绿城式共创，何以成就全赛道领先？



文/孙鑫

近日，绿城在上海楼市的话题热度持续走高——11 月 10 日，一场发布会讲清了产品创新的底层逻辑；11 月 12 日，悦海棠三开三罄，璟园首批认购率超 277%……绿城用行动与市场反馈，站稳了全赛道领先身位，标志着绿城正式开启深耕上海的 2.0 时代。

产品创新、市场飘红，绿城实现行业双领跑的背后，蕴藏着怎样的底层逻辑？当“共创”成为楼市热词，绿城依托“客户全周期共创模式”，以一系列美好的落地实践，在上海的城市肌理里，持续兑现人居的长期主义。

产品创新、市场口碑共振
绿城站稳全赛道领先身位

2026 年，绿城在上海迎来里程碑式的突破，在行业全赛道站稳了领先身位，一组组亮眼成绩便是最好印证——

在改善市场，上海悦海棠自面世以来，吸引全市购房群体的关注，三开三罄，上演“近五组客户摇一套”的盛况，刷新了近两年上海新房认筹组数纪录，用“海棠现象”点燃上海置业热度；在嘉定璟园，也上演着同样的火爆业绩，在示范区未开的情况下，项目首批认筹便触发积分；

在豪宅市场，上海潮鸣外滩在虹口区 1–10 月的成交金额与面积位居前列，并入围内环内 3000 万元以上住宅成交金额、面积、套数前三，站稳上海顶豪市场第一梯队（数据来源：克而瑞）。

如果说站稳全赛道的领先身位，是绿城渐入上海深处的肌理，那么惊艳市场的产品创新则是绿城不断磨砺，精心萃取的“独家秘籍”——

潮鸣双子，是绿城作品系皇冠上的明珠。即将交付的潮鸣东方，以全景舱立面的实景美感，独创“生息景观”设计手法，赢得市场一致好评；潮鸣外滩则“向上生长”，首创立体云廊的创新设计，塑造高辨识度的城市地标天际线。

悦海棠，是绿城首次将“全维实景示范区”升级为“全景生活体验区”的代表作。从全维立体抬板社区底盘、生息城市周界处理、户外悬浮泳池综合体、专业化全城篮球场……在行业内领先探索产品的创新能力。

2026 年，绿城在上海的改善与豪宅市场，实现了产品创新与市场口碑的双领跑，站稳了全赛道的领先身位。深耕二十六载，绿城用持续迭代的“绿城能力”，做到了“渐入上海深处”。

20000 组客户·30 场共创会·101 个细节需求
看绿城“全周期共创体系”的美好实践

2023 年，绿城在行业内首次推出全维实景示范区，让用户在期房阶段获得现房般的体验；2026 年，绿城创新升维，推出以上海悦海棠为代表的全景生活体验区，将场景主体化、细节专业化、运营一体化诠释得淋漓尽致。

全周期共创体系 &“最懂客户”的绿城组织能力 2026 年，绿城推出“以用户体验为中心、以运营服务为检验”的产品创新生态，通过与用户共创的机制，用一个全周期的动态进程，对产品持续调整、打磨、完善。

这背后，基于绿城对上海置业群体最鲜活的洞察与声音。据了解，2026 年，仅上海四个新项目，绿城就接待了 2 万组客户，通过近 30 场共创会，将当下上海市场最鲜活的客户需求提炼出三大趋势、15 个场景、101 个细节。从项目拿地前后、产品设计阶段、产品细节深化再到项目开放后的生活共建，通过不断调整、反复打磨、持续完善的动态过程，让“全周期共创体系”实践落地，将“最懂客户”变成一种绿城的组织能力。

四大模块 15 个超级场景 & 四大新品的美好实践 2026 年，“全周期共创体系”在绿城上海四大新品的实践中深度落地，打磨出四大模块、15 个超级场景，再次引领行业迭新先河。

【从生息社区到生息街区】 在悦海棠，绿城对红线内外进行一体化打造，出了轨交 2 号线就进入了“海棠空间”；在嘉定中心城区的璟园恒庐，绿城重构城心超级界面，打造 125 米的“玉树花街”，把街角公园、社区商业等日常功能编进沿街界面，回家成为一场“被看得见的仪式”；张江的汀香园，遵循水岸地貌，将红线外的公共水岸，打造为一条“汀香之岸”；嘉定菊园的玉海棠，以嘉定状元名门王氏家族门楣为灵感来源，打造了超常规的 54 米玉阙门庭，收到本地购房者一致好评。

【从平面造景到立体造境】 上海潮鸣东方开创性打造了多层级立体影院式景观，这一设计理念被落地在四大新品，并通过“林下综合体”等设计持续升维。在璟园，绿城打造了三重标高的立体水院，实现地下会所 270 度采光，是嘉定首个三面采光会所；悦海棠、玉海棠、璟园均沿用潮鸣东方的爆款悬浮水院。

【从公共配套到专业空间】 在会所和架空层的配套功能上，绿城与用户共创，围绕需求最高频的运动、童玩、社交、学习四大场景进行了模块化专项设计。邀请篮球社群主理人参与打造“魔方球场”，约 9 米挑高赛事级篮羽综合球馆，配备双智能无影照明系统，目前已在悦海棠呈现，未来璟园、玉海棠也将落地；在社区学习空间内，为孩子们打造“学习盒子”，为家长配置“心流舱”；在公共客厅设置上，研发“超级聚场”这一聚会空间，可以办孩子们的生日会，还有可切换场景的功能厅；在“童玩天地”，进行分龄设置、增加换衣、儿童卫生间、儿童停车场、家长监控等细节配置；在悦海棠的河岸，有专属的“爱宠小道”，还将社区宠物友好运营模式前置……

【从空间更大到功能更实用】 以实用性、满配度和收纳力为着力点，以百变形式带给生活更多空间。从独立电梯前厅、北向阳台，独立储藏空间到飘窗……让每一寸空间得到极致场景释放；餐厨空间从后台家务间专向前台生活间；在收纳空间打造了“三纳九藏”体系。

可以说，在四大新品落地实践的 15 个超级场景，是绿城与业主共创成果转译的一部分，更是“全周期共创体系”的结晶，也是绿城首批全景生活体验和全龄社群运营的范本。

市场资讯

一线城市现房试点提速
保利苏河珺探索现房市场化协同新路径



828现房销售政策的落地，正在重塑上海楼市的底层逻辑。如何让开发商获得稳健的回款节奏、让购房者获得实实在在的置业红利，成为行业共同面对的新命题。

政策适配：首付比例与购房优惠挂钩的双赢逻辑 面对现房销售带来的资金周期变化，保利·苏河珺推出首付比例与购房优惠挂钩的置业方案。提高首付比例的购房者，可获得相应购房优惠；开发商则通过提前回款，获得更稳健的现金流投入工程建设，保障交付品质。这不是简单的价格让利，而是一次供需两端在现房销售时代的理性适配：开发商以付款优惠换回款效率，购房者以首付换实质优惠，双方在同一个规则下各取所需。

实质红利：一笔可测算的置业账 以一套总价约 1800 万元的房源为例。若客户将 25% 首付提升至 30%，将多付的 5% 首付（约 90 万元）存入银行，按 3% 年化收益测算，年收益约 2.7 万元；而选择多付首付获取 97 折优惠，可直接节省购房款约 55 万元。同时，提高首付比例意味着贷款额度相应减少，长期贷款利息支出随之下降。对购房者而言，这是一笔可量化、可比较的资产配置账，而非模糊的“优惠”概念。

好房子落地：保利·苏河珺的产品回应 政策与红利之外，最终承接购房者决策的，仍是产品本身。保利·苏河珺作为长宁内环首个准四代宅，落子苏州河一线，以约 5.5 米浮岛抬板、四扇 270° 转角环幕、约 5800 平方米巨轮式 CLUB 等产品配置，回应内环滨水人居的代际升级。首开主力建面约 155 平方米户型，常规三成首付后均价约 13.7 万元 / 平方米，在长宁内环 17 年断供的背景下，提供了一个可触及的入席窗口。

漕启滨江商业街区启新
奔赴世界滨江理想聚场



在取得 300 亿热销的市场成绩之下，11 月 11 日，漕启滨江再一次迎来全新 MONMENT——商业街区正式盛大开放。

三大品牌入驻，重塑滨江高阶生活范本 华润万家旗下的 Olé 精品超市，以进口商品与精致生活体验见长；此番落子 S 湾心，更以品牌首个社区型门店，锚定高品质的日常配套；家天地 Domus Tiandi，国内高端进口家居的代表，以顶级设计家居，落地高审美的生活样板——一席沙发、一盏灯、一方几案，皆是可触摸的国际审美；WeCycle 骑趣部落，上海本土的骑行主题生活方式品牌，集骑行零售、训练健身、赛事社群与户外社交于一体。

取证在即，Garden Villa280 压轴加推 在商业街区盛大启幕的同时，漕启滨江重磅预告——Garden Villa280 叠墅藏品，全盘仅 20 套，将于 11 月加推。打破市面上叠墅常见短板，实现南侧无遮挡别墅级视野，以大面宽做到核心空间全南向；搭配大尺度园林与多元社区公区，升级归家体验；同时采用地上精装 + 地下室定制加载模式，免除高净值客群装修的繁琐困扰。此外，项目将创新抬板设计首次运用于叠拼产品，实现整体全明通透，革新传统叠墅空间弊病；室内由召禾大师设计操刀，地上精装交付，地下室提供定制化加载服务，一站式化解装修耗时耗力难题，兼顾空间质感与实际使用效率；