



全楼市创刊10周年  
纪念特刊

## 戏说世界杯 球门鹰眼

今年的世界杯中,两项新技术被广泛提及,一是首次引入门线技术,二是任意球广泛使用喷雾技术。尽管一直有体育界人士坚持认为人的比赛不需要被科技左右,但技术的进步毕竟是大势所趋。毕竟,如果2002年韩日世界杯上就有了门线技术,西班牙也不必冤死在韩国队脚下。

门线技术有些类似于网球场上的鹰眼,用多方定位判断足球是否整体越过了球门线。而喷雾技术更像发胶,有了它,裁判员再也不用劳神定位球的人墙总是排不好了。

和世界杯一样,今年上半年楼市同样出现了不少新技术流。从被动房,到航天科技盘,从物业APP,到微信营销,不少开发商通过引进新技术“武装”楼盘,提高楼盘品质。尽管最早使用新技术的大多是高端项目,不过随着楼市的发展,这些新技术正被越来越多的楼盘所应用。通过科技,提高住宅品质,提高居住的舒适度以及倡导新的生活方式,已经成为房地产业发展的趋势。

现代快报记者 周彤

# 科技改变“房”市

## 被动房:给你真正的节能环保

被动房是生态建筑的别称,指不通过传统的采暖方式和主动的空调形式来实现舒适的冬季和夏季室内环境的建筑。被动房最大的特点,就是不需要外来的能源,却能够最大限度地降低采暖和制冷的能耗。“被动房”的概念始于1996年,在德国城市达姆施泰德,科学家发明了一座几乎不需要外部供电的房屋,它只需要很少的能源启动,这过程就像汽车点火,之后它就能做到能源上的自给自足。

今年4月,位于浙江长兴的朗诗绿色建筑研发基地,竣工不久的“布鲁

克”被动房通过了严格的气密性检测。检测结果显示,该房的气密性远优于欧洲标准,成为中国夏热冬冷地区的首次成功尝试。

根据国际标准,“被动房”应当拥有极佳的气密性,可最大程度地减少热量散失,降低冬季采暖和夏季制冷的能耗。长江中下游是典型的亚热带季风气候,四季分明,湿热同季,温差变化较大,而德国等欧洲国家属于温带海洋性气候,特点是冬天不冷,夏天不热,四季温度变化不大。因此,“被动房”在长江中下游地区的技术难度相对更大,

但是会更加环保节能。

据了解,在德国,与普通住宅相比,“被动房”一般可以多节能50%,但增加成本仅5%。根据“被动房”的欧洲标准,其采暖年耗电量应低于15度/㎡;而在中国,普通住宅的采暖年耗电量约为100度/㎡。而在长兴,“布鲁克”被动房最令人惊讶的地方在于,它的采暖年耗电量竟然只有3度/㎡。朗诗的下一步目标是大幅降低成本,达到量产要求,为被动房的商业化应用做出尝试。

## 物业APP:小区生活尽在“掌”握

当越来越多的业主将物业服务水平也作为买房的重要因素,越来越多的房企和物业企业也开始纷纷转型,试水“云服务”,希望将物业管理由劳动密集型产业变为智力密集型产业,从而应对劳动力成本快速上升的压力。

在南京,包括万科、金地、银城、花样年、融侨、世茂等知名房企的各家物业公司已经走在了前列。例如,万科推出了APP“住这儿”,花样年彩生活则推出了“彩之云”。以“彩之云”为例,业主下载到智能手机、PAD等设备后,通过验证就可

以进入掌上社区。这个物业平台包括了物业服务、商品服务、虚拟服务、智能管家、连锁经营等业务,并基于这些业务所生成的消费大数据,甚至推出了针对业主的工薪贷、业主贷和生意贷。在功能上,“彩之云”平台紧紧围绕居民的衣、食、住、行、娱、购、游等生活需求提供服务,具备缴纳物业费、停车费等基础物业服务。社区业主与居民通过手机、平板电脑等移动终端登录彩之云,即可足不出户享受社区周边的各种服务。

而类似“住这儿”和“彩之云”这类物

业APP正在不断出现,而这类APP的共同特点在于,不仅为社区内业主提供了极其便捷的服务,很快成为社区居民居家生活的“小灵通”,满足了社区居民日常的生活需求,而且打破了人们观念中的物业服务模式,开创了全新的生活模式。

除能提供更多便民服务外,物业APP另一个特点是信息传达及时、有效,使物业和业主间联系更紧密。此外,完全推广开来后,它可取代纸质的通知,既节约了成本,又避免造成环境污染。

## 微信营销:卖得一手好萌

正如微博火爆时那样,微信的火爆使得微信营销成了继微博营销之后的又一新型媒体营销渠道,大多房企加入微信营销的大军。房企的微信订阅号大多是以项目名称开通的,并且内容涵盖了品牌、区位、户型、配套等等,还及时推送最新价格、开盘信息等等。此外,一些楼盘的微信号还会不时穿插一些线上线下互动的获得,如优惠折扣、有奖活动、赠送礼品等,以期和粉丝获得互

动。

不过,楼盘的微信营销可不仅是枯燥的楼盘信息和广告,不少楼盘的微信订阅号更“卖得一手好萌”,如万科九都荟的微信,卖萌、耍宝、插科打诨,个性十足,因此积攒了一大批粉丝。

相比微博而言,微信营销似乎定位更加精准。2013年微信的用户已经达到了6亿,它的主要用户群集中在18岁到

35岁之间,而房地产业的重点目标客户群,包括刚需和改善,主要的年龄段是在20岁到40岁之间,和微信客户的重合度很高。而且,微信是点对点的沟通,是基于情感和信任的沟通平台,而房产行业服务的特点,也是置业顾问对客户一对一服务。微信营销通过移动互联网这样的特点对圈子进行细分,对于楼盘直接的销售来说,老客户们介绍最容易推动成交。

## 航空科技盘:呼吸竟自由

不要以为航天科技距离我们生活很遥远,位于城南的莱蒙水榭阳光与中国航天科技集团公司合作,就引入了航天

技术。

这个楼盘首度采用航天三级滤网技术,是目前少数能将PM2.5过滤掉98%

以上的滤网,将航天级别的恒氧恒净民用化。一年四季尤其是雾霾天,不用开窗家里也能拥有清新的空气。

## 开心农场:体味游戏真生活

种菜、浇水、采摘,这些是否让你联想起风靡一时的开心农场呢?卧龙湖小

镇就专门规划了一大块区域,专心做现实版的“开心农场”,并且准备了一系列

的农作体验工具,让都市白领可以在闲暇时,体验一把真实的农场生活。