

## 本月看点

### 房企产品动态

- 2025 华润置地好房子样板落地暨北京臻澐产品发布。
- 华发“荟生活”全新升级“华友荟”理想社群。

### 客户趋势

- 情绪消费帮助缓解焦虑填补精神空虚，消费疗愈潮兴起。
- 住宅产品需更注重心理疗愈、价值认同和智能化生活体验的方向。

### 住宅结构特征

- 1-6 月，全国市场成交结构更趋改善，120 m<sup>2</sup> 以上各个面积段产品成交占比均同比持增，其中，140-160 m<sup>2</sup> 产品同比增幅最高，为 1.3 个百分点。从总价段来看，环渤海、长三角、珠三角区域趋向高总价段，中西部区域趋向低总价段。
- 1-6 月，上海成交面积结构趋于集中，100-120 m<sup>2</sup> 和 120-140 m<sup>2</sup> 市场份额分居一三位，也是唯二市场比重同比上升的面积段，两者占比分别同比提升 6.9 和 4 个百分点。成都成交由二房、三房向四房迁移，二房、三房成交占比较去年同期分别下降 1.5 和 3.2 个百分点，同期四房占比大幅提升 5 个百分点。西安 200-250 万元成交居首位，且市场份额同比继续增加 1.7 个百分点，次主力 250-300 万元产品占比也增加 0.9 个百分点，140 万元以下产品占比整体下降 5.2 个百分点。

### 产品亮点分析

- 景观亮点：高端酒店氛围与度假情调融入社区场景；全球化场景等多维度资源构建微度假社区。
- 示范区亮点：19 栋楼准现房实景兑现，精装突破政策上限。

### 优秀项目分析

- 杭州招商蛇口·杭序府：位于上城区高端住宅聚集区，招商蛇口 TOP 序系 2025 新作；钱江新城二期，板块以“总部经济+纯粹改善生活区”为主；外立面以

不对称无锐角设计及曲线造型呼应钱塘江潮；南偏东 15 度错位排布，视野与资源最大化；杭州主城首例上抬地库项目，五大立体空间与全域风雨连廊互相渗透；2850 m<sup>2</sup>下沉式石材会所，布局杭州首个 270 度无界悬浮泳池；私梯入户、多样场景、尺度优渥；精装 170 m<sup>2</sup>户型搭配白瓷砚，匹配年轻人时尚创新需求。