

## 文化城

六朝博物馆8月11日开馆

## 南京首座贝氏建筑亮相



圣和集团董事长王勇(左)拜访贝聿铭(右)

8月11日,一座与国际建筑水准接轨的现代化博物馆——六朝博物馆将在长江路历史文化一条街隆重开馆,以“复活”南京六朝都城的记忆,供世界各地参观宾客穿越重返六朝时代。

值得关注的是,六朝博物馆也是贝氏建筑首次亮相南京,由贝聿铭长子——贝建中领衔的贝氏资深设计团队亲自“操刀”。

## 长江路再添文化地标 六朝博物馆惊艳亮相

一条长江路诉说着整座南京城的历史,如今,在这条历史长街上又添一座文化地标——六朝博物馆。在长江路上,穿过人民大会堂和南京图书馆,六朝博物馆与总统府相邻而立,与它一街之隔就是江苏省美术馆和中央饭店,身后则是周恩来纪念馆。随着六朝博物馆的开馆,人们将在这里见证从六朝到明、清、民国直到现代文明的历史沿革与变迁。

追溯六朝博物馆的来源,在2007年5月,南京圣和投资集团拿下距总统府8米处的南京汉府地块后,南京市考古人员对原汉府街车站工地地下古代遗址进行考古勘探和3个阶段的考古发掘,取得意想不到的收获:这块宝地的地下,正是六朝建康都城宫城的东城墙遗址。于是,建设六朝博物馆的想法也因此萌生。在南京大学、东南大学和江苏省建筑设计审图中心各知名深

基坑专家们的多次专家会议共同研究下,采取了各项现代遗址保护技术,才终使六朝博物馆和圣和府邸豪华精选酒店安全地在总统府旁矗立起来。

## 贝聿铭之子亲自操刀 “双L”嵌套两座精品

值得关注的是,六朝博物馆也是南京的首座贝氏建筑,由美国贝氏建筑设计公司规划、设计,贝聿铭长子——贝建中先生领衔的贝氏资深设计团队亲自“操刀”,体系化地将贝氏建筑模数、贝氏建筑几何、贝氏建筑光影等等贝氏手笔运用到该建筑中。

据悉,六朝博物馆所在的南京圣和文化广场内,还有一栋建筑是圣和府邸豪华精选酒店。前者以六朝宫城城郭遗址和六朝历史文化展示为魂,后者以喜达屋豪华精选为特征的顶级酒店文化为魄。在整个广场的规划中,贝建中先生与贝氏设计团队充分展示了贝聿铭大师领先的建筑几何整合的设计才智。根据馆、店各自的功能需求,巧妙地运用了各层分区分片双L嵌套的设计手法,使博物馆和酒店不仅相互安全隔离,又共享了建筑外部的优美景色。

如今,六朝博物馆地下遗址保护工作已经就绪。8月11日开始,南京市民和各地游客将一睹其地下工程的真正面貌和其六朝历史与文化的展陈风采。(杜磊)

## 舒适城

115m<sup>2</sup>如何给两孩舒适的家?解密万科新都荟115m<sup>2</sup>三房“户型王”

考虑到家庭成长的需要,住宅的功能性也随家庭成员的增加而变化,能够容纳三口之家,甚至将来迎接第二个孩子到来的成长型住宅,成为越来越多30岁左右人群思考的问题。但从楼市来看,房价长期居高不下,三房两卫的房源要么面积动辄就达140m<sup>2</sup>-150m<sup>2</sup>,要么就得每天多花四五十分钟时间去城郊换取这个空间,鱼和熊掌如何兼得?

115m<sup>2</sup>“户型王”独创双床设计

万科新都荟是万科在南京南站片区开放的第二个项目,也是万科在南京的第十个项目,此次的明星产品115m<sup>2</sup>户型就体现了万科多年积淀的经验与实力,而万科更是喊出了“开启南京户型新时代”的口号。

从样板间来看,该户型优点突出,主卧室不但做到了独立卫生间,更是拥有步入式衣帽间;次卧室是双床设计,面积约17m<sup>2</sup>;除此之外玄关处设置了4开门通顶的收纳柜,厨房更是很大很实用。综合来看,这一户型的变化让空间使用较为丰富,可以实现一般家庭的成长需求。

## 升级精装成品房带来惊喜

据悉,万科新都荟销售的是15层的小高层产品,得房率较高,并且只有两种经典户型:90m<sup>2</sup>三房一卫和115m<sup>2</sup>三房两卫。万科多年来一直以

全年家居解决方案打造产品,带装修含地暖,在装修性能部分,万科新都荟更是有许多创新和人性化的设计。作为万科南京首个互联网示范区,顺应互联网时代对人们生活方式的改变,对建筑、户型、装修乃至整个居住生态进行重新审视和思考,在户型中锐意创新,让居住全面升级,带来居住的全新感受。“照明一键总控、应急灯、小夜灯、感应灯、双控开关、AP模块、USB插座……”一系列名词共同体现了万科对生活忙碌的现代人的贴心考量。

## 立体交通享百万方商业配套

万科新都荟外部享有南京南站CBD的繁华和便捷生活。临近地铁1号线南延线、机场线、3号线以及规划中的12号线在此交汇,轨道线路四通八达,8站即达新街口;开车出行,快速通道内环南线、内环东线、绕城高速、机场高速,迅速接驳城市各处;公共交通目前有19路、84路等8条公交线路通往主城河西及江宁,保障社区出行需要。周边宜家、百安居、沃尔玛、麦德龙等原有商业配套满足日常生活所需,众多全国性品牌开发商、商业、办公齐聚该片区,未来的都会生活蓝图可见。

另悉,万科新都荟样板示范区7月已开放接待参观,预计8月开盘。(杜磊)

接待地址:南京南站南侧万科九都荟接待中心  
咨询电话:86662988

## 缤纷城

## 恒大雅苑精装大四房“6”字头起售

对于刚改客来说,“换房”是购房的关键词。小两居明显不够用了,总价较低的大三房、大四房才是购房者关注的重点。近期,凭借每平“6”字头的起价,恒大雅苑的大四房迅速走俏。目前句容宝华的整体均价在7000元-8000元/平,其中不少楼盘还是毛坯房。而恒大雅苑160平大四房,每平起价仅“6”字头,并且还送精装修,如此高的性价比,目前在区域内仅此一家。

据统计,2014年初至今,恒大雅苑已热销逾千套,奢阔的大户型持续受到追捧。恒大雅苑160平三房两厅两卫,不仅沿袭高端生活居住理念,

而且充分体现了大空间的舒适,同时,合理分区使得三代同堂不在话下。全屋南北通透、双阳台,明厨、明卫,格局方正,270度瞰景阳台让美景直入眼帘。客厅与休息区分隔明显,保证了起居的舒适度。双卫生间的设计做到主客分离,储藏室的配置使得整体空间显得更加灵活。

在“宁句一体化”战略背景下,仙林、宝华两个片区就一直紧密衔接,然而仙东宝华的房价一直趋于理性,放眼南京,该区域仍然是屈指可数的价格洼地。更加完善的商业及教育配套辐射到仙东宝华,让“城”熟更进一步。(威海芳)

## “世茂海江山湖豪宅韬略”落子苏州

23年,40城,80余座地标,世茂缔造无数巅峰传奇。7月28日,苏州金鸡湖畔,双湖地王之上,世茂“豪宅教父”倾力之作世茂铜雀台盛大启幕,同时,“世茂海江山湖豪宅韬略”隆重发布。

会上,世茂股份副总裁周黎明诠释了“世茂海江山湖豪宅韬略”及战略布局,并且阐述了世茂定制豪宅的严苛标准。为了完成“海江山湖”的完整布局,豪宅教父矢志前行,可谓在世界范围内历经审慎遴选、重重考察,探索“湖”居豪宅。最终于2013年9月择址苏州顶级富人区,金鸡湖、独墅湖双湖核心地块,以世茂铜雀台,

继世茂豪宅系“海”“江”“山”代表作品之后,最终奠定“湖”的格局。

据了解,世茂铜雀台位于金鸡湖、独墅湖双湖板块中央,尊踞首席中央别墅区。金鸡湖27洞高尔夫球场、金鸡湖大酒店(国宾馆)、凯宾斯基酒店、李公堤国际风情水街环伺。项目为320-700平米的紫铜别墅,拥有双车位,双首层挑高,全套房,同时享有创新立体院落设计,入户花园、下沉前庭、私家后院。世茂铜雀台将打造成苏州首个顶级圈层会所,配置私家泳池、医疗健康服务、定制SPA、私享宴……尊崇生活不言而喻。

## 娱乐城

## 新城东“三剑客会战”抢客

继去年启迪与中海在新城东楼市“贴身肉搏”后,今年有城东“抽水机”之称的中海国际社区又猛然发力,虽然启迪方洲似乎有意“退居二线”,但麒麟新城新晋的两家新盘中南世纪雅苑和中粮鸿云却来势汹汹,一副欲与“抽水机”试比高的架势。从价格战、营销“口水战”到品牌、品质之争……中海、中粮、中南的“三剑客会战”,似乎注定要在这个盛夏火热开打了。

## 新奇抢客方式现麒麟新城

有中海这个“城东抽水机”在,中南和中粮今年的压力可想而知。前者是去年一天之内2小时狂卖1300多套房,一口气吞了18亿的2013销冠盘,2014年6月底-7月,中海国际社区再展雄风,三次开盘三次热销,俘获8亿销售金额。后者则是入驻板块的“新人”,为了比拼地王大鳄中海,它们也卯足了劲。

6月中旬中南世纪雅苑首次公开售楼处当天,安排了五六十个拓客“小蜜蜂”,沿着马群地铁站每隔100米依次站开,手举项目广告牌指引客户一路开往项目售楼处。中南世纪雅苑此举俨然成了中海、启迪等直接竞品开

发商的“拦路虎”。

除了公然截客,也有通过软性营销来软磨硬泡抢客的。“我们有众彩物流中心作为自己的大型生活配套。”中粮鸿云的销售人员表示。“我们项目归属栖霞区,入住栖霞区就等于住在南京主城,项目还有南京市一中马群分校的教育配套。”中南世纪雅苑的置业顾问也强调竞争优势。

## 青奥后“三剑客”交锋或更有看点

尽管抢客战此起彼伏,货源量是竞争的保证。就麒麟新城中海、中南、中粮三盘目前的货源情况来看,货源最充足的是中海,由于在青奥期间勒令停工前抢完了二期高层产品的工程进度,8月份中海国际社区至少还将推出2栋楼的产品。

另一方面,巧妇难为无米之炊,中粮和中南,因纯新盘工程进度追不上中海,且“青奥时间”禁止施工,这两大跃跃欲试的纯新盘或只能翘首企盼“金九银十”的楼市黄金旺季了。但只要中粮、中南与中海三盘同步推货,麒麟新城楼市“三剑客”交锋的“火拼”态势必将再度升温。