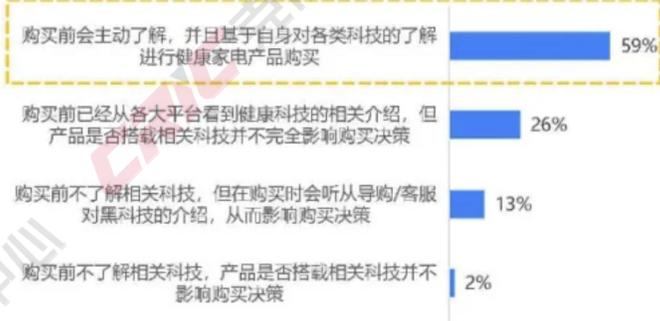
健康科技影响家电消费决策， 消费者期待除菌抑菌价值的进一步释放

- 健康科技成为消费者家电购买决策的影响因素之一，38%受访者表示优先购买搭载健康科技的家电。

健康科技在消费者家电消费决策中的影响



购前消费者对健康科技的了解程度



- 消费者对健康家电的除菌抗菌功能提出更高要求，期待科技成为健康功能顺利实现的重要驱动，成为家电性能升级和用户体验提升的关键力量，充分释放健康家电在家居生活各场景下的健康管理价值。

消费者愿意为家电科技支付的溢价区间



行业启示

- 整合设计与家电：**消费者对健康家电的审美要求也在不断提升。未来，除了对家电的杀菌、除菌功能的基本需求外，外观设计也将成为影响消费决策的重要因素之一。房企可以考虑与家电厂商合作，提供集成家电的住宅设计，使家电与住宅装修风格更加协调，满足消费者对美观和实用性的双重需求。
- 前置家电规划：**在住宅设计和建造阶段就考虑到家电的布局和需求，比如预留嵌入式家电的空间，使得家电成为家装的一部分，而不是后期添加的元素。

产品启示

03

PART THREE

住宅产品结构特征

- 全国住宅产品结构特征：整体供需情况、户型、面积段、总价段分布及各能级情况
- 各经济区域住宅产品结构特征：区域供需情况、户型、面积段、总价段分布
- 典型城市住宅产品结构特征：上海、深圳、杭州等六城面积、户型、总价段分布

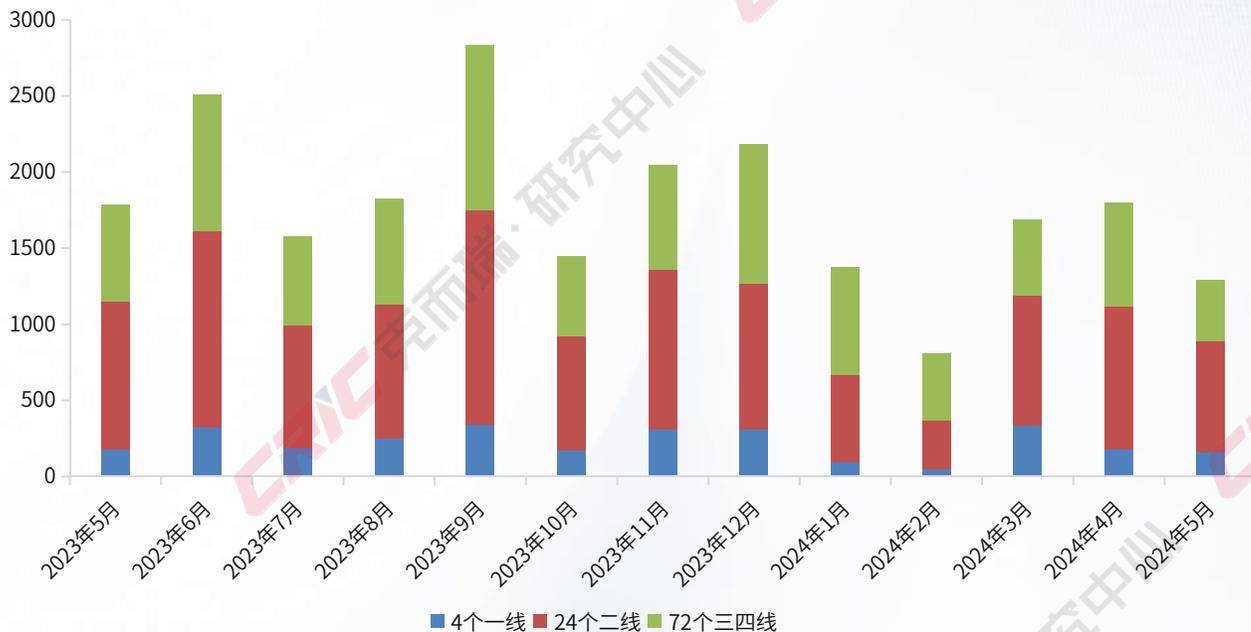
3.1

整体住宅市场 | 供需情况

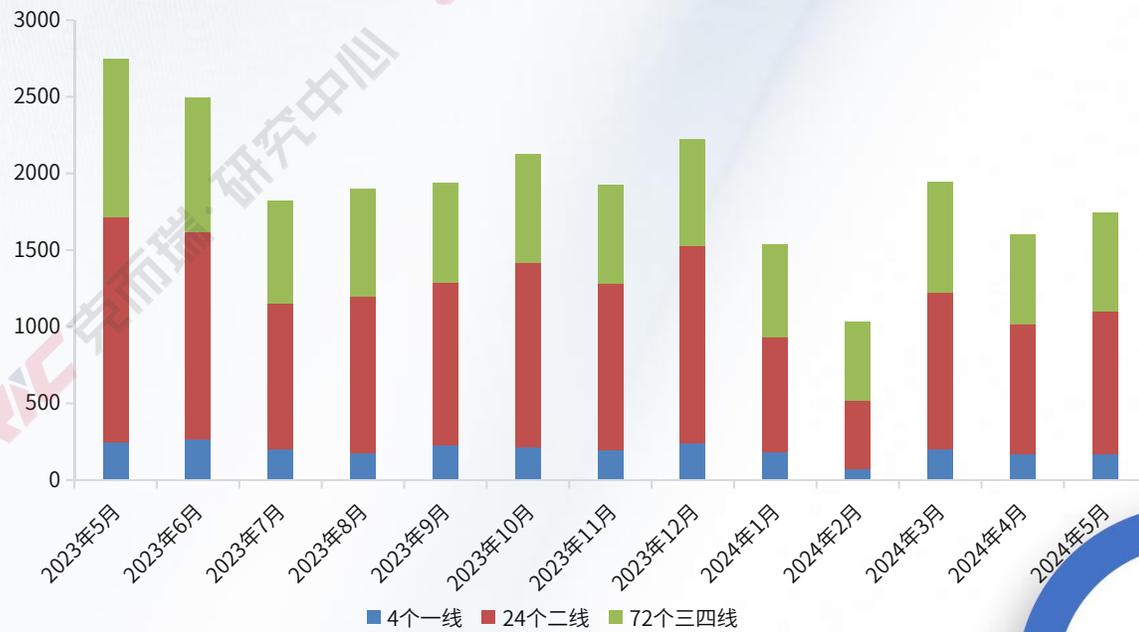
供应：5月房企供应规模再降，100个典型城市供应量1288万平方米，同比下降27.8%，环比下降28.5%。一线城市合计新增供应162万平方米，同比下降9.3%，环比下降10.1%。其中，仅北京一城迎来阶段性放量，保持同环比齐增；而上海、广州迎来阶段性供应疲软，同环比齐降。24个二线城市合计新增供应726万平方米，同比下降25.1%，环比下降22.8%。环比来看，近八成城市供应有所回落，其中，沈阳、大连、兰州规模缩水7成以上。72个三四线城市合计新增供应399万平方米，同比下降37.1%，环比下降41.3%。

成交：5月成交较4月小幅微增，市场处于低位震荡，100个典型城市成交量1741万平方米，同比下降36.6%，环比上升8.7%。一线城市合计成交167万平方米，同比下降32.4%，环比下降3.8%。各城市成交同环比齐跌，其中，北京因供应放量带动成交环比微增1%。24个二线城市本月总成交面积934万平方米，同比下降36.4%，环比上升11%。成交缓步复苏，短期内热点恒热的西安、成都等核心二线，单月成交规模居前，环比持增。72个三四线城市合计成交641万平方米，同比下降37.9%，环比上升9.1%。

图：2023年5月-2024年5月不同城市能级商品住宅供应走势（万㎡）



图：2023年5月-2024年5月不同城市能级商品住宅成交走势（万㎡）

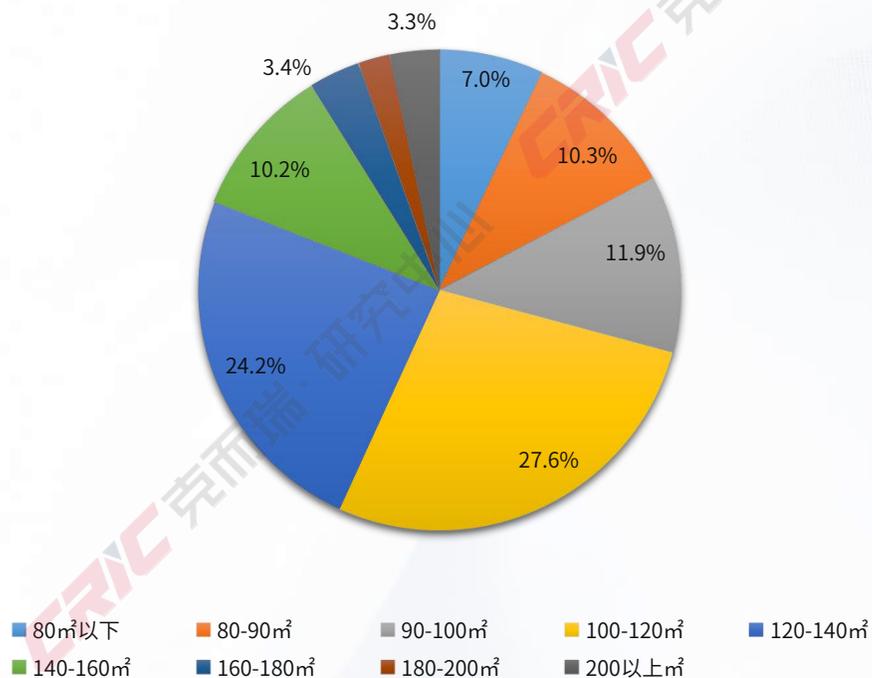


产品结构特征 | 面积段及分能级

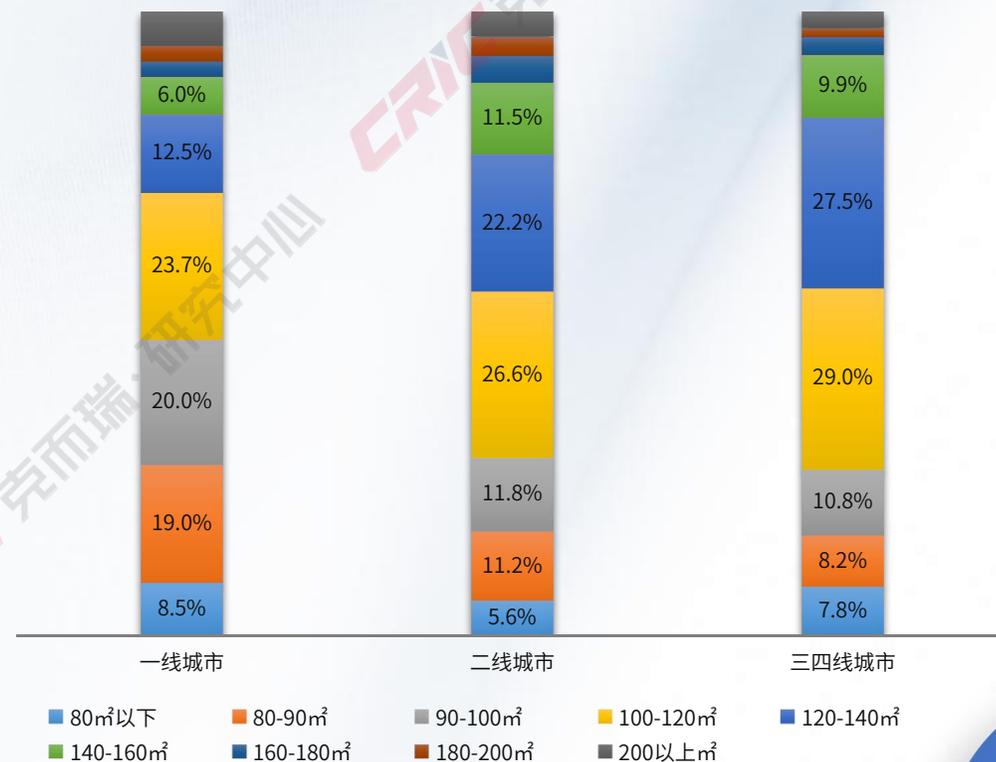
成交以100-140m²产品为主，合计占比在五成以上，但占比同比下降2.3个百分点；此外，90-100m²产品占比也下降1.9个百分点，而更高和更低面积段产品的比重均高于去年同期。

- **一线城市**：刚需趋弱，80m²以下和90-100m²产品成交比重较去年同期分别下降1.5和3.6个百分点；140m²以上各面积段产品成交占比合计较去年同期增加4个百分点。
- **二线城市**：100-140m²产品成交占比过半，但市场份额较去年同期下降2.4个百分点，80m²以下和140-160m²产品占比分别提升1和0.7个百分点至5.6%和11.5%。
- **三四线城市**：刚需购房占比有明显提升，80m²以下产品市场份额同比提升2.3个百分点至7.8%，同期，位居成交首位的100-120m²面积段产品比重下降1.9个百分点至三成以下水平。

图：2024年1-5月成交商品住宅面积段分布



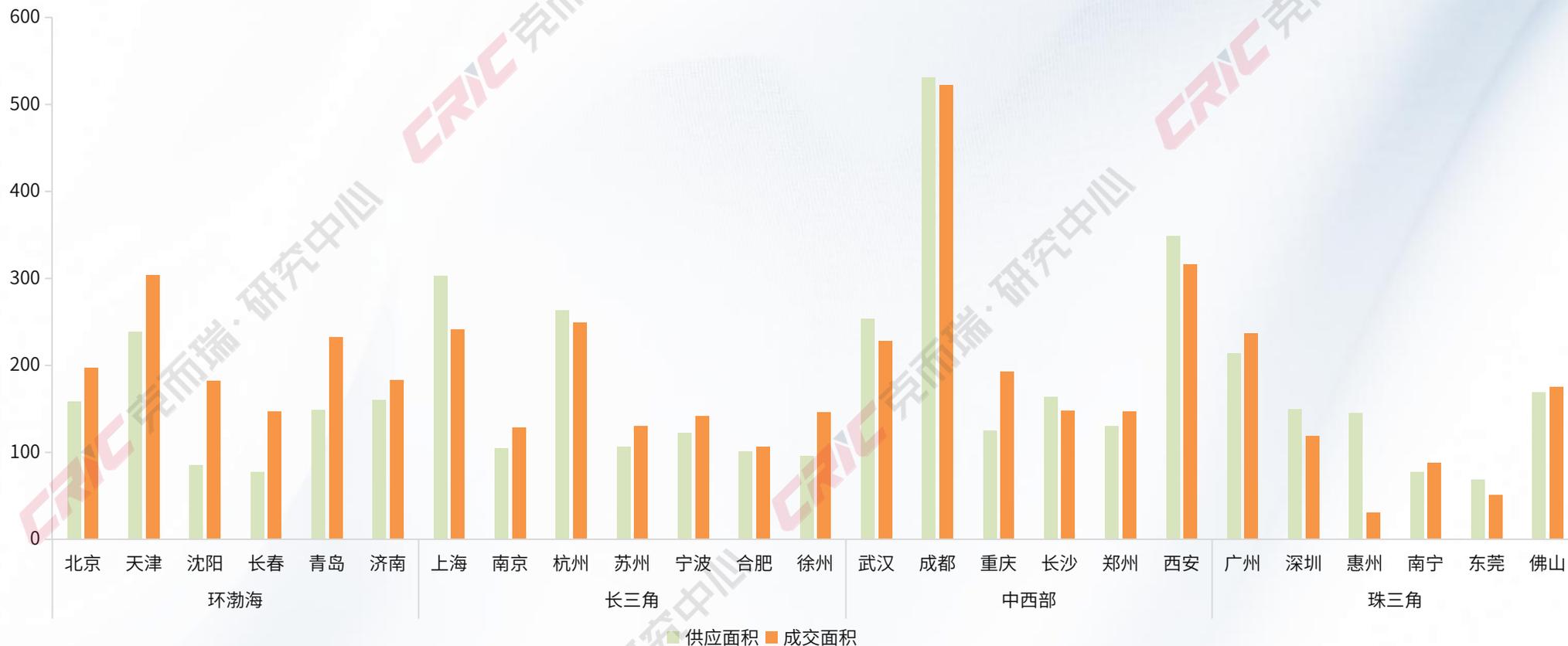
图：2024年1-5月不同城市能级成交商品住宅面积段分布



区域住宅市场 | 供需情况

- **环渤海区域**：供应同比下降31.6%，各城市供应均不及去年同期，其中青岛同比跌幅超四成。区域成交同比下降37.5%，各城市成交规模均不及去年同期，长春累计跌幅较上月收窄。
- **长三角区域**：供应同比下降42.8%，过半城市供应规模腰斩，仅上海规模接近去年同期。区域成交同比下降51.4%，各城市成交规模同比跌幅均在四成以上，南京、合肥甚至下跌超六成。
- **中西部区域**：供应同比下降31.1%，重庆、长沙供应规模同比跌幅超四成，西安供应水平接近去年同期。区域成交同比下降45.5%，过半城市成交规模腰斩，武汉领跌。
- **珠三角区域**：供应同比下降33.3%，各城市供应普跌，南宁领跌。区域成交同比下降53.2%，各城市下跌幅度差异较大，广州、深圳成交跌幅明显低于其他城市。

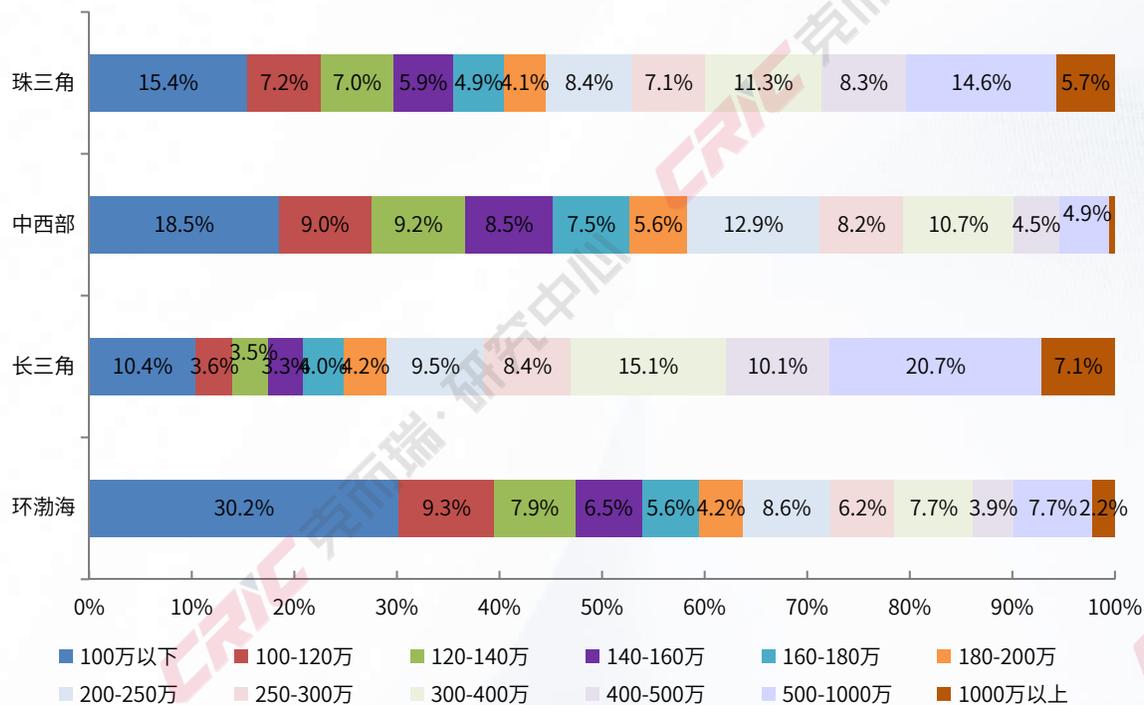
图：2024年1-5月各经济区典型城市商品住宅供应成交走势（万m²）



区域产品结构特征 | 总价段

- 环渤海区域成交总价中枢趋降，100万元以下产品成交占比同比增加6.7个百分点至三成以上，更高总价段产品比重绝大部分同比回落，其中140-160万元产品降幅最为明显，为1.7个百分点。
- 长三角区域成交结构整体趋向高总价段，500万元以上产品成交占比27.8%，同比提升2.2个百分点；200-500万元价格段产品成交占比则整体下降4.6个百分点。
- 中西部区域成交价格结构趋于集中，100万元以下产品成交占比较去年同期增加6.5个百分点，更高总价段产品的市场需求整体走弱，仅200-250万元和300-400万元产品比重仍在一成以上。
- 珠三角区域成交总价中枢整体提升，250万元以上各总价段产品成交占比高于中西部和环渤海区域，且均高于去年同期水平。

图：2024年1-5月各经济区成交商品住宅总价段分布



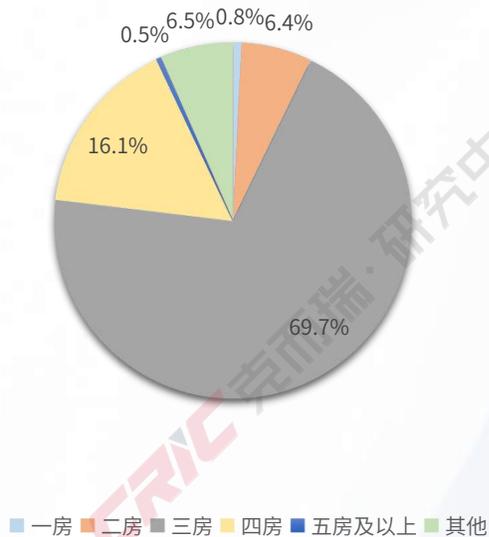
表：2024年1-5月各经济区成交商品住宅总价段分布同比

总价段	环渤海	长三角	中西部	珠三角
100万以下	6.7%	1.3%	6.5%	1.0%
100-120	-0.6%	0.2%	-0.6%	-1.9%
120-140	-0.7%	0.3%	-0.2%	-2.9%
140-160	-1.7%	-0.1%	0.0%	-2.7%
160-180	-1.4%	0.1%	-0.9%	-2.6%
180-200	-0.3%	0.5%	-1.4%	-1.1%
200-250	-1.3%	-0.5%	-1.9%	-1.0%
250-300	0.5%	-1.2%	-1.1%	0.8%
300-400	-0.2%	-2.0%	0.2%	1.7%
400-500	-0.3%	-0.9%	-0.7%	2.1%
500-1000	-0.3%	1.4%	0.1%	4.6%
1000万以上	-0.6%	0.8%	0.0%	2.1%

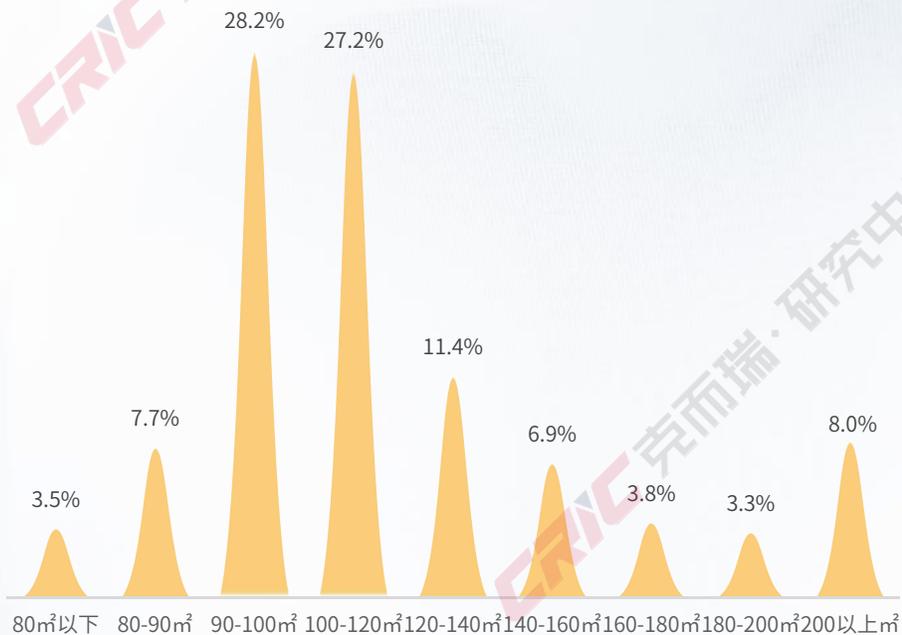
城市产品结构特征 | 上海

- 截至5月，市场需求向大户型改善迁移，四房及以上的大平层成交比重较去年同期增加3.9个百分点至16.6%，主力三房的市场份额仍稳定在七成左右水平。
- 大面积产品市场份额明显增加，尤其是200m²以上高端改善面积段产品的市场比重同比增加4.9个百分点至8%，140-160m²、160-180m²和180-200m²产品占比的同期增幅也均高于1个百分点。
- 随着平均成交面积的增加，市场成交总价中枢也稳步上移，3000万元以上产品成交占比较去年同期增加5.7个百分点至6.9%，而主力300-500万元产品比重同期下降8个百分点。

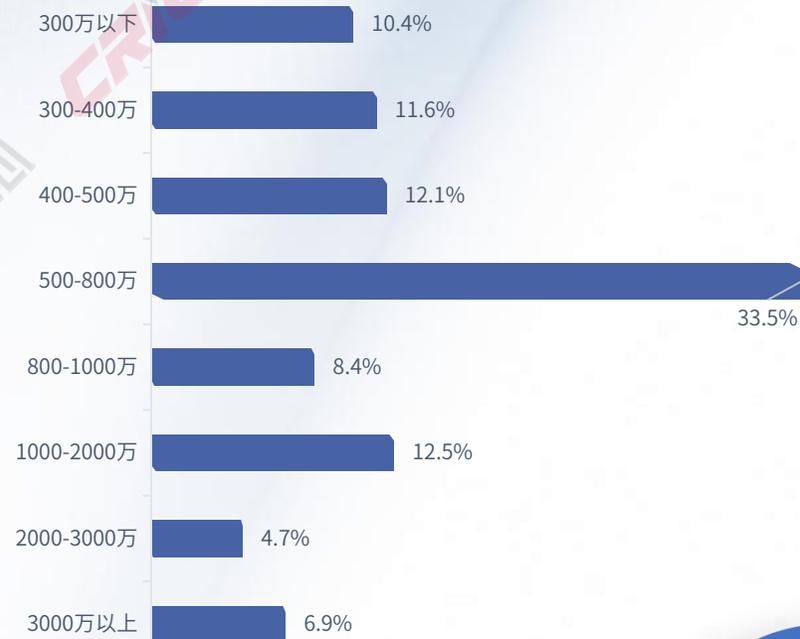
图：2024年1-5月上海商品住宅成交户型分布



图：2024年1-5月上海商品住宅成交面积段分布



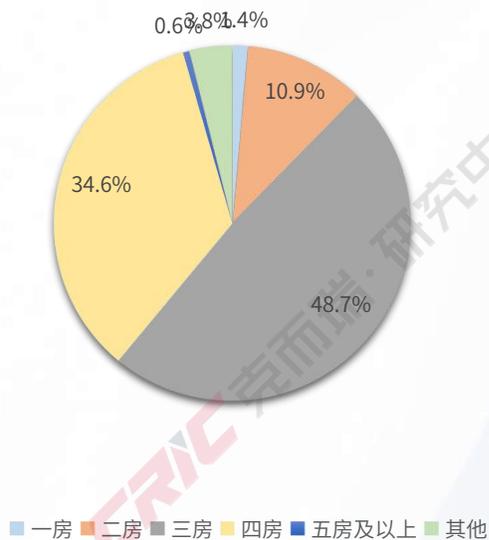
图：2024年1-5月上海商品住宅成交总价段分布比



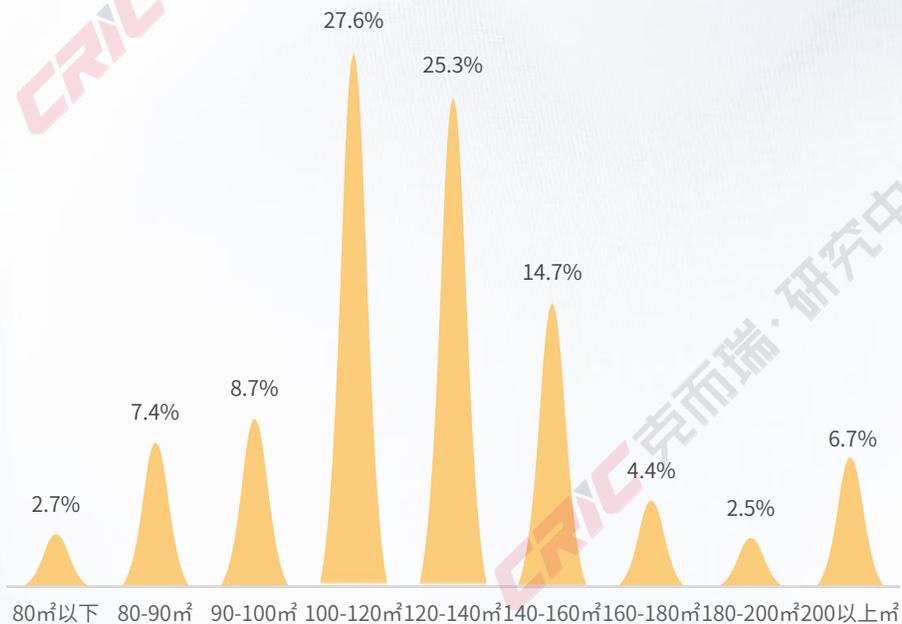
城市产品结构特征 | 成都

- 截至5月，三、四房成交占比合计超八成，依旧占据市场主导；其中三房成交占比同比大幅下滑6.5个百分点，四房成交占比同步提升4.6个百分点，市场向改善偏倚。
- 100-140㎡户型产品为市场主力，成交占比合计超五成；80-90㎡小户型成交占比同比上浮1.1个百分点，160-180㎡户型则成交占比同比下滑1.3个百分点，小户型又略微回暖。
- 200万元及以下低总价产品成交合计占比超五成，且同比上涨合计约6.9个百分点；200万元以上各总价段产品成交占比均有不同程度下滑，刚需市场走强。

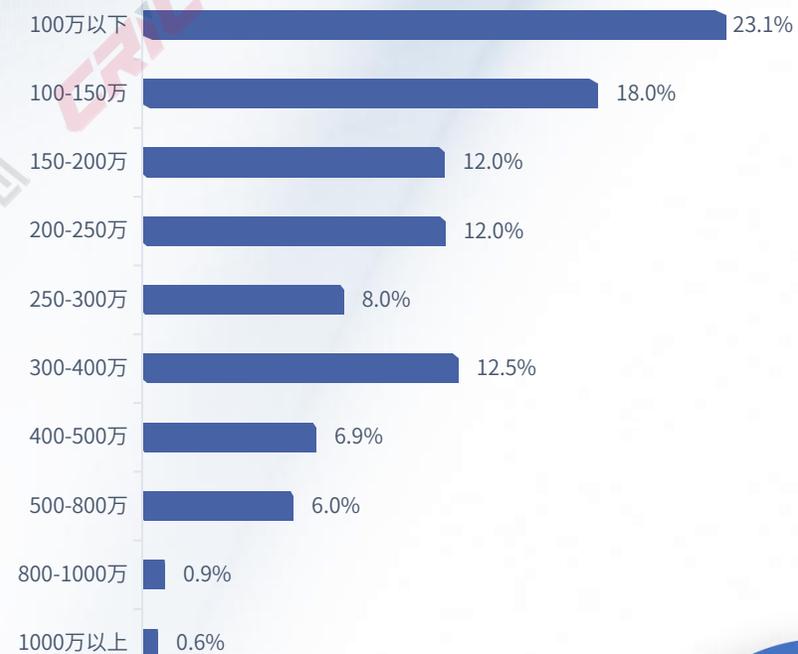
图：2024年1-5月成都商品住宅成交户型分布



图：2024年1-5月成都商品住宅成交面积段分布



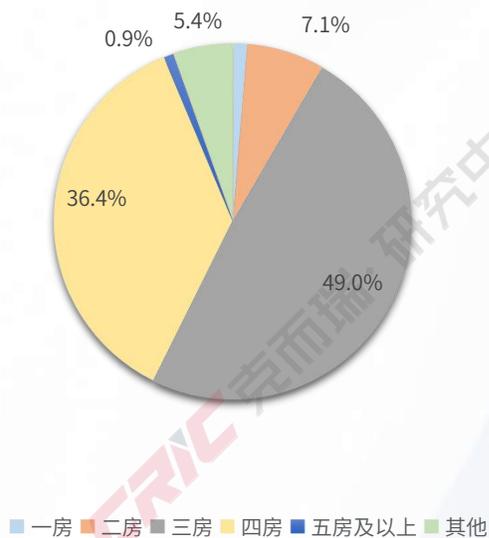
图：2024年1-5月成都商品住宅成交总价段分布比



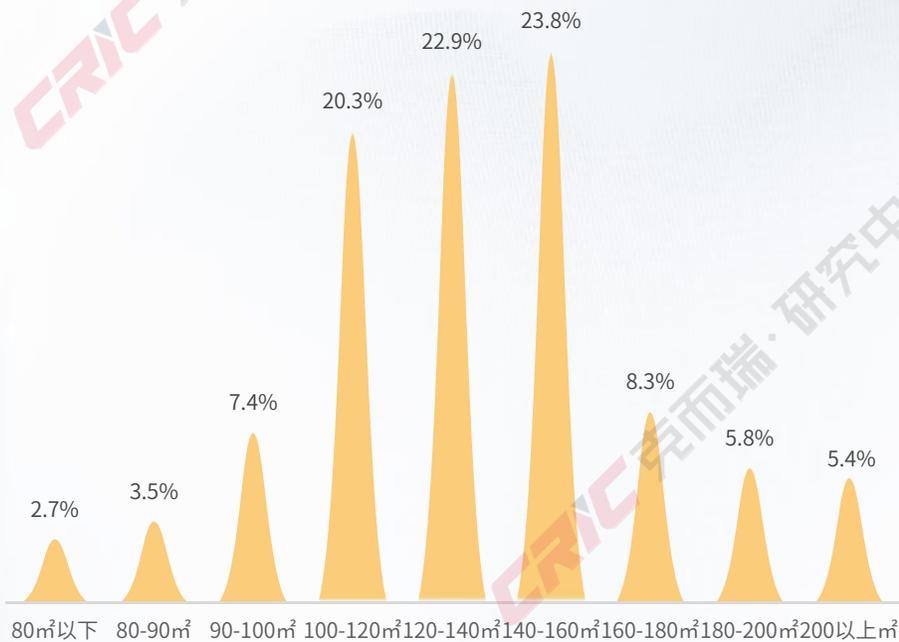
城市产品结构特征 | 西安

- 截至5月，三、四房产品成交占比合计超八成；三、四房同比变动进一步分化，三房成交占比同比下滑14.1个百分点，四房则大幅提升13个百分点至36.4%。
- 市场成交主力集中在100-160㎡面积段，占比合计超六成；其中100-140㎡合计成交占比同比大幅下滑11.5个百分点，140-160㎡产品则同比提升7.5个百分点至23.8%，成为成交占比最大的面积段，大面积改善需求旺盛。
- 200-400万元产品成交占比近超五成，其中250-400万元产品合计成交占比较去年同期提升9.7个百分点；200万元以下总价段成交占比呈不同程度下滑，市场偏向更高端。

图：2024年1-5月西安商品住宅成交户型分布



图：2024年1-5月西安商品住宅成交面积段分布



图：2024年1-5月西安商品住宅成交总价段分布比



04

PART FOUR

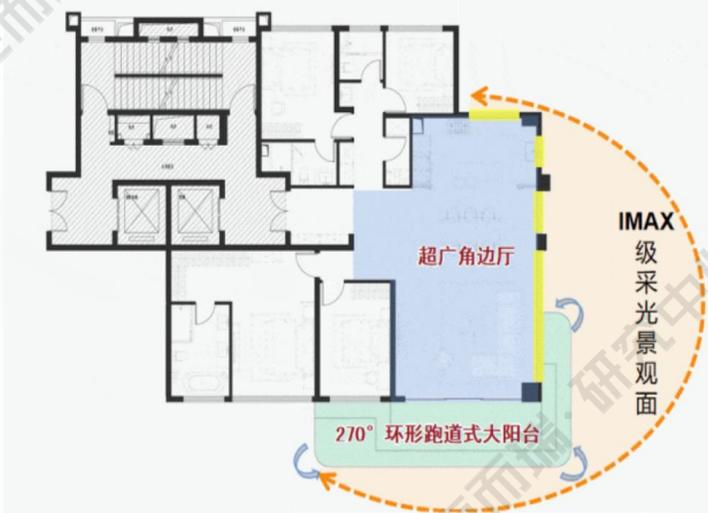
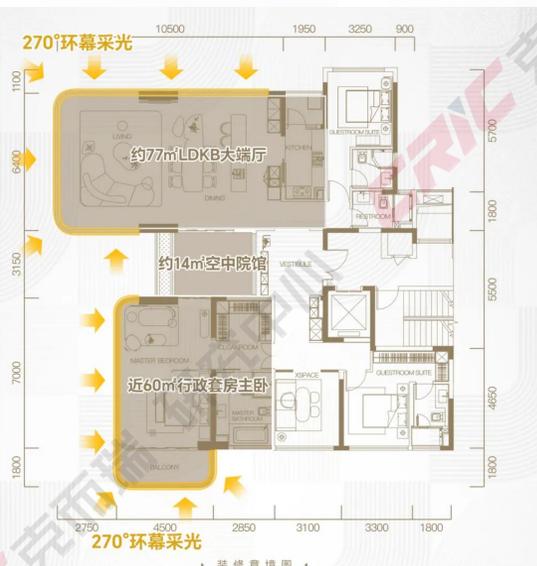
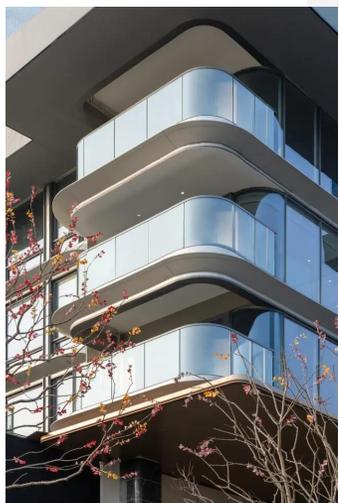
产品细节亮点分析

- 户型/社区（部分略）/精装（略）/技术（略）亮点

4.1

户型亮点 | 大平层空间视野从“大景”向“全景”进化

大平层全景舱，作为一种住宅设计创新之作，其设计灵感源于飞机驾驶舱的观景理念。其核心目标在于，通过营造270°全景视角，将户外景观融入室内空间，进而为居住者带来更为开阔的视野与舒适的居住体验。对于一个致力于构建「全景舱」的住宅项目而言，其实现过程与所需条件均极为严苛。首先，项目必须对绿化布局、容积率控制、楼间距规划以及核心筒结构设计等方面提出高标准要求。其次，为实现全景视角，建筑开窗面和玻璃覆盖面必须达到270°，确保视觉上的无遮挡。最后，室内各功能区域需实现整体一体化设计，从而确保室外景观与室内空间的融合。



◎武汉招商武昌序建面约186㎡户型

超广角大尺度边厅+约16米长270°道跑阳台，阳台面积占单套内建筑面积的20%，园林景观一览无余。通过优化核心筒结构，得房率达到100%。这样的产品，不再只是追求室内的大无止境，而是实现空间的延伸感，让家庭生活空间从室内拓展至室外。



◎无锡建发玺云建面约215㎡户型

270°环幕端厅，约40㎡的客餐厅+约180度L型转角飘窗+南侧阳台，客厅通透性做到最优。主卧约7.3米的L型飘窗，北次卧既又阳台也有L型飘窗。2024年5月，项目斩获全市140㎡以上普通住宅的成交金额/套数/面积“三冠王”，成为大户型改善客群默契之选。

◎成都阅天府建面约252㎡户型

“双全景舱”布局，三面开窗的设计使得采光面长度超过50米，提供了充足的自然光线。而室内双环幕设计更是让主卧和客厅都能享受到环幕观景体验，无论是天东CBD天际线还是鹿溪河美景，都能尽收眼底。

4.3

社区亮点 | 宠物“家人化”趋势下构建“人宠共融”场景

情感共鸣是养宠人士的重要诉求，伴随着宠物“家人化”趋势愈加明显，已然形成了新的生活结构与场景。然而，我们所面临的一个矛盾现象是，养宠热情持续升温，宠物经济蓬勃发展，同时城市对于居民养宠需求的适应与准备却似乎显得捉襟见肘。面对养宠困境，上海绿城春晓园做了新实践，社区以宠物为载体，通过空间营造、产品理念、社群活动等，巧妙地将自然生态与人文关怀融为一体，构筑人宠和谐相处的氛围，与业主家人一同建立人宠共同生活“双向友好”的宠物友好型社会。当前，“爱宠一族”增幅比例显著，但宠物友好型社区普及率尚显不足，未来社区空间或将针对宠物行为习性深入研究进行精细化设计。



繁花12时

◎创新项目IP形象卡拉福

通过colorful缤纷概念的音译命名，展现项目有爱有真趣的宠物友好型社区形象。



◎近千米风雨连廊，遛猫遛狗不受气候局限

针对上海365天，有100多天梅雨天气的属地化特点，春晓园项目打造了一道近千米的风雨回廊，对于养宠家庭而言，遛猫遛狗不再受到天气的局限，细节的温暖考量，让家成为人宠共融的港湾。

◎架空层注重互动联通，实现养宠空间延伸

除此之外，春晓园在架空层设计上，注重互动与联通，强调在社区内实现“客厅的延伸”，并通过宠物主题架空层的设立，实现了“养宠空间的延伸”，邻里间携宠互动，探讨养宠经验和心得，让每个生命都能在此找到属于自己的温馨角落。



◎社区蔷薇咖啡馆馆长 卡拉福&BIU BIU

春晓园创新IP形象卡拉福（阿福）和BIU特福（BIUBIU），以“猫”的形象承载生活意趣，多彩缤纷的形象，成为春晓园宠物友好社区的温暖符号，同时结合项目客群喜好定位，在项目特有“蔷薇咖啡品牌”中融入猫咖概念，为爱宠人士提供了一个既能享受悠闲时光，又能与宠物亲密互动的温馨空间



繁花12时



◎社群体系搭建

春晓园特设以宠物为主题的萌宠社，成为链接宠物爱好者和宠物主人的重要平台，通过定期组织宠物运动会、宠物美容、才艺大赛等形式，

05

PART FIVE

优秀项目分析

- 成都保利新川天珺
- 上海宸嘉100·嘉佰道（略）

5.1

优秀项目【成都保利新川天珺】项目概况

保利在成都的第二座天字系作品，从地段到产品各维度的高端配置使其首开即罄

- 绿建三星标准，保利在成都的第二座天字系作品，海派风格+现代审美，园林景观充满自然、隐奢、雅趣的意蕴，超1600平米的下沉式水景独立会所；
- 项目地处高新区新川板块，近5年来该板块产业、商业、住宅快速变现，土拍显著上涨，项目周边各资源禀赋优越；
- 项目于2024年5月18日首开，首开报价35879元/m²，当天到访超400组，首批次104套房源去化率100%；5月25日项目二批次加推，累计热销约7个亿，市场表现强劲。



▲成都保利新川天珺 效果图

成都保利新川天珺基本情况				
地理位置	区域	高新南区新川板块		
企业概况	开发商	保利发展	物业公司	保利物业
	占地面积 (m ²)	51,949	容积率	2.5
产品综述	规划总户数	737户	车位配比	1:1.99
	最新开盘时间	2024/5/18	最新报价 (元/m ²)	35,879
	主力户型	143m ² 、169m ² 、205m ² 四房	装修标准	2,990 元/m ²
	绿化率	37%	物业费	5.0 元/m ² 月

5.1

优秀项目地块分析：以楼面地价20200元/m²成为新川“地王”

拿地背景：楼板价20,200元/m²，新川板块高地价代表之一，板块改善居住氛围渐浓

- ▶ 2023年8月15日，保利以26.23亿元竞得该项目地块，位于高新南区新川板块，溢价率14.8%，成交楼面地价22,500元/m²，成为2023年新川地王，可售商品住房清水最高销售均价34,000元/m²；地块容积率2.5，分为3个小地块，规划15-24F建筑面积143-205平的平层住宅，全T2，全南北朝向；
- ▶ 新川板块近年来随着产业规划及导入、城市规划配套及兑现加速，拿地热度攀升，地价也随之推高。2023年成都共7宗宅地成交楼面地价超20000元/m²，其中新川板块占到2宗，成为地价2万元/m²以上地块最多的置业板块；
- ▶ 新川板块近年地价在18000-20000元/m²的宅地，所打造的代表性改善项目招商新川臻境、新川印、高新天序，均为纯商品住宅小区，改善住宅的生活圈层更加纯粹，同时在产品尺度、细节品质上也实现了向上跃升，从而吸引了更加纯粹且追求高品质生活的改善型客户群体。



▲成都保利新川天珺地块位置图

成都保利新川天珺地块基本情况			
宗地编号	成公资土拍告(2023)25号/GX2023-38(071)		
成交时间	2023/8/15	受让方	保利(成都)房地产开发有限公司
楼板价(元/m ²)	20,200	溢价率	14.77%
成交总价(万元)	262,344	土地用途	纯住宅
总建筑面积(m ²)	129,873	用地面积(m ²)	51,949
绿化率	37%	容积率	2.5
建筑密度	25%	建筑限高(米)	80

5.1

优秀项目地处潜力较大的新川板块，周边1公里内交通、教育、景观资源较优

地处新川创新科技园，产业支撑强劲，标准地铁房，教育与景观资源较优，医疗配套相对较弱

- 项目地处新川创新科技园，位于绕城外，紧邻省教科院小学东区，呈“C”字形的3个地块；项目北地块临新川湿地公园-四号园，具有较好的视野和景观朝向；
- 项目南距离6号线新通大道站仅180米，北距离6号线观东站仅500以内，标准的地铁房；
- 教育资源方面，项目北地块东侧就是四川教科院附属小学、幼儿园和实验中学。四川教科院附属学校虽然名气不如四七九，但其硬核背景也让其中考取分数线直逼四七九；
- 项目周边主要聚集了众多数字新媒体产业以及医药、生物科技研发企业；南面紧邻微芯生物科创中心；东南方向则有海思科医药集团、OPPO、方正科技、快手等知名企业，这些产业的集聚为该地块的未来发展潜力提供了强有力的支撑；
- 尽管医疗配套在高新区可能相对不足，但这并不妨碍当地居民选择前往省医院和华西医院接受医疗服务。



▲ 成都保利新川天玕 区及配套示意图



▲ 新川湿地公园实景图



▲ 四川省教科院附属实验小学

5.1

优秀项目建筑立面：通过弧形手法、奢石运用，形成“流动生长”的美感

弧形设计手法化方正为柔美，奢石打造高级美感，竖面呈现极简生长感

- 项目采用公建化设计理念，立面大量运用玻璃幕墙、铝板线条、香槟金穿孔铝板以及仿石涂料，通过弧形设计与斜切工艺，营造出流光溢彩的视觉效果；
- 建筑立面从顶部至中部均采用全弧线金属收边，所有立柱转角经过精细打磨，形成大曲面造型，并选用奢华石材，彰显高级质感；
- 立面设计简洁而富有生长感，主景观面采用统一封闭处理，确保了建筑外观的整齐统一。顶部特别设置了高度相当于两个标准层高的塔冠，采用金属水纹板装饰，极大地提升了建筑的辨识度。



▲成都保利新川天珺 外立面效果图

5.1

优秀项目总体规划通过楼栋高度差赋予天际线变化，三组团独立又相联

所有楼栋皆坐北朝南，高低错落形成有层次的天际线变化，三个组团相互独立又有机相联

- 项目依托地块正南北走向的优势，精心规划所有建筑朝向，确保每栋住宅均享有充足的自然光照和良好的通风条件。同时，北侧的公园景观和东侧的学校风光也被纳入设计考量。
- 在建筑布局上，项目对天际线进行了细致研究，规划了高低错落的小高层和高层住宅，相邻建筑间巧妙设置不同高度，营造出层次分明且动态变化的天际线；
- 项目整体规划分为三个特色组团，通过小街区相互连接，每个组团拥有独立的出入口和主题景观，既保持了整体的和谐统一，又赋予了各组团独特的私密感和归属感。这种整体与局部相结合的规划策略，是新川天珺项目规划上的显著特点。



▲成都保利新川天珺 总体规划图

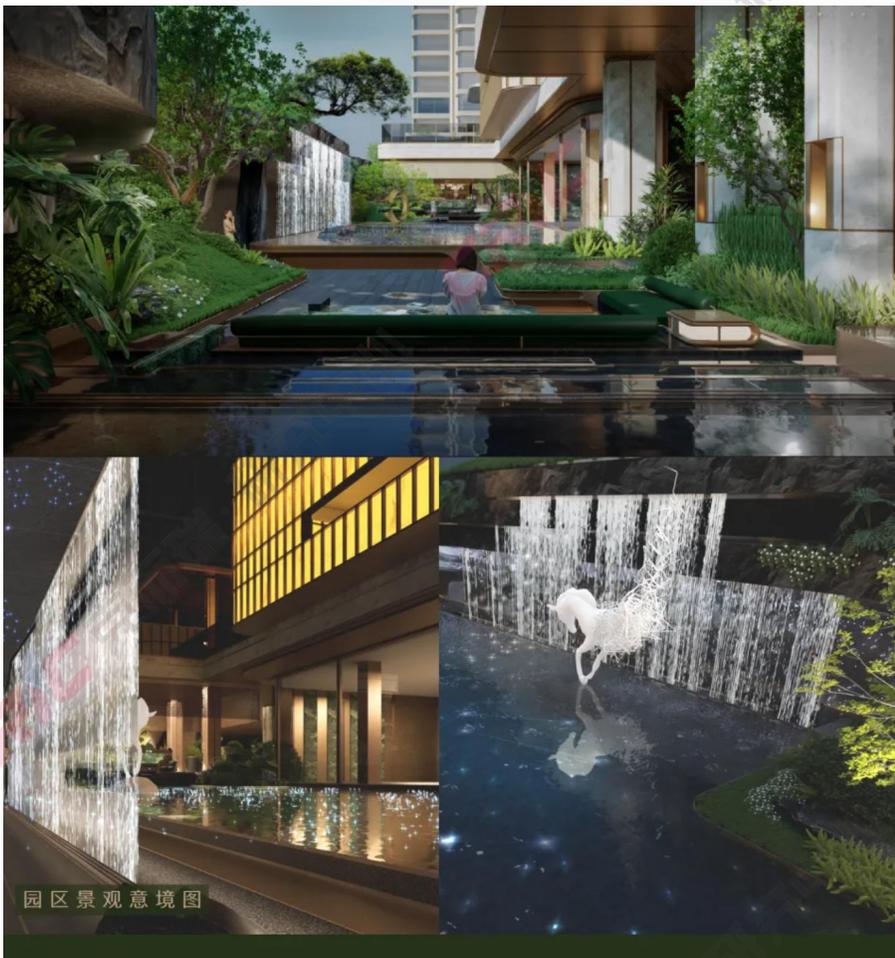
▲成都保利新川天珺 各组团独立出入口设计

5.1

优秀项目园林景观：融入自然、隐奢、雅趣的意蕴

力邀石力先生设计园林，汲取梵高名作灵感，呈现海派隐奢典雅艺术

- 园林设计邀请多次斩获国内外景观设计大奖的石力先生，通过现代功能与在地文化的演绎，展现绮丽隐奢的海派典雅艺术；
- 室外景观设计汲取了梵高名作《罗纳河上的星夜》的灵感，打造一个立体且沉浸式的星河花园；
- 秘境水院与星光瀑布交相辉映，有室内外交融的特色茶室，曲线叠水的设计营造出一种围炉夜话的温馨氛围。



▲成都保利新川天珺 园区景观意境图



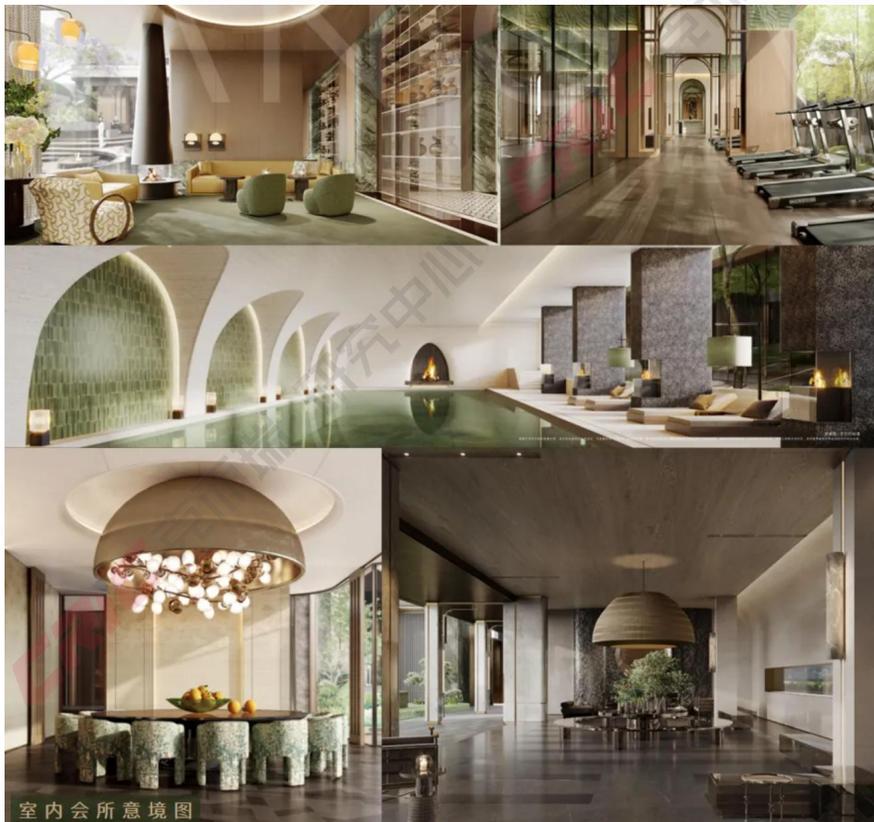
▲成都保利新川天珺 园区景观实景图

5.1

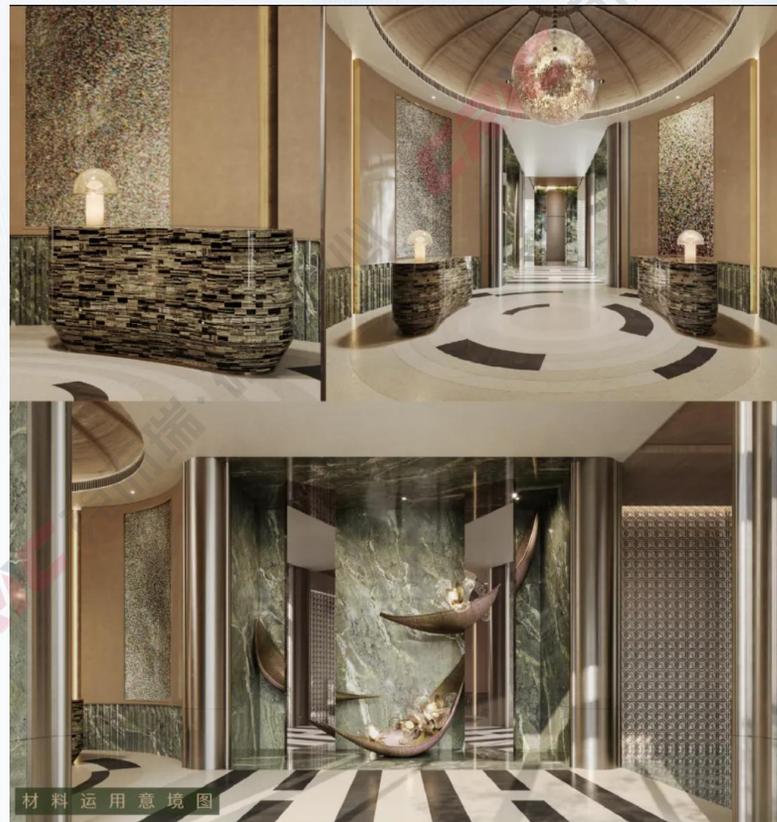
优秀项目涵盖下沉式会所+架空层泛会所，多种奢石彰显内敛奢华气质

下沉式会所+架空层泛会所空间为居民提供多样化休闲娱乐功能，15重奢石运用提升主会所整体质感与魅力

- 超1600㎡下沉式水景会客空间，约30㎡私宴厅、健身房、瑜伽室、恒温泳池等全套功能配备；同时在架空层设置多个美术馆级社交生活场，如艺展空间、阅读空间、流光盒子花间庭院、奇幻花园野趣空间等泛会所；
- 主会所的设计从外观到内部装饰均体现出低调而奢华的风格，对材质的选择尤为讲究。采用了多达15种珍稀奢石，包括从巴西进口的宝石棕、丝绸之路、莫奈绿等，这些珍贵石材的运用，不仅增添了会所的独特魅力，也提升了整体的质感和档次。



▲成都保利新川天珺 会所意境图



▲成都保利新川天珺 会所材料运用意境图

5.1

优秀项目户型鉴赏：205m²户型新一代端厅+三面采光+空中院馆

涵盖建面约143m²、169m²、205m²三种四房户型，每一种都做到极致，在市场上竞品中亮点突出

- 143m²户型南北通透，主卧套房近30平米，开间4.7米十分大气；配置独立玄关与独立生活阳台；
- 169m²户型四房三卫双套房设计，这在当前市场中实属稀有，整个南向的景观面宽度超过18米，主卧采用了步入式衣帽间、270度超大采光面的设计，整个主卧套房面积达40m²；
- 楼王205m²户型采用最新一代端厅布局，比以往的端厅户型多了一个采光面，三面采光。LDK-B中央社交区实际使用面积超过80m²，餐厅外还布置有一处超10m²空中院馆作为户外空间；三面采光+空中院馆是当前200m²以上大平层户型最新的进化标识。



珺悦——143m²四房户型

- 独立采光入户前厅
- 双排式中厨+中岛式西餐
- 约28m' 奢适主人房，步入式衣橱、卫浴双台盆
- 近50m方正会客厅，LDKB一体式洄游动线，定制多元生活场域
- 约6.8米270° 曲面景观阳台，南向奢阔视野



珺心——169m²四房户型

- 独立采光入户前厅
- 约70m' 洄游复合区中西双厨+中岛台+客餐厅，肆意切换多功能场景
- 270° 弧形天幕观景+女王衣橱
- 4开间朝南，约18米全屋采光面
- Xspace创享空间约8.5m' 主卧多变定制空间，构筑不被定义的生活



珺藏——205m²四房户型

- 十字双玄关廊道：约9米礼仪中轴+约7米双向归家横轴形成
- 270° 环幕式全景舱
- 超大洄游复合区约80mLDKB奢华通透空间，串连多重场景
- 约40m' 阳光套房双衣帽间+mini水吧+SPA级观景卫浴，臻享“小家化”“私密无界生活”
- IMAX空中院馆：约10m²多功能空间阳台

敬请关注



克而瑞产品测评



克而瑞地产研究

