优秀的地产创意总是发源于优秀的品牌房企,表现为资源整合优势基础上的灵感迸发。之于南京人居进步,最具贡献力的企业总是熠熠生辉。

影响南京人居的100个创意

最具贡献力企业奖得主

idea

碧桂园集团

今年的碧桂园异常抢眼:碧桂园·凤凰城,凭借轻轨提前开建、16万方凤凰购物广场火热招商、碧桂园学校奠基等众多利好,已将超过5000个家庭揽入怀中;碧桂园·欧洲城单次开盘热销400多套;碧桂园·城市花园开盘单次热销500多套;碧桂园·如山湖城推售几十套别墅也能吸引到超过500位买房人……碧桂园模式正在南京大获成功。

而碧桂园模式最大的创意则是他们引以为豪的全价值链覆盖,给动辄上万亩的社区铺路架桥,提供物业管理、酒店、医院、学校、公交、超市等几乎所有的配套设施,以一己之力改变一城之面貌。而随着镇江碧桂园、丹阳碧桂园的土地摘牌,碧桂园将成围攻南京的最大都市圈力量。

复地集团

既想拥有别墅的齐全功能空间,又想拥有平层公寓的开阔便捷。鱼和熊掌如何兼得?复地御钟山创新平墅,在大尺度平层空间内轻松实现别墅级享受。相较普通平层公寓,平墅自然资源更丰富、居住密度更低、功能空间等全面;相较于别墅,平墅则区位交通更便捷、产品总价更低。

在环紫金山板块,复地御钟山是平墅的开山鼻祖,亦是复地集团20周年城市豪宅的献礼之作。最高24米的纯多层建筑“大隐隐于市”,雄踞南京最美的林荫大道——环陵路。170~220㎡法式石筑平墅引钟山入园,营造台地叠瀑、溪流潺潺的“类钟山原貌”园林景观。在软件方面,复地则盛邀高力国际担纲物业顾问,打造紫金山下高品质纯大户型住区。

雅居乐地产

雅居乐地产20年集大成之作雅居乐藏龙御景,处处展现雅居乐的创意思路。入户门楼宽约30米、高达6米,全部由卡拉麦里金石材干挂打造,极尽尊贵体面。入口门楼的正前方,打造有直径11米的巨型迎宾水景,冠径9米的百年桂花树傲立中央,8只铜雕孔雀围合四周,还有造价逾千万元、潺潺流水灵动隽永的“龙鳞状”跌水景墙……如此高规格的迎宾仪仗,营造出“御制四方、八方来仪”的仪式感。采用围合式规划,“两湖三岛”集中在社区中央。两处湖面中,“西湖”为原生态湖景,水生鸢尾与荷塘芦苇参差生长,局部设计人工沙滩与悬浮平台,增强人与水的互动;“东湖”为现代水景,人工式水景与木平台、特色种植池、现代雕塑、跌水景墙等元素相结合。沿湖岸规划出三处岛屿,最大面积约1900平米。

南京湾全球家居CBD

这是一种让“京城地产投资第一人”张羽冲决定重新杀回商业地产的全新开发模式。根据香江全球家居CBD的规划,这一颠覆家居行业的航母品牌将在长三角经济圈、珠三角经济圈、环渤海经济圈等九大经济圈陆续建立全球家居交易集散平台,并以全国9个香江全球家居CBD为核心,直接供货香江全国200余家连锁卖场,全国各地零售卖场,扶持N个销售终端、形成“买全球、卖全球、大流通”的新格局。在南京,香江全球家居CBD就位于比“中国光谷”更值得期待的苏皖交界处的“中国商谷”。

南京湾·锦绣香江

与被誉为“东方布查特花园”的广州锦绣香江系出同门。“日销180套!”南京湾·锦绣香江的南京首役震惊业界,一举刷新近年来南京别墅市场的热销纪录。而在4588元/㎡的起价诱惑下,南京湾·锦绣香江更在舒适度上做足创意,其230㎡的类独栋、190㎡的四联排户型方正适中,拥有最大28米的别墅间距、最多700㎡的花园赠送,以及3大庭院、4大空中花园等产品设计,一入市即大受追捧。热销只是开始,南京期待真正美如“布查特花园”的锦绣香江的如期绽放。

江苏融侨置业

融侨观邸是融侨集团众多产品系中最高档次的人居社区,拥有融侨最纯正的血统,旨在给客户提供最舒适的居住环境、最品质的生活保障,以及最诚意的居房献礼,每一座融侨观邸,都在用心打造该城市的标杆品质。

23年的稳扎稳打、精益求精,成就了融侨集团的品牌地位,也让融侨集团更贴近购房人的视角。作为一座法式风情大宅,为了让购房人能够原汁原味感受到法式生活,融侨观邸聘请专业景观设计师多轮的精心打磨,成人泳池、儿童戏水池、法式喷泉,多种水榭景观尽收眼底,最终呈现出40000㎡的实景示范区,到处洋溢着浓浓的法兰西情节。

亚泰地产

中国500强亚泰集团的骨干产业——亚泰地产,国家一级资质房地产开发商,历经26年载誉发展,已辐射长春、吉林、松原、沈阳、天津、蓬莱、南京、海南等地,2012年,亚泰地产在宁首个项目——梧桐世家落子大厂,项目将Art-deco建筑风格发挥到极致,采用几何形状或用折线进行装饰的新颖艺术造型、前卫的金属色系,大胆运用钢铁、玻璃、石材等新材质,入户大堂引入星级酒店奢华精装形式,挑高大堂空间,加之300米私家景观轴、大型喷泉鸽子广场更将整体品质能显无遗,项目主打75~111㎡优家创意户型,方寸间灵动自如,2房变3房、3房变4房,80%以上的超高得房率、超多赠送面积,尽显领先大盘气质。

卧龙湖置业

一座创意十足的纯美式小镇,纯粹美式风格别墅,拱形的线条、浅色的STUCOO墙面、十字铁艺、砖红的陶土瓦、铜绿色的镶嵌马赛克、站立在绿草中的邮箱、2000平方米的温泉SPA、高尔夫体育公园、游艇码头、白金五星级酒店……让每位卧龙湖小镇的访客都能瞬间进入原味的美式别墅和生活空间。继将美式小镇原汁原味搬至南京后,卧龙湖小镇又力推集圆形建筑、流线空间、360° 全面观景功能、5.3米的最大开间、近85%的得房率等诸多创意设计于一体的炫公寓,震动业界。最近,卧龙湖小镇又在筹备启动老年公寓项目,颇受好评。

江苏金浦集团

很多楼盘将层高提高到4.8米以上,这样使用者可以自行将房屋隔为上下两层,提高空间利用率。金浦名城世家·铭庭却将其发挥到极致。

铭庭的“城市院墅”地上2.9米,地下5.2米,上下共计8米左右层高。但是地下5.2米的高度正好可以隔成2层,这样负一层可以像一楼空间一样作为居住使用,而负二层则可以做成娱乐功能空间。部分房源的负一层面积更高达80~90平米,楼上、楼下的使用面积达到200多平米,成为名副其实的3层“小别墅”。如此大的空间,不仅保障了负一层充足的采光,增强室内空间的实用性,还丰富了家庭“享受”空间。

华润置地

拥有30年香港顶级豪宅服务经验的华润物业所带来的臻于极致的国宾服务就是华润专门为高端物业定制的“卡尔管家服务”,这也是华润对高端物业的杰出贡献。与大多数物业不一样,华润物业自项目立项开始就已经展开服务,建立成长档案,对以后物业维护等服务准备好了最完善的资料。当发现问题时,能够第一时间从根源上找到解决办法,最快、最有效地解决问题。卡尔管家式服务在每一细节上都追求极致,“白天穿皮鞋,晚上穿布鞋”是卡尔管家们的着装准则之一,夜晚换上软底的布鞋,只为不打扰悦府主人们的休息。卡尔管家以贵族管家服务为范本,为业主带来包括有代订机票、生日提醒祝福、叫醒服务、预约酒店等所有生活琐事的解决方案,关心业主生活中的每一个细节。

中海地产

一个小小的微博,撬动一个世界。这个比喻或许有些夸张,但有开发商就真的通过微博把宣传做得风生水起。它就是中海地产。它睿智、有创意、爱读书,偶尔也卖萌。从蜘蛛侠到蝙蝠侠,你想不到的创意都会出现在中海地产的微博海报上;它也关注社会上的各种热点,时不时发表两句中海式的吐槽;甚至连怎样煮饭不会溢出来这样的芝麻绿豆小事它也不放过。

它的群众基础良好,以至于由它作为推手的4亿哥、3.8亿姐以及后来的东大校花红遍南京,甚至成为各大报刊的头条。做微博,当如斯。

仁恒置地

仁恒置地集团有限公司立足中国,于城市优质地段开发精品住宅,所筑项目有口皆碑。目前集团已经成功布局全国五大主要经济区,涉足上海、南京、苏州、深圳、成都、天津、三亚等10余个重点高增长城市。无论是高端精装修住宅,或是商业及综合物业,仁恒皆收获极高的市场赞誉。

在南京,仁恒置地集团已经深耕18年。凭借对产品研发、物业服务、产品品质等方面的执着追求,仁恒在南京屡创标杆、从梅花山庄到湖畔之星,再到仁恒翠竹园、仁恒国际公寓、仁恒G53、仁恒江湾城,仁恒打造的多个大型国际化社区都广获业内外人士认可。2013年,仁恒江湾城3期将以全新姿态亮相,届时仁恒将如何再次刷新此前的高标准,也将值得南京楼市期待。

香港金马集团

地下室也能“阳光”得起来?位于奥体核心区域的郦城御园将地下室的功能发挥到了极致,通过安置大面积多角度的可开启天窗,确保地下室的阳光充沛,光线明亮,空气也特别清新,完全颠覆了人们对地下室阴冷、潮湿的固有印象。让冬日午后在阳光漫溢的地下室品茗看书也成为一个不错的休闲选择。更为创新的是,郦城御园联排别墅的地下室高度达到5.8米,可以方便地做成二层挑高。调高后,光是赠送面积就达到100多㎡,这在寸土寸金的奥体板块实为一大创举。事实上,由于采取了全框架结构,郦城御园的产品没有一面承重墙,除了地下室以外,室内的所有空间都可以进行重新整合或分割,为热衷“定制化”产品的峰层人群带来惊喜。

宜家家居

创新改变家居生活。也许只是更换了新的材料、调整了靠背的弧度、画上了卡通图案,却会带来不一样的家居心情。宜家对于“创新”有自己独特的理解——以人们的居家生活为出发点,在产品设计之初便尽可能理解并考虑大多数人的需求,以此为宗旨进行产品的设计和生产。宜家就是这么不断转变视角,寻找灵感,设计出更多符合大众生活需求、并让老百姓买得起的家居产品,从而拉近了南京市民与节能环保、温馨舒适的家居生活的距离。

苏宁置业集团有限公司

2012年,苏宁滨江壹号和新街口苏宁电器广场为南京楼市注入不平凡的气息。他们身上的独特气质与创意,也许将影响南京地产和城市人居若干年。新街口苏宁电器广场将引领南京首个“一分钟垂直生活圈”:地处淮海路与洪武路交汇处,毗邻中华第一商圈新街口顶级百货商场与世界知名金融、外企总部。项目自身配建亚洲最大苏宁EXPO旗舰店,引入法国诺富特酒店、高力国际物业,一分钟内便捷切换居住、办公、商务谈判、宴请和娱乐休闲。而苏宁滨江壹号将是南京首座祥云体地标建筑,开创南京艺术品级人居新潮流。该项目踞于奥体CBD核心地段,由3座150米超高层住宅及一栋5000㎡祥云会所组成。每户270度的景观视野,更让业主在云端尽揽江天一色的绝妙。

高科置业

作为南京本土品牌开发商的领跑者,高科集团自创立以来,一直秉承“品筑百年,诚悦万家”的核心价值观,肩负“筑就人居新高度”的企业使命,立足仙林,面向南京,务实求进,专注发展,开发体量不断扩大,发展领域不断拓展,管理机制不断完善,实力不断增强,品牌不断提升。同时持续创新营销模式,连续多年荣膺中国房地产百强企业的称号。

2012年是高科置业的品牌年,作为“感恩10年·回馈力作”的高科荣城开盘以来六战六捷,期期热销,或日光或准日光,成为南京不少中级改善置业者的首选。而高科荣境更是成为南京别墅市场的新传奇,开盘半小时内,别墅热销逾八成,其中更有两套千万级别墅遭“秒杀”。

鸿意地产

“精致生活,精心建筑”,是一种理想,更是鸿意人的一种追求。鸿意地产发展有限公司自1994年成立以来,严格管理,规范运作,真诚求进,不断开拓,在江苏省内建立了良好的企业形象,并积聚了显著的客户口碑。

即将惊艳亮相的万山庭院,历时三年,悉心打造的纯正英伦风情别墅。万山庭院的立面使用大量厚重的石材、稳重的红砖及精致的线脚的运用,完美塑造了英伦沉稳、庄重的风格,呈现出居者高贵雍容的身份特征。缓坡屋顶的经典设计,营造更为舒适的居住环境以及极具英式特色的趣致。在景观风格上也大量引进纯粹英式风情,从小品塑造到园区大局规划,都力求原汁原味。自然趣味的英式景观,稳重细腻的石材线脚,营造出墅区内静谧、安全和富庶的悠闲、健康的生活氛围,迷你高尔夫景观效果和花园部落意趣盎然,是不可多得的学邻骄子别墅。

康益房地产

“让江北情何以堪!”这样自信的广告语获奖者,非蓝岸live科技青年街区莫属。蓝岸live科技青年街区主打35平方米主力空间,以精装私人酒店式公寓为都市时尚年轻人提供优质产品。蓝岸live科技青年街区位于主城南铁心桥附近,距离新街口9千米。除了交通便捷外,还拥有丰富的公共空间,如乐活健身俱乐部、公共会客空间、社区餐厅、公共洗衣房、晾晒区、可以BBQ的屋顶花园等,蓝岸live科技青年街区为软件谷年轻人高品质、国际化的生活需求提供一切丰富的可能。而7999元/平方米的震撼低价更是像广告词中所言,让江北部分打出近万元的毛坯价楼盘情何以堪!

南京浦东房地产开发有限公司

威尼斯水城·御江天下,直线临江,是为江而生、为江增色的一线江景大宅,通过全方位设计实现了与江景的完美对话。超大的入户花园让绿意在空中延伸,无论出门或归家,都心旷神怡。餐厅、客厅一体化的横厅设计,使得日照和通风空前良好、视觉感受非比寻常;超豪华的主卧系统,更让一家之主享受万殷无上的尊贵居住体验;最大震撼莫过于270° 超大转角阳台,270度全景俯瞰辽阔长江,每一个角度皆有壮丽景致映入眼帘。同时,威尼斯水城·御江天下步行数分钟距即可到达浦口区中心商圈,静谧与繁华的距离微妙而恰当。更重要的是,威尼斯水城依然延续了此前一贯的高性价比优势,继续成为品质刚需的首选。

凤凰股份

江苏凤凰置业有限公司定位高端,以超前的行业发展理念和独特的文化地产运作模式,将资源整合与地产开发、城市运营完美协调,建筑文化大家。“建筑文化大家”与“建筑”包含企业的行业特性,突显专业型地产开发企业;“文化”则强调企业的开发主题,显示其文化背景基础,创专业性文化主题式开发;“大家”则是企业的开发标准,彰显企业的开发高度和发展方向。

作为凤凰出版传媒集团核心产业之一,凤凰置业以“文化大家”之气势,精心树立地产产业极具文化内涵的人文经典楼盘。作为文化地产的领跑者,迄今为止所开发的系列文化大盘赢得了业内及文化人士的普遍好评。随着文化地产这一开发模式的日渐成熟,凤凰置业计划在五年内开发100万平方米以上,同时完成江苏省辖市中心文化CBD的建设任务,逐渐由省内到省外,发展成中国最大的跨区域文化地产商。

南京城开集团

主城、明城墙下、ARTDECO风格8层板式电梯小高层、大阳台、宽景窗、恒温恒湿科技住宅、原装进口国际一线品牌实施全面精装……这一系列硬件标签,让城开御园成为主城当之无愧的豪宅。让更多业主动容的,是城开御园的低调创意——为追求社区品质内外兼修。开发商在做好社区环境的同时,花重金改善周边环境,不仅外围路面焕然一新,周边老小区房子外立面也被刷得整洁明丽。在全国,仅星河湾等豪宅制造商有过此举,而在南京,城开御园此举尚属先例。做产品能做到如此尽责与细致,值得敬重。作为南京明城墙内唯一的科技精装大宅,城开御园还得到了南京乃至中国地产第一张住宅类德国建筑能源证书,迈出了科技创新的一步。

宏图地产

用10年、20年后的需求和眼光来造房子,产品做出来才有延展性。宏图旗下每一个产品都是可圈可点地将传统中式文化与现代建筑完美融合的经典作品。宏图·上福园,成为主城区多层经典社区,位于秦淮河畔,靠近夫子庙,人文氛围浓厚;宏图·上花园位于秦淮区核心,“以人为本”的院落式传统住宅小区;宏图·上逸园则是城东黄金走廊,靠近紫金山风景区,地铁多层得“逸”社区;宏图·上水园则为宁南新区“硅谷”地铁社区,新亚洲风格,配套完善。

翠屏国际

托乐嘉iHome,在南京首创将苹果美学与居住融合,包括采用五年免费WI-FI全覆盖、数字化网点接入、智能灯光遥控、社区信息化、净水直饮与智能安防等多项创新型设计,将豪宅功能服务移植到普通公寓。成就年轻人喜好的时尚公寓,再加上全明、全朝南、全通透的“三全”设计,都让iHome的苹果美学表现得淋漓尽致。此外,托乐嘉位于三山豪宅板块,又是双地铁楼盘,距离2014年通车的地铁6号线和规划中的地铁4号线的正德学院站步行仅5到10分钟,另外有多条公交线路停靠。此外iHome精装修均价12000元/平方米,相对于周边楼盘价格还是较为便宜,依托自身5万平米成熟商业街,居住舒适出行便捷,升值前景广阔。

雨花房地产

180米的超大楼间距对于大多数公寓产品来说可谓是可望而不可及,但是在柏悦澜庭却能够轻松实现。它是距离新街口只有4站地铁的老城区最大别墅项目,也是为数不多为公寓营造出别墅居住舒适感的楼盘。由于整个小区仅有四栋小高层,其他都是别墅产品,使得这里的公寓产品独占先机,甚至能够拥有最大达180米的楼间距,这样的空间尺度是其他楼盘想都不敢想的。

如今,小区的别墅项目也全新亮相,城市公寓的成熟配套与郊区别墅的居住品质被完美融合,成为央墅108最大的撒手锏。

盛世公馆

“从小就有大抱负”,也许从广告来看颇显夸张,那让我们来看一个鲜活的案例:一位姓王的先生以总价52万元购买了盛世公馆,每个月还贷1700元。房子交付后,立即被中介以2500元/月的租金成功出租,回报来得相当快捷!盛世公馆位居河西板块,主打45~55平米精装小户型,国内一线名品精装修,极大地满足了中小投资客的需求,从“小”绽放梦想之花,将有限的资金精准投资,真正的小资本换回大丰收。盛世公馆的小户型不甘示弱,房子虽小,但是舒适不能少。全精装修交付,附赠各类国内知名品牌厨卫家电及家用空调,省却了装修的灰头土脸、奔波之苦。在南京人居的100个创意之中,盛世公馆可谓成品房中的“大抱负家”。

龙瑞装饰

作为南京家装行业的领军品牌,龙瑞装饰一直以其自身的创新与发展,为整个行业做表率。整体家装、十年质保、限量家装、董事长查工地、专家挑刺团……这些全新的概念,不断丰富着南京家装行业的词典。而今,继整体家装之后,龙瑞装饰又酝酿了一种全新的精装修式的服务模式——相比传统的家装模式,它更省心;相比开发商的成品房模式,它更讲求精致和个性。将自己定位为家装定制服务专家,在成品房和套餐装修之外,龙瑞装饰再创精装服务新模式。

江苏天鑫置业

菲呢克斯国际公寓的出现,为南京高知阶层带来了全新的诗人式豪宅居住体验。菲呢克斯国际公寓从整体规划到室内饰品摆设,均出自名家之手:著名青年建筑设计大师张雷亲自操刀整体规划设计,室内设计出自国内知名室内设计师沈雷之手,国际平面设计界殿堂级组织AGI第二十位华人会员赵清,则为菲呢克斯引入“极简主义”的空间气质。

菲呢克斯国际公寓单是用材就创下南京多个“首例”,如采用深色干挂陶土板幕墙、A级耐火岩棉保温隔热层,Low-E钢化中空玻璃观景窗中内置电动遮阳百叶。该项目的空间设计也让许多见惯顶级豪宅的资深业内一再感叹罕见,如3.05-3.15米开阔层高,起居、主卧270度全景视域,八户七梯的奢华配置,70平方米主卧、17平方米超大主卫等。

(以上排名不分先后)