

生活改变户型 户型改善生活

从单一的“基本款”到多元的“个性化”，南京户型一直在创新

收放自如

生活时刻在变化。一眨眼，一回眸，世界已经全然不同。经济状况、调控政策、人居需求等要素的变化，对南京住宅产品的户型设计不断提出新的要求。正因如此，不同时期的户型，在面积段、实用率、功能分区等方面，总有着鲜明的时代烙印。而推动这一发展的动力，则是地产人的创意。

户型创新的本质是，如何在有限的单位面积里容纳越来越丰富的生活。这注定是一项永无止境的追求。值得庆幸的是，改变还在持续发生。今天的购房者与十年前相比，在户型的选择上也明显有了更大的余地。

□现代快报记者 肖文武

面积 抛开总价仍有较大选择空间

根据记者对南京近十年来商品住宅成交情况的数据分析，南京住宅已经完成由大户型热门到小户型主导的变迁历程。且户型面积两极分化的情况日益明显，购房者选择面也越来越宽。

2002年~2007年，较低的地价及房价让大户型产品一直占据市场主流。2007年南京商品住宅成交92523套，总面积1064.52万㎡，户

均面积高达115㎡。受“90/70政策”影响，2008年南京的商品房成交均价降至104㎡，但由于有部分住宅将两个小户型拼合成大户型出售，实际的住宅面积仍然较为阔绰。然而，随着房价水涨船高，总价遥不可及的大户型越来越遭受市场冷遇。在以刚需为主导的市场态势下，开发商主动降低购房门槛，小户型产品的占比增加。从2009年

到2011年，南京新建商品住宅成交均价从112㎡下滑至103㎡。

根据南京网上房地产数据，在今年已成交的6万套房源中，平均面积约为104㎡。其中90㎡左右紧凑实用的刚需户型仍然占据市场主流，但户型面积的分化也已经越来越明显：小到30㎡的单室套公寓，大到200㎡以上的舒适大平层都有供应，满足不同客户的不同需求。

使用率 空间魔术放大功能缩小遗憾

面对诸多刚需小户型，如何尽可能提高户型的实用率，让有限的建筑面积给出更多的实用空间？开发商最先想到了“赠送面积”，大量增加露台、阳台、设备平台、入户花园等空间。这些空间虽然不纳入建筑面积或只计算一半建筑面积，但改造后可

作为常规的室内空间使用。以南京市场常见的“N+1”户型为例，一套90㎡左右的小户型加上附赠空间后，可做成紧凑型三房。此外，同样不纳入建筑面积的飘窗也已经成为市民最钟爱的设计亮点之一。据了解，一些大量使用转角飘窗的户型，可提供10㎡以上的室

内空间。

除了平面空间的拓展，向上要空间也成为一大趋势。一些挑高房源将一层隔成两层使用，大大提高了产品的性价比。以东郊小镇为例，一套面积不到50㎡的挑高户型可设计成两房两厅，使用率比平层户型大有改进。

格局 所谓落伍就是筒子楼小客厅

在户型的格局和功能分区上，大量创新也在随着购房者需求的多元化而涌现。十年前，住宅户型单一，主卧、次卧、客厅、厨房、卫生间等功能空间按照固定模式排列组合。各空间的配比也基本固定。清华大学建筑学院教授周燕珉曾提出户型的常规设计：90㎡小三房，客厅20㎡，餐厅10㎡，主卧11~13㎡，次卧10㎡，厨房8㎡。

然而，随着人们对居住舒适度要求的提高，储藏室、衣帽间、育儿室、花房等新增的功能空间开始出现。其中用于日常收纳的储藏室已经成为不少户型的常规配置。主要功能空间配比也在发生变化。一些尺度惊人的“全功能主卧”开始出现，而厨房、卫生间等空间都有不断扩大的趋势。以万达公馆为例，其290㎡户型主卧面积接近50㎡。

城北某楼盘105㎡户型厨房及餐厅便占去20多㎡。

在朝向方面，一些“全朝南”的两房、三房也开始杀出重围。以中航樾府为例，其9全朝南户型市场接受度非常高。东南大学建筑设计研究院建筑设计综合一所所长钱峰评价：“全朝南户型往往进深小，采光效果也更好，舒适度比南北朝向的户型有了大的提高。”

没有格局 未来强调 人性化差别化精细化

对于近几年的户型变迁，清华大学建筑学院教授周燕珉表示：商品房在大批量、快速建设的过程中，仍然停留在较为粗放阶段，户型设计还需要进一步精细化，例如对储藏空间考虑不周，对无障碍设计重视不足等等。国内建筑师刘力则认为，住宅应该根据目前人们的生活习惯进行人性化的针对性改良。

南京本地的业内人士则指出：“从南京市场状况来看，对消费者的需求反映仍然有些滞后，一些新的设计创新仍然需要借鉴其他一线城市的成功案例。而在不少国家，户型根本不强调厅、室的数量，而是以更开放的思维去迎合各种人群的不同需求，希望南京也能在这方面打破常规。”

户型点评

典型户型在有限93㎡空间内确保“主卧、次卧、书房、客厅”四大空间全朝南，让全家朝阳而居成为可能；由于拥有大量阳台、飘窗、设备平台等高附加值的空间，因而可将93㎡户型设计成3房，整体利用率极高；收纳空间对室内整洁度的提升，大大增加了可使用的活动空间，小户型主卧也带独立卫生间，符合现代人居需求。

花样汇 幸福味 “悦食中国”美食公益项目南京站隆重启动

人居
创意 案例解析

11月10日，“悦食中国”美食公益项目南京站暨南京“悦食节”正式开启。启动仪式在水街白鹭舟会馆隆重举行，知名美食作家艾俏、南京花样年房地产开发有限公司副总经理朱国刚、南京花样年商业管理有限公司总经理邹洪军、江苏省餐饮行业协会副会长于学荣等嘉宾参与了启动仪式。

据了解，南京作为“悦食中国”美食寻访的最后一站，艾俏将作为年底的系列纪录片及书籍亲身积累体验以及制作素材。



发现幸福之旅：发现幸福，记录幸福

作为花样年集团自2006年起发起的一项大型艺术公益活动，“花样年·发现幸福之旅”目前已成功举办五届。第六届“发现幸福之

旅”活动由花样年与美食作家艾俏女士合作，紧贴大众关注食品健康的大趋势，通过成都、大理、南京三地发掘地道的传统手工食物及制作工艺，向人们传递健康、环保的生活理念。

作为“悦食中国”寻访传统手工美食的最后一站，南京站活动的启动仪式选择在秦淮河畔，明城墙根的南京水街白鹭舟会馆举行。活动还特意邀请了金石书法传人、著名书法家金少一先生现场挥毫。

悦食中国：感受舌尖上的南京

朱国刚表示，南京是历史文化名城、美食汇集地，特色菜肴和小

吃十分丰富。悦食中国南京站寻访活动就是想通过深入了解本地传统手工美食的制作工艺，通过知名美食家和导演的视角，在视频和书籍上生动呈现南京传统手工美食的美味。“与此同时，我们还会关注传统食材的种植生产情况、制作过程及传承所遇到的困难，尽力为南京传统饮食文化的传承做出贡献。”

活动结束后，南京花样年商业管理有限公司总经理邹洪军接受媒体采访，详细介绍了花样年花生唐项目的商业愿景。根据规划，花生唐将为南京带来第一个集消费、生活、运动、游园于一体的、全业态“购物公园”，为南京人民带来一个

“有趣、有味、有料”的创意空间。

花样年：有趣有味有料的生活空间创享者

花样年集团创立于1996年，是中国领先的以金融为驱动、以服务为核心、以开发为工具的金融服务兼房地产类供应商。2009年11月，花样年在香港联交所成功上市，股份代号为1777，为中国地产百强企业。

坐落于奥南中心的花生唐是花样年在南京的商业代表作，作为区域中心唯一大型商业综合体，花生唐将带来第一个集消费、生活、运动、游园于一体的、全业态“购物公园”，为南京人民带来一个主力店商业构成。（肖岚）