

2025“沪相联”双城春日购房季启幕

3月26日,2025“沪相联”双城春日购房季活动在上海举办,苏州相城(上海)房产超市启用,标志着沪苏两地资源互通迈入新阶段。活动吸引了沪苏两地相关商会协会、科研院所、房企嘉宾,以及青年人才代表到场,共同推动沪苏两地在住房、旅游和商贸领域的深度合作。

现场进行了苏州北太湖旅游度假区春季文旅推介、相城生态文化旅游推介、相城好房子推介,并对购房政策进行了解读。上海在相购房业主代表交钥匙仪式举行,上海高校毕业生在相购房业主代表讲述了自己“沪漂”变“相居”的心路历程,分享了“双城如一家”的安居体会。

活动中,“乐居相城·惠企行动”品牌发布仪式、“乐居相城”视频自媒体上线暨“沪相看房”直播专栏启动仪式、“沪相看房”踏青路线暨周末班车开通仪式分别举行,助力企业吸引人才、留住人才,为上海居民线上线下游览相城之美、实地了解房源信息提供便利。

“相城是一个十分适合宜居的城市,苏州



高铁新城是自动驾驶产业高度集聚的一个区域,我所学的专业与这个地方十分契合,很希望来相城施展才华。”购房者裴女士表示。走进苏州相城(上海)房产超市,第一眼就可看到相城区的区域地图,购房者能非常直观地

了解到相城区各个板块的楼盘分布。房产超市内还设置了政策规划展示区和在线楼盘介绍区,可以让购房者详细了解到最新的购房政策、楼盘的具体介绍、户型模型展示,深入地了解到楼盘的特色优势。更加值得一提的是

是,超市里还设置了一个直播间,可以直接用VR进行看房,科技感十足。

龙湖沪苏公司副总经理祁刚表示,房产超市十分方便,对购房者来说可以一次性了解很多楼盘信息,同时也能通过这个平台吸引更多购房者到售楼处进行实地探访。

苏州市相城区房地产行业协会会长汤熙表示,2025“沪相联”双城春日购房季为沪苏两地房地产市场搭建了优质的交流合作平台,促进了区域间房地产资源的流动与整合。不仅能让上海购房者更深入地了解相城的房产项目,也有助于相城房地产企业学习上海先进的开发理念和运营模式,推动两地房地产行业共同发展,提升行业整体水平。接下来,协会也将继续发挥桥梁纽带作用,推动沪苏两地房地产市场健康、稳定、持续发展,为两地居民创造更美好的居住环境。

“沪相联”系列活动,是相城区主动融入长三角一体化发展战略、加快接轨上海都市圈的生动实践。通过“沪相联”这一平台,相城区将全面加深与上海市在商贸、旅游、住房消费等领域的合作交流,全力打响“沪相联”品牌,努力实现与上海的“双城联动、促进消费”。

越秀地产发布好产品标准,打造好房子新范式

3月27日,主题为“越来·越秀”的越秀地产好产品发布会在上海中心举行。发布会上,越秀地产重磅发布了“4×4好产品理念”和“4+X产品系”,对新时代“好房子”命题给出自身答案。

越秀集团总经理、越秀地产董事长林昭远在致辞中表示,当前行业正从“快字当头”转向“好字优先”,作为广州资产规模最大的市属国企越秀集团下属板块,越秀地产坚定践行“四好企业”战略,把产品力放在突出位置,提炼形成越秀好产品理念,与住建部好房子标准高度契合,是贯彻国家政策的深化和细化。此次在上海这一品牌高地发布好产品标准,既是表达公司坚定深耕一线城市的决心,也是传递公司将持续赋能城市发展和美好人居。

重磅发布好产品标准 打造好房子新范式

在房地产行业全面转向产品力竞争的新阶段,头部房企正围绕居住体验优化与资产价值沉淀展开深度革新。面对市场供需重构与客群需求升级,越秀地产经过系统调研与深度共创,正式发布“4×4好产品理念”,对产品如何超越时间、体现以人为本、创造智慧体验、实现可持续成长等方面,进行了系统化的构建。

发布会上,越秀地产首席产品官洪国兵对“4×4好产品理念”进行了系统阐释,他表示,基于对城市、土地和客户的深刻洞察,越秀地产通过系列调研和深度共创,提炼出“品质、温度、智慧、成长”4大关键词和16个产品主张,形成“4×4好产品理念”的核心支撑。对越秀地产来说,好产品从来都不是一个静态标准,而是一套动态的螺旋进化标尺。

据介绍,越秀地产构建“好产品体系”的四大维度具备鲜明的特征:在品质层面,依托严苛建造标准、持续技术创新与品质坚守,致力于打造具有长期价值的产品力;在温度体验维度,通过打造“十项全能健康宅体系”、疗愈花园及酒店式服务体系等举措,构筑覆盖社区生态、城市界面、自然关系的温度场域;关于智慧化探索,其突破智能家居单点技术局限,聚焦低碳节能与智慧运维的系统整合,形成面向未来的居住解决方案;而在价值创造层面,以进化式空间设计、跨界科研合作为抓手,建立产品全生命周期与客户、社区及城市发展的共生机制。业内分析认为,这种

“品质筑基—温度赋能—智慧迭代—成长共生”的体系化实践,彰显了国企推动行业转型升级的标杆价值。

房地产下半场的可持续发展关键,在于兼具战略定力的产品力迭代升级和产品系布局,“4×4好产品理念”是越秀地产对自身产品力的再一次迭新,也为行业提供了“好房子”建设的越秀样本。

发布4+X产品系 核心城市持续热销

在“4×4好产品理念”引领下,越秀地产加强产品创新,升级形成了4+X产品系,为不同城市、客群提供差异化品质生活解决方案。发布会上,越秀地产生产管理中心总经理李恩详细介绍了“樾、和樾、天、星汇、人文、先锋”六大产品系。其中,“樾”系定位高端改善产品线,依托稀缺地段资源打造人文大宅,聚焦家族传承需求;“和樾”系主攻生态宜居产品线,通过城市核心区生态资源整合实现公园住区开发;“天”系专注城市更新赛道,重构熟人社区生态;“星汇”系瞄准青年品质住宅市场,整合交通、教育、商业配套资源打造全能社区。此外,越秀地产还打造了“城市人文系”和“先锋艺术系”两大特色产品线,打造兼具人文温度与功能适配性的产品体系。

行业分析人士认为,从此次发布的“4+X”产品系可窥见越秀地产精准投资战略。越秀地产持续聚焦和深耕核心城市,目前超九成土储分布于一线城市和强二线城市。近年来在深耕大湾区的基础上,越秀地产先后进入上海、北京、成都等核心城市,并在这



些城市的核心区位落地“樾”系“和樾”系等核心产品系,精准投资的成效在资源占位与布局上实现落位。

另有分析人士指出,越秀地产的战略优势与其母公司越秀集团的强力支持密不可分。据悉越秀集团是广州资产规模最大的市属国企,资产总额超万亿、营业收入超千亿、盈利能力超百亿,主要经营指标在地方国企位居前列。

在发布会上,代表“4+X产品系”的15个新品项目也集中亮相,分别为广州的琶洲樾I华樾、观樾I天湖、江湾潮起、东山云起,上海的外滩樾、和樾长宁,北京的香山樾、和樾望云、和樾玉鸣,杭州的如玺华院,西安的樽樾,合肥的观樾、和樾府,成都的阅今沙,深圳的星汇泷府。这些项目均位于核心城市核心地段,覆盖越秀地产核心产品系,承载了越秀地产对当下市场趋势与客户需求的深刻洞察。

市场是产品最好的验金石。克而瑞数据显示,近年来越秀地产新项目市场表现突出。如广州地标项目琶洲南TOD以86.01亿元成交额蝉联2024年全市商品住宅销售榜榜首;北京香山樾则以60.17亿的全口径销售

额,位列2024年北京商品住宅销售榜第二,海淀区第一;上海越秀·苏河·和樾府实现“四开四罄”、累计销售额突破69亿元;成都越秀·天悦云萃也是屡开屡罄,2024年度销售额突破30亿。

2025年开年以来,越秀地产在北上广的热销势头更加强劲。据悉,上海静安天玥项目开盘即售罄,销售额达23亿;广州“广府系”珑悦西关、熙悦江湾等项目凭借出色的产品力,吸引上千人踊跃购买;北京星樾首次开盘便收获26.8亿销售额,北京海淀和樾望云、和樾玉鸣双盘首开更是劲销152亿,创下北京同期市场成交额新高。

林昭远在发布会上表示,越秀地产在新阶段将继续践行“人民城市”理念,以国家“好房子”建设为指引,通过大力推进研发创新、精益建造、运营服务,扎实落地越秀地产好产品标准。

分析人士指出,在房地产行业从规模扩张向高质量发展转型的关键阶段,越秀地产此次发布的“4×4好产品理念”也被视为头部房企主动应对市场变革、强化核心竞争力的重要举措,为行业如何响应“好房子”政策导向提供了实践样本。