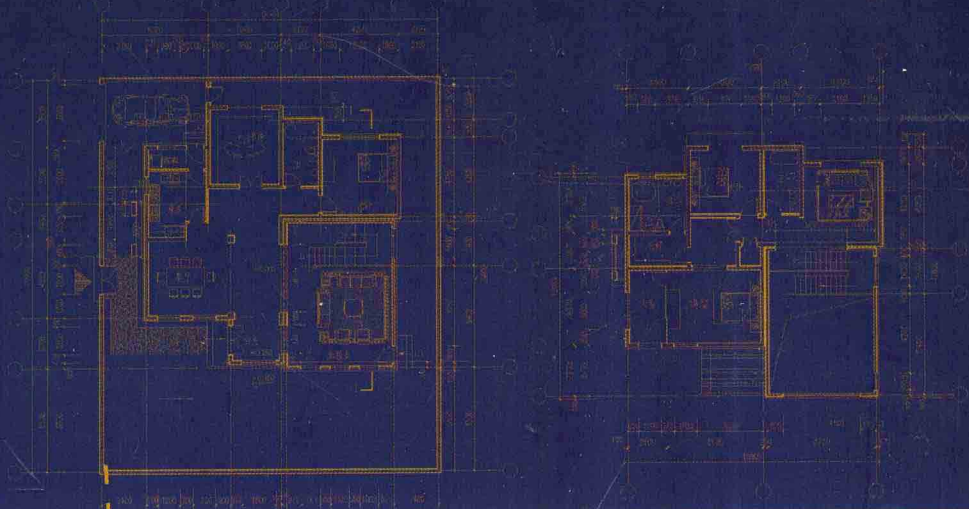


本套书中成功的户型图集为读者提供了强大、权威、实用的市场制胜秘密武器。



唐艺设计资讯集团有限公司 策划 · 房地产公司必备权威、完整户型丛书 · 中国房地产金牌户型大典 II

户型创新圣经

克而瑞（中国）信息技术有限公司 编著

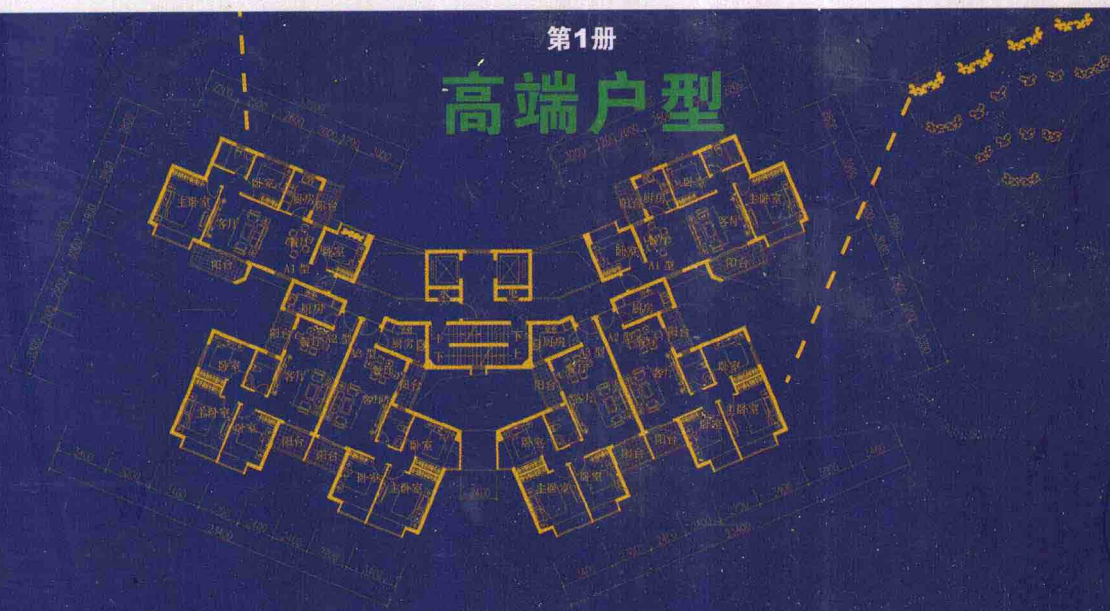
最全 全国**300**个经典项目的**4000**多个金牌户型

最新 所有户型图均来自近**3**年最新开盘的经典名盘

最优 **100%**户型图带标注，**90%**户型有楼层平面图

第1册

高端户型



大连理工大学出版社

本套书中成功的户型图集为读者提供了强大、权威、实用的市场制胜秘密武器。

TU241
D608

唐艺设计资讯集团有限公司 策划 · 房地产公司必备权威、完整户型丛书 · 中国房地产金牌户型大典 II

户型创新圣经

克而瑞（中国）信息技术有限公司 编著

第1册

高端户型

TU241

D608

大连理工大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

户型创新圣经 / 克而瑞(中国)信息技术有限公司
编著. —大连: 大连理工大学出版社, 2010.1
(中国房地产金牌户型大典; 2)
ISBN 978-7-5611-5069-6

I. ①户… II. ①克… III. ①住宅-建筑设计-作品集-中国 IV. ①TU241

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第150058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: 深圳市美嘉美印刷有限公司
幅面尺寸: 215mm × 280mm
印 张: 114.5
插 页: 4
出版时间: 2010 年 1 月第 1 版
印刷时间: 2010 年 1 月第 1 次印刷
统 筹: 房 磊
责任编辑: 张昕焱
封面设计: 李仕泉
责任校对: 伍 嘉

书 号: ISBN 978-7-5611-5069-6
定 价: 880.00 元(共 4 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: 克而瑞(中国)信息技术有限公司

总 编: 周 忻 张永岳

编 委: 丁祖昱 张 燕 金仲敏 喻颖正
陈小平 彭加亮 龙胜平 刘文超
于丹丹 黄子宁 吴 洋 章伟杰
陈啸天 吴传鲲

主 编: 丁祖昱

执行主编: 吴传鲲 刘丽娟 顾芳恒
装帧设计: 潘永彬
美术编辑: 李中石 黄 晴 王晓丽 杨春烨
图书宣传: 贺颖红 关春燕
特约校审: 李石养 李白玉 罗克娜 仲文佳

专业支持:  E-house China 易居中国研发机构
R&D INSTITUTE

网站支持:

 **sina** 新浪乐居

DiChan.com beta
中 国 地 产 网

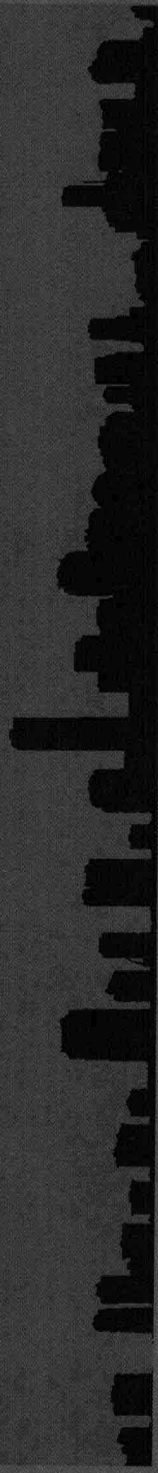
 **中国房商网**
Winfang.com

户型设计 始终是房地产公司的核心能力之一

户型设计始终是提高住宅产品竞争力的核心手段之一，谁能设计出零缺陷户型，谁就具备了赢利的稳定前提。在**区位、环境**等因素不可改变的情况下，户型设计具有**四两拨千斤的功效**。

市场是鲜活的、不断变化的，因此户型设计需要不断调整创新；**市场变化是渐进的、有规律可循的**，因此所有调整创新都必须紧扣市场发展趋势

户型决定楼盘价值， 打造地产项目的户型竞争力



1

向跃错层要空间

客厅或卧室跃错层设计：同样的层高，但室内空间更灵动，且能更好地干湿分区、动静分隔。

2

向布局要面积

室内无过道，面积零浪费，即使是小户型也有面积合理、好用的厅、厨、卧、卫。

3

向设计要和谐

满足年轻人与老年人同居一室的不同居住需求，兼顾家人间开阔而私密的空间需求。

4

向细节要舒适

或进户门处辟小块面积设立鞋柜和衣帽镜，或厨房连接生活阳台，照顾人们的生活习惯。

5

向阳台要延伸

充分利用阳台，既可以合理增加套内面积，又不影响建筑物外观的整齐美观。

6

向传统要吉利

厅堂居中设计，暗合中国传统民居阴阳平衡的住房之说。

点睛

对居住个体而言，户型实反映出个体需求的生活哲学；对居住群体来讲，社会阶层的人文价值取向如何变化，是左右户型走势的关键因素。

畅销户型设计 4大要诀

要诀1

户型设计首先是市场问题，其次才是技术问题

只有满足了消费者需求的户型才能确保项目销售畅旺，因此户型设计首先应站在市场角度、从项目整体定位的高度来审视，而不应站在技术角度、单纯从建筑结构出发。

要诀3

扩大户型设计的适应性，服务于不同的家庭类型

除了面积大小的多档次外，为不同家庭结构、不同消费阶段而设计的户型应有区别：服务于“核心家庭”的户型应该精致小巧、服务于“两代居”家庭的户型应该优雅浪漫、为“三代同堂”家庭提供的住宅则应该温馨亲切。

要诀2

总价的高低是决定户型位置分布的基本原则

位置最好的地方设置总价最高的户型、位置最差的地方设置总价最低的户型，是决定各类户型在项目中的位置分布的基本原则，背离这一点，收获的就可能是积压或低价低利润。

要诀4

提前考虑“两次设计”需求，满足户型灵活空间分隔

最新户型设计模式是“两次设计”，即第一次由建筑师设计带外墙、分户墙、固定厨房、卫生间和阳台的框架住宅；第二次由住户根据各自的生活习惯和各时期的生活需要参与设计，如通过轻质隔墙、推拉门、组合家具等，进行灵活空间分隔。

+

点睛

户型创新绝非易事，应在地域性、舒适性、空间的趣味性和有效性、人际交往、无障碍使用诸方面多下工夫，修补功能缺失，留意时尚档次和消费层次的对应关系。

好户型是房屋 保值增值的决定因素

ONE ■ 第一册

高端户型

别墅：别墅户型面积大，户型设计要做到合理分配面积，布置各种功能内容要紧凑组织平面，以提高利用率，做到大而有序。

洋房：洋房通过新颖的入户方式、层层退合的建筑形态以及情景房的设计，提高建筑品质，给居住者与众不同的全景式情调生活。

TWO ■ 第二册

热点户型

小户型：小户型不应一味求小，而应在功能区分隔、各功能区域的合理面积配比及空间的充分利用的基础上，做到小而全、小而精。

公寓：公寓产品是一种暂时的过渡性产品，产品设计的人性化是公寓的生命力所在，也是公寓投资实现回报的核心因素。

THREE ■ 第三册

主流户型

户型的价值与小区布局、容积率、单元平面、楼层、景观朝向都有关。好户型应符合专业性、合理性、市场性三大评判标准；专业性即符合中国住宅标准；合理性即符合人居标准；市场性即满足民俗标准。

FOUR ■ 第四册

名企户型

独具匠心的户型设计体现着房屋的个性。万科、金地、中海等房地产名企的房屋独具特色且单价比周边同类房屋要贵，贵是缘于其优秀的户型设计提高了房屋的舒适性、使用率及性价比。

序言

创新 = 模仿 + 改良

创新的成本很高，但创新的成功率却很低。据统计，主动创新的企业成功率仅11%，而跟随模仿的企业成功率却高达45%，所以很多人、很多企业都是老二哲学，喜欢走模仿路线。

盛大藉以发家的传奇游戏在韩国已经成功运营多年，陈天桥不过是将成功的模式拿来，加上自己强大的终端推广而已。韩国三星不是从头研发产品，而是买来技术后再做设计和修补。著名的微软没有一样东西是自己原创的，Windows、Office等全部是改良产品。

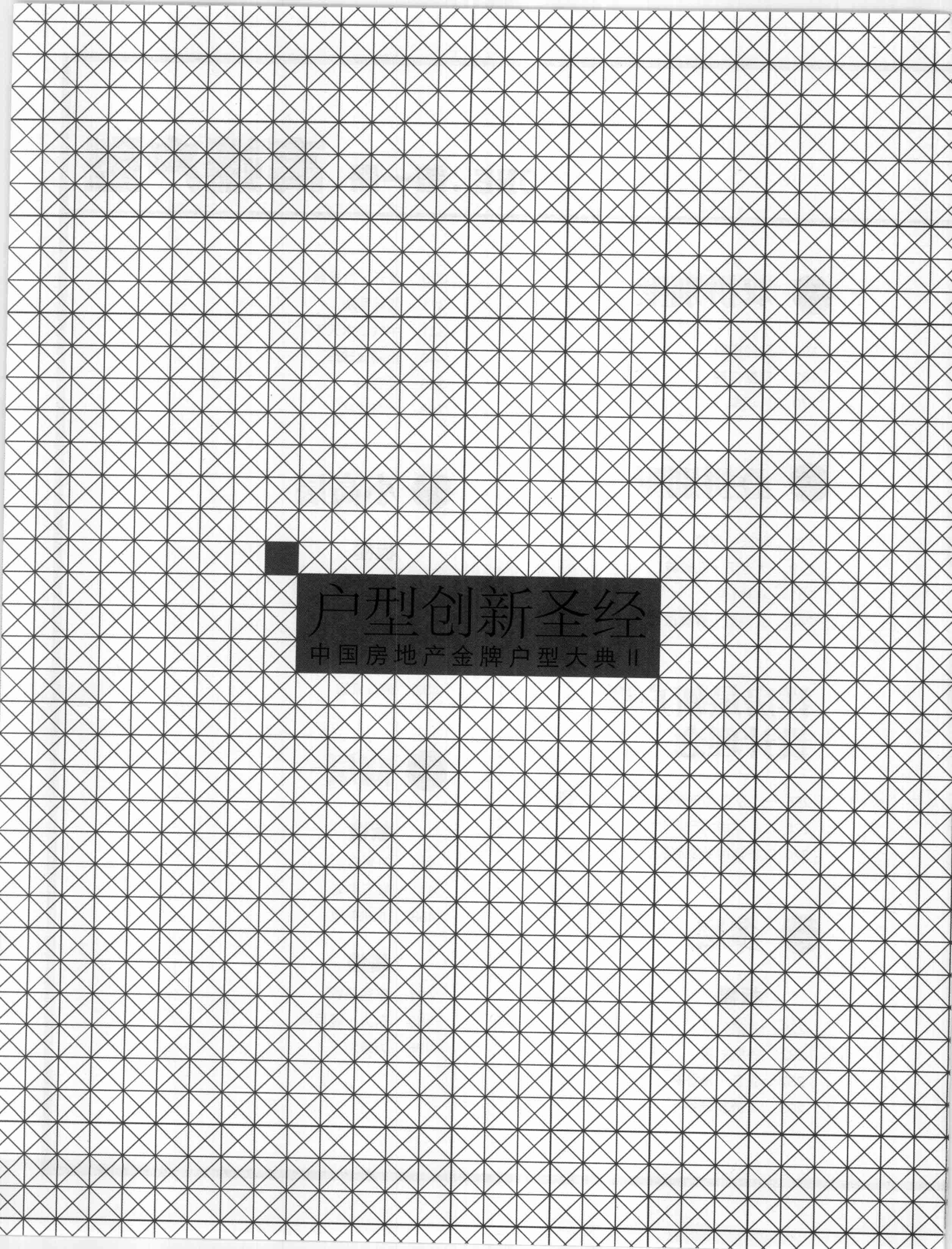
什么是创新？创新=模仿+改良。

德鲁克也说：“模仿本身就是创新，模仿是创新的前提，创新是成功的关键。”聪明的人总能巧借别人的智慧，成就自己的事业。他们可能不是创造者，但一定是快速反应的模仿者。模仿，改良，创新，站在别人的肩膀上是一种使个人能力迅速扩大的智慧。牛顿也曾说：“如果我能看得更远的话，那也是因为我站在巨人的肩膀上。”

但问题是怎么去模仿？

模仿，改良，创新不是凭空产生的，也不是仅仅依靠头脑风暴就奏效的，它必须拥有足够多的积累。而《户型创新圣经——中国房地产金牌户型大典Ⅱ》正是为广大的读者完成了这样一个漫长的、庞大的积累，它无疑是一个巨型的户型设计的宝库。本丛书一套4本，分别为《高端户型》《热点户型》《主流户型》《名企户型》，囊括了全国近300个经典项目、4000张金牌户型原图，全面、系统反映中国户型发展最新成果；并进行一图一文的分析，帮助读者把户型概念转化为特定的、详细的空间组织形式，提高户型设计及鉴赏能力。

人们总是更愿意记录最初的创新者。但请别忘了，那些站在巨人肩膀上的后继者，也同样会饱受赞誉。



户型创新圣经

中国房地产金牌户型大典 II

中国最大的房地产数据库

——CRIC2009中国房地产决策咨询系统

CRIC2009 | 信息之源 解决之道 | 客户热线: 8621-60867728

CRIC2009房地产决策咨询系统是以GIS地理信息系统技术、Intelligent Search智能搜索、OLAP海量数据挖掘技术构建的房地产信息数据库,是中国最大的房地产信息数据库。

CRIC2009涵盖数万个住宅项目、数万幅土地信息、数万个商业和甲级办公楼项目、数十万张房型图片、数百万张广告图片,为用户提供详实的项目建设信息。

- 覆盖中国75个大中城市
- 32,300个住宅开发项目
- 3,700个办公楼项目
- 2,200个商业开发项目
- 24,200个项目土地
- 10,800份研究报告
- 38类统计数据
- 29,200篇房地产相关文章

(以上数据统计截至2009年6月30日)

38类
统计数据

24,200个
项目土地

32,300个
住宅开发项目

3,700个
办公楼项目

覆盖中国
75个
大中城市

10,800份
研究报告

2,200个
商业开发项目

29,200篇
房地产相关文章



欢迎加入地产书友会

购买本书，填写回执
您将得到想象不到的

超值惊喜!!

尊敬的读者朋友：

您好！欢迎您购买克而瑞（中国）信息技术有限公司最新出品的大型地产专业图书《户型创新圣经——中国房地产金牌户型大典II》。

您的批评指正正是我们提高图书质量，更好满足您购书需求的最大动力。

购买本书，填写回执，可立即获得400个地产币及100张精美建筑图片。

获取步骤：

1. 在回执单上写清个人资料；
2. 回传回执单到 020-61073204；
3. 客服人员会根据您的邮箱地址把资料的获取途径发到您的邮箱；
4. 购书客服咨询电话：020-38698916

为保证会刊与资料准确寄达，请填写您的真实个人资料：

姓 名		电 话		手机		E-mail	
工作单位				部门		职位	
联系地址				邮编			

为更好满足您的需求，请填写以下资料：

1. 您获得本书的途径：（请在方格符里“√”，可多选）

☐书店 ☐直销 ☐网站 ☐信函 ☐邮件 ☐传真 ☐朋友推荐 ☐其他 _____

2. 您现在最需要关于地产哪些方面的图书：（请在方格符里“√”，可多选）

☐ 住宅项目策划	☐ 商业项目策划	☐ 项目规划设计	☐ 企业经营管理
☐ 精装修	☐ 项目景观设计	☐ 工程管理	☐ 营销与销售
☐ 地产广告	☐ 低成本运营	☐ 时空环境学	☐ 公司品牌推广
☐ 户型设计	☐ 商业项目设计	☐ 房地产投融资	☐ 其他 _____

您发现市面上有哪些好的房地产类图书：_____

3. 您对本书不满意的地方：

☐封面设计 ☐版式设计 ☐内容 ☐印刷质量 ☐定价 ☐其他 _____

4. 您对克而瑞（中国）信息技术有限公司图书质量有何改进意见？

获取更多克而瑞（中国）信息技术有限公司地产图书信息请登陆
<http://book.winfang.com> 

CONTENTS 目录

户 · 型 · 创 · 新 · 圣 · 经

高端
户型
设计
方案

● 富力湾



● 竹语堂



● 东原香山



别墅最新户型设计理念

- 3 一、别墅分类及其特性分述
- 5 二、别墅社区的规划设计
- 10 三、别墅建筑设计
- 15 四、别墅户型设计

25 独立别墅

- 26 红螺湖别墅·天岳
- 53 天恒别墅山
- 62 湾流汇
- 71 富力湾
- 84 融科·橡树澜湾

93 联排别墅

- 94 卓越·维港
- 105 仁和春天大道
- 112 协信彩云湖1号
- 121 东原香山
- 138 香槟半岛

151 双拼别墅

- 152 润泽庄园
- 163 园墅二期
- 170 竹语堂

177 叠拼别墅

- 178 北辰·香麓
- 219 大运河·孔雀城
- 231 森林1号
- 240 金海湾·森林逸城三期

洋房最新户型设计理念

- 265 一、从产品创新到居住标签的发展历程
- 270 二、洋房的产品分析
- 275 三、洋房的发展展望

277 多层

板楼

- 279 海棠公社
- 282 香雪兰溪
- 287 金色·漫香林
- 293 领秀新硅谷

- 305 首开·常青藤
- 311 复地别院
- 321 中铁山水天下
- 340 南湖玫瑰湾
- 355 社会山
- 358 九月洋房

369 小高层

板楼

- 371 北京香颂
- 378 北纬40°
- 392 爱这城·后海
- 399 隆鑫·花漾湖
- 402 海口紫园

413 高层

板楼

- 415 阳光海
- 441 融汇半岛
- 458 湘湖美地

塔楼

- 467 富丽花城
- 489 东方·威尼斯
- 495 万泉湾

01

高端户型

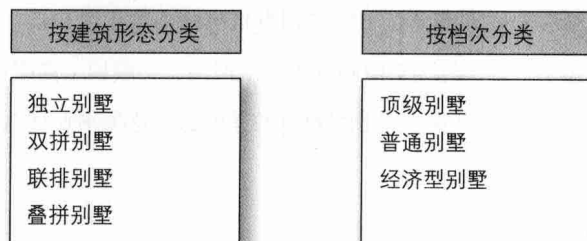


别墅最新户型设计理念

一、别墅分类及其特性分述

别墅一般位于郊区或风景秀丽地区，功能较为齐全，带有花园或院落，多为两三层，部分带有地下室，通常是作为住宅或度假休闲的场所。别墅是低层、低密度、低容积率的“三低”住宅。

别墅住宅千姿百态，根据别墅产品的相关同质性可进行不同的分类。



1. 按建筑形态分类

(1) 独立别墅：独门独户，独享前庭后院

独立别墅四面采光，无公共面积和空间可借，占地面积最大；独门独户，独享前庭后院。多定位为顶级或高档型住宅，面积多在250平方米以上。

(2) 双拼别墅：两个别墅户型的拼合，三面采光

双拼别墅三面采光，占地面积比独立别墅小，面积多控制在160~250平方米，市场定位为中高档住宅。

(3) 联排别墅：平面形式从竖条形向横条形发展

联排别墅在国内的发展变化和更新速度很快。从早期的小面宽、大进深、三层为主到现在的大面宽、小进深、二层为主，同时还增加了室内外的空间变化，包括内庭院、侧庭院等空间处理，每户平面形式也从早期的竖条形变成横条形，甚至L形、T形、十字形，这些使户内每层平面的功能格局更加合理，房间的采光、通风条件得到优化。

联排别墅两面采光，占地面积小，独门、独户、有独院绿地，但花园面积相对较小。面积多控制在130~160平方米，多定位为经济型别墅。