

无锡日报 报业集团 2020(第十二届)楼市风云榜·楼盘巡礼

热忱深耕 启程再出发
无锡绿城匠心“书写”美好人居

从2003年外来房企抢滩锡城起,无锡的面貌就发生了翻天覆地的变化,更大的城市版图被打开,骨架被不断拉伸,随着各大新城的崛起,地产逐渐成为了一个热门的话题。从一座座拔地而起的高楼里,我们看到了城市的蜕变新生,看到了人们生活方式的不断发展和升级。而其中,那些扎根于无锡,带来精彩作品的地产商里,绿城可以称得上最具代表性的一个。

回眸无锡绿城14年,夏去冬来,春生秋获,美好人居是不变的主题:玉兰花园开启美好发端,蠡湖香樟园定鼎美好标杆。无锡绿城从心出发,向心而行,绿城·凤起和鸣、绿城·诚园、宸风云庐三子辉映,再创人居品质传奇。一段无锡绿城发展史,就是锡城美好人居进化史,一次次将理想中的美好人居照进现实。



一直以来,绿城都以品质、产品作为立身之本,被业界定义为“特长生”。

2007年,绿城首次落子无锡太湖新城,一座玉兰东花园横空出世,以全干挂石材刷新了无锡人对于高品质住宅的认知。就在业内市场向石材靠拢的时候,绿城却毫无保留地放弃了石材,用全玻璃立面的蠡湖香樟园,向无锡展示出了另外一种住宅立面的可能性。而到了2017年,绿城公布凤起和鸣的立面示意图时,却又再次打破曾经玉兰花园和蠡湖香樟园给人留下的所谓的立面模板。铝板、大面积玻璃栏板组成的外立面,轻薄通透,不同于老牌高端住宅厚重的风格,这种带着些许科技感的风格,无疑更加符合当代购房者们的审美需求。

不止要“面子”,在“里子”的营造上绿城也有口皆碑。

从设计到施工,每一个环节都重重把关、确保品质。绿城中国在2018年成立了自己的建研中心,着力推进绿城的产品品质提升和内涵丰富。硬产品方面,绿城目前已完成“海绵城市样板”“太阳能光伏幕墙”



等多个创新试验样板,并推动了相关专业的研究突破。软产品主要是指绿城的服务。其不仅有全国最好的物业管理,还有理想生活服务集团,为客户提供房屋全生命周期的综合服务,以及多样化品质服务的综合生活服务平台。

尤其在精装修和智能化人居以及景观环境的营造上,绿城更进一步。在凤起和鸣项目上,绿城配置了很多智能系统,小区入口、地下室和大院门厅的入口都配置了人脸识别系统,在入户玄关处有一键离家、一键回家模式,还可以通过手机远程控制户内空调、地暖和新风等等。智慧平台让业主生活更便捷。

宸风而上,大美云庐。

带着对锡城美好人居的梦想追求,2020年,绿城又携宸风云庐择址

太湖新城。宸风云庐选择以绿城高端产品系之一的“云庐”系作为创新的基础,规划有城央院墅与“超平面”现代精装小高层两大产品类型。其大面积采用断桥铝合金玻璃设计、精细框架的运用,以细节化的创新,营造出更美观的立面质感、更扁平化的户型空间,让建筑轻盈、通透、完全隐身在自然中。800平方米园区配套集合,12大科技智慧触点,开放式全龄空间,四季IP社群活动,云端礼序园区服务体系,共同构成未来的美好生活场景,让生活更有温度。目前,新品加推,预约通道全城开启。

时光流转,惟诚不变。每一份匠心相随,都成为绿城不断探索与创新的动力。启程再出发,未来,绿城会以更多元的方式和场景,创造出更丰富的美好体验,构建人与城市、人与自然、人与社会的和谐发展。

(葛惠 实习记者 吴启龙)

精装修住宅一定要有中央空调、地暖和新风吗?

近年来,随着国民整体生活品质提升,消费者对居住安全、舒适、健康和功能性的需求也不断增加。其中,在影响居住舒适度的因素中,室内空气质量是一项备受关注的指标。目前,全国整体的空气质量仍有待提升,居民对室内空气质量的要求也促进了中央空调、地暖和新风系统在成品住宅中的广泛应用。

在成品住宅中,对中央空调、地暖、新风系统的配备并称为暖通(HVAC)工程。从字面来看,对暖通三大件的综合应用可以起到供暖、通风和空气调节的作用。特别是对新风系统而言,作为改善室内空气质量的利器,除了PM2.5之外还可以显著降低室内甲醛、TVOC及二氧化碳的浓度。

01 | 精装修住宅一定要有中央空调、地暖和新风吗?

那么是不是精装修商品房就一定要配备中央空调、地暖和新风系统呢?我们认为,相对而言还是十分有必要的。

一方面,早在2015年在住建部《建筑产业现代化发展纲要》中就明确了要全面普及成品住宅的发展目标,到2025年新开工全装修成品住宅面积比率50%以上。

中央空调、地暖和新风系统(暖通)作为硬装的一部分,是需要结构设计阶段就提前规划的系统工程。除了管线走向外,有些还需要预留特定的设备放置空间,后期加装难度较大。商品房在开发阶段就设计配备这三大件,可以显著避免二次装修造成的资源浪费、结构破坏乃至安全隐患。

另一方面,虽然大家都知道中央空调、地暖、新风系统对室内空气质量的提升效果,但绝大多数消费者又不可能精通暖通工程的专业知识和产品性能。如果能由地产开发企业统一招标采购安装,选择靠谱的供应商,不仅提高了产品品质,也契合了消费者的需求。

02 | 中央空调普及率最高,地暖和新风其次

从具体调研数据来看,在暖通三大件中,中央空调兼顾制冷和供暖的功能,在精装修商品房中配备率最高。新风系统在部分全年空气质量较高的城市并非刚需,故普及率相对较低。地暖则达到了50:50。

而在全装修项目中,三大件均没有配备的占比不足17%。这多是出于装修成本和后期使用成本的考虑,故集中在相对偏刚需定位的项目。

03 | 选对品牌很关键,越是高端的项目越是如此

当然,无论是中央空调、地暖还是新风系统,在具备基本功能的基础上,其品牌的重要性也不容忽视。

一方面,无论是从设备的造价还是从行业地位,暖通设备的品牌均需要与商品房项目自身的定位相匹配。特别是对改善和豪宅定位中高端项目的目标群体而言,设备品牌传递出的信号会在一定程度上影响潜在消费者对项目自身产品形象的认知,重要性不容小觑。

如均价比值在1.5-2.0之间和2.0以上定位的项目,更偏好使用日系合资品牌如大金、日立的中央空调。而均价比值在1.0-1.5之间和小于1.0的项目中,格力、美的等知名国产品牌中央空调的市占率更高。此外还有东芝、海尔、海信、三菱电机、三菱重工等主流品牌。

当然,不同品牌的暖通设备,甚至同一品牌下不同定位的产品都会有明显的价格差异,进而影响暖通工程的造价和最终整体的装修标准。所以开发商也需要在产品品质和开发成本之间寻找平衡。

另一方面,无论是中央空调、地暖还是新风系统的安装,都属于在成品住宅前期装修阶段就需要进行走向设计、管线排布的隐蔽工程。俗话说“三分靠机器、七分靠安装”,暖通设备对施工质量的要求极高,故选取一个行业认可的主流品牌对交房后的长期使用和设备维护都有切身的影

04 | 健康住宅体系化和标准化建设是时代所趋

而除了中央空调、地暖和新风系统之外,也有很多其他的新兴技术在日新月异地发展。如循环地源热泵系统利用地下恒温层,高效节能地调控温度,打造冬暖夏凉、温度适宜的室内环境。目前,金茂、朗诗、当代等房企均有应用。

我们认为,健康住宅、绿色住宅概念日趋成熟,各类建筑规范和技术标准也在不断完善,健康住宅的体系化和标准化建设是时代发展所趋。

对于房企来说,健康住宅不仅仅是一个概念,也是业务转型和产品差异化竞争的重要抓手。

(克而瑞研究中心)