



参会嘉宾正在交流分享世界级城市、世界级人居住宅的建设经验,探索北京高端住宅的发展之路。

资料图片

# 打造世界级住宅 中国特色是关键

新京报举办“世界级城市下的世界级人居论坛”,探索北京高端住宅的发展之路

## 世界级好房子目标好差距大

**高毅存**(北京城市规划协会秘书长、前中奥工程规划处处长):北京在2008年奥运会之后逐步向世界级城市发展。好的住宅或豪宅很重要的一个元素是区域规划本身带有优势,而非用昂贵材料堆砌起来的概念。大部分豪宅和居住环境密切相关,如国外知名的落泉山庄、洛杉矶好莱坞村,居住环境好,规划满足人居和自然两方面的需求。

**Marke Dodds**(金田利马设计咨询(北京)有限公司国际项目总监):目前中国没有国际标准的豪宅,价钱倒是到了国际标准。其一是环境的差距,国外别墅有能骑马的花园,国内不具备;其二是设计、定制的差距。豪宅是个性化客户的生活方式,上百套的开发量无法做个性化,国外个性化豪宅规模小到一两套公寓,或先有客户再设计。

**刘力**(洲联集团(五合国际)总建筑师 爱丁堡大学博士):北京的城市、建筑、住宅都要追赶国际。国内目前还没有和国外等级相似的豪宅,豪宅不是简单地由面积、售价决定,而由区位、内部项目规划、景观等综合决定,而且在设备设施、装修标准上,还没有豪宅的规范或分级,很多北京所谓豪宅的项目都是单项出色。

**刘晓钟**(北京市建筑设计研究院总建筑师):世界级城市的目标好,差距大。北京离世界级城市很多指标有差距,但价格比别人贵,质量达不到人家要求。从大环境看,自然环境、生态、土地占有面积上我们无法与国外相比,在北京现有环境下,如何打造适合国人居住的豪宅,如平层大宅,空中别墅,都和国外的手法不一样,必须因地制宜找到适合自身的特点。

**任启鑫**(亚豪经纪公司副总经理):北京要做世界级的城市,我们就应该考虑如何在北京打造世界级的住宅,“中国特色”是关键。中国不缺少世界级建造技术,缺少的是技术背后蕴含的意义,能够把中国的居住理念、传统的居住印迹,通过技术手段达到当前的社区里。

**韩永峰**(金力集团副总经理):随着经济的整体发展,使我们的传统文化又重新得到了认同和发展。目前我们的建筑技术水平和建筑产品部件的制造水平应该说和国际差距越来越小,甚至有一些已经达到了国际水平。大批财富阶层在发展中产生。这条条件已经具备了中国的世界级高端住宅的发展基础。

**韩永峰**(在现有市场基础上,如何通过设计、施工、建造等,向世界级顶级城市的标杆看齐,这是从业者的责任和方向。综合多年的市场开发经验,我们认为任何市场环境下都有新的需求。要做顶级住宅,就要做差异化,我们的客群一定是个性化的。紫御华府开始深入探索中式风格,将中国传统的元素和现代建筑结合。

**杨晓阳**(北京万科销售中心经理):北京所谓的豪宅首先是总价,然后是地段。万科原来在系统内没有豪宅的概念,现在我们的分法有首置,首改和再次改善,再次改善就是面积更大的户型,当然也分高中低端。但我认为,现在的高端更突出的是房子的物理属性。首先稀缺性和高品质、高科技的运用;其次,居住人群的趋同性。人和人更希望和自己的一个阶层的人在一起居住。

## 中国传统元素和现代建筑结合

**常海**(鸿坤花语墅营销总监):鸿坤

在北京也做了十年,今年提出了新的价值号召,以花语墅为代表,更多地从客户的角度来做项目。这个项目是我们最纠结的一个项目,位置好,但是地块小,产品容积率又相对低,所以我们最终的纠结就是规划设计,这种差异化最后变成了四层带电梯的产品。

**王英男**(保利地产副总经理):北京的保利东郡,是保利在北京所谓的旗舰项目。但有一个非常严重的情况,包括上海、广州、成都都是一样的,我们77%的客人是没有资格的,再加上7.5%的客人是没有贷款资格的。这是目前甚至未来两、三年都会遇到的严峻问题。在未来产品群体固定且逐渐缩减的前提下,如何把产品做得出类拔萃是开发企业需要思考的。

## 中国式世界级高端住宅需精细打磨

**高毅存**:豪宅的另一大特点是个性化。就像人一样,主人有什么性格,房子就有什么性格,现在国内的房子还属于批量化生产阶段,没有个性化的设计,但将来肯定会走这条路,那时建筑师会把住宅精雕细琢,当作艺术品来对待。

**Marke Dodds**:从设计师角度说,豪宅使用价值高,适合业主的生活方式,而非奢华、贵就好。我们在国内做项目,建筑师和室内设计师完全分开,两个人想法、方向不一样,很难出来好东西;从景观、建筑、室内、市场到售后的物业、配套,都应该从第一天就一起设计。

**刘力**:从国内外豪宅的差距来看,第一是国外很多庄园、城堡,但国内继承下来的东西几乎没有;第二是我们还处于高速发展阶段,项目一次性规划、工业化批量生产,缺乏定制化的体系支持,受此限制,短期内不会出现定制住宅。

**刘晓钟**:从软硬件看,硬件我们全都有,豪宅客户不缺钱,各种设备、材料都可用顶级,但软件差距大,也应警惕国外概念的炒作。

**王英男**:高端市场实际上也要分级。有些属于入门级的产品,面积很小,尺度不够大,但确实满足了购房者基本的需求。

另一种是购房人选择的豪宅目标明确。以前笼统的说豪宅市场大面积,精装修,配置好,但是现在可以非常精细分成不同档次,根据所处区域的主流需求进行设计。

**杨晓阳**:世界及住宅需要有文化载体,所谓的人居是一个摸不着的东西,但是给客户打造的是一种生活方式和对人的尊重。原来高端置业的标准是年龄层次越高,财富积累越多,现在来看规则没有变,规律也没有变。但是现在买房的客户呈年轻化态势,因此我们的产品还要提供相对的配套。

本版采写/新京报记者 李捷 自曾晖