

每一平米 都是家的味道

定格“一平米”

在景观上,旭日爱上城在50个品种内选择进行适量选择,多选用乡土树种,不同组团呈现出春夏秋冬四季变化,从贝尔高林到台城景观,从偏重打造欧陆风格的硬景观,到如今每一平米更强调休闲与生态的社区氛围营造,弘阳集团在景观设计方面近乎苛求。

【楼盘档案】

诞生地:浦口区柳州路 出品人:南京红太阳房地产开发有限公司



旭日爱上城向来讲究植物的造景功能

【探营“一平米”】

爱上这座城的生动细节

在说旭日爱上城之前,先介绍一个人。

他是一位有着40多年设计经验的景观设计师,为人随性,选择项目却极为挑剔,一旦自身设计理念与甲方出现相悖,他常常拂袖而去,而今,他虽年过花甲,但古典园林和现代园林设计的热情仍未减少。他的名字是徐东耀,南京台城景观首席设计师,旭日爱上城景观主持设计师。“弘阳集团的开发理念以及旭日爱上城的景观投入是很多江北楼盘无法企及的,自贝尔高林到台城景观,从偏重打造欧陆风格的硬景观,到如今更强调休闲与生态的社区氛围营造,弘阳集团在景观设计方面近乎苛求,”徐东耀说。

徐东耀告诉记者,旭日爱上城景观在统筹规划上与南京桥北城市建设相统一,旨在打造一座活力与宜居之城。在设计原则上,强调将建筑融入环境,交相呼应。

在植物配置上,旭日爱上城在50个品种内进行适量选择,多选用乡土树种,植物搭配要丰富多样并考虑季相的变化,强调植物的造景功能和适用功能,突出生态效益和环境效益,创造出不同组团春夏秋冬四季分别的美景。“这样做的好处是能够在有限的土地上,创造出了无限的季节变化。”徐东耀介绍说。

徐东耀还提到,在植被搭配上,旭日爱上城也讲求常绿和落叶、乔木和灌木、阔叶和针叶相结合。“考虑到南京地处北亚热带,旭日爱上城里常绿树和落叶树的配比自然地维持在30%—40%和60%—70%,不会违反气候影响而去刻意多种植常绿树。”此外,通过坡地设计,增加绿地面积,“在旭日爱上城,最大的坡地落差达到2.8米,如此运用视觉差异,通过园林的起伏变化,很好地营造出了宜人尺度空间。”

类似细节的苛求不仅表现在开发过程中,在后期服务上,旭日爱上城同样可圈可点。以物业管理为例,这一问题向来

江北众多楼盘品质难以提升的关键所在,而在弘阳集团,物业管理早已是整体品牌战略布局地产板块中的重要组成部分。拥有国家二级企业资质的弘阳物业是弘阳业主专属的物业管理服务企业,它按照现代企业运营管理模式实施规范化管理,管理服务人员须经过严格专业培训后上岗。

自2003年成立以来,弘阳物业通过法定的招投标程序接管了旭日华庭、旭日景城、旭日爱上城等近百万平方米住宅项目的物业。以旭日爱上城为例,就设置有多重高科技门禁管制、人车分道规划、火灾报警及消防联动。弘阳物业奉行“以人为本、规范高效”的管理理念,以“主动关注、超越期望”的一贯风格,为业主提供“大管家、大服务”式服务。可以说由管理到服务的转变,弘阳物业已然先行一步。

生态宜居社区范例的由来

联合国人居署有一段对旭日爱上城的整体评价。

“旭日爱上城,在开发建设过程中,充分结合大型商业配套——华东MALL的优势;积极投入新城镇的基础建设过程;结合太阳能技术、雨水采集技术,实现了项目的可持续性。132万平方米的大规模“造城”运动,打造成为集合商业办公、住宅、酒店、教育为一体的大型多功能现代化新城。充分满足了当地居民住宅舒适度、便利度和生态人文的需求。”

正是这段评语,旭日爱上城得到了由联合国全国生态宜居国际社区范例奖评审委员会授予的“全球生态宜居国际社区优秀范例奖”。

真正成为一座活力之城,旭日爱上城还必须在居住生活氛围上做出努力,因此,旭日爱上城周边不仅有同属弘阳集团旗下的华东MALL大型商业项目,还规划了两个特色城市街区,紧邻市政配建的占地达20万平方米的文体中心。与此同时,旭日爱上城在小区内引入一所含小学、中学为一体的十轨九年制学校,配建了中英文双语幼儿园、社区活动中心与大量的社区配套商业。在这片江北

区域核心的地块上,弘阳人力求建造一座具备现代特色建筑风格 and 合理完善景观布局的大型多功能现代化社区。

当然,交通配套极大改善是而今旭日爱上城最为津津乐道的话题,随着纬七路过江通道的即将正式通车,纬三路过江通道也已开工建设。同时在轨道交通方面,地铁3号线、1号线西延线、12号线三条过江线和连接通道的建设也将全面提速,力争青奥会前建成通车。一系列的交通便利已经宣告江北进入了一个崭新的新城时代。

这是一个总建筑面积达到132

万方的超级大盘,地处北南京核心区域,大桥北路、浦珠路、柳州路三条城市交通干道的黄金夹角内,地理位置十分优越。自2008年11月首期“创翼”开盘以来,旭日爱上城便一直成为众多购房者关注的焦点,从一期的“创翼”到二期的“创翼BOX”以及三期的“星岛”,旭日爱上城创下了一个又一个热销神话,一次次引爆了江北乃至南京楼市。而今年四月底面市的旭日爱上城四期N+1情景公寓一方面承接了旭日爱上城前几期产品年轻化、创意性的风格,同时在设计理念上也做了创意性的提升。所谓情景公寓,即是传承了情景剧的特征:真实的,贴近生活的,相对独立的,并且善于把复杂的故事简单化。而旭日爱上城四期产品正是以70—120平米精致两房、宜居三房为主力户型,以简单而精致的产品形态,带给住户一种真实自我的生活模式以及快乐向上的生活态度。

据销售负责人介绍,此次旭日爱上城四期N+1情景公寓更增添了创新的下跌式公寓、私家庭院公寓等多样化产品种类,目前正在热销的房源以70—90平米精致两房为主。富于变化的功能分区,更能激发出住户的无限想象力。所谓“N+1”的空间概念,增加的就是那份创意的乐趣。另据,由于正值弘阳集团15周年庆,即日起,认购旭日爱上城四期N+1情景公寓总价减6万,同时可获得2万元车位抵用券。

快报记者 葛九明

持续发展绝非易事,它是企业的最大挑战,管理组织架构的松散、过快的扩张速度等均有可能使企业的发展陷入困境。今年是弘阳集团15周年,渐入佳境的弘阳集团已成为一个最具持续发展力的企业。

阳光房企中的 15年优质偶像

一个15年前的大胆决定

1995年底,来自福建农村,在海南做了几年陶瓷生意的曾水沙开始考虑新的投资机遇。最终,他决定在南京这个有着丰厚文化底蕴和庞大消费市场的城市,投资建设一个专业建材市场,红太阳装饰城落户桥北的决定也由此显得简单果断:这里离码头最近,水运费便宜;这里是通向安徽、河南、山东、苏北的咽喉要道;作为城郊结合部,租金低、投资小。在当时还是荒芜一片的江北,弘阳集团创始人的这个决定至今仍然被视为一次不小的冒险。

一个好的战略,其优势往往要5年甚至10年以后才能显现出来。过早地调整战略决策,很可能毁掉企业获得成功的机会。战略的难点在于贯彻和坚持,而贯彻的基础在于企业是否拥有与战略相匹配的系统管理能力。企业系统管理能力的培养不可能一蹴而就,需要长期不懈的努力,而这便是企业发展的支撑力,即管理因素。

果然,5年后,江北战略第一次得到了官方正式回应。自2001年1月开始,时任南京市委书记的李源潮在报告中开始提出“一城三区”的构想。“一城”是指河西新城,“三区”则是仙西新市区、东山新市区和江北新市区。此后的2003年和2006年,江苏省、南京市政府均多次提到“跨江发展”。2009年7月1日,《2007~2030南京城市总体规划修编成果草案》出炉,江北新城的定位从原先的“江北新市区”变更为南京主城区的一座独立“副城”。在今年,纬七路即将通车,地铁3号线、纬三路也在青奥会的推动下正式开建,江北发展再次进入快车道。

正是与政府规划发展的不谋而合,弘阳集团在短短的10年多的时间里,迅速成长为一家以商业和地产开发为主要发展方向、具有投融资能力的综合性国际企业集团。

一份管理学的价值范本

弘阳集团的成功,与其优越的管理战略分不开。在最终确定了做实、做稳商业物流和地产开发的战略后,集团管理层开始了一系列的推进过程。

先是在1999年,南京红太阳房地产开发有限公司成立。凭借着集团雄厚的经济实力和良好的品牌效应,红太阳地产于2003年开发的旭日华庭一路畅销,并创下了一天销售842套的奇迹。业内人士这样描述说,作为江北楼市的主力开发企业,从旭日华庭、旭日景城、旭日家园开始,弘阳集团开发的旭日系列产品一经推出,总能引来购房者的热烈追捧。

此后,随着整体经济环境的向好,全国商业地产的发展开始进入新阶段,Shopping Mall更视为最顶级的商业形态,因此,在集团成立10周年之际,弘阳集团不失时机地启动了华东Mall项目,这一建筑面积达55万平方米的大型商业项目,集购物、餐饮、休闲、娱乐、家居多种业态于一体,一经推出就引发全城关注,还被誉为华东第一商业中心。弘阳集团商业管理有限公司华东Mall总经理严俊琪就曾公开表示,从2007年12月红太阳华东Mall的第一个家居板块正式启动,到2009年的全面开业,两年多的时间,项目市场表现和当初预计的运行业绩比较吻合,总体来说还是比较成功的。



南京是弘阳集团的福地

从果断进军精品住宅,再到华东Mall的全面启动,弘阳集团在组织架构上积极做出调整,家居、商业、地产管理团队相继成立。正是三大团队对集团战略的长期坚持,以及全面、系统的配套管理能力的建立,使得弘阳集团在面对市场变化时逐步展现着其他企业所不具有的高灵活性和高发展性。

一座持续创新的梦工场

15年来,弘阳集团给南京同行带来许多值得学习的经验和理念。创业之初,选址桥北,以装饰建材成功奠定产业航母地位,并在此后迅速形成家居建材、房地产业、商业地产和物流业的四大产业布局。通过立体式多元化开发,在15年时间里叙说着一个民营企业的商界传奇。这15年的高速发展离不开弘阳集团的勇于创新,产业的联动、产品的创新,这些技术层面的革新正是弘阳集团的发展提升力。

之前红太阳集团一直在做装饰、做市场,突然跨入一个新的门槛,进入房地产这样一个陌生的行业,也有过一段特别困难的时期。集团董事长曾水沙表示,当时自己就向朋友特别是做过地产的朋友取经,跟他们交流,了解应该注意哪些方面,控制哪些方面,尤其是在资金投入、如何获得回报、资金怎么回笼等问题方面。其开发的旭日景城,坚持以人为本的开发思路,均采用小户型建设,除考虑到车库、防盗系统、绿化、生活设施等,还专门就家庭援助系统做出特色构建与配给。另外,整个楼盘均采用亚热带开户型结构,为每位入住者不仅送去风露雨,更送去美好的自然系统。

当然,最重要的还是其“大型商业+大型地产+大型家居”三者联动的创新型开发模式,不仅是江北,放眼南京,能进行这样坚持以人为本、完整成熟的开发企业都是凤毛麟角。巨大的商业配套不仅方便了自身业主,更是提升了区域的价值,展现着一个城市运营商的魄力。而家居、商业、住宅联动,使得弘阳的业主们真正实现买房、装修、生活实现了一站式服务。

不仅是强调服务的完善,更强调配套的质量,华东Mall纯商业部分引入的均是沃尔玛、大洋百货等高档商业配套,桥北之所以是目前江北最成熟的板块,与弘阳集团三种产业联合开发的引导作用无疑是有着重要关联的。未来几年,江北几个大盘将完成1000多万方的开发体量,华东Mall也预计于今年年底明年5月全面投入运营,届时华东Mall的创新综合式开发无疑将再次引发关注,重塑南京商业文明。

快报记者 葛九明