苹果“引力”

原理：关注市场需求的创新以及用户体验的创新。

买房启示：去投资化的调控下，房屋回归居住属性，注重生活体验的创新更受欢迎。

苹果故事：今年1月，苹果CEO库克宣布全球iOS设备的总数已经达到了5亿部。苹果为什么这么红？有人说苹果能满足你对于电子产品一切的需求，从这个层面上看，哪怕是致力于满足人们某一项基本需求，也能获得无限成功。

楼市解析：越来越多的开发商表态，我们不仅仅在卖房子，更在努力服务与创新。对于购房者来说，名目繁多的科技、创新等名词乱花渐欲迷人眼，到底什么创新才是购房者真正需要？苹果启示说，哪怕是致力于让购房者生活更自在，也能成为一个好楼盘。

不是勇者赢 而是智者胜

苹果iPhone5s发布至今，有关产品创新和客户体验的讨论再次甚嚣尘上。无论苹果的拥趸如何辩解，“后乔布斯时代”的苹果失去了“无往不利”的锐气却也是不争的事实。“乔布斯时代”已经过去两年了，但他留给我们关于产品“创新”与“体验”的话题，还将继续。

随着调控效果的不断深化，开发商规模复制也能创造“日光奇迹”的浪潮成为了过去式，开发商从调控的阵痛中醒来，开始了“曲线救国”的创新之路。从合院别墅、联庭别墅等类别型产品的推出，到蛰声一时的低碳、科技建筑，再到通过设计创新增加赠送面积的普通公寓产品……莫不如是。

2010“史上最严调控年”之后，楼市的创新多以增加房产本身的附加值为主要方式。对于开发商而言，更高的产品价值就意味着更高的售价，更新颖的“噱头”意味着更快速的去化。可以说，几年前楼市中出现的一批创新产品，更多的是开发商为了应对“调控”而想出的营销手法。

然而伴随着调控在纵深上的成效，“调控”与“创新”已经不再只是“出招”与“接招”的对应关系。

“去投资化”抑制了楼市的投机投资风潮，对于市场来说，“买啥都涨”的时代过去了。作为“投资品”的房产正在回归居住本质，为了迎合这一趋势，开发商开始进行技术研发和创新，希望用“居住体验”为核心的产品来争夺市场。

比如“偷面积”这一惯用手法。当几年前“偷面积”这一概念第一次出现的时候，无论是赠送飘窗还是阳台，开发商的想法不过是将额外的使用面积赠送给客户，在性价比上显得更有优势。

但这样“创新”的结果却只是给了购房者一种“占便宜”的感觉，额外赠送的面积并不实用。

如今，不断升级的创新形式给了购房者更多的选择，以绿地、万科为代表的开发商，正在用一批注重实用性的“+1”房项目给“偷面积”这一不算有“新意”的手法赋予着新的体验。

以绿地21城滨江汇为例，该项目附赠的面积中包含一个8平方米的独立房间，可以改造成书房、婴儿房等等，给购房者带来更实在的利用价值。

以此为鉴，突出居住价值的回归，以“人”为核心的产品体验成为了目前楼市中产品创新的重头戏，产品的比拼，“体验”往往比“噱头”更加重要。

如果说在三四线城市，万科、恒大还可以用快速复制、快速扩张占领市场，那么在上海，这个中国房地产市场开发最早、发展最为成熟的城市，仅靠雷同的产品，靠快速面市，已经不可能再成为制胜的法宝。同区域的短兵相接，不是勇者赢，而是智者胜。用心打造产品，用心研究需求，用心定位受众，正是如此，在群雄逐鹿的上海楼市，才会有精彩不断出现。

购房者终于当了一次上帝

“创新楼盘”金秋集结号

当开发商站在购房者的角度去打造产品，当楼市创新从“眼球经济”过渡到“实用主义”，购房者才能得到真正优质的居住体验，这是购房者和开发商之间的一场双赢。

户型创新

锦上添花的“n+1”户型

代表项目：
万科梦想派　绿地21城滨江汇

“小户型，送面积”的创新手段其实并不新鲜。不过从目前市场来看，大多数“n+1”楼盘却显得有些尴尬，原因很简单，附赠的面积并不实用，难以改造额外的房间以应对家庭的“成长性”。

万科和绿地两大巨头的新产品或许可以改变“n+1”户型的尴尬地位。

万科梦想派位于松江新城，是万科集团在2013年的重点项目之一。从户型设计上来看，万科一贯出色的空间设计也在这个项目得到了更充分的体现。

以85平方米2房户型为例，产品的附赠空间位于客厅北侧，面积大约为7平方米。从样板房的情况来看，这里被改造成了一个婴儿房。据售楼处介绍，以后再改造成衣帽间、书房、甚至客卧都会绰绰有余。

在万科梦想派火热抢占市场的时候，绿地21城滨江汇也通过户型设计做到了“+1户型”的完整赠送。90平方米户型的赠送面积达到了15平方米左右，其中独立赠送的房间面积就达到了8平方米。此外，绿地21城滨江汇还采用了目前市场中独一无二的“U”型庭院设计，将项目的室外景观整体呈现在业主面前。

房价的不断走高带来了购房门槛的不断提升，刚需置业显得更加不易，换房更加困难。然而随着房产居住本质的回归，开发商正在通过这种从“居住体验”出发创新产品，将“一步到位”的置业方式变为可能。

风格创新

不止是“面子问题”

代表项目：
富力湾　首创青旅·岛尚

产品的建筑风格，是购房者对于一个项目的第一感受，也往往是开发商着重宣传的卖点之一。从法式风格到加州风格，再到近几年的ArtDeco，但无论外立面的特色如何鲜明，建筑风格却似乎只是停留在表面，在项目内部的设计中突破甚少。

富力湾和首创青旅·岛尚的出现，或许可以改变购房者对于项目风格的固有印象。

富力湾位于淀山湖北岸，从项目的外立面来看，小区以东南亚风格为主要基调。不同与以往只重“面子”的建筑设计，富力湾的东南亚风格已经融入了项目整体。

该项目一位负责人介绍，由于东南亚气候比较炎热，因此富力湾的建筑也秉承了东南亚的轻灵通透，会有很多的室外“灰空间”，比如通过一些柱廊、阳台、露台等有顶但没有围蔽的空间，加强人与自然的交流。

与富力湾的东南亚风格不同，首创青旅·岛尚属于传统的中式汉唐风建筑。项目的建筑风格同样不流于表面，除色彩鲜艳的曲线坡面屋顶，院落式的建筑群外，中式特色的庭院、冥想室以及古戏台等颇具新意的设计都充分表达了项目传统中式的审美取向。

对于购房者而言，项目的表面风格再标新立异，也只能新鲜一时。而只有将产品想要表达的风格彻底的融入到日常生活当中，才能使居住者的“体验”上升到一个新的高度。而富力湾、首创青旅·岛尚们正在做的，正是将建筑风格从“面子问题”提升到“整体设计”的一次变革。

附加值创新

宜居从省心开始

代表项目：
紫竹半岛　朗诗未来树

我们对于住房消费的层次和观念，正随着市场的飞速发展和创新不断变化。在当今的市场上，“买一套房子”更多的是“买一种生活方式”。房子对购房者而言，不再只是一个居所，周边的交通、配套、以及房产后期的维护等一系列附加值也都切实地影响着日后的生活方式。

位于闵行紫竹科技园的紫竹半岛，项目周边拥有两所全国重点大学——上海交通大学和华东师范大学。此外，还有沪上高中四大名校之一的华师大二附中，加之附小，幼儿园。依托周边充足的教育资源，除定期邀请名师指导学前教育外，紫竹半岛还推出了“12年一贯制”的教育模式，免去业主的“择校烦恼”。

与占尽“先天优势”的紫竹半岛相比，以全精装面市的朗诗未来树则在“后天努力”上做足了文章。

据售楼处介绍，该项目除了前期统一由专业的团队装修外，更承诺入住后将有两年的保修期以及终身维护，让购房者免去房产维护的烦恼。

“安得广厦千万间”，几千年前人们就有了宜居的梦想。一直以来，产品附加值领域似乎在楼市创新中甚少涉足。然而随着紫竹半岛、朗诗未来树等项目的出现，通过教育、维护等附加值方面的创新，以“便捷、省心”的生活方式吸引购房者，或将为项目在楼市的激烈竞争中增添一枚颇具分量的砝码。

理念创新

别墅也成“第一居所”

代表项目：
金地佘山天境　长泰东郊御园

别墅，是所有购房者的终极梦想。然而就上海来说，别墅一直都难以作为人们“第一居所”的选择。“5+2”的居住模式，成为了长久以来别墅买家的生活方式。究其原因，除地理位置之外，别墅项目缺乏配套也是主要的原因之一。

提到别墅居住理念的创新，就不能不提“大虹桥”和“迪士尼”两大新兴商务区对周边板块的辐射作用。

其中，“大虹桥”的开发使得佘山的交通正快速改善，区域中配套的高端商业、国际学校的人气也有了保障，也为佘山未来的居住形态提供了坚实的支撑。在此影响之下，曾经以“平墅”概念轰动一时的金地佘山天境作出了一系列关于居住理念的创新，例如为业主提供人性化管理的“酒店社区模式”、内部“享受型”豪宅的氛围营造等等。

在东边，与“大虹桥商务区”遥相辉映的当属“迪士尼板块”。在“迪士尼”的辐射作用下，作为别墅开发聚集地之一的航头板块，也开始了关于别墅理念的又一轮思考。

“社区出行很方便，尤其在杨高南路延伸段通车后，开车十几分钟就能到陆家嘴，”长泰东郊御园售楼处一位购房者对笔者说，“既能享受安静的生活又不会与城市的繁华脱节，很适合作为第一居所。”

作为居住产品的最终形态，别墅却从未真正流行。尤其在大平层等高端公寓强势崛起的今天，只能作为“度假房产”存在的别墅在定位上越来越尴尬。然而佘山天境和长泰东郊御园等项目在成为“第一居所”之路上的不断尝试足以说明，以金地与长甲集团为代表的开发商对于上海别墅、居住理念的思考从未停止。

◎特别关注

金地天境
三进秘院产品发布

对于上海房地产市场来说，金地一直都是走在时代前列的“改革派”，以“平墅”为代表的创新性豪宅产品早已成为其驰骋市场的专属名片。如今，经过两年的潜心蛰伏，曾经备受业界好评的金地天境再次推出重磅惊喜，携全新作品——三进秘院别墅大方接受买家和同行的再检验。

9月17日，金地·天境举办项目专利说明会，正式发布其原创产品——三进秘院获得国家专利认证的消息。不少业内专家表示，金地的产品每次都是不鸣则已一鸣惊人，这次推出的三进秘院别墅再次刷新了市场对于别墅产品的全新认知，调控下的豪宅别墅市场亟需注入这种创新精神。

不同于传统的别墅产品，金地此次推出的三进秘院是以新东方住宅为范本，秉承着人们对于经典的传承与认同，意欲打造属于更具人性化的居住空间。改革开放后，西方舶来文化纷纷涌入，冲击着传统的民族文化与生活习惯。但随着时间的推进，带着民族烙印的产品重新为大众所接受，并不仅仅是一种跟风行为，更是人们对于历史的理性回归。

基于此，天境别墅在产品打造上可谓做足功夫，在庭院之上大做文章，拥有两个朝南向的庭院，形成了首屈一指的新东方式“三进院落”，在此基础之上用这个格局铺排别墅的各个居住功能。经过2年的精心研发和推倒重来，在空间利用率、连廊的运用、超大24米面宽等方面都取得了突破性的进展。打造出了全国任何别墅产品中都不曾见过的空间逻辑布局：先规划好庭院的功能、大小、排布顺序，再围绕庭院进行建筑的功能规划，空间处理更关注东方人居体验，使得建筑与庭院的空间相互呼应，室内与院落的生活融为一体。

“秉承中国优秀的人文传统与建筑元素的同时融合了现代西方建筑的精髓，使居住更加人性化；院落的设计风格使得空间更通透，通风更良好，阳光更充足。”发布会上，天境的项目负责人透露。

作为上海地区唯一汇集山水自然景观的高端国际住宅区，金地在佘山板块起到了先锋的作用，当然，这种作用不仅体现在住宅上，更在于金地对于全圈层体系的完美打造。

据悉，金地率先破局，创造性地将酒店与住宅社区跨界结合，打造“佘山·河谷秘境酒店住区”，每一个住家都将24小时无限制享受酒店式的管家服务。据了解，项目业主可享受高星级酒店所提供的一系列人性化服务，酒店服务涵盖酒店送餐、24小时保安、24小时客房服务、机场接送、出租车预订、私人管家、日常房间清洁等。这种酒店服务和高端住区相结合的创新模式，是金地在三进秘院产品打造中不可或缺的亮点配套。

回顾这两年，别墅市场在政策调控和价值匮乏的双重围剿下，始终难以逃脱缺乏产品生命力的尴尬境遇。从联排到双拼再到独栋，市场不乏跃跃欲试求变改革的试探者，但往往都是心有余而力不足，改革到最后似乎只是一场美好的童话。

在这样的市场环境下，金地携带着他的创新型别墅作品——三进秘院再次回归到大众的视野，继“平墅”之后又一次在原创领域给予市场强大的冲击，在这种自信的背后我们看到了试探者与颠覆者之间的显著差异，前者是贩卖产品形态，后者则专注于产品所传达的内在精神。