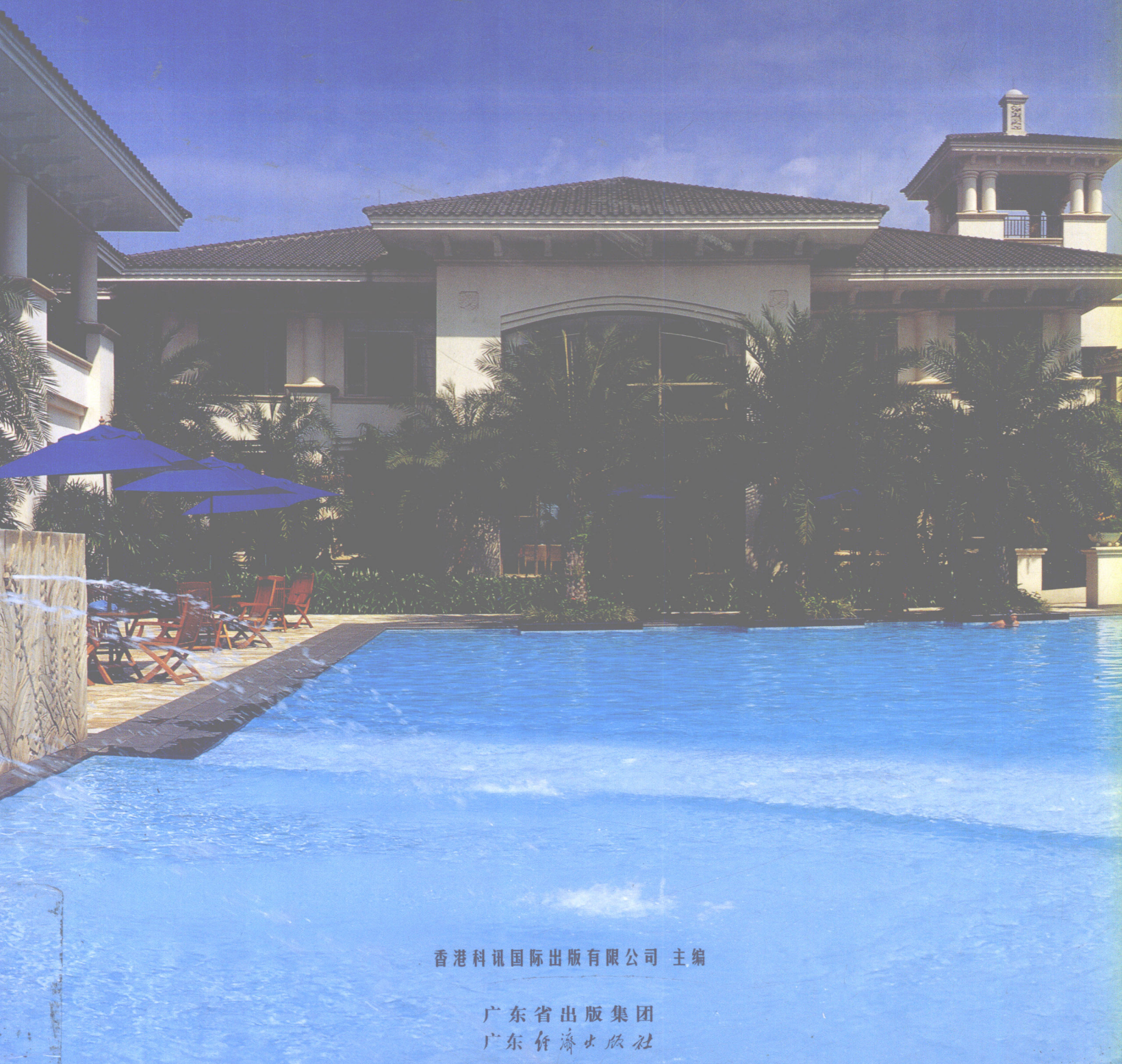


INTERNATIONAL ARCHITECTURAL OFFICE SERIES

WY Design International Group

Selected and Current Works

WY 国际设计顾问公司新作精选



香港科讯国际出版有限公司 主编

广东省出版集团
广东经济出版社

INTERNATIONAL ARCHITECTURAL OFFICE SERIES

WY Design International Group

Selected and Current Works

WY 国际设计顾问公司

新作精选



香港科讯国际出版有限公司 主编

广东省出版集团
广东经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

WY 国际设计顾问公司新作精选/香港科讯国际出版有限公司编. —广州: 广东经济出版社, 2004.7

ISBN 7-80677-790-3

I. W… II. 香… III. 建筑设计-作品集-中国-现代 IV. TU206

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 068096 号

销售热线: (020)38785371 38785372

出版发行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 5 楼)
经销	广东新华发行集团
印刷	利丰雅高印刷 (深圳) 有限公司 (深圳市南山区内环路南光路口利丰大厦)
开本	890 毫米×1260 毫米 1/16
印张	15.25 2 插页
版次	2004 年 7 月第 1 版
印次	2004 年 7 月第 1 次
印数	1~4 000 册
书号	ISBN 7-80677-790-3 / TU·17
定价	260.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

发行部地址: 广州市合群一马路 111 号省图批 107 号

电话: [020] 83780718 83790316 邮政编码: 510100

邮购地址: 广州市东湖西路永胜中沙省食品大楼 6 邮编: 510100

(广东经世图书发行中心) 电话: (020) 83781210

本社网址: www.sun-book.com

• 版权所有 翻印必究 •

目 录

16	广州天翔花园
22	成都草堂之春
36	广州星河湾
76	广州罗马假日
84	广州汇景新城
94	广州锦绣香江
102	深圳观澜高尔夫豪华别墅
112	厦门未来海岸
132	广州鸿翔大厦
138	南京天元城
154	广州番禺金海岸花园
160	长沙水云间
170	长沙香格里拉五星酒店及服务公寓
172	广州山水庭苑
173	天津梅江南居住区
174	杭州天都城
176	广州保利花园
190	广州蓝色康园
194	广州新世纪花园
204	北京富华园小区 / 崇州雅典娜小区
205	北京清水湾小区 / 宁波青林湾小区
206	合肥新加坡花园城 / 苏州都市华庭
207	武汉南国明珠 / 武汉银河湾
208	上海复地艺墅
210	广州颐年园
220	广州星河湾酒店
222	广州碧桂园凤凰城酒店
226	海南三亚天域度假酒店二期
228	青岛海景(国际)大酒店
230	广州世纪之光旅游文化广场
231	三水芦苞温泉度假村
232	厦门海沧四星级酒店
233	广州现代商业广场
234	增城东方商学院
236	石家庄东铁大厦
237	广州琶洲保利大厦

序

每次回夏威夷，最爱的还是海。与从前一样，少不了到沙滩踏浪，看着红彤彤的夕阳燃亮满天的云彩，缓缓地没入海中。Waikiki 海滩依旧不变的是醉人的椰风、喧哗的海浪，还有比基尼女郎健美的身影。每次又少不了为一些小小的新景象而惊喜感触，看那以前略显单调的步道旁沿途妆点了诱人留影的园林小景，还有新燃亮的火把欢快地为夜色伴舞，这个度假天堂悄悄地又增添几分动人的景色。生活了十几年的这个老地方，模样总是那样亲切，时光流逝，从没有容颜老去的感觉；点点滴滴不间断地改善，如同山藤成长，不断添枝加叶，熟悉的美依然延续，在时间的润色下越变越美。

游历欧洲大陆，每处史诗般的宏伟建筑叫人叹为观止。那些震撼人心的空间、无懈可击的比例、还有精美绝伦的修饰……没有一处不令人感叹建造者的用心和功力。不禁要问杰作何以成就？背后的故事原来更令人唏嘘，这些石头史书的辉煌字句竟是由数十年甚至数百年的艰辛与心血铸成；精工雕琢的美丽形体与心血凝结的生动神韵，以无法抗拒的魅力感动了一代又一代人，经受历代天灾人祸的磨难，被世人作为宝贵的遗产守护至今，在岁月的洗礼之中历久弥珍。

在德国一个无名小镇，邂逅两位远道而来的瓷娃娃迷，随同参观了 M·J·Hummel 瓷娃娃博物馆。百年前一名修女笔下栩栩如生的可爱孩童模样，在这里一个小小手工作坊被绘制成逗人的陶瓷娃娃。一件不起眼的小小玩意儿，通过精心的制作，百年的耕耘，成为一个闻名世界、拥有众多收藏迷的经典品牌。观摩瓷娃娃的绘制，不禁惊讶这些简陋的工具、手工的操作竟能在高科技、高效率的今天拥有不可替代的竞争力；在各式各样玩具充斥视野的城市，竟有爱好者不远千里来认购原厂出品的瓷娃娃；一件极之平凡的事物，原来可以变得如此不平凡。

回想曾经做梦的年代，满怀着多少改天换地的理想；而现实的世界中，个体是如此渺小、生命是如此短暂，而完善一件事又是如此不容易。每一项流传后世的杰作都不可能靠一朝一夕的功夫轻易地一蹴而就；每一个城市的美丽均离不开许许多多的人们不懈地执着追求。只要付出足够的心血和时间，任何平凡的事物都可以展现奇迹。如果每个人都专注地对一件事精益求精地做好，世界无疑会变得无限美丽。

1996年的夏天，WY 公司在中国得到一个2万平方米住宅项目的设计机会。我们没有在意过项目的大小、没有在意过住宅的平凡、没有在意过付出的多少，义无反顾地踏上了追求完美的旅程。在我们眼中，每一个都是不平凡的项目，在我们心中，每一次都有书写史书的热望。无奈建筑是一门遗憾的艺术，因为时间永远都不够支出。通向完美是一条走不到尽头的路，为了那个不随时间而老去的美丽梦想，我们不惜穷一生的精力孜孜不倦去追求。本作品集中每一个案例，都是这条路上一个个深浅不一的脚印。愿每一滴心血都能滋润城市这根山藤上的一片绿叶，使它经历时间的风雨仍能焕发蓬勃的生命力。

设计案例分析——广州“星河湾”

项目概况

“星河湾”坐落于广州番禺，番禺位于广州市区的南部。2000年番禺撤市设区，广州推出南拓政策，将在番禺建成新广州居住中心。而在番禺与广州交界处面积近2万亩的区域，成为一处千亩大盘云集的开发热点；因为以华南快速干线连接，于是有了一个在房地产界十分响亮的名字——华南板块。

“星河湾”的建设用地位于华南板块的华南干线桥头堡位置，占地1200亩。这宗地具有十分明显的地段环境特点：在交通方面，有两条大桥连接广州，到天河CBD仅约15分钟车程，交通非常方便。在环境方面，位于一线临江位置，北面享有1.8公里长的沿江风景。在地形方面，沿江面呈东西向狭长带形，并被南北向的华南干线及若干水道划分，地形分散，向心性差。在区域市场方面，周边大盘林立，竞争形势严峻。

产品定位

楼盘位于城市近郊，郊区楼盘的市场定位通常较难把握；项目在规划阶段尚未有明确的策划定位资料。WY公司设计主管在进行规划设计的过程中，运用在美国房地产多年的经验背景，在开发理念和产品定位方面与发展商决策层充分沟通，一致明确了以精心创精品，以高素质产品能动地吸引高层次消费群体，打破惯常的以产品被动地追随、适应主流大众市场的定位思维。在确定高档优质和特色风格的产品定位后，通过设计团队和发展商对产品的精心设计和打造，以及营销策划团队的出色推广，使“星河湾”在竞争激烈的华南板块回避了同质竞争的困境，以鲜明的个性和特质稳占一方市场。

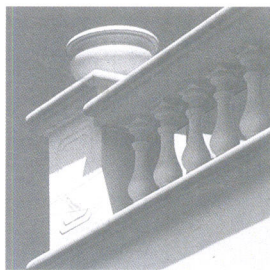
设计理念

因地制宜，注重效益

“星河湾”的总体构思是从对项目的区位、地形及环境条件的分析开始的。根据项目一线临江、用地分散以及周边大盘云集的三大特点，在规划上注意因地制宜，扬长避短、化弊为利。一方面注重对江景的充分利用和共享，把项目得天独厚的条件变成“真金白银”；另一方面，利用功能分区的应变，把繁忙交通干线对住宅区干扰的不利方面转化为增加社区商业价值的有利方面；同时通过合理安排大型公建的布局使之对外经营，利用周边大盘的人气优势为区域的竞争对立面之间图谋互利关系。通过策划型的设计，往往能把一些棘手难题转化为项目独一无二的特色和其他项目求之不得的卖点。“星河湾”的规划还充分考虑了开发时序、物业管理、道路占地、公建、营运等方面的投资经济性和经营效益性。设计师的境外工作经验背景和市场意识，为各系统设计方案的实施提供了可操作性；同时在布局形态、空间尺度和环境氛围上注重景观、朝向、舒适性等人性化因素和营造宜人的社区环境。

着眼成品，以人为本

到过“星河湾”的人与只看过规划方案图的人，可能会对楼盘设计有不同的认知感，只看过图纸的人未必会喜欢这个设计。当时有专



家认为这个方案布局弯弯曲曲没有规律;也有人认为缺乏气派的集中空间和大广场,不够大气。但到过“星河湾”的人,多数会反馈他们喜欢那种步移景迁的感受和亲和宜人的空间氛围。

对于设计者来说,项目落成后的效果早在勾勒设计图的时候就已经胸有成竹了。要强调的是,WY公司对设计所注重的不是图纸与模型的构图效果,而是建成后真实尺度的空间环境,以及更重要的是这个建筑环境给人的体验和感受。“星河湾”的设计构思一直围绕这个重心,力图把设计师在国外那些好的环境里所得到的好的体验融入到项目设计中,通过多方面结合技巧的表达和演绎,传递给所创造这个新环境中的未来体验者。

设计特点

规划结构:化整为零的开放式社区

本着因地制宜的原则,规划构思从客观条件出发,用地既然被华南干线中分、地形分散,规划则顺应其势,不强求“合”,而是强调“分”,通过区域划分,使各种功能定位明确,闹静有别。

对于大型社区,物业管理是一件令人头疼的事。在已建成的一些大型楼盘中,除了围墙及监控设施外,庞大的保安队伍必不可少。守卫森严和保安阵容虽然有利于社区安全,但却令住户感觉生活于兵营之中,欠缺家园的温柔情调。

本项目设计从便于物业管理的角度、从营造富有人情味的温馨家园的角度出发,并考虑到项目本身沿江狭长延伸的地形以及被华南干线分割的现实,在规划结构上采取了化整为零的手法,把庞大的社区组团化,便于物业管理按区域功能和居住档次分组控制,并在以下两方面改善了社区的生活质感:

- 1.强化了组团居住的邻里文化和亲和氛围,使管理人员和居民间相互熟悉,发挥高效又节省的邻里空间的自然防范功能,使组团居住环境既亲切又有安全感。

- 2.打破整体封闭式管理的禁锢感,形成开放型社区,使居民充分贴近和享受小区外围的沿江休闲景观环境资源,并令小区与周边区域形成融和亲善的共享型人文环境。

建筑布局:以景观为主导的自由式组合

“星河湾”的总体规划采用了一种打破常规的自然村落式布局。

规划模式的灵感来源于设计师对古村落自然美的感动:古时并没有规划师,但家家户户顺应地形而建,一个村落以一种自然的形态生长延续,形成多变的组合和丰富的空间;在没有规律的不经意之间成就了浑然天成的和谐美。

“星河湾”在设计师脑海里的梦境是一个高雅而休闲的“度假村落”般的居住社区,这一风情主题的设计思路在项目各阶段与各环节一直延续和贯彻得始终如一。

在总体布局思路的统领下,各期开发结合各自用地的地形、景观特点进行因地制宜的灵活布局:

一期用地临江面宽,景观优势明显;根据广州地区“景观大于朝向”的市场倾向,设计上突破了传统南北座向的局限性,以景观为主导布局建筑物。沿江一线转折弯延的组团排布比常规布局增加了更多的江景单元,有韵律的错落形成了视线通廊,使后排的住宅也有机会望到江景。首期开盘以来的市场反映,肯定了这一布局的效益;无江景的单元售价为4000~5000元/平方米,而江景单元虽售价高达6000~7000元/平方米,但仍因抢手而供不应求。

一期各组团围合式布局形成开阔的庭园空间,部分楼距可达80-



100米。比较兵营式的组团排列,每户只有相当于楼宇间日照间距的景深,避免不了视线的直接对视,私密性差;而“星河湾”自由式的设计特别照顾每一户的景观视线:错落的布局使多数住户享有大于楼距的景深视野,使视线穿过自身组团空间去观赏更远的园景甚至江景,从而使户户有景,且景深大而相互对视少。

二期用地临江面窄,纵深大且西邻交通繁忙的华南干线。建筑以南北向的自由弧线灵活布置,突出南北朝向优势,弱化华南干线的影响。各组团绿地通过局部架空实现空间渗透和视觉延伸,使多个尺度有限的小型庭园串联为一个天地广阔的大花园。

三期用地较方正,居于整个项目用地的核心。规划一方面通过近似对称的布局 and 中心大型共享空间强调向心性,突出三期的中心地位;同时在单体和空间布局形式上吸取一、二期的优点,既延续一期大进深少对视的景向布局,又体现二期组团间流动空间的通透变化,形成既有共享性又有私密性的园中园环境空间,使三期成为前期优点叠加的升级版。

流线系统:步移景迁的人本设计

“星河湾”的流线系统规划根据社区设计主题与布局特点,体现与外围市政路联系直接的“开放性”与“便捷性”、均匀连接各组团的“均好性”、适应住区人居尺度和避免用地浪费的“经济性”、兼顾日常行人及应急行车的“机动性”、组团人车分流的“安全性”、组团保安易于监控的“管理高效性”以及步移景迁的“景观休闲性”。

配合小区的自由式布局和组团式结构,以及对区内交通安全的考虑和对休闲环境的体现,道路规划在满足居住区常规使用要求的前提下注重控制行车干道数量和尺度。一方面减少不必要的道路占地,提高用地经济性;同时利于区内车速控制。除市政路外,多数区内道路均设计成自由曲线形态,无论驾车或步行都能令人体验步移景异的愉快和轻松;弯曲的车道自然减缓车速,避免使用减速槛对人造成的不适和对车造成的损害,以自然的方式改善行人安全感和行车的急切感。

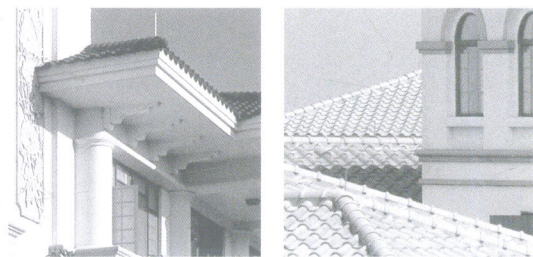
社区内每个组团都设置与区内主干道相连的半地下或地下车库,形成人车分流系统,使组团内部成为完全步行的休闲园区。住户在车库停车后即可直接从各栋连通车库层的楼道、电梯直达住所。各期停车空间均为阳光车库,既节省资源又可提供宜人的停车环境,同时隔离了潮湿地对首层的影响。

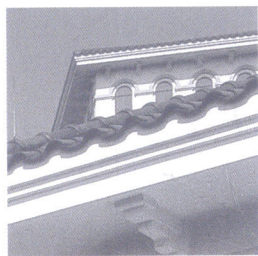
公建布局:注重投资与营运效益的布局系统

大型社区要求的公建配套内容多、规模大,尤其位于郊区或新开发区的大型楼盘,公建配套是项目投资成本、营销推广与营运管理的重要考虑之一。配套建设是一把双刃剑,把握得好能够作为促销卖点,处理不好会成为经营负担。

“星河湾”的公建配套规划着眼于投资与营运效益,通过对配套项目类型、规模、开发时序、布局位置与建筑设计的综合考虑,结合发展商的开发计划与建设规模进度,在规划和单体设计上充分考虑和体现公建配套设施的时序效益、经营效益与形象效益。

“星河湾”作为1200亩的大盘,首期规划上只配置了一个3000平方米的经营性会所和小规模的商业街。这些公共设施一方面与区内服务住户的组团泛会所一道,为首期住户提供适量的生活配套,避免过大规模形成投资与经营压力并拖长建设工期;另一方面小规模的公建容易精雕细刻,为小区提升档次、树立形象,形成亮丽的门面,





使适度的投资和工期取得最佳效果。后期随着人气的支撑开发较大型的公共配套,如二期的学校与幼儿园、三期的大型购物中心与酒店等,这时的公建规模不但能满足社区住户对配套的必要性要求,同时这些配套不再是营运负担而是可体现效益的盈利工具,这样使资金能够良性运作并使每期均有亮点推出。

“星河湾”在会所配套方面创新性地运用了层次有别的“泛会所”体系。会所现在似乎成了住宅小区必不可少的配套设施,大型社区是否就需设置大型会所?国内与国外对会所的概念有着不同的理解:国内许多小区的会所其实仅具备一个社区商业或服务中心的功能,并非是一种人以群分的或作为身份象征的社交场所。对会所服务性质和经营性质的混淆,容易导致运作上的尴尬局面:把功能复杂的大型或高档会所置于小区内部,只服务居民,其运作费用难以靠管理费支撑;若以收费维持,不菲的消费既令住户望而却步,并形成恶性循环,又令住户对买房不能享受服务设施感到不满;如对外开放经营,外来人流必然会影响居住环境质素。会所周边的单元往往较昂贵,但受干扰却较大。“星河湾”的会所设置考虑了两种系统,设计成泛会所体系:一类是开放式的经营性会员制会所,布置于小区边缘,既作为小区门面又作为高尚消费场所向区内外营业,对区内不形成负面干扰;另一类应用了国外楼盘中的社区中心(clubhouse)功能,每个组团内在首层配置便利店和其他生活服务设施方便住户,同时配置设有简便设施的、可供住户自我服务的康体设施和休闲场所,供亲友聚会、娱乐之用。这类泛会所的康体休闲设施可由管理费支持,属于组团配套,住户可免费享受。

“星河湾”区内的主要公建如经营性会所、商业街区、学校等,均从布局和设置上考虑了向区外经营的可行性。而这些公建除了作为功能性建筑之外,还设计成代表小区档次、风情与品位的门面景观建筑,充分体现形象效益。

绿化景观体系:与建筑和大环境完美交融

在环境与景观方面,“星河湾”的总体规划强调连绵不断的绿化体系和流动的景观空间,打破通常以建筑为界面围合庭院的刻板模式,反之以花园围绕建筑,使建筑坐落于花园中,强调园林与建筑的交融。

在“星河湾”这个拥有优越外围景观的社区,设计注重内外环境的交融贯通,注重对外部环境的整治、美化和利用。参考国外开发一处、美化一处的发展模式,在总图上,规划把不属于小区建设范围的江边市政道路和华南干线桥底当作小区的外延休闲区来考虑,建议把原先并不吸引人的沿江一线美化为临江休闲带,引入澳洲等地宜人的亲水堤岸处理,建造桥底公园;并整治区内河道,使小区拥有优美的外围环境,以江景为引导形成外向型休闲社区。这样,一方面通过美化临江堤岸,使江景单元享有更好的远景与近景结合、自然与人工互补的景观含金量,另一方面为小区营造了大面积的活动空间。开阔而舒适的亲水江堤经常成为社区文化活动的理想场所,如中秋晚会、除夕烟花观礼等;而这些热闹的聚会空间由于设在社区外围,并不影响区内安宁。由于规划充分营造并利用了外部环境作为社区的大型公共活动场所,因而区内环境可侧重于均好性与亲切感,营造实用而安宁的园林空间。

在景观主题上,基于“星河湾”临江的亲水特点,规划提出以“水文化”为特征的景观设计定位,通过具体园林设计形成生动而丰富的“水”的景观系列。

组团环境结合灵活的组群排布,形成各自不同形态的内庭空间,配

有园林式泳池、戏水池、儿童活动场地、烧烤园、休息亭等,这些庭园设施既有功能性又具景观性,成为既实用又美观的风景元素。

户型设计:立足国情、紧扣市场、引领时尚

首期住宅单体基本为一梯四户电梯洋房。考虑项目的高档定位,设计师建议每栋配置一台电梯,一来满足现代生活需求,打消家有老幼的买家的顾虑;二来使景观价值高的中高层单元能卖高价钱;并在保持容积率的同时留出更多绿地,优化环境且为群体造型的高低错落提供条件。主推电梯洋房的做法对于当时郊区楼盘来说是个极为大胆的尝试,但这一提议得到富有魄力、敢于吃螃蟹的发展商的大力支持。销售证明:电梯的投入得到高效的回报,不少追求舒适生活方式的买家正是冲着电梯而来,供认购的高层江景单元与复式单元基本以高售价被抢购一空。

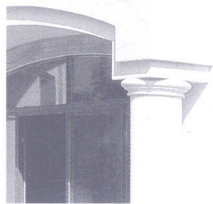
单体设计对一梯四户的工字形平面进行了变形处理,形成Y型平面,拉开了前后单元的距离,使后排大户型有更开扬的景观面。前排两个小户型通过结构设计的配合可以打通成无梁阻隔的大厅大户型,而后排具有前后两面景观。虽是一梯四户但每户都有板式单边楼房的通透舒适感,良好的穿堂风使样板房在夏天不用空调都觉得凉快舒爽,销售反映首期的楼型户型很受卖家认同。每栋楼的电梯间设计成开敞通透的阳光中空厅,达到较高的实用率,同时给人舒适的感觉。

虽然楼盘规划布局和外形设计非常自由多变、不规则,但内部单元户型的设计却以中国国情和当地居住习惯为依据,主要空间采用了方正实用的间隔。考虑楼盘的郊区地段和高尚定位,两类主打户型均采用较宽松的面积与空间,如两房两厅85~95平方米,三房两厅120~130平方米,层高3米。在空间围合方面,富有特色的是,以多阳台的设计取代港式飘窗台,提供适合南方气候与居住习惯的通透性空间,使生活更贴近自然,令住户有更多与外部环境亲密接触的机会。

第二、三期的住宅单体结合市场对前期单体户型的反馈,在延续受市场欢迎的设计特点的同时,不断进行档次提升和技术改良:如主力户型面积随着楼盘品牌成熟而不断增加;主要户型组合从一梯四户变为南北对流的一梯两户;功能设置从单套间改为双套间;结构体系从全框架到采用预应力大板,以提供更灵活开敞的室内间隔。户型空间以跃式处理呈现更活泼多变的视觉效果;户型细部处理结合专业室内设计,使功能划分、空间形态与装饰细节更细腻到位;如把管线包括空调冷凝水管全部预埋,把平淡的过道空间处理成富有功能和特色效果的吧廊和圆弧过厅等;交楼以精装修一步到位。精益求精的追求使户型设计以方正实用、舒适美观、切合当地生活及富有品味特色等优点获选“广州金牌户型评比”金奖。

空间气氛:营造回家的感觉

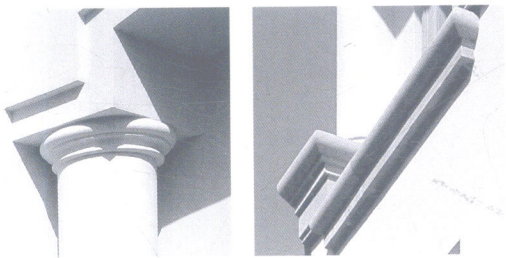
不少人留意到“星河湾”并没有气派堂皇的入口门楼、区内也没有大尺度的广场空间;这是由于在设计上刻意回避过于人工的、硬性刻板的景观,同时不希望在区内形成大面积的聚人空间。WY公司认为社区的凝聚力不在于设计的形式,而在于氛围。居住环境不同于城市空间,营造大体量的构筑物和大尺度的空间不仅浪费金钱、浪费宝贵的用地,还对人在尺度上产生一种压抑、震慑和漠视的感觉。大型的中央广场空间只有相邻的周边单元可以享受,要满足一定容积率,为腾出大面积空间必然挤压其他区域的住宅间距而导致共享性和均好性欠佳。而且居住区内集中的广场空间往往在周一至



周五利用率不高,空荡冷清无亲切感;而到周末就过于聚人、喧哗鼎沸。中心广场周边往往是售价最贵的单位,而住户在周末最需要休息的时候却享受不到舒适安宁的生活。所以WY公司对于设计往往不着眼于图纸上的形式与构图,而是老老实实站在人的角度,设身处地为买家日常生活考虑:购房者买的是一处家园,要的是回家的感觉,而家应该是亲切的。“星河湾”的社区环境设计不侧重气派和壮观,而着眼于营造尺度宜人的空间和亲切的氛围,留意各种空间细节如道路各转折处的对景、景观的层次感以及空间识别性等人性化因素。

建筑立面之环境形象: 华南干线和珠江水岸的风景线

规划设计一方面强调小区建筑对外部景观的利用,另一方面也注重令小区建筑本身成为外部大环境中的一处亮丽景点。本项目位于交通干线两侧的沿江开阔地段,位置十分显眼。设计对建筑群体的美感十分重视,希望从华南干线一路走来,看到“星河湾”是一道高低错落、层次丰富的风景。虽然一期由于高层区未能实施而呈现单一的多层体量,但通过平面的多座向布局、单体立面丰富的体量变化以及高低起伏的群体轮廓,形成富有韵律的波浪形天际线。第二、三期的建筑愈益强调抑扬顿挫的立面节奏和丰富的组合效果;虽然设计变化多、工作量大,但落成的建筑群为江景增色不少。在销售广告中,发展商信心十足地告请前往看楼的人们“别忘了带上照相机”。“星河湾”所打造的江岸景观,被媒体提名候选“羊城新八景”,反映了住宅项目的美观形象可以令城市面貌焕发光彩。



建筑立面之风情形象: 中西合璧的混血美人

“星河湾”的建筑风格力图体现新古典建筑的简美优雅与“度假村”式的休闲轻松。在设计格调上有机地揉合了包括地中海的贵族度假品位、夏威夷的自然环境风情以及中国南方建筑舒展飘逸的线条美等几种似乎互不相干的美感,并把它们融汇得天衣无缝;设计创新之处还在于把通常是低层体量的度假建筑风格成功运用于高层与小高层体量之中。“星河湾”的建筑立面设计采用丰富的虚实对比,柔和的色彩系列、质朴的材料搭配、考究的比例尺度以及细腻的装饰点缀,着意刻画一个高贵而有内涵的混血美人:她既有西方丽人的体型比例与轮廓美,又有东方美女秀外慧中的含蓄气质和精致美;两者的完美结合使楼盘处处散发与众不同的独特魅力。

建筑立面之精品形象: 大盘精做的典型范例

虽然面对的是一个1200亩的大盘,WY公司却把“珍惜每一寸土地”作为座右铭,不敷衍任何小节。除了营造建筑整体远观的效果,还把大量心思花在建筑细部设计上。作为现楼销售,设计深度是出效果的关键一步,精美的细部设计体现楼盘的档次、质量和特色。设计对建筑各个局部都进行精雕细刻,推敲每一处的比例、款式、尺寸、材料及接口,甚至对商业街招牌设计、布篷款式等订造配件都进行把关;开盘后媒体报道这是个业界公认、经得起行家挑剔的作品。精心的设计使投资比重最大的建筑不但成为实用性功能产品,而且经过雕琢成为艺术精品,以美轮美奂的形象成为社区风景的主角之一。

设计统筹: 整体风格的协调统一

一个高质素的楼盘,讲究设计品味和风格的整体和谐。“星河湾”作为一个超级大盘,开发周期长,单体类型多,市场变数大,专业协

调难。WY公司作为设计主导公司,除负责本项目的总体规划和单体的建筑设计,还担任发展商协调其他配套专业如园林设计和室内设计的参谋顾问,全面指导整体设计风格的配合和体现;对景观设计,提出了配合富有度假风情的建筑风格、体现度假村式(resort style)休闲浪漫的情调和愉悦轻松氛围的设计方向;对室内设计也提出了在休闲中体现高尚、在简洁中体现名贵的格调要求;并参与设计成果把关。在设计与实施过程中,WY公司执着地追求总体规划与各期各类单体设计、建筑与其他专业设计的方向一致性,使楼盘从总体到细部、从室内到室外、从建筑到环境体现和谐、有机的整体性。

技术应用:新型材料技术的试验田

为打造富有先导性的高起点社区,“星河湾”不但大胆引用国外先进的开发与设计理念,而且大量运用新型材料与技术,包括结构、节能、装修、设备、智能化管理、环境质量保障、饰面及防水、停车等方面几十种成套技术、专项技术和新型设备、材料与工艺。其中,大跨度预应力无梁大板结构和轻质隔墙技术的应用,使室内空间布局灵活自如;住宅中空玻璃铝窗保温隔音、节能又舒适;空调室外机的隐蔽和管线预埋设计,使立面效果美观完整;可视对讲系统、IC卡技术、周边防范系统、电子巡更系统及闭路监控系统,使小区住户在轻松氛围中享受安全生活;阳光车库设计节能降污染,而且使用舒适;厨卫安装和建筑装修一次整体到位,并附设高科技设备如智能化冲水坐厕等,大大提高交楼标准和居住档次;四级分质供水卫生环保,高效维持社区水文化环境;改良性沥青混凝土路面和干线隔音板,起到良好的防噪效果。“星河湾”作为新思维、新技术的试验田,处处体现设计原创性、科技先导性和开发产业化,从而被建设部列为3A级“国家康居示范工程”。

项目操作:工期与质量兼顾的超常规操作

“星河湾”的产品质量无疑令众多业界人士叹为观止,而“星河湾”的建设工期同样也无疑令很多人不敢相信:从总体规划动笔设计到30万平方米首期工程全面封顶,为期一年;1500平方米的售楼部从2001年2月中旬动笔设计至4月28日开盘使用,从设计、土建到装修为期仅两个半月。

工期与质量如此尖锐的一对矛盾,是在什么条件下得以两全其美?答案只有一个,就是发展商、设计师与各合作方之间高效务实的操作协调。这种操作必须在意识上充分信任,在方式上打破常规。合作过程中,设计师与发展商决策层的沟通直接而充分、层次少、反馈快、效率高;发展商理解和尊重设计理念和专业意见,充分给予设计发挥的空间,对设计效果的实现给予了最大力度的支持。在配合方式上,WY公司根据国内外项目操作的多年经验,形成一套控制设计质量和平衡工期矛盾的操作方法。在与发展商的配合当中,双方都采取非常务实的工作方式,避免在门面功夫和应酬事务上浪费时间和精力;在快速操作过程中对枝节问题避免吹毛求疵或不现实地片面追求完美,从而在有限的时间内从大的方面控制了进度和效果,并较好地均衡了各个设计阶段的时间分配,保证了后期深化设计的工期和设计质量;这种突破常规的操作把不可能变为可能。

项目业绩:品牌销售双丰收

“星河湾”自2001年5月面世以来获得了品牌与销售的巨大成功,其效益与影响有目共睹。



在品牌方面,获得了业界、政府、市民多方面的认同并且获奖累累,包括:

2002年及2003年两度被评为“中国名盘”;

2002年荣获“中国文化名盘”;

2002年荣获十佳品牌社区金奖;

2002年荣获最佳人居环境金奖;

2002年荣获最佳园林景观金奖;

2003年荣获“广州楼市金牌楼盘与金牌户型双金奖”;

2003年作为住宅项目,破例荣获广东省建设厅颁发的“省优秀工程一等奖”;

2003年入选建设部“国家康居示范小区”;

2001年、2002年及2003年三度获广州市民投票选为“最受市民喜爱楼盘”;

2001年、2002年及2003年三度获广州市民与业内专家评选为“十大明星楼盘”;

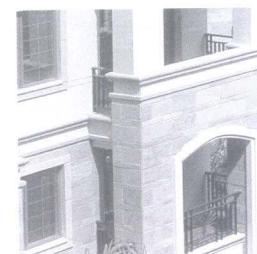
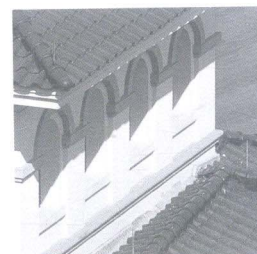
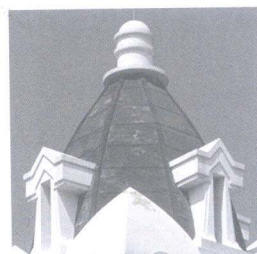
2004年被评为“国际花园社区”

在销售方面:

销售价格比同期、同区、同类楼盘均价每平方米高出逾千元;

2001~2003年经政府统计,名列广州楼市销售面积第三名、销售金额第二名。

“星河湾”从零开始,原是发展商和WY公司一个共同的“梦”,凭着排除万难的信念和对完美的执着追求,在艰难的路途中相互信任和扶持,加上不计付出的努力和务实变通的操作,“梦”最终变成了精彩现实。



广州天翔花园

Tianxiang Garden in Guangzhou

“天翔花园”位于广州天河区。一期为小高层住宅小区，二期为高层商住综合楼。一期于1997年开发。正值港式高密度设计风行之时，天翔花园无论从楼型产品、体量规划、户型空间、样板房设计到外观形象与园林配置，都突破了当时市场常见与流行的模式。令这个仅约二万多平方米的小型项目以“百分百新概念豪宅”的卖点，给广州楼市带来新意。



1. 会所入口
2. 小区内曲径通幽
3. 闹市中一处绿色雅居

