

精益求精

曾几何时,因为供不应求,购房人以买到为目标,对房屋本身没有过多的要求。在最火爆的时候,有开发商感慨,闭着眼睛都能挣钱。然而随着市场发展日趋成熟,地产行业走出暴利时代,一切产品为王成为公认的事实。在这样的背景下,精细化开发时代已然来临,其标志有哪些呢? 盘盘那些可圈可点的好项目,答案也就呼之欲出了。现代快报记者 肖岚



一切创意围绕居住体验展开 精细化开发必须有

标志一 建筑品质感更强了

一个口碑品质不错的楼盘,除了规划、景观、户型之外,另一个能够吸引眼球、增加卖点、提升楼盘附加值的是楼盘的外立面。在地产开发水平逐步提高的过程中,南京有一部分楼盘选择了成本更高的石材外立面,天正置业尤为典型,旗下天正桃源、天正滨江、天正天御溪岸三个项目的外立面材料皆是干挂石材。

滨江大盘世茂外滩新城在经过一期的开发后,二期产品追求全方位提升,其中外立面采用进口黄金钻石材,涂料配置则为质感以及防水性能更好的真石漆。世茂集团苏沪区助理总裁胡雨波介绍,公司在二期施工中严格把关施工细节,例如景观以毫米级误差为标准,以接近室内的精装修标准去要求室外建筑的品质。

对用材的精雕细琢,体现了开发商对项目品质的更高追求。

标志二 科技含量更高了

提到建筑科技水平,最容易联想到的恒温恒湿恒氧的科技住宅。值得称道的是,建筑的科技水

平早不局限于此项,而是“八仙过海,各显神通”。

比如,消能减震技术由于成本高昂,一般只用于大型公共建筑,在民用住宅中极少使用。位于仙林的别墅项目高科荣境却高成本引进了抗震设防体系,成为江苏省第一家、全国第二家采用被动消能阻尼技术——黏弹性阻尼器的民用住宅项目,比普通住宅抗震性能提高50%。江宁的绿地紫峰公馆则试点3G智慧社区,3G网络覆盖整个小区,智慧社区平台则将为小区提供半径三公里的所有商业服务,如购物、餐饮、医疗、教育、政务、家政、娱乐等,通过电子商务手段帮助业主不出门即解决日常生活需要。

今年上市的河西楼盘海峡城则以科技为主打,描绘了一种“云生活”场景,力求让业主充分享受办公、医疗、交通、教育等各种云服务的便利与高效。

标志三 景观园林更有特色

不仅漂亮,更有特色,总是有让人惊艳的社区景观陆续出现,点亮我们的视野,愉悦我们的心情。

仁恒江湾城二期多层次景观布局,乔木、水景、草坪、泳池等在小区内渐进铺陈展开,“漂在水中的大树”成为另类风景;融侨观邸

内,百米香樟大道、梵高亭、莫奈莲池等则共同演绎纯粹的法式风情,使其成为法式园林的典范;紫园作为紫金山麓中式住宅,设计了“亭台楼阁、曲径通幽”的山水景观,与青瓦雕窗、石鼓修竹、飞檐翘角的建筑风格十分契合。

英伦风、北美风、地中海风,赏楼盘景观如同逛风景区,美不胜收。

标志四 交付更规范更细致

宣传时让人心动,交付时更要让人放心。对于交付,开发商也越来越重视。

今年6月,朗诗绿色街区一期房源交付。业主在拿房时发现,除了常规的交付材料以外,每人还拿到了一份开发商提供的生活服务手册,里面除了项目和物业收费介绍,还有不少周边配套和便民资讯。开发商还为每户贴心放置了绿色植物,帮助净化空气。

苏宁睿城一期交付时,物业公司在每户室内墙面都贴上了“友情提示”,如“承重墙请勿拆除”、“装修时请重做防水”等。

精装修交付常常会比毛坯交付出现更多纠纷,碧瑶花园二期将精装修的所有用料,包括涂料、瓷砖、卫浴、水龙头,甚至一根小小

的铰链、拉线,厂家、品牌、规格、型号全部写入购房合同中,成为南京第一家将装修清单合同化的精装修楼盘,这一做法受到广泛好评。

标志五 物业服务更贴心了

“你们是哪家公司做物业管理?”近年来,在售楼处,时常听到买房人这样询问开发商,他们在看重房屋硬件质量的同时,越来越关注软性服务,因为物业好坏直接影响入住感受。一批品牌开发企业普遍意识到了这点。

拥有较好口碑的万科物业就在不断探索。近期,南京万科物业管理有限公司开始在万科金色家园等小区试点“万物仓”这一小区公共收储模式,旨在解决业主家中存储空间受限的问题:户外用品、儿童玩具、闲置家具、家居用品……凡是家里、车里堆不下的东西,都可以放进“万物仓”。

此外,保利紫晶山在规划之初,就引进了“三级物管”,组团大堂,实现精细化管理;世茂外滩新城今年专门成立了维保中心,承诺业主报修的一般问题30分钟内、紧急问题15分钟内确保上门;华润悦府推出卡尔管家式服务,有一套适合高端物业运作的服务理念、

服务实施系统和运作模式,旨在让业主在日常服务中体验到亲情。不同的做法,一样的目标,那就是让业主住得更舒心。

标志六 居住更有归属感了

居住在温暖的社区,而不是冷冰冰的房子里;需要邻里间的交流与帮助,而不是孤独地自娱自乐。当很多人买房开始有“买邻”的意识,举办丰富多彩的社区活动,积极提升业主对于居住社区的归属感、认同感,营造开放、健康、和谐的社区文化也就显得十分必要。

日前,银城地产幸福社区运动会盛大启幕,吸引了广大业主热情参与。银城地产相关人士介绍,社区运动会是继2011年银城幸福社区艺术节之后,银城地产为打造“品质社区,和谐邻里”启动的又一项重大客户活动,活动涵盖南京、无锡两地,银城地产开发的十几个小区。据介绍,银城业主今年还成立了摄影志愿者小组,除平时组织讲座和摄影活动外,这次他们也担任起运动会摄影记者的角色,记录邻友的热情瞬间。

或许正是独树一帜的社区氛围,让一些地产企业拥有较高的“回头率”,吸引众多业主二次置业,三次置业时仍选择同一品牌。

武夷绿洲水景房压轴,助阵新中心

压轴三房,水景无极限

2010年南京市总体规划调整,百家湖到小龙湾区域将有望成为江宁城市中心核心。作为江宁知名项目,武夷绿洲地处百家湖区域,坐拥竹山路与小龙湾两大地铁站,区位优势明显。同时,项目东面的竹山路商业街、南面的科健路商业街,汇集餐馆、快捷酒店、茶吧、美容店、咖啡馆、银行等均已投入使用,有效奠定新中心的坚实地位。

绝佳契机,加推正当季

武夷绿洲凭借四期销售12亿的出色成绩单,轻松成为片区内王牌热销盘。在经历热销之后,近期将推出6号楼99-149㎡的稀缺水景房,为四期收官画上完美句号。6号楼在原有基础上不断优化,大大提升了户型的功能性和舒适性。作为改善首选的143㎡三房两厅两

卫,具备超大功能空间,三阳台及储藏室的设计,赠送近10㎡的生活空间。而本户型最大的亮点来自其270度的落地玻璃幕墙,为欣赏2万平方米原生湖泊和外秦淮河提供绝佳配置。对于大家庭来说,清晰的功能分区、套房式的设计,可充分满足老中青三代人共同的居住需求。

武夷绿洲还借助高性价比的价格优势,成为百家湖片区关注焦点,与低调行事亲民做事原则相契合。如今,伴随着五千户家庭的逐一进驻,也成就了该项目无人企及的大盘姿态。

卫,具备超大功能空间,三阳台及储藏室的设计,赠送近10㎡的生活空间。而本户型最大的亮点来自其270度的落地玻璃幕墙,为欣赏2万平方米原生湖泊和外秦淮河提供绝佳配置。对于大家庭来说,清晰的功能分区、套房式的设计,可充分满足老中青三代人共同的居住需求。

人居创意 案例解析



售楼处地址:地铁一号线竹山路站步行200米即至
销售热线:52166058/52166555