

2026 住宅户型创新设计的趋势研究

熊肖俊

万科企业股份有限公司, 上海 201101

[摘要]在户型设计中,围绕优秀户型底层逻辑进行设计,再加入新思考进行创新,是正确且必要的方式,展开对创新方式的研究讨论,是避免无效创新的重要途径,才能真正产出具划时代意义的户型产品。

[关键词]户型创新;趋势研究;产品设计

DOI: 10.33142/aem.v8i3.19440

中图分类号: TU241

文献标识码: A

Research on the Trend of Innovative Design of Residential Unit Types in 2026

XIONG Xiaojun

China Vanke Co., Ltd., Shanghai, 201101, China

Abstract: In the design of apartment layouts, it is correct and necessary to focus on the underlying logic of excellent layouts, and then incorporate new ideas for innovation. Conducting research and discussion on innovative methods is an important way to avoid ineffective innovation and truly produce layout products with epoch-making significance.

Keywords: innovative layout; trend research; product design

引言

2026 年是住宅市场的关键年,市场上各种产品创新尝试较多,需要积极地尝试,也需要合理地引导,才能推出合适的产品。本文通过对户型创新趋势的研究,系统性讨论户型创新的逻辑和方式,让户型创新设计变得有序且可控。

1 绪论

1.1 研究背景

随着房地产行业从 2021 年 18 万亿销售额顶峰滑落,当前处于行业下行期,产品力回归成为业内共识,作为购房客户花钱具体买到的户型产品自然又回到了创新的前沿,近些年各种新产品也不断涌现。

2025 年住建部发布《住宅项目规范》《关于提升住房品质的意见》,用强制性标准在空间尺度、声环境、日照热工、适老化、耐久安全、电气智能、交通配套等七大维度提升了住宅底线要求,同时推进“好房子”战略。各个地方也出台政策跟进好房子,比如上海在阳台、电梯、隔声防水等内容上出台新要求,也修改了中小套型的面积定义,从以前一刀切的 100m^2 ,调整为多层 $\leq 100\text{m}^2$ 、小高层 $\leq 110\text{m}^2$ 、高层 $\leq 120\text{m}^2$ ^[1],提升住宅居住品质。

在深圳、成都等市场热度较高的城市,差不多 6 个月市场上的户型产品就会迭代,全景仓、四代宅、独立光厅

入户等新产品层出不穷,与以往的产品有明显提升,当前是一个明显的住宅产品创新热潮。

1.2 研究意义

在当前的户型创新中,有繁多的研发方向,有一些走在正确的道路上,但也不乏有一些走了“丢西瓜捡芝麻”的错误道路。如何在多样的道路里选到正确的方向,就需要找到户型设计的底层逻辑,再匹配创新方向,先做到守正然后出奇,而不是不顾中国人的居住习惯而天马行空进行闭门造车式创新,从而完善创新体系,形成有效创新。

从实践中探索,从市场中验证,同时也响应住建部的“好房子”战略,推进住宅产品更新换代,实实在在提升市民居住体验,满足居民改善居住的需求。

1.3 研究内容与方法

根据当前已面世的项目户型,以及工作中遇到产品作为内容,从产品口碑、市场表现、创新度,结合产品底层逻辑评判户型优劣,结合类似的新旧户型对比分析,进行户型产品创新优劣总结,归纳优秀户型的创新路径,展示还原优秀户型的设计逻辑。

2 相关概念界定与理论基础

2.1 历史状态

中国住宅目前约定大约是有三代,98 年以前福利分房的第一代,合用厨卫。商品房 98 年后的第二代,各居

室独立，厨卫每户配置。2010 年开始为第三代，进一步提升品质，更科学细分功能配置。目前市面上陆续出现的两层高空中庭院为第四代，让平层户型得到类似墅感的体验，从而与以往的住宅形成差异化的体验。

2.2 现状解读

当前各种四代宅是百花齐放的状态，各种形式好坏不一、参差不齐。总体来说，四代宅带来了类似墅感的居住体验，但目前的有几个痛点问题需要解决：①大进深阳台遮挡阳光问题，②户与户之间隐私问题，③不同户型阳台赠送资源不均衡问题，④大阳台堆物高空掉落风险。以上均是实际项目开发后出现的实际问题，如果无法解决，则会变成前面指出的无效创新、失败设计。

“好房子”则是一个相对明确的提升，比如住宅层高从 2.8m 提升到 3m，主体结构设计年限从 50 年提升到 70 年，楼板噪声要求从 75dB 降低到 65dB 等^[2]，均是在规范层面上直接提升了要求，对于开发商成本会有提升，但是在人民群众的居住体验上则是明确的提升，也是与前一代住宅明确进行产品换代升级的明显信号，所以结合住宅部“好房子”的要求以及一系列规范提升，从政府背书层面上真正明确了第四代住宅的基础要求。

2.3 历史机遇

随着房地产市场销售从顶峰滑落，住建部“好房子”理念的提出，各个地方政府出台细则跟进，以及房地产市场从刚需变为改善市场，这一系列改变同时在卖方、买房、政府几个层面同时指向居住提升的方向，各大开发商也同时从以前埋头高周转回归产品本身，这就把产品升级、体验升级作为了大家共同的设计目标，同时政府、市场、开发商、购房者也形成了统一目标，即通过产品创新升级新一代住宅居住体验，契合购房居民居住生活品质提升的需求。

3 当前住宅户型设计的核心趋势

3.1 户型设计的底层逻辑

好户型底层逻辑可以从 3 个方面理解。①首先是更优的条件，阳光、空气、水是生活的基本需求，阳光落在户型上，就是更好的采光和更多的南向采光面。空气就是更好的通风，以及更多的明房间。②其次是提供舒适的空间，客厅至少 3.2m 的净面宽，主卧至少 2.8m 的净面宽，以及比面宽至少深 0.3m 以上的净进深；厨房最好是 U 型布置；卫生间大家更喜欢一字型，至少 1.6m 的净面宽，2.65m 的净进深。这是常规户型的基本尺寸，更大的户型随面积增加需要在此基础上再增大以保证舒适度。③再次齐全的功能配置，从第二代住宅就开始每户配备厨卫，后面开始在客厅配阳台，主卧配衣帽间和主卫，入户配置玄关，以

及在家里的合适位置配备大型的 800 空储藏，单独的书房，独立的家政空间和洗衣晾晒空间。配合适当的定位和建筑面积，在以上几项之间取得最大公约数，就是符合广大购房居民需求的舒适住宅，在此基础上进行的设计创新，就是下一代住宅提升体验和舒适度的关键。

3.2 户内公区空间体验

3.2.1 可变空间/弹性空间

户型适应家庭结构变化和多样化生活场景，一个户型可以在一房、两房、三房之间灵活变动，可以多房间，也可以大客厅，满足单身贵族，夫妻二人，三口之家，三代同堂居住，一套住宅满足各个生活阶段的居住需求，全生命周期灵活可变。

可变空间的首要关键是户型结构布置支持户内空间的灵活变动，就需要在设计前期就把各种居住场景考虑好，结构设计则需要满足各个居住场景的变动需求，不能这个居住形态的墙把另一个居住形态的门堵住，甚至在另一个方案的房间中间出现一道墙，万科曾经尝试过户型中间只有 1 根柱子的设计，为可变空间设计提供了有益尝试。其次是不能移动的功能房间要设计好位置，匹配各个居住布置的，如厨房、卫生间。厨卫一般都有联系上下的各种管道，并不能随意更改位置，住建部 2025 年发布的《住宅项目规范》里，规定“卫生间不应布置在其他住户的卧室、起居室、厨房或餐厅的上层”。再次是户内可以设计可移动隔断（如折叠门、推拉门、屏风）、多功能家具（如升降桌、沙发床）、模块化墙体（可拆卸重组），打破固定房间概念，同一空间在不同时间可灵活切换功能（如书房兼客卧、客厅兼健身房、儿童游戏区兼书房）。适应家庭结构变化和多样化生活场景。

3.2.2 平层墅感生活

别墅有天有地，室内外相互渗透的空间，一直是居住生活的终极目标，四代宅打开了平层住宅墅感生活的一扇窗，而且叠加了大平层的舒适空间尺度，甚至在居住舒适度上超越小面积别墅。例如万科海南三亚临春项目，在 LDK 一体化的同时在客餐厅的南北两侧都增加了大尺度阳台，客餐厅就像被包裹在一个巨型院子中间，同时满足了超尺度客餐厅和墅感院子生活的体验。

3.2.3 去客厅化/多中心化设计

以往住宅设计以客厅为绝对公共中心，布置均以电视、茶几、沙发三点一线，空间缺乏乐趣，而且过于集中。新的设计创新趋势为在户内公区设置多个生活热点，比如除客厅外，餐厅、厨房、书房、茶室、阳台均可以作为户内活动聚集的热点，空间使用更灵动，户内也更显大，“LDK

一体化”就是已经验证过的成功设计。

弱化传统以电视、沙发为核心的客厅模式，除了靠墙家具外，把茶几类家具设计为可移动式并缩小尺寸，就可以释放客厅中心成为住宅内最大的活动空间，满足更多家庭成员的使用需求，如亲子活动、健身瑜伽、读书乐园，强调互动、学习、兴趣和社交，适应现代家庭生活方式（如减少看电视、重视亲子互动、居家办公），空间服务于核心家庭成员的真实需求。

3.2.4 模糊空间边界

采用开放式或半开放式设计，例如 LDK 一体化，利用材质、地台、光线、家具自然划分区域，而非完全依赖实墙；室内居室角部打开，增加空间之间视觉联系，模糊边界感。营造更通透、开阔的视觉感受，增强空间感（尤其对小户型），促进采光和通风流通，增进家人互动。

3.2.5 引入灰空间

设计宽大的阳台、露台、阳光房为户型介于纯粹室内和纯粹室外的灰空间，并在其中进行景观布置，采用大面积落地门窗，使室内外空间相互渗透、有机连接，拓展居住者的心理空间感，更好地拥抱自然，创造偏于自然感受的居住体验。

3.3 户内配置细分优化

3.3.1 户型素质充分利用

曾几何时开发商都以周转率为利润目标时，业内充斥着高周转的论调，连带过分强调标准化，减少变异，如今产品力为先的时间点，业内重新开始以产品本身的素质打造适合的产品，边套户型较中间套变异就成为了一个很具备潜力的方向。边套具有南、北、侧三面采光，具备更多采光面，所以也具有更多的采光条件，近年出现的全景仓户型就是充分利用了山墙面采光的优势，采光面较常规户型多约 30%，其结果就是得到了更多的采光和通风，契合提升户型的底层逻辑。

边套变异外，另一个方向则是顶底变异。顶底户型类似叠加产品，底层具有院子和地下室素质，顶层有露台、采光好、不受邻居噪声影响的素质，天然适合发挥自身优势做变异户型。

3.3.2 独立入户/全明入户

在改善型户型入户使用独立电梯厅，并且是明电梯厅，是当前从成都实践出的提升归家仪式感的设计，而且使用独立电梯厅入户的户型有面积趋于小型化的趋势，现在最小 100m² 的户型也有配独梯入户的案例。甚至一些高层 T3、T4 楼型也开始配备独梯入户设计，比如上海华润外滩润府项目 T4 高层楼型就配有独体入户设计，适应高品

质客户入户仪式感需求。

3.3.3 主卧套房化

主卧套房化也称主卧小家化，主卧室自成一套小户型套房，从基础到高阶功能依次为：卧室空间、主卫、衣帽间、主卧书房、主卧阳台，甚至一些高档住宅如翠湖天地五期的顶层主卧还配有主卧起居室、主卧水吧、主卧健身房、主卧瑜伽室，衣帽间分男女主人各用，比普通小户型住宅的面积还大，功能还齐全，大大提升主人卧室居住舒适度，提升满足感。同时主卧一般都在户型山墙面，还能充分利用山墙条件开窗，与南侧开窗形成 L 型采光面，提升主卧采光和通风性能。

3.3.4 居住平权

在过往的户型设计中，由于营销展示需求，较为偏向拉大户型面宽压缩进深，结果是户型面积变小、面宽加大、房间数变多，但除了主卧以外，其他卧室过于小，甚至只能把床设置在飘窗上才能满足卧室功能的尺寸要求。其实购房客户对这个问题有意见久矣，当下设计户型时，就应该对卧室的居住有提前规划，次卧室精细化分为老人（双人双面下床）、儿童等功能，为各个家庭成员的居住空间进行合理设计，给每位家庭成员平权，而非像以往一样，客厅配置是 140，次卧配置是 90m²，把户内面积资源过于倾斜向客厅，导致户型比例失衡。

3.3.5 洄游动线

洄游动线是创造环形或环绕式的行走路径，连接主要功能空间（如厨房、餐厅、客厅、阳台），避免单一的“走廊-房间”模式，可以起到增加空间的趣味性和流动性，促进家庭成员在不同空间的视线和互动交流，提升空间感受的作用，可以显著提升空间效率，打破空间单调感。在改善户型中效果特别明显，已经逐步成为改善户型的必备做法。

3.4 个性化内装

3.4.1 个性化与定制化

精装户型早已普及的今天，个性化装修逐步被提上议程，毕竟住宅是价格昂贵的商品，大家都不太希望和别人家一模一样，就像 80 年代大家都穿一样的衣服鞋帽，2026 年的今天如果发现撞衫却是十分尴尬的事情。

提供可选择的“模块包”或“服务菜单”（如不同风格的背景墙、智能家居套餐、收纳升级方案），或在结构允许范围内提供一定程度的平面布局可调整性（如承重墙外的隔墙位置微调），既有成熟的家装方案，又能有个性的局部调整，形成千人千面的个性化家装，满足不同家庭的个性化需求。

3.4.2 装配式内装/工业化内装

平面设计采用成熟的模数体系,减少个性化的细节调整,并采用工厂预制好的标准化、模块化的墙体、天花、地板、厨卫等部品部件,在现场快速拼装。如 SIP(结构保温板)体系、模块化卫生间等,大幅缩短工期,减少现场污染和建筑垃圾,提高质量精度和一致性,便于后期维护和改造更新。

3.4.3 精细化收纳系统

不再是简单的柜子,而是根据物品特性(尺寸、使用频率、分类)进行系统性规划,可以分为薄柜(卫生间收纳 110~150mm)、鞋柜(350~400mm)、正常柜(400~600mm)、深柜(≥800mm)等类型,满足不同收纳,还可以在柜子里增加不同的配件,如:玄关的旋转鞋架、次净衣柜;厨房的高效五金(下拉篮、转角篮)等,按不同居住人数计算配备的储藏量,科学规划各类储藏,提升空间整洁度和利用率,使物品取用方便,生活更有序高效。

3.4.4 立体空间利用

利用层高提升到 3.0m,特殊户型利用层高优势打造 loft、夹层、阁楼等,可以设计下沉式客厅、抬高地台睡眠区;利用楼梯下方空间做功能区或景观。有效利用垂直空间(尤其对层高较高或面积有限的情况)适配使用空间,丰富空间层次,增加趣味性。

3.5 智能与健康

3.5.1 智能家居系统

智能化也是一个亟待升级的关键点,在门禁管控、灯光控制、隔声隔光、空气监测、空气换新、温度控制、水质监测、热水循环、家庭网络、语音控制等诸多方面发力,并把各个系统通过模块联系打通,在一套系统、一个面板进行调控。

提升居住便利性、安全性、舒适度和能源效率,打造个性化、可定制的智慧生活场景,犹如电动汽车较于传统汽车的革命性提升。

3.5.2 健康人居设计

空气-预留高效新风系统安装条件,选用低 VOC 环保材料;水-考虑全屋净水系统点位,卫生间干湿分离/三分

离设计减少潮湿;光-精细化自然采光设计(如导光筒、反光板),合理规划无蓝光危害的人工照明;声-重视隔音降噪设计(墙体、楼板、门窗隔声性能),动静分区;心理-引入自然元素(绿植、景观),创造有安全感的玄关、舒适的休憩角落。将居住者身心健康放在首位,从物理环境层面预防疾病,提升幸福感。

4 结论与展望

4.1 研究结论

本文通过系统梳理户型创新设计的相关内容,明确其创新发展的核心逻辑与实践路径。研究指出,户型产品的创新性突破需立足三大底层逻辑,即①更优越的居住条件、②更舒适的空间体验、③更完善的功能配置;在此基础上,从①户内公区体验升级、②户内配置细分优化、③个性化内装设计、④智能与健康四个维度开展设计实践,方能打造出与传统户型形成代际差异的优质产品。值得注意的是,户型创新必须贴合中国人的居住习惯,摒弃简单的“拿来主义”,不可将国外户型设计方案生搬硬套至国内市场,过往诸多国外设计师主导的住宅项目失败案例,已充分印证了这一原则的重要性。

4.2 未来展望

当前,市场环境、政策导向、开发商实践及购房群体需求均呈现出积极拥抱户型创新的态势,为划时代户型产品的诞生奠定了坚实基础。尽管当前市场上的四代宅产品仍存在诸多不足,但在多方主体的协同发力、持续优化下,相关问题有望逐步得到解决。未来的某一天回望 2026 年这一关键节点,大概率会见证一批高质量、具有划时代意义的户型产品问世,而这或许就是真正意义上的“第四代住宅”。

[参考文献]

- [1]《住宅设计标准》(沪住建规范(2025)6号),上海市住房和城乡建设管理委员会,2025年11月12日发布[Z].
- [2]《住宅项目规范》GB55038-2025,住建部 2025年3月31日发布[Z].

作者简介:熊肖俊(1983.10—),男,上海人,汉族,本科学历,中级工程师,中国一级注册建筑师,就职于万科集团总部,从事房地产建筑设计相关工作。