

绿色建筑锁定硬指标,社群运营提质交付 地产行业ESG走向精细化

随着绿色发展与“双碳”战略持续落地,地产行业ESG转型迈入全新阶段。绿色建筑建设完成从加分项到硬指标的转变,核心区域新建住宅全面落地二星级绿色建筑标准,叠加公积金新政赋能,绿色住宅价值持续释放。与此同时,房企跳出建筑硬件竞争,将社群运营打造为ESG落地核心载体,构筑第二产品力,并通过建筑技术创新、全周期户型优化、社区生态升级,把可持续发展理念融入人居建设与日常运营,推动行业向绿色、品质、长效化方向深度迭代。

■新快报记者 何璐诗 实习记者 金泉霖 姚广维

从加分项到硬指标

绿色建筑二星级成核心区标配

随着“十五五”规划明确提出建设安全、舒适、绿色、智慧“好房子”,绿色建筑建设正式纳入项目开发审批体系,从可选加分项转变为行业硬性发展要求。

依据《广州市绿色建筑发展专项规划(2021—2035年)》中期(2026—2030年)发展目标,广州将全面推进绿色建筑升级建设:全市新建民用建筑全部按照一星级及以上绿色建筑标准打造,重点辖区实现高星级绿色建筑全覆盖,超低能耗建筑规模化发展,近零能耗建筑示范效应进一步增强。

当前,绿色建筑星级等级已成为衡量住宅品质的核心标尺,国内主流认证标准分为一、二、三星级。其中,二星级绿色建筑住宅在节能降耗、节水环保、隔音降噪、自然采光、全屋精装等多个居住核心维度,均优于普通住宅;三星级为绿色建筑最高标准,目前仅有少数优质房企项目能够达标。近年,广州已将绿色建筑星级标准纳入部分地块出让硬性条件,倒逼房企提升项目绿色建造水平,而2026年落地的新政,更是通过公积金贷款赋能,进一步打通绿色建筑价值落地通道,助力房企绿色产品去化。

根据广州市住建局规定,从2026年3月1日起,广州全面执行中期目标要求。新建民用建筑全面按照绿色建筑一星级及以上标准建设,越秀、天河、荔湾、海珠中心四区,以及南沙、黄埔全区新建商品房项目,须执行二星级及以上绿色建筑标准;白云、番禺、花都、增城、从化等外围区域的核心重点项目,同步落地二星级绿色建筑标准。

至此,广州大部分行政区的新建住宅项目均迈入二星级及以上绿色建筑时代。目前,广州大宗出让地块已在出让条件中明确要求“建筑设计方案需满足二星级及以上绿色建筑标准”,天河保利明玺湾、黄埔中建海丝城、荔湾聚龙湾源舍与新世界天馥、海珠中海广府万宸等市面主流新房项目,均为合规的二星级绿色建筑标杆项目。绿色建筑与销售端的联动也在持续深化。今年4月底,广州发布公积金新政,购买新建一星级绿色建筑或装配式建筑,贷款最高额度上浮10%;购买二星级及以上绿色建筑,上浮20%;被认定为“好房子”的,上浮30%。同一套住房符合多项条件的,按最高比例执行。业内人士指出,绿色建筑管理已不再停留于“获取标识”层面,而是逐步转向项目全生命周期管控——设计阶段定目标,施工阶段留证据,交付阶段可核验,运营阶段持续披露。

值得关注的是,7月15日印发的《广州市好房子评价标准(试行)》,将装配式建筑、模块化建筑、智能建造等工业化建造方式列为核心评分项,大力推广装配式内装、整体卫生间等标准化部品,鼓励工厂预制、现场快速装配的施工模式。这一导向从源头减少了渗漏、开裂等常见房屋通病,显著提升了住宅建造精度与交付品质,同时也为建筑业绿色低碳转型提供了实质性支撑。

房企“第二产品力”崛起

以社群运营升级“生活交付”

随着“双碳”战略深入推进、企业社会责任社会关注度持续攀升,社群凭借其“连接业主、贴近社区”的核心属性,正成为房企履行ESG责任的高效载体。通过绿色社群引导垃圾分类、旧物回收与节能科普,房企将环境责任转化为社区日常实践;通过公益赋能搭建平台,整合业主资源,推动公益从企业单向捐赠转向全员共同参与;依托非遗体验与在地文化挖掘,让传统技艺在社区延续,实现文化价值的社会落地。这种将ESG理念融入社区日常的做法,不仅快速构建了品牌社会形象,更实现了社会责任与品牌口碑的双重落地。普睿数智研究中心数据显示,截至2025年, TOP30房企中已有60%发布了集团统一的社群运营品牌,标志着社群共建已成为行业共识。

随着房地产行业经历深刻的结构性调整,“服务力”成为差异化竞争的关键指标。业主对“家”的需求不再局限于物理空间,而是延伸至社区氛围、邻里关系与精神归属。在这一过程中,企业从单一主导者退居“陪伴者与赋能者”,通过搭建平台、提供资源,鼓励成员自主发起互动、共创价值,最终将物理社区转化为“精神归属地”,实现生态化运营的长期目标。

头部房企的实践印证了这一转型路径。保利发展控股通过搭建业主主理人培育机制,打造全业态权益共享体系、建立标准化运营体系,落地全域大社群运营,让业主共享集团产业资源;越秀地产全面升级“越秀生活合伙人”体系,以“独乐乐不如众乐乐”为核心理念,延伸出鲜活、生长、焕新、链接四种形态,

定义多元社区生活场景;华润置地整合多业务线资源,打造全国规模最大的业主体育赛事IP“润BA”,强化活力社区认知;华发“华友荟”的“萌宠社群”、电建“WE悦社区”的“新青年社交营”等细分场景,进一步填补了特定人群的需求空白。

有业内人士指出,社群正在成为房企未来的“第二产品力”——从“拼房子硬件”转向“拼生活方式与情感连接”。目前,头部房企已完成社群从营销活动到标准化产品的转型,通过搭建集团化社群IP、落地业主主理人机制、细分全龄生活场景,打造出可落地、可复制的社群产品体系。这不仅是房企应对行业周期的战略选择,更是其以ESG理念重构社区价值、实现长效发展的全新核心竞争力。

深耕全生命周期人居

“可持续”融入生活日常

在地产行业ESG转型深化之下,可持续发展不再是行业抽象的宏观理念,而是逐步“飞入”寻常社区,渗透到项目开发、建筑打造、社区运营的全链条,成为居民可感可知的生活日常。

房企将可持续发展理念贯穿地产运营全流程,一端聚焦产业端升级,落地绿色建筑技术、低碳建造标准,夯实建筑硬件的环保底色;另一端聚焦生活端赋能,广泛传递绿色低碳生活理念,让可持续价值从建筑载体延伸至公众生活,实现从硬件革新到软性理念的全方位渗透。

在低碳节能与居住体验方面,诸多房企通过技术创新,将环保与舒适完美结合。例如,广泛采用Low-E中空玻璃以有效阻

隔室外热量传导,搭配外墙保温层与遮阳设计,使室内温度更加稳定。在公共区域,车库配备的BA智能照明控制系统实现了“有车灯亮、无车灯暗”的按需照明。在单位内部,将卫生间排水立管设置于外墙以避免噪声干扰起居室;屋面雨水地漏采用侧排方式接入外墙排水管,规避雨水渗漏风险;室内客厅、走廊等位置则涂刷3mm隔音涂料,营造出更为宁静的居住环境。

除了物理空间的低碳与静谧,房企还基于对不同客群需求的深入洞察,通过“柔性定制”“可变空间”与“满载收纳”等设计策略,打造可随人生阶段自由衍变的居住场景。在户型设计上,可变结构通过模块化与结构创新,

赋予住宅持续适应的能力,实现一室多用与功能的自由拓展,从而满足不同家庭全生命周期的空间需求,这也是一种减少空间浪费、倡导可持续居住的重要方式。此外,构建健康微气候同样是房企践行ESG的重要维度。从风、光、水、声等自然元素出发,房企致力于提升社区的人居品质。以越秀地产为例,自2004年起便将CFD流体力学技术应用到社区规划布局中。在具体项目的实践中,琶洲南TOD项目打造了集净水、软水、降噪于一体的“智慧泵房”,智慧系统24小时监测水质,如有余氯轻微超标会自动预警。从建筑细节到社区生态,房企正以多维度的创新,让可持续生活方式真正融入千家万户。

