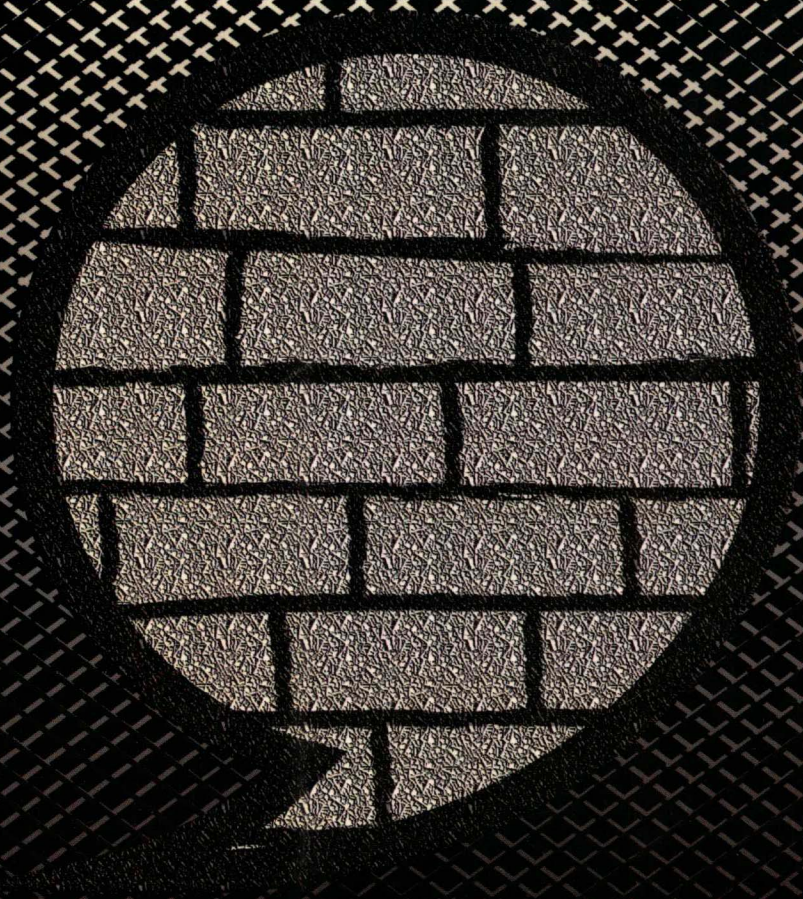




决策资源集团房地产研究中心 编著

万科广深产品研究专集

细节万科

2000张楼盘现场情报

Detail Vanke

大连理工大学出版社

决策资源集团房地产研究中心 编著
万科独家授权建筑图片集

Detail Vanke 细节万科

2000张楼盘现场情报

上册.

大连理工大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

细节万科: 2000张楼盘现场情报/决策资源集团房地产研究中心编著. —大连: 大连理工大学出版社, 2008.7
ISBN 978-7-5611-4244-8

I.细… II.决… III.住宅-建筑设计-中国-图集
IV.TU241-64

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第090579号

出版发行: 大连理工大学出版社
(地址: 大连市软件园路 80 号 邮编: 116023)
印刷: 广州伟龙印刷制版有限公司
幅面尺寸: 215mm × 280mm
印 张: 48.75
出版时间: 2008 年 7 月第 1 版
印刷时间: 2008 年 7 月第 1 次印刷
责任编辑: 房 磊
封面设计: 谢小玲
版式设计: 谢小玲
责任校对: 陈姗姗

书 号: ISBN 978-7-5611-4244-8
定 价: 580.00 元(上、下册)

发 行: 0411-84708842
传 真: 0411-84701466
E-mail: a_detail@dutp.cn
URL: <http://www.dutp.cn>

编委会

编著单位:

决策资源集团房地产研究中心

编委:

喻颖正	章伟杰	林旭东	王咏
吴传鲲	梁永光	张连杰	张冬
房磊	章俊杰	谭敏	周斌
成文冠	刘丽娟	贺颖红	张斌
向芳	肖鲲	张亚辉	阙文芳
顾芳恒	仲文佳	李白玉	李石养
陈朝辉	陈恺	罗克娜	谢小玲
黄晴	李林发	潘永彬	王晓丽
杨春烨	张玮	官鹏	胡洁贞
何炼明	陈明辉	李海维	许文凡

执行主编:

洪若麒 李白玉

美术编辑:

黄晴 潘永彬 李林发

技术支持:

常州奥林匹克花园 《决策情报》整合服务系统

法律顾问:

陈少蔚 (广东力诠律师事务所)

媒体支持:



21世纪经济报道
21st CENTURY BUSINESS HERALD

建筑时报

《中国房地产报》 《中国建设报·中国楼市》

中国商业地产联盟 南方楼市

序言

万科如何用建筑“蛊惑人心”

极限环境会激发人的潜能，这是万科最初做建筑的背景。一开始就放弃了在土地等资源领域的“寻租”而“被迫”在拍卖场上高价拿地的他们，必须在逼仄的空间里“舞蹈”。结果，催生了中国最能以建筑“蛊惑人心”的开发商。

香港室内设计师高文安说，住他设计的房子不会离婚。没人去统计这上千套住宅里产生不幸人生的几率，里面有多少人没结婚，亦有多少人是沉闷至没心情离婚。美好的建筑并不能保证人的幸福，这个常识不容颠覆。

可狂言恰恰阐述了这个绝望世界里，建筑所被赋予的独特使命。我们总是需要一些“挂在鼻子上的胡萝卜”，梦境里那些若即若离的房子，如同黑夜里窗帘后的那些隐秘空间，牵引着人们去“折腾”和“被折腾”。

为了做到比别人的房子卖得贵一些，卖得快一些，或者是为了化劣势地块为优势地块，万科一开始就懂得人类是爱幻想的非理智动物。于是，整个大卖场被精心地营造，售楼部、样板房、样板环境及户外包装，本身就是一个“功能性建筑”。

早期多元化发展的万科，先有自己的广告公司，再有“万创建筑设计中心”，然后再以“海盗计划”挖来“更懂盖房子的人”，再然后，开始住宅产业化的研究与实践。其间的轨迹，蕴含着有趣的逻辑，亦是一个“以建筑蛊惑人心者”的演进史。

有多少人知道什么样的房子可以承载自己恍惚的梦想？早期不那么懂建筑的“营销万科”，恰恰天生具备了“梦想—行为—空间—建筑”逻辑下的核心潜质，也因此跳出了不知所到的禁锢。

这该是用空间细节来赢得“整个战争胜利”的万科的秘密。也因为这个逻辑，我们看到很多并非做建筑出身的万科项目负责人，能够凭借自身素质并受企业屋檐下的氛围熏陶，为我们展现出“寻梦”的空间创造。

这是万科最奇妙的地方，它将价值观复制到各个人、各个项目直至各个建筑细节上。然后，在空间里，又用价值观的输出，从最深层面打动购买者。

对细节进行模仿，并不能逆向推导并获得开发商的核心能力。我们该从本书展现的精彩“万科细节”当中，发现更深层次的商业机密。



万科式的生活画卷

万科在中国创造了一种以自己的建筑及管理理念引导的生活。万科绝妙地把“生活追求”“生活理想”融合为每一个核心，将人们带入了万科式的生活画卷。

万科注重进行消费者调查和研究，注重对城市文脉和地理品位、喜好和生活方式，并了解每个住户的个性，从生活追求。

方式，并逐渐被大众接受。

“万科制造”的产品精髓，以“建筑无限生活”的品牌

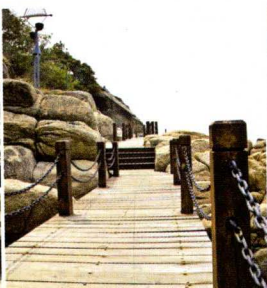
环境的理解和尊重。万科相信，每个人都有不同的追求、
细节出发，在家居生活的建筑和管理上满足他们的需要和



附：万科的建筑文化

建筑的出发点和归宿都是人的生活体验。
万科对客户关注在“拿地”之前就已经开始。
对客户进行细分，以满足不同客户的需求。通过产品创新，
不断提高人居品质，还原土地价值，赋予建筑文化和生命。
提供满足居住者“全生命周期”需求的产品。

独立于人之价值以外的建筑是从来没有的。好的建筑必须是基于对建筑人文的一种深刻体察。





建筑带来的趣味

许多平面部署，大的到一城一市，小的到一宅一园，都是我们生活思想的答案，值得我们重新剖视。我们有传统习惯和趣味：家庭组织、生活程度、工作、游憩，以及烹饪、缝纫、室内的书画陈设、室外的庭院花木，都不与西人相同。这一切的总表现曾是我们的建筑。

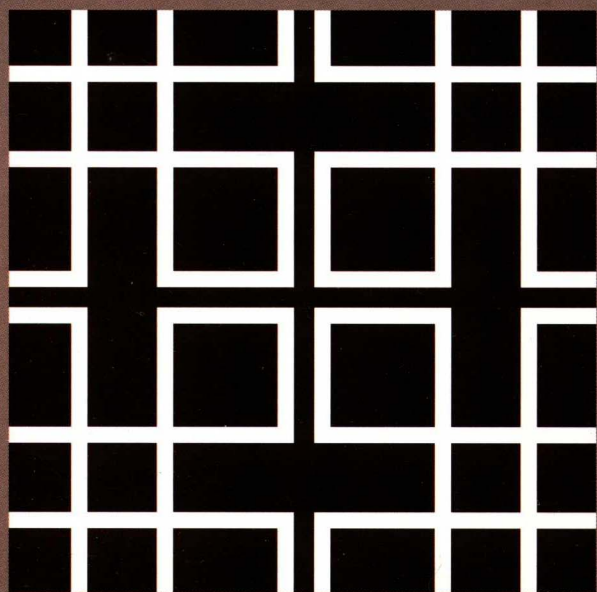
——摘自 梁思成《中国建筑史》



细节万科

——2000张楼盘现场情报

此为试读, 需要完整PDF请访问: www.eitongbook.com



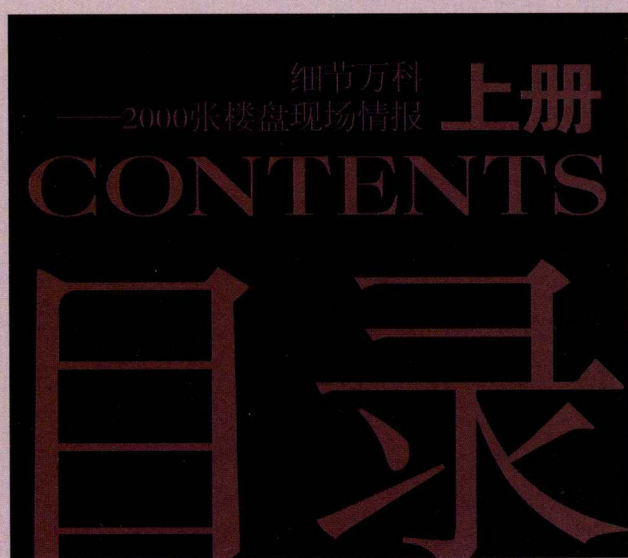
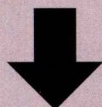
细节万科

——2000张楼盘现场情报

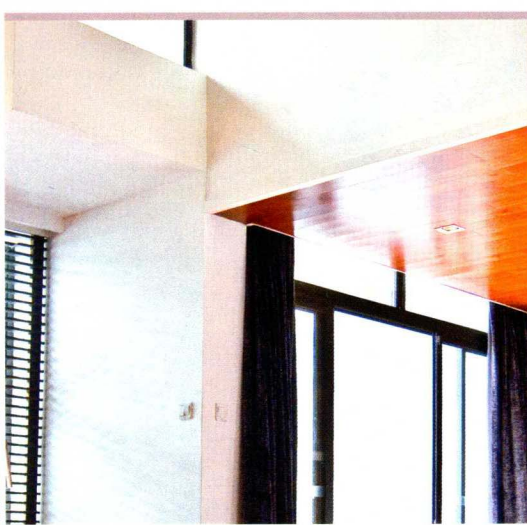


万科关注 客户的生活想法

万科关注客户对生活的看法、对居住的理解、对家的感受，并将之融汇在万科25个城市的近100个社区、100 000席住宅中，贯通于产品规划、设计建造、客户服务和物业管理的方方面面。永远向客户提供满足其需要的住宅产品和良好服务，展现“追求完美”之人文精神，成为实现理想生活的代表。



➤ 深圳项目



■ P2-P49

项目01. 第五园

中国传统的徽派建筑

第五园与内地一些中式建筑折中主义式的复古不同，从一开始就确立了以现代建筑元素来重新解读中国古典居住文化的思路和意图，这种解读获得了巨大的商业成功。

■ P50-P115

项目02. 17英里

望山临海典雅居所

17英里的建筑设计没有刻意营造的建筑风格，却有鲜明的建筑理念及主题，希望做到建筑与山坡结合，生活空间与大自然融合，体现真正的海岸生活模式及态度。

■ P116-P175

项目03. 深圳万科城

上品城市别墅典范

万科城依地势高低设计成为低密度的别墅大城，建筑风格糅合了西班牙和地中海建筑的精华，为深圳首创的亲地别墅社区。

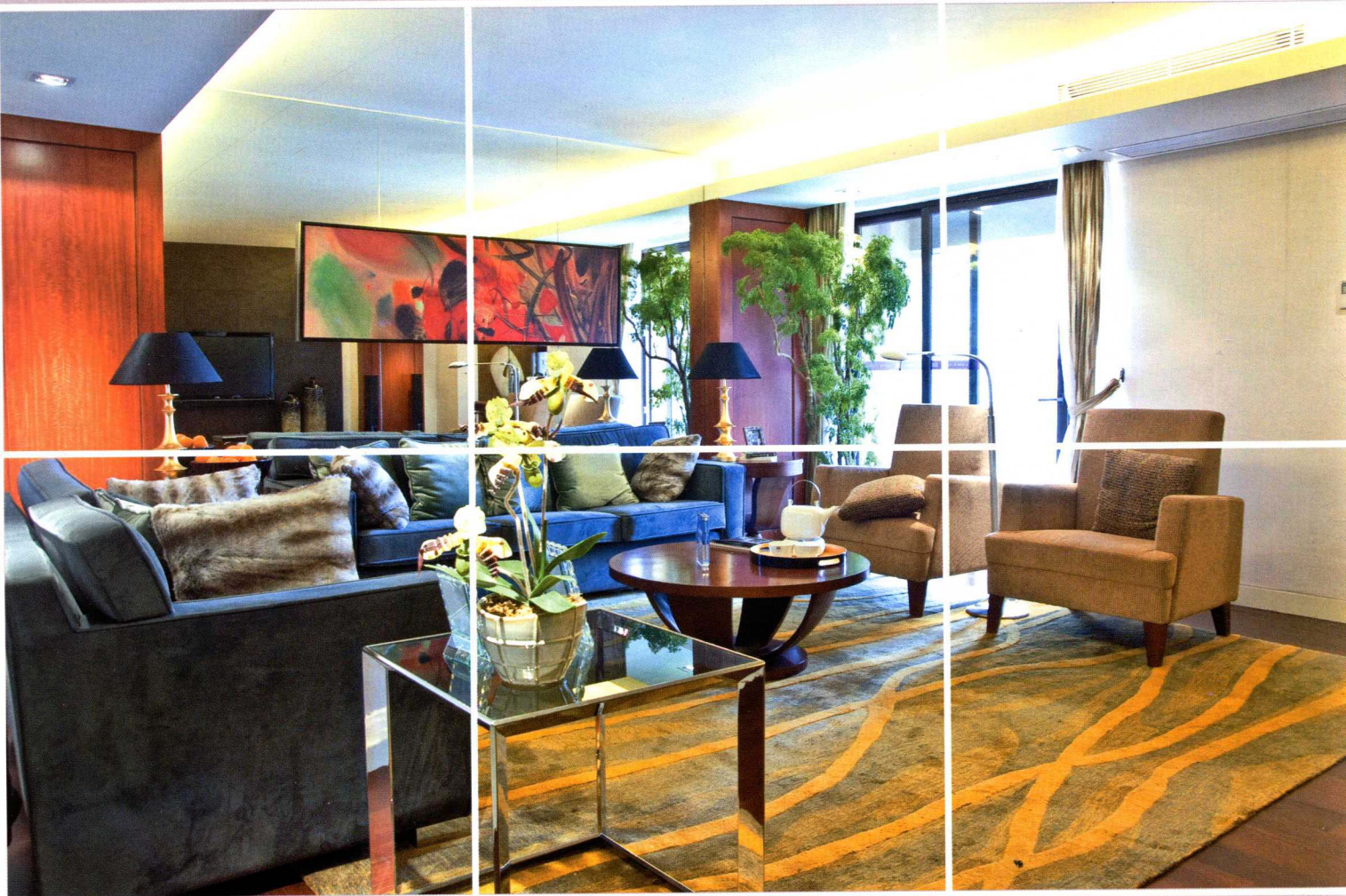


细节万科
——2000张楼盘现场情报

上册 目录

CONTENTS

深圳项目

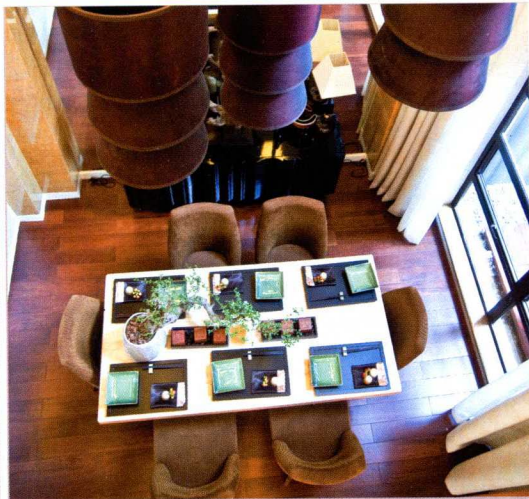


■ P176-P241

项目04. 东海岸

最稀缺的临海高尚社区

东海岸是万科近年重点项目之一，也是万科开发的第一个集休闲、度假、居住、会务为一体的综合型项目，其建筑和环境设计风格融合国际风情与本土特色，演绎加勒比海式热带简约的生活环境。



▶ P242-P293

项目05. 深圳四季花城 城郊超大型高尚社区

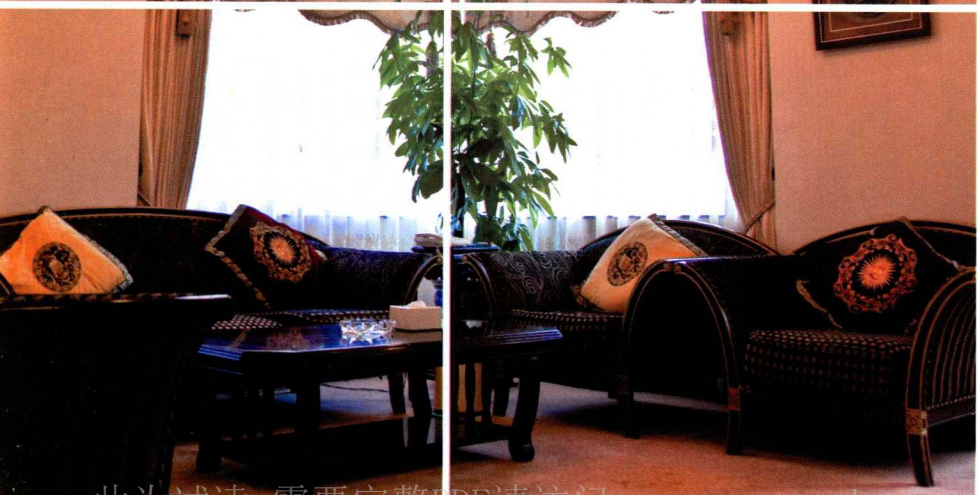
万科四季花城标志着万科从单体式、小区式开发向小镇式成片开发模式的成功拓展，在深圳市房地产市场产生了示范效应。



▶ P294-P337

项目06. 金域蓝湾 泰式风情海滨住宅

金域蓝湾在建筑风格上充分体现了21世纪建筑设计个性化的价值取向。整个园林强调环境理念，既体现饱满纯粹的泰式风格，充满异域风情，又加入许多含蓄的中式园林元素。



▶ P338-P351

项目07. 俊园 商业区豪华地标

万科俊园位居深圳罗湖商业中心区，是国内最高、以超豪华住宅为主的综合性楼宇。2000年该项目获得国家鲁班奖，已成为深圳市的标志性建筑。