

联发产品品牌创新凸显成效 新青年社区获南京市场强烈反响

品牌创新驱动增长 联发集团新青年产品获南京市场验证

在房地产行业加速从“规模扩张”向“品质提升”转型的进程中，精准把握细分客群需求、构建差异化产品力，正成为企业实现可持续发展的关键。

2025年以来，联发集团以“新青年产品战略”为抓手，推动品牌与业务双升级，成效逐步显现。9月16日，联发集团在南京正式发布“新青年好房子”及“新澍”产品品牌，明确以“更懂年轻人”为核心理念，致力于打造专业化、适配新青年需求的产品体系。

仅一个多月后，其在南京落地的首个新青年项目——联发·雨花新澍，首次开盘当月即实现129套认购，112套网签，成为近两年南京新盘首开“套数销冠”。**数据显示，联发集团前三季度合同销售金额达194.46亿元，同比增长53.31%，权益销售金额达128.38亿元，同比增长82.07%。**

这一逆市增长态势，反映出新青年客户对联发产品的高度认可，也体现出联发在客群定位、产品创新及品牌建设方面的前瞻性与执行力，为行业提供了可借鉴的发展思路。

01 战略定位清晰，实现社会效益与市场表现双赢

当下，各大品牌房企围绕“安全、舒适、绿色、智慧”的标准展开“好房子”的探索实践，区别于众多房企扎堆争夺高净值客户的红海，联发集团前瞻性地锁定城市新青年这一巨大潜力与独特需求客群，系统推进“新青年产品战略”。该战略不仅契合青年发展型城市政策导向，也精准对接了青年群体在居住品质与生活方式上的真实需求。

项目选址方面，联发展现出精准的土地研判能力。以南京雨花新澍为例，项目位于软件谷——南京“新质生产力”的核心承载地，聚集大量高知青年，但区域内适配青年需求的高品质住宅供应相对不足。联发·雨花新澍以高性价比、高品质产品切入，精准对接这部分群体的迫切需求，实现快速去化。

此外，联发上半年在深圳龙华、上海曹路等一二线核心城市获取多个地块，均聚焦于城市重点发展的产业高地、新兴活力中心及青年人才密集板块，显示出其持续深耕青年客群、参与城市活力建设的战略定力。

在产品研发方面，联发改变了传统开发模式，强调“与业主共建”理念，推动产品从设计到落地更贴近客户实际需求。据了解，企业通过数月时间、数千组与新青年的访谈，系统梳理新青年群体的居住习惯与痛点，并将其反馈融入户型创新与精装配置中，提升产品适配度。

分析认为，联发形成的“从产业到客群、再从客群到产品”的开发模式，是其作为国企践行社会责任与推动业务发展的有益探索，当前市场反馈初步验证了该路径的可行性。

02 产品与服务双轮驱动，构建新青年生活新生态

在产品营造方面，联发提出“优总价、高品质、强运营、智慧化”四大法则，推动产品从“造房子”向“造生活生态”升级。

联发·雨花新澍以“新青年四代宅”的创新理念，面向当代新青年从单身到成家的全生命周期需求，打破传统住宅的固化空间结构，提供更多元、更灵活、更具成长性的居住场景。

以建面约79㎡主力户型为例，通过2+X灵活布局、约5.4米宽厅设计，实现“客厅+书房”复合功能；建面约89㎡户型创新采用“1.9卫”设计，在有限面积内提升使用舒适性与私密性，缓解家庭成员早晚高峰使用冲突。



联发雨花新澍建面约95㎡概念样板间实拍，仅供参考，实际以交付为准



联发雨花新澍建面约115m²概念样板间实拍，仅供参考，实际以交付为准

为响应人工智能在青年生活中的普及趋势，联发与华为达成合作，在智能家居、智慧安防及社区运营等方面推进智慧化建设，共同打造智慧青年社区，推动智慧建筑与数字家庭产业生态的发展。此前，厦门联发·嘉悦里项目因其智慧化体系建设获住建部科技中心调研组肯定。

针对新青年群体对小户型“大生活”的诉求，联发的解决方案是通过将生活功能向丰富的公区配套延伸来实现。

在社区配套方面，雨花新澍打造了约1500m²会所+约3500m²架空层，十大定制主题空间如共享办公空间、带独立私教空间的健身房、瑜伽室以及南京首个社区标配电竞房（PS5+Switch）及多功能小剧场，还有以及精准解决双职工家庭痛点的“四点半课堂”等，全方位覆盖新青年的运动、社交、亲子、办公等多元需求。

此外，联发正构建配套社区运营体系，以保障公共空间持续高效使用。厦门联发·嘉悦里除设置11个公共空间外，更创新建设厦门首个SONG·青年智慧社区食堂，以智慧餐饮、有机品质等获得青年居民认可。

观察显示，联发通过产品创新与场景运营双轮驱动打造的新青年社区，不仅是其产品打法的升级，也是企业在新市场周期下重构核心竞争力的重要举措。



联发雨花新澍电竞房实景图



联发雨花新澍共享办公实景图

联发·雨花新澍的首开热销，标志着其新青年产品战略取得阶段性成果。随着上海、深圳等地同类项目陆续推出，每一座“新澍”，都如一粒种子，在城市活力区域落地生长，预示着联发将在青年住房细分领域持续发力。

从行业层面看，联发新青年产品新澍系，不仅是一个社区产品、一种生活价值主张，也反映了传统房企在转型过程中的积极探索。在“好房子”建设推动行业从规模扩张转向品质驱动的过程中，联发通过精准客群定位与产品创新，初步形成了差异化发展路径。

据悉，联发新青年社区即将亮相由住房和城乡建设部科技与产业化发展中心联合20余家央国企、科研院所及优秀民企共同打造的“好房子科技展”，其产品理念与实践成果有望受到行业进一步关注。



联发雨花新澍实景图