

产品创新方向：城市逻辑与建筑语境 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/614/2021_2022__E4_BA_A7_E5_93_81_E5_88_9B_E6_c57_614269.htm 随着房地产市场的日益成熟，产品创新也获得了越来越广阔的空间。尤其在宏观调控的大背景下，产品创新的重要性愈发凸显。因为产品创新可以提升建筑产品的品质，保障品牌的美誉度，是企业在激烈的市场竞争中的必然选择，也是业界对2006年产品创新形势展望中表达的共识。寻找建筑的CONTEXT“把多余的去掉、把缺失的找回来，因为房地产市场已经成熟了。”建筑师罗四维如此表达对2006年建筑设计趋势的美好期许。罗四维表示，对2006年房地产的发展作具体预测是不可能的，但未来应有的四个发展趋势却是明确的。罗所谓的四个发展趋势是，未来房地产的设计将从失准走向标准，房屋设计、建设、管理、使用等过程中技术法规将会越来越多，而且是强制性的，作为一个系列同时指导并约束着开发商、设计师、大小业主、物业管理者等；设计将从建造走向制造，房屋建设过程中成品、半成品、模块单元将会越来越多，现场的任意性将会越来越小；设计理念从观点走向基点，华而不实的概念和思想过了头，便成了讨厌的过度包装，而房屋的基本特性被有意无意地遗忘了，需要返璞归真；建筑产品从创新走向更新，在大部分时间里城市和房屋进化是一个渐进的过程，相互之间、前后之间在形态上更多的是改良，而不是所谓颠覆式的革命。建筑师马清运依然对民族文化回归充满期待，他认为，在建筑设计领域，随着中国思考的日益抽象化和随意化，民族主义的推动能量可能同国际“后现代主义

”情绪融合，形成“新民族形式”的讨论。华高莱斯国际地产顾问（北京）有限公司董事总经理李忠则判断说，自2006年之后，将会有越来越多的大中型城市开始注重旧城区的更新改造，对于这些更新改造的项目而言，风格的选择将不再是一张白纸，他们必须在城市环境逻辑中，寻求建筑风格的CONTEXT（语境）文脉。“是否能遵从城市已有的‘语境’，是否能与周边的环境取得和谐共生，将会成为重要的风格发展趋势。”李忠说。创新形式渐成主流在市场规律和政府公共政策的交互指引下，2006年内地的高档物业产品（别墅、高档公寓、写字楼等）花样繁多的创新与嬗变可以期待。业内人士相信，别墅市场已经出现的趋势将在2006年继续得到加强。产品风格的多样化、别墅市场的细分已经或正在带给消费者更大的选择空间，在高端别墅领域，定制业务依然拥有很大的成长空间。优山美地销售总监陆纪元从优山美地一期项目受到的追捧上找到了自信，他判断，本土文化在别墅产品的运用将逐渐地冲击西式别墅的主流地位。长期以来，从开发商的惯性思维，以及消费者的认知度上看，别墅产品一向是对西方产品的简单克隆，在风格上是纯西式的。但事实上，以观唐为代表的一批以中式别墅为概念的项目也获得了人气和销售的双丰收。精装修、配套以及成功的景观营造，则对提升高档公寓项目的人气和价格贡献不菲。自2005年南派作品星河湾登陆北京高档公寓市场以来，豪宅“全成品”概念便成为这一理念下的产物，并一度引发争议。批评者认为，星河湾项目不过是在遵循北京市场上惯用的概念炒作，但是也有业内人士思考后认为，也许这是高档公寓产品在产品品质、配套上达到升级换代临界点的比较明显

的标志之一。星河湾项目隶属的宏宇集团副总裁梁上燕表示，由于以前城市建设中的观念惯性，人们认为北方是很难做园林的，一些高档项目所标榜的园林本质上是绿地，或者是项目周围的城市自然景观，但是现在这种趋势正在发生变化。除星河湾项目外，亿城的万城华府，华侨城的旅游地产等都开始在景观营造上做文章，而项目的销售数据则表明，成功的园林景观营造已经或者正在带动高档公寓的畅销。就项目的精装而言，在高档公寓的市场细分上，那些多次置业的客户已经把精装当作一个亮点，因为这样既少了装修的劳累，又可获得超价值的装修性价比。这种趋势也在玫瑰东方和逸翠园项目上得到了体现。就配套而言，包括会所、客户服务等也提前到客户入住前，相比以前客户要到入住之后才能享受到物业服务，的确是一个进步。目前，至少包括乐成国际在内的项目都开始以此为契机提升项目美誉度。而在写字楼产品上，不少专家相信，一系列能够节能省电、增大使用空间的新技术将被运用到随后的写字楼产品上，这意味着我们将在今后的写字楼产品上看到更多的双层呼吸式玻璃幕墙，体会VAV空调的舒适，感受到2.8米甚至3米的层高。凯晨广场营销总监史志勇强调，写字楼产品品质的提升是一个渐进的过程，在观念上，一些开发商倾向于在写字楼新技术的使用上采取保守态度，这一方面是由于新技术可能的不稳定性会导致办公风险，另外，成本是由租户承担的，积极性不足。但是，“在当前写字楼巨大存量的竞争中，在节能一系列环节上不为客户着想，会导致产品最后丧失足够的市场竞争力。”另外，史认为把定制理念运用到写字楼项目的开发中，是一个商业效益和创意俱佳的创新之举。他表示，这样

做主要是为了满足顶级消费者的产品需求，是写字楼市场细分的必然之举。而这个创新之举在经过凯晨和万通中心的项目实践外，在2006年乃至今后将是写字楼产品的一个趋势。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com