

中国房地产 专题

住宅产品会所与架空层
核心功能研究



近年来，随着品质生活需求的不断提升，住宅会所正经历着一场深刻的变革。通过对 2025 年上半年克而瑞十大作品入围项目的分析，我们发现会所已经不再是豪宅的专利，而是逐渐成为轻奢乃至品质项目提升社区价值的重要配置，从中也可以看出会所在普及程度、空间形式、功能配置等方面的演变与创新。

一、会所在住宅产品中的现状

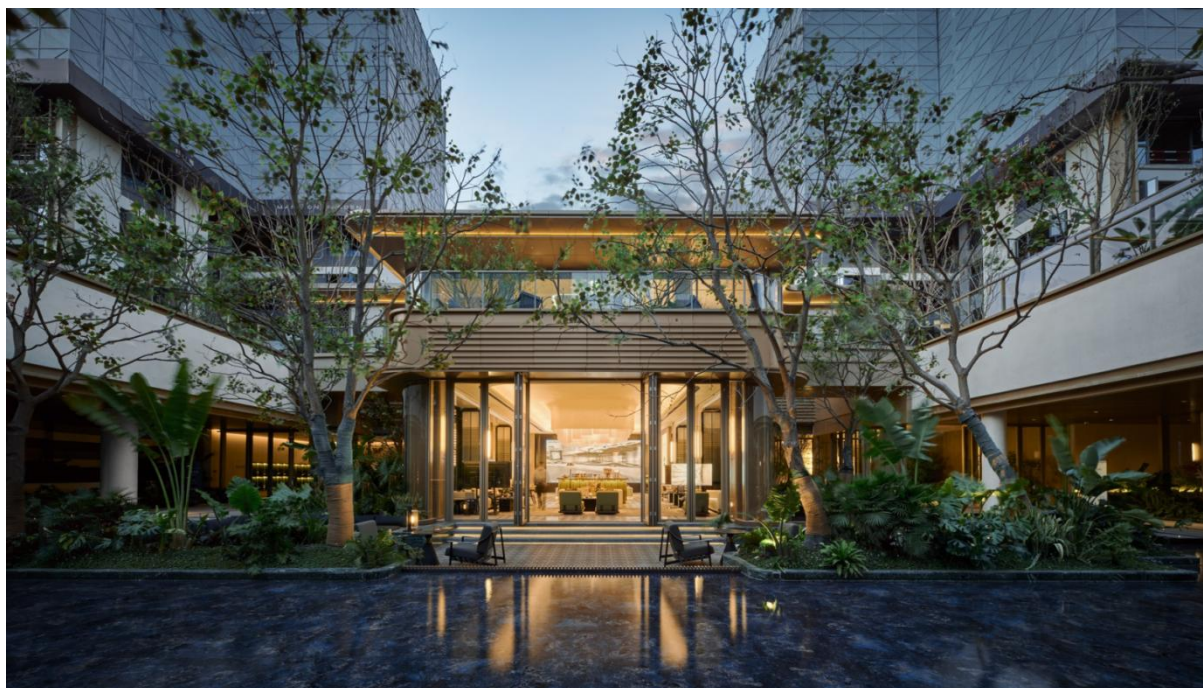
1、会所形态变迁，下沉式、架空层成主流

过去，传统住宅产品的会所大多是地上独栋建筑，不仅需要占用独立的建筑指标，还需要足够的空间来规划和建设，故而往往只是顶级豪宅身份与圈层的象征。

近几年，随着产品理念的迭代和客户需求的升级，会所形态也在转型。如今，**节省土地资源的下沉式会所和架空层泛会所，逐渐成为主流的住宅会所形态。**

独立会所的设计以下沉式为主，通常采用围合式布局搭配下沉庭院，既能利用高差设计独特的立体景观，也能营造出宁静、私密的氛围。比如，凉山旭辉·阅山海打造约 2000 m² 下沉式度假会所，以沉浸式海岛风情为主题，通过下沉庭院与会所室内边界的模糊，实现自然与生活的无缝衔接。

图：凉山旭辉·阅山海会所实景



部分住宅产品同时规划了下沉式独立会所与架空层泛会所，二者往往彼此独立。成都招商锦城序则进一步打破空间界限，将下沉式会所与架空层泛会所贯通，构建出多层

次、立体化的垂直双会所体系，兼顾私属与共享的双重体验。

图：成都招商锦城序会所实景

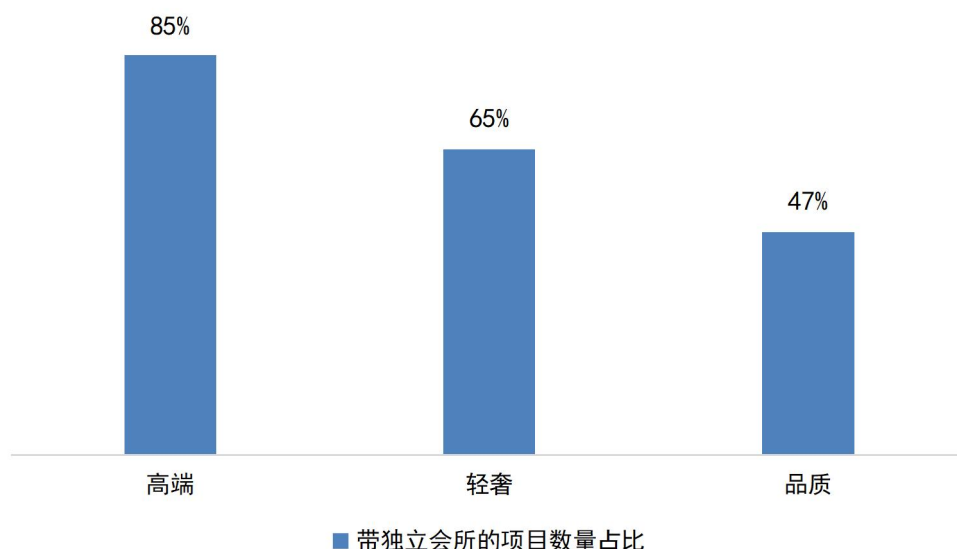


整体看，会所设计正不断突破传统空间的限制，向更集成、更复合、更贴近日常场景的方向演进。

2、会所逐渐向改善、刚需项目下沉

会所配置正呈现出明显的“下沉”趋势，逐渐从高端项目延伸至改善乃至刚需项目。数据显示，高端项目中独立会所配置率高达 85%；在轻奢产品中，带独立会所的项目数量占比仍达 65%；即便在定位最偏刚需的品质项目中，独立会所的覆盖率也接近半数。

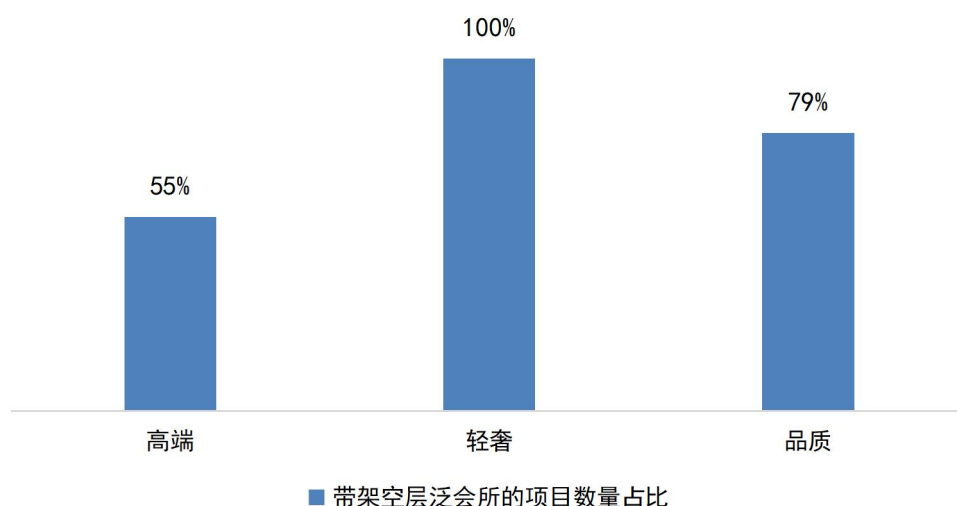
图：2025 年上半年克而瑞十大作品入围项目中带独立会所的数量占比



数据来源：CRIC

即使未规划独立会所的住宅产品，也普遍通过架空层泛会所来实现相应的功能。数据显示，在高端、轻奢与品质三类项目中，配备架空层泛会所的项目占比分别为 55%、100%和 79%。轻奢与品质项目的泛会所配置率反超高端项目，这一现象反映出，两类项目或因未设独立会所，或因独立会所面积有限，需借助架空层空间以补足功能。而高端项目的独立会所通常功能完备，对泛会所的依赖程度相对较低。

图：2025 年上半年克而瑞十大作品入围项目中带架空层泛会所的数量占比



数据来源：CRIC

整体看，会所正逐渐从高端专属走向更广泛的项目类型，成为提升居住体验的重要标配。

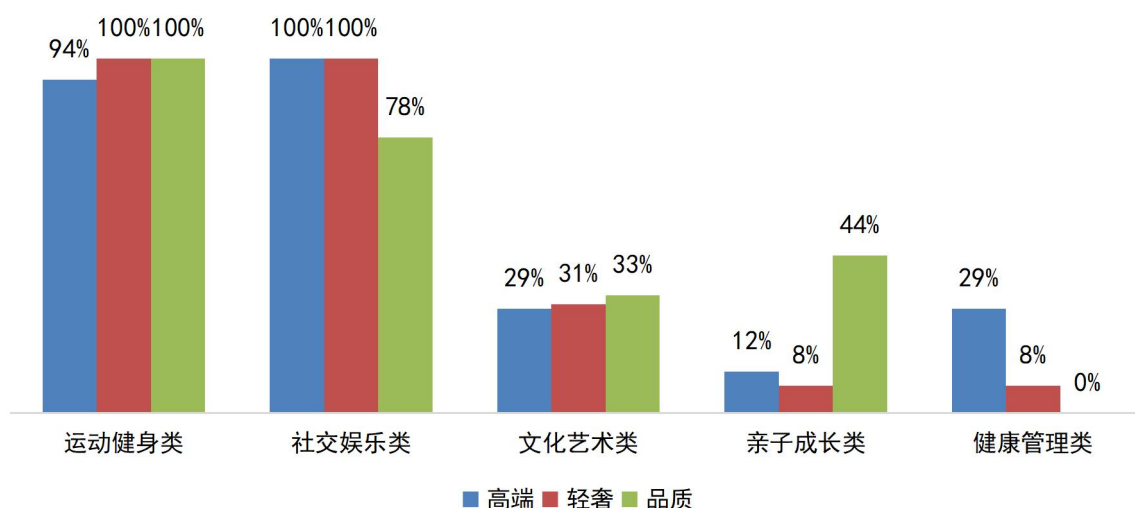
二、独立会所的核心功能

1、整体特征：运动健身和社交娱乐是最核心的两大功能

会所的功能配置可归纳为五大类别：运动健身、社交娱乐、文化艺术、亲子成长与健康管理。

从配置率来看，运动健身类和社交娱乐类是独立会所最核心的两大功能。据统计，运动健身类功能在高端项目中的覆盖率达 94%，而在轻奢与品质项目中更是高达 100%。社交娱乐空间同样普及，高端和轻奢项目全部配备相应的功能空间，品质项目也有 78% 设有此类功能区。可以说，健康生活与社交互动都是业主不可或缺的基本需求。

图：独立会所中各功能的配置率



数据来源：CRIC

在满足基本生活需要之外，业主愈发重视文化精神层面的追求。在这一背景下，越来越多的房企尝试各种文化场景的营造，为社区注入人文氛围与审美价值。据统计，无论在高端、轻奢、亦或品质项目中，文化艺术类空间的配置比例均维持在三成左右，初步体现出房企对精神生活场景的重视。

亲子成长类功能在不同档次项目中的配置比例差异较大。品质项目在亲子成长类功能的配置方面更为积极，该功能的配置比例达 44%，远高于高端和轻奢项目的 12% 和 8%。可以看出，品质项目更注重实用性及家庭成员之间的互动体验，而高端和轻奢项目则更注重营造仪式感与圈层化的空间氛围。

此外，健康管理类功能高度集中于高端项目，配置率达到 29%，轻奢项目中仅有 1 个独立会所中设置了 SPA 区，而品质类项目则基本尚未布局此类功能。房企通过引入中医理疗、SPA 疗愈等服务，不仅塑造出更具身份属性和专业品质的服务场景，也增强了高端产品的差异化竞争力和附加价值。

2、运动健身类功能的专业化程度提升

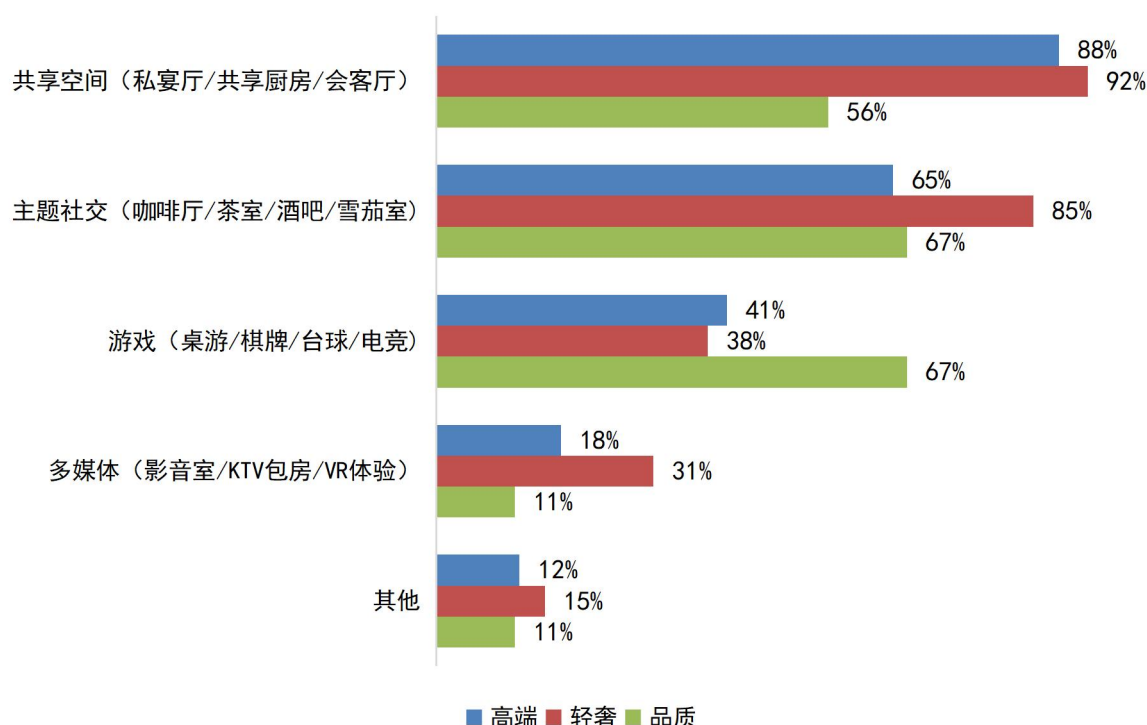
（略）

3、社交娱乐类功能以私宴厅为主，更趋个性化

➤ 私宴厅在会所中的配置率居首

在各类社交功能空间中，共享空间的配置率居于首位，尤其在高端和轻奢产品中表现突出，配置率均达到九成左右。这类空间大多数以私宴厅的形式呈现。

图：社交娱乐类功能在独立会所中的配置率



数据来源：CRIC

尽管私宴厅在日常场景中的使用频率可能不高，但房企普遍将其规划为会所主要功能空间，主要是基于以下几方面的考量：

首先，私宴厅通常被设计为一个空间开阔且私密性强的社交空间，设施完备、装饰豪华，其本身即是项目品质与调性的直观体现，能够有效提升整体形象。

比如轻奢项目佛山保利锦鲤堂悦以岭南建筑园林为特色，下沉式会所中的私宴厅，延续了岭南独特的装饰风格，业主在用餐与社交的时候，也能于细节之处领略到当地的文化魅力。

图：佛山保利锦鲤堂悦私宴厅实景



其次，私宴厅能够满足业主在重大商务接待或家庭庆典等**特殊时刻的需求**，提供稀缺的场景体验，有助于提升业主的满意度。

第三，私宴厅还有助于塑造高端的社区文化与圈层氛围，通过组织定制化活动促进邻里之间的圈层社交，增强业主的归属感。

共享空间在品质项目中的配置率为 56%，明显低于高端和轻奢项目。这一差异说明，品质项目更倾向于规划高频使用的功能空间，以契合其客群对实用性与性价比的要求。

➤ 主题社交空间呈现差异化场景

住宅会所普遍重视主题化社交场景。在高端和轻奢产品的会所中，主题社交空间的配置率仅次于共享空间，分别是 65%和 85%。品质项目中，主题社交空间占比 67%，甚至超过其共享空间的配置率。

轻奢和品质项目更倾向于设置茶吧或咖啡吧，旨在营造轻松、温馨且开放的社交氛围。这类空间受众广泛，是业主们日常邻里交流和休闲会客的高频场景。

长沙招商揽阅打造的晨昏线 bar，以“日咖夜酒”的运营模式，实现同一空间不同时段的场景切换，为业主提供多元化休闲体验。

图：长沙招商揽阅日咖夜酒实景



高端产品则引入雪茄吧、红酒廊等特定主题场景。这类空间不仅成本较高，还需要专业的运营服务，但其所能塑造的品味格调，能够契合高端客群对身份认同与生活方式的高度追求。

杭州杭序府的会所中，同时设置了雪茄吧与行政酒廊，通过多元化的高端社交场景，强化社区的圈层属性，为业主营造出颇具仪式感的社交场景。

图：杭州杭序府效果图



► 品质产品游戏空间配置率高

游戏空间在品质项目中的配置率高达 67%，远超高端和轻奢项目约 40%的水平，且以棋牌室为主。

这一差异源于供需两方面的考量。一方面，棋牌室建设运营成本较低，能够以较高性价比有效提升社区社交娱乐功能。另一方面，刚需刚改客群更看重休闲娱乐的日常性与实用性，棋牌、台球等活动因其较强的社交属性和广泛的受众，恰好贴合他们的需求。

杭州运璟文华轩便在会所中设置台球、棋牌及德州扑克等主题的预约制房间，有效丰富了会所的功能层次与社交体验。

图：杭州运璟文华轩台球室与德州扑克室



➤ 会所配置趋向稀缺体验

近期，会所的社交娱乐功能更加多样化，标杆产品已开始尝试打破常规，引入主题鲜明、体验独特的社交空间。

成都招商锦城序规划了**主题轰趴馆**，针对年轻客群热衷的聚会文化，提供一站式派对解决方案，满足了多年龄段业主举办生日派对、节日庆典或主题聚会的需求。

图：成都招商锦城序家庭轰趴馆效果图



广州琶洲·樾 | 华樾的会所共3层，不仅配有半室外的天台，更引入**铁板烧岛台**、**室内景观花房**等多元场景，在拓展社交娱乐想象空间的同时，强化了会所的情感体验与美学价值。

图：广州琶洲·樾 | 华樾会所示意图



4、文化艺术类空间是会所价值提升的新引擎

(略)

三、架空层泛会所的核心功能

1、整体特征：刚需产品更全面，高端、改善更多元

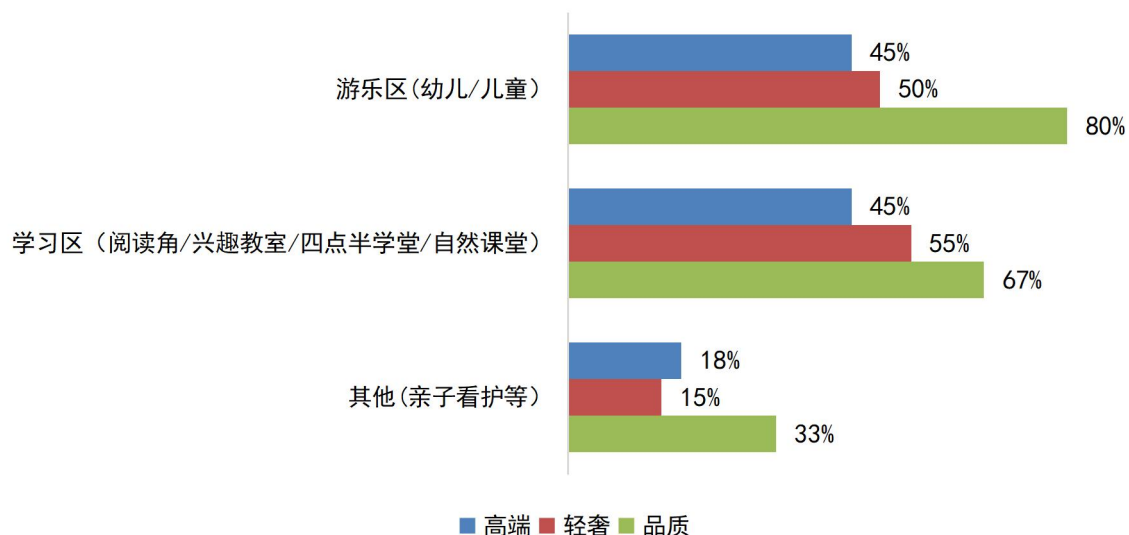
(略)

2、亲子成长类功能区演进成综合型成长支持中心

在过去，泛会所中的亲子成长类功能空间往往以滑梯、球池等基础游乐设施为主，如今，这类空间正日趋复合与多元。

据统计，游乐区与学习区在泛会所中的配置率呈现并驾齐驱的态势，清晰体现出该类功能已从以往侧重单纯游乐，全面转向游乐与学习并重的发展趋势。这一转变的背后，是房企对家庭客群需求的深刻洞察，他们不仅关注儿童的娱乐体验，也重视其综合素质的全面发展，故而房企以此为导向进行泛会所功能的创新与升级。

图：亲子成长类功能在架空层泛会所中的配置率



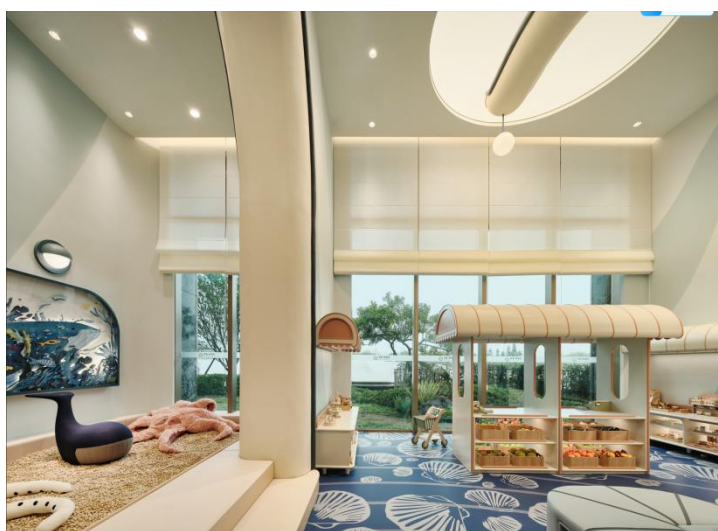
数据来源：CRIC

➤ 游乐区的分龄设计与特色场景

亲子成长类空间通过**分龄化设计**，来精准匹配不同年龄段儿童的发展特征与行为需求。比如华发珠海湾将儿童游乐区细分为 0-3 岁婴幼儿区、3-6 岁学龄前区及 6-12 岁学龄区，每个区域都配备了适合该年龄段儿童的游乐设施。此外，项目还设置了儿童探索区与阅读区，共同构建出**系统化、全龄段的成长支持系统**。

图：华发珠海湾架空层效果图





北京招商序则是通过地下会所与地上架空层泛会所的竖向联通，共同构建起**复合型儿童成长场景**。在这里，儿童游乐动线贯穿上下空间，除了常规的小童与大童娱乐区，还设置了儿童轰趴区、儿童体能活动区与单人训练区等特色场景。

亲子成长空间还融入教育支持元素。儿童体能区针对北京升学体育测试项目进行专业设计，既满足了日常锻炼需求，又为升学考试提前做好准备，真正实现了寓教于乐的成长体验。

图：北京招商序架空层与会所效果图



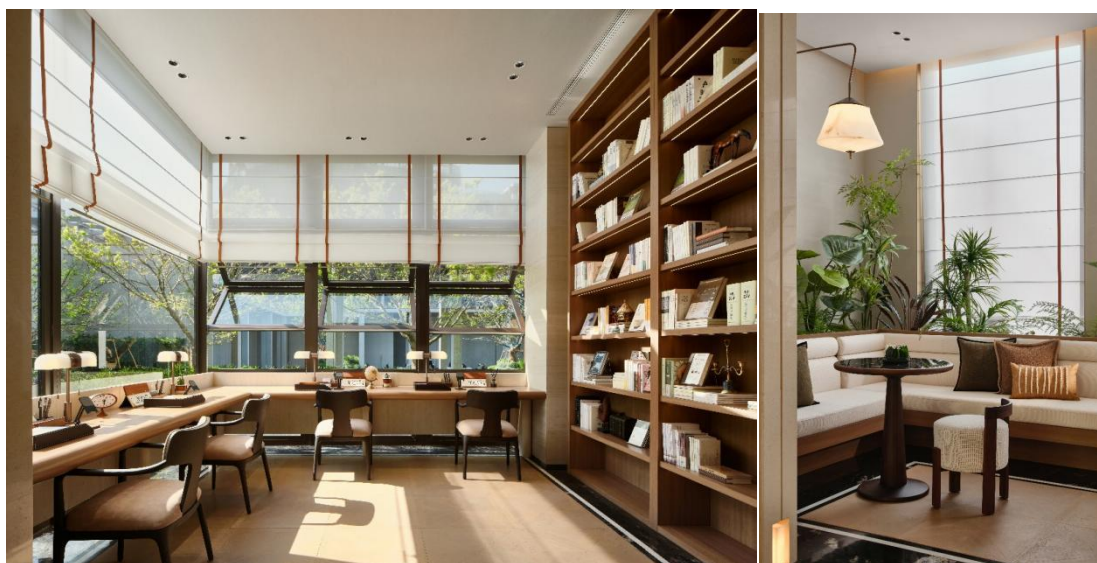
► 沉浸式的学习场景

教育赋能是泛会所亲子功能空间新核心，越来越多的住宅产品将学堂、绘本馆、兴趣教室等**学习型场景**纳入泛会所体系，间不仅具备基础的学习功能，更能通过环境设计与内容运营，营造出沉浸式的学习氛围。

杭州云璟文华轩的**休闲书房**集合了学习盒子、书房、画室及多功能室等多样空间，为不同需求的学习者提供了丰富的选择。临窗学习桌、阅读卡座等情景化元素，在确保

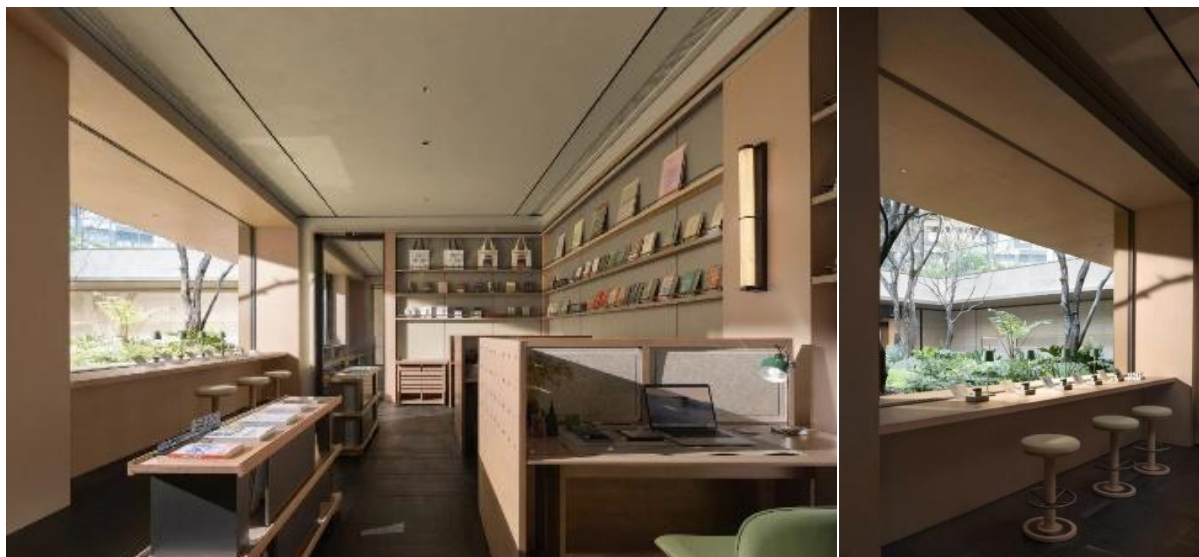
使用舒适度的同时，更营造出沉浸式的学习氛围。

图：杭州运璟文华轩临窗学习桌与阅读卡座实景



南宁江南润府则在泛会所中**系统性植入以教育成长为核心的功能集群**，包括社区图书馆、儿童工坊、四点半学堂等学习场景。**沉浸式自习室**是一个区别于家庭和学校的自习的“第三学习空间”，通过高度专注学习氛围的营造，帮助孩子快速进入学习状态，提升学习效率。林下学堂则通过自然材料的融入，让大自然成为儿童课堂里的橱窗，激发孩子的探索欲，为社区注入更多活力。

图：南宁江南润府自习室与林下学堂实景





这些创新共同推动泛会所亲子成长空间向着综合型成长支持中心的方向持续迈进。

3、多媒体与特定人群的社交场景是社交娱乐的创新方向

（略）

4、文化艺术类空间更趋专业化与互动化

（略）

四、未来展望

会所与泛会所已不再是住宅项目的简单配套，而是深刻体现出房企对“好房子”与理想生活方式的深度思考。从之前的分析中可见，会所功能正呈现出明显的**生活化与场景化趋势**，从提供物理活动场所，转向对内容与体验的持续运营。

“下沉式会所+架空层泛会所”逐渐形成功能互补、体验联动的协同体系，不仅能实现社区资源的高效整合，更推动公区实现**从功能载体到情感容器的价值升华**。

未来，优秀的会所设计将更加注重与社区业主的**适配性**，不止提供丰富的场景，更将通过持续的功能创新与场景深化，以有温度的内容运营真正触动业主。在会所功能持续优化的基础上，高端产品仍能通过稀缺资源与专业服务构建竞争壁垒，以高附加值功能保持产品的差异化与高端属性。在持续的创新与迭代中，会所与泛会所将继续拓展理想生活的边界，为居住者带来更多元的生活体验。

免责声明

数据、观点等引用请注明“由克而瑞研究中心提供”。由于统计时间和口径的差异，可能出现与相关政府部门最终公布数据不一致的情形，则最终以政府部门权威数据为准。文章内容仅供参考，不构成投资建议。投资者据此操作，风险自担。