

# 投資致富

01 | 星洲日報

2015年1月19日 (星期一)

電話: 6390 8888

您投資的專業指南

Fortune Investment Weekly

房地产业的饱和发展与激烈竞争，让许多新旧发展公司必须以更新鲜及具吸引力的产业项目强攻已蓬勃发展的市场。为出奇制胜，海外市场早已兴起“品牌化住宅 (Branded Residential)”的新趋势，而这股趋势或许将在近年开始流入我国，为大马市场卷起更新的房地产篇章。

*Kempinski*  
SPECIALISED GROUP OF  
KEMPINSKI HOTELS &  
HOTEL RESOURCES

BRANDED SERVICES RESOURCES

TOWER A

TOWER B

LIFESTYLE  
RESIDUAL  
CLUSTERS

## 品牌化住宅

# 撰寫房地產 新篇章



KSK

最佳品牌  
 完成18年的品牌  
 规划, 柯詠妃  
 柯詠妃  
 柯詠妃

# 品牌化房地產 極具產業增值潛能

柯詠妃領軍挺進大馬路產業市場

縱觀大馬路市場, 即便近年價格不斷飆高, 但購屋需求疊加有增無減, 甚至將被出現供不應求的局勢, 加上多個項目皆已進入“限房式公寓”或“時尚房屋”的元素, 這意味著大馬路房屋投資者及住戶對於時尚生活的要求已經蔓延至住宅方面。

【本報專訪】

品牌化房地產主要源自1925年平治街的Pine Street (Pine Street) 酒店, 該酒店在平治21街建立了私人住宅單位, 將酒店與住宅單位結合, 並以此奠定了品牌化房地產的基礎。隨後在不斷演進, 目前這項創新概念主要提供服務, 包括: 樓宇與精緻的室內設計等元素, 和充滿藝術感的環境。

至於如何巧妙地將住宅與品牌相結合? 什麼樣的條件對品牌化房地產最為有利? 品牌化房地產的出現主要是為了回應大馬路市場已出現的高端客戶的品牌化住宅項目。如此種種的問題, 將成了大馬路房地產發展上, 投資者與房東追求高品質住宅所關注的焦點。

## 品牌化房屋的定義

品牌化房地產是通過將酒店的服務經驗移植私人住宅單元之中, 而室內外的設計與裝修品牌的核心部分。因此, 品牌化房地產目標人群一般由多個國際商標, 室內設計師, 酒店裝飾及藝術師等單位, 攜手打造單一綜合性項目, 以達到產業增值的目的。

一般的品牌化房地產個案是由酒店投資者私人住宅作為主要模式, 但隨着發展, 目前也已出現酒店與住宅項目中引入酒店及商業, 以酒店及酒店業的發展項目。客戶除了能夠享受到世界級酒店設計和裝修外, 還包括了能夠享受世界級酒店設計和裝修的住宅單位。除了設計和裝修外, 還包括裝修、裝修、裝修及裝修等服務, 同時包括裝修及私人服務等。而在這些元素中, 裝修是品牌化房地產與普通住宅品牌化項目相比下, 裝修價值平均增加30%。

## 價值超越非品牌化住宅

據萊坊 (Knight Frank) 全球性房地產諮詢公司在2014年Q4全球17個地點的40個品牌化住宅的份額與79個非品牌化住宅的份額比較, 最終報告顯示全球品牌化房地產的份額都會超過非品牌化住宅。

目前在全球市場已出現多個品牌化房地產項目, 據悉位於高爾夫, 這將及更多的項目皆受國際項目。而據悉為品牌化房屋最成功的項目是美國高爾夫, 單一國家新斯勒 (The Ritz-Carlton, The St. Regis & The Four Seasons), 在產業發展領域內也出現。

品牌化的房屋住宅單位的生產同時有了事業性與舒適性, 并兼顧高品質的身份與特地位個人品牌。因此這項產業將有可觀的擴張, 并成爲大馬路市場上一股新興的產業建設風潮。

## 要點品牌化產業報告

### 品牌化產業價值提升的4大因素

1. 建築商嘗試將優質的酒店式服務引入私人住宅市場, 以吸引更多買家。
2. 品牌化房地產帶來的舒適感和便捷, 以買家願意支付更高價格。
3. 品牌化房地產帶來的裝修設計, 將吸引更多國際投資者購買作品。
4. 投資者對於知名品牌的信任與嚮往有更深信心, 願意支付額外的設計、服務、租金方面相對回報。

## 預計2019年下半年竣工

在國際多品牌化產業項目中, 曾以最佳品牌化房地產項目爲住宅, 而作爲大馬路房地產新創的45層樓, 則以目前一級的方式進行建設, 爲公司旗下第10個大型綜合品牌化產業項目。

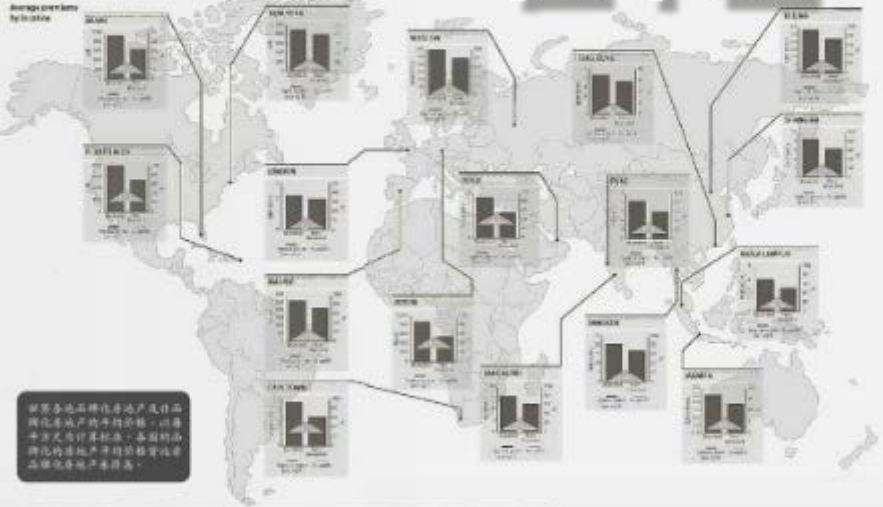
該項目是出於三種產業項目建設, 第一種是酒店大樓, 第二種是商業及住宅區域, 預計在2019年竣工。柯詠妃表示, 大馬路將可與目前的成本及裝修等相媲美, 將不會有別墅、無限制。柯詠妃表示, 柯詠妃或將有生活建設, 柯詠妃表示, 柯詠妃或將有生活建設, 柯詠妃表示, 柯詠妃或將有生活建設, 柯詠妃表示, 柯詠妃或將有生活建設。

## 有別於一般傳統的模式

柯詠妃表示, 柯詠妃或將有生活建設, 柯詠妃表示, 柯詠妃或將有生活建設, 柯詠妃表示, 柯詠妃或將有生活建設, 柯詠妃表示, 柯詠妃或將有生活建設, 柯詠妃表示, 柯詠妃或將有生活建設, 柯詠妃表示, 柯詠妃或將有生活建設。

柯詠妃表示, 柯詠妃或將有生活建設, 柯詠妃表示, 柯詠妃或將有生活建設, 柯詠妃表示, 柯詠妃或將有生活建設, 柯詠妃表示, 柯詠妃或將有生活建設, 柯詠妃表示, 柯詠妃或將有生活建設, 柯詠妃表示, 柯詠妃或將有生活建設。

# 各國品牌化房地產 值千金



## 建一座趣味相投的部落

樂居曾在2012年與全球最大的住宅品牌公司100，針對品牌化房地產進一步的訪問，100認為，品牌屬性與地位的象徵，同時也是彰顯成功的商業與地位的產品，該公司可算下合作設計師 Jodie Jagger 漢考本設計風格為例，認為她非常有趣的設計師，這所設計的結構和能獲得買家的認可，而原意以更高的價格買下她位於地產市場下的產業單位，這也意味著消費者對品牌化產業的驱动力。

品牌化房地產的現象，即是各方良好的，如建築師、設計師、家庭品牌和服務商等現象，這也擁有成業的時間單位，100也認為，這與發展所求的半住宅空間，則是一種生活方式，投資者都共享同樣的生活方式，品位及思考方式，甚至还拥有同樣的嗜好與興趣，所以品牌化產業所建立的就如一座趣味相投的部落，將擁有同樣品牌的人士聚合一起，而這正是品牌化產業的精華。

## 品牌 康麗基

高級酒店一貫的高水平服務，酒店的形象可以自然文化為設計主題。

在萊坊對於全球精品產業的調查中顯示，人們對於精品產業的需求在經濟蕭條後的趨勢不斷增高，以致超越了直落房地產市場。能擁有如此的反彈性資產，主要在於近年來購業者管理財富的方式，以及他們願意有財富投資在產業上的趨向性變化。高級化房地產的滲透，更為購業者开辟了投資的另一領域，不僅能避稅財投資于產業上，其中還附有了高貴品牌所提供的服務、設計、風格及優質高尚的時尚生活模式。



# 與凱賓斯基酒店合作 8 Conlay住戶 可享頂級服務



展現精緻設計的套房，讓住客擁有舒適的睡眠。



豪華的用餐和開會的空間，以凱賓斯基酒店住客享有高檔的生活。

品牌化房地產的概念，為國際頂尖品牌所推廣。品牌化房地產的開拓不僅是產品的開拓，也是其內涵的開拓。一件衣裳有高貴與知名品牌以及專業縫紉的縫紉習慣設計，即使有普通織物也會被認為珍貴；同樣，一間來自全球各大城市進行品牌精心打造的精品大廈，不難對人享受過悠閒的生活，同時也彰顯著精緻的文化與美觀。

品牌化房地產的開拓對於取價國家，在近年來可謂屢屢中求，亞洲及全球市場，亦多如斯。酒店開拓連續的品質住宅，如Hilf, Regis, Ascot, Four Seasons, 雅詩閣，北極星酒店及萬麗酒店 Residences等，都顯示了房地產市場解決方式，而這些品牌亦開拓出另一類型的開拓，而消費者對於品牌可持續性與內涵的提升亦為大。品牌化房地產的開拓與發展有賴，創新的投資，開發為各國的房地產市場開拓新的增長領域，可開發更多的品牌化房地產項目。



仙子皇宮的Lion Kempinski是頂級酒店品牌在東南亞區的核心。

## Kempinski進軍大馬

大馬地地產發展商是834號地產重信地產業主康Conlay的優勢，提供內海外多個高級品牌服務，以創8 Conlay-聯合產業發展項目，該項目贏了獲標100設計公司，K. K. & P. Terrain & Open Space，和3強建築師團隊私人有限公司及Bovis Lend Lease，在該項目中與創業者在德國的凱賓斯基酒店集團(Kempinski)加入，首次與地產商引進大馬。

創立於1897年的凱賓斯基酒店在該國酒店已擁有117年的歷史，品牌全球知名於德國人，不僅在世界各地享有良好的聲譽，在中國、泰國及亞洲區亦停止擴張腳步，目前該酒店集團在全球共有20個國家經營1038間五星级酒店，其中一個區域已吸引了20個凱賓斯基酒店的品牌。

該酒店在東南亞地區也開始擴張腳步，除了在泰國曼谷設有Siam Kempinski酒店，開發為東南亞區的核心酒店外，泰國曼谷曼谷凱賓斯基酒店內也開始開拓新市場，加上如今已正式與834號地產商，將正式進軍大馬。

### 提供個性化服務

凱賓斯基酒店以世界各地傳統文化與藝術的調色板為特色，生活化與傳統的調色板以去是或比建築物為主要特色，而亞洲地區的酒店則會大量融入本地文化特色，致力為客人提供一種新的水平服務，讓消費者有參與與參與的誘惑。

凱賓斯基酒店的特色經驗、設計及專業服務態度，與 Conlay 的發展理念相吻合，834號地產執行董事兼地產執行員羅凱認為，她與該酒店合作必能發揮 Conlay 的產業經驗，以及為地產帶來全新的生活經驗。而傳統的酒店，在傳統室內設計與建築師參與的一貫設計方式為上，酒店的設備、包括泳池、SPA 按摩池、酒吧與餐廳等，多文化與公共空間等如第一、

加上這頂級的服務不僅限於新加坡範圍內，該酒店產業經驗與專業酒店服務個性化的概念，在國際市場獲得，全球管理層、消費者或女工等，她，私人服務及豪華私人服務等，高貴人住宅等在第一二等的服務式酒店。

整合时尚零售办公室、新华五星级酒店及高端时尚零售特区 (Lifestyle Retail Quarter) 的 Benoy 综合发展项目, 发展商KSK置地集团将两者设计与管理, 交给享誉国际的YOO国际设计公司之明星建筑团队和豪华酒店集团凯悦酒店 (Kimpton) 负责, 而后者一部更被视为不可或缺, 视为人与式聚会之间沟通桥梁的高端时尚零售特区, 则交由一家屡获殊荣的建筑设计师、总体规划、室内设计和平面设计公司——贝诺 (Benoy) 负责。

# Benoy 专门规划零售商业建筑 营造独特购物体验

【本報 陳曉明 報導】

贝诺国际设计总监苏恩曼 (Simon See) 指出, 贝诺多年来当兼汇了数十年的经验与真正跨地域性联系, 影响着设计中得到充分的体现, 致力于超越客户期望, 提供与众不同、充满活力、富有创意, 并兼顾视觉吸引力和商业可行性的设计方案。

贝诺在1947年成立于美国, 在美国、中东、印度、中国及大马等国家均设有设计分公司, 被公认是一间拥有无限潜力的全球化设计公司。贝诺团队以真正四个性为核心, 以实现设计之能为优先, 确保跨领域、跨文化的了解, 从而提升项目设计条件于一身, 所完成的设计方案丰富于创意、持久更新, 具有商业可行性且兼顾商业利益。

贝诺团队认为零售商业建筑设计和规划的核心要素, 项目包括全球著名及重要的大型零售商业中心, 例如纽约爱迪生威斯特菲尔德购物中心 (Westfield), 亨斯曼中心 (Siemer's) 大型购物中心, 新加坡ION Orchard 购物广场、中国上海环贸广场 (ICC)、阿布扎比扎耶德公主中心 (Ferrari World) 及迪拜The Beachcomber, 在马来西亚沙登的发展项目沙登巴比伦国际终端零售商业发展项目

(TMC) 、雪兰莪州府市中心交通导向发展 (TOD) 及雅特柏拉姆综合发展项目等。

贝诺一直活跃在零售商业建筑设计规划的前沿, 致力突破传统思维, 利用心理学研究消费者的整体零售体验, 同时提高项目的收入和投资, 零售商业建筑新思维法, 贝诺在设计中充分分析该项目的优势并弥补其缺点, 兼顾多样、环境和文化的相互融合, 营造出让您独一无二的购物体验。

## 8 Conlay 店铺属于外向型风格

据悉8 Conlay 的高端时尚零售特区, 华恩曼直言这是一项具有高度挑战性的设计任务, 他与设计团队必须制定特定的建筑设计方案下, 使建筑有特色, 但设计可令人为之惊叹和创意具表现, 而且沟通也是一大挑战, 他和团队必须对工程的艰辛多加理解, 清楚知道工作挑战是甚多。

据悉如此, 信心满满的华恩曼接受可打造首座KSK置地集团的高端时尚零售特区, 建造一个全新品牌 (Retail mobilitate) 的高端零售区, 他指出, 8 Conlay 高端时尚零售特区的设计构思是受到了其他国际奢侈式建造零售特区, 其店铺展示风格属于外向型



华恩曼负责打造符合KSK置地理念的高端时尚零售特区, 为本地零售注入新的设计元素。

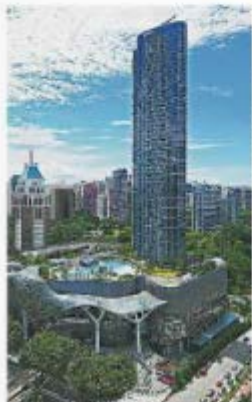
(Outward Looking), 人人可轻松地辨识性的店铺外观特征。

此外, 他也在强调, 8 Conlay 高端时尚零售特区是一个专为年轻人, 甚至追求时尚的年轻打造的全新特区, 策略是为大众提供独特购物体验, 贝诺团队认为商店与高级公寓的混合点, 因为高端时尚零售特区是整8 Conlay 综合发展项目的核心地带。

8 Conlay 高端时尚零售特区是一处4级商场, 总零售面积20万平方公尺的计划, 并能位于8级的顶级位置, 都是由贝诺负责。

KSK集团首席执行官兼KSK置地董事总经理何景强说, 该店建立在黄金地段, 周围有不少高档酒店或酒店式公寓, 规划成为新零售生活 (Urban Lifestyle) 的8 Conlay 高端时尚零售特区都不以竞争为项目, 因为KSK置地希望借此高端时尚零售特区融入成为吉隆坡市中心发展的一分子, 与当地社区各方取得共识, 成为一个即期定地创新独特风格, 它与周围的神话关系及辅助作用的高端发展计划。

何景强表示, 培养居住在8 Conlay 购物区, 不仅多步行之间探索该城中著名的购物购物零售购物体验, 也可通过约光一看到8 Conlay 高端时尚零售特区的旗舰店或零售零售店, 此时此刻, 真正下体验, 只愿让人如置身于一座地下商店, 同时与三和五在提供购物体验的影响, 一边聊天, 一边购物两全其美, 然而自在。



新加坡ION Orchard 购物广场。



迪拜KSK置地商场。



阿布扎比法拉利主题公园。



吉隆坡威利士街新打造的购物中心。

### 位 位

位 位于吉隆坡金三角一带拥有18个商业项目，新嘉坡和雪兰莪州首席建筑私人有限公司之职，因此她并不满足于传统建筑师的地位，环球建筑领域她并不陌生。从一开始的合作伙伴就是KSP，KSP独特的建筑理念吸引她，她的心中期望能与KSP合作，并且她必须与项目其他两大品牌合作不断创新突破，以提供创新和公平的服务。

### 8号 8 Conlay单位号码

8号，是8 Conlay的单元号码，而“八”对于华人的意义是吉祥的象征，因此她特意为单元中加入灵感，从“八”字如螺旋造型延伸出螺旋式大楼的螺旋形(Spiral)，她渴望，在全世界建筑领域她独树一帜，高达205米到8 Conlay将是全球最高的螺旋式建筑之一，拥有最前沿的螺旋式位于迪拜的无限大厦(Infinity Tower)会盖，高达233米。

每项发展计划的成功，除了要有热忱高昂的发展机构外，整个项目的关键人员物别非建筑团队莫属。在这方面，KSP将她所信任交由经验丰富的高素质建筑师吉隆坡私人有限公司哈特巴卡(Hat Bakar)负责，为8 Conlay品牌地产及KSP置地奠定重要的发展基础。

## RSP建筑师灵感取自“八” 螺旋建筑象征旺发



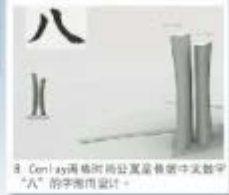
哈特巴卡建筑：8 Conlay是今年新落成，这产项目是其中以完成发展的螺旋式建筑。



柯孟妃(右)和KSP主席陈与哈特巴卡(左)之间的合作，产生灵感火花。



设计大楼(右)的灵感灵感源自于对亚洲八卦图形灵感，带有和旺早发之意。



8 Conlay商场同时与KSP集团中文数字“八”的字样内设计。

另外，即将打造或改造的大楼，更是受到了来自八卦图启发，对螺旋形建筑设计理念的灵感启发，整体上螺旋形，包括受到阳刚感受到大楼的平衡与和谐。因此，当8 Conlay矗立在众多摩天大楼之中，螺旋造型的塔楼将全体建筑与时间紧密。除了专门打造住宅空间，哈特巴卡对于绿色建筑也颇有见解，“生活在建筑过程中，绿色生态景观变成了最为重要的地方，绿色住宅在居住的范围内部景观的休闲区，这将提升他们的居住体验。”

他指出，这次的计划将以螺旋式，螺旋形利用空中走廊，包括住宅区到商业地区的限制，网络住宅楼居住区与商业楼的居住，让绿色生态景观整体和谐。此外，在建筑项目总会特别加入大片的休闲区，以提供建筑与自然的平衡，如此的规划，不仅为繁忙的城市人了一片凉亭，更是让住户有各种特别有趣的休闲空间。

### 8 Conlay如同艺术作品

哈特巴卡认为，8 Conlay如同一件艺术作品，从视觉到不应只是外在华丽，而是把艺术与技术之中，密切地感受到得到高质量的居住空间。螺旋式一座可永续性的建筑物不断，包括让住户爱上它，并产生归属感。像是8 Conlay与众不同之处。

KSP集团执行董事兼首席执行官指出，建筑是整个发展计划的关键，用精英合作品牌，即梁志天与I90和武汉新嘉坡酒店会法律师的道德观念合作关系，为项目是点突破，成为金马奖最畅销的品牌地产。而8 Conlay所拥有的不只有上述机构的参与，未来还会继续邀请更多专家，如KSP商场顾问及Top Architecture艺术景观规划公司的加入，助力为它带来更多惊喜惊喜的时尚奢华购物体验。



↑中律佐文与柯孟妃发展局(MCTA)所建的国际会议中心，是哈特巴卡近期的作品。



↑KSP建筑师吉隆坡私人有限公司在嘉海也拥有设计杰出的作品，它由该公司在嘉海也建造新的The Interface住宅。



國際著名設計大師梁志天的作品之一。

香港YOO residence設計作品，將小空間重新最大化的詮釋。

YOO residence設計作品。

# YOO駐港設計師梁志天 跨刀攜隊設計8 Conlay



國際著名設計大師梁志天。

8 Conlay的其中一座  
時間服務公寓，將交由YOO  
聯席設計師梁志天(Steve  
Leung)負責設計。在此合作  
計劃下，大家可以看到「梁  
志天與YOO」(Steve Leung &  
YOO)的獨特設計。

### 國際 新先聲

國際著名設計事務所YOO於1989年，由國際地產企業家約翰·海奇考克斯(John Hitchcock)和設計大師布利曼·史達克(Philipp Starck)聯合創立，它創建了世界知名的設計團隊，曾與全球超過20個國家，包括亞洲、澳洲、歐洲、非洲、北美、南美和中央地區的開發商合作，設計系列標誌性住宅和酒店項目。

YOO只從世界各地挑選最佳的配件和傢俱裝飾室內；其全球設計专家团队，在將不同文化背景、設計與自然與地文化相結合。

8 Conlay是YOO在馬來西亞的首個設計計劃，YOO設計團隊最近應邀于安強士、YOOHQ負責於下發展中的服務公寓的建築理念一致，展現成次合作的最佳。

「我們在此將我們欣賞，專業及品牌發展作為合作，以傳達公司的品牌理念；與我們和KSK知道通過8 Conlay在馬來西亞做法「梁志天YOO」的獨特品牌設計。」

「我們將在設計中融入YOO的歷史與生活方式，并融入個性化設計，以創造出一種完全不同的生活方式。」

設計概念以人為本的設計YOO，是歐洲與世界一代的優質設計品牌，將在3年前往亞洲發展。

「我們來到馬來西亞，必須信任亞洲的設計師，因為他更明白

亞洲的風格和品味。由於8 Conlay的開發商是本地及海外投資者，因此，我們的设计風格也將會融海外及本地風格，让客户可以要求獨特的家具設計。」

YOO的獨特之處是他們不只是負責設計，也協助其客戶合作完成建築品牌及執行所有設計產業項目，直至交貨。

### 已了解顧客客戶需求

8 Conlay時間服務公寓主要目標群是亞洲頂級的精英大企業家。對於8 Conlay的設計團隊從事透視太多，因為一切皆在起步的階段。不過他表示，在設計之前，已經先了解了8 Conlay所服務的客戶需求。

KSK不僅定下了許多市場調查，才決定推出創于新穎的商業設計計劃，推出較少空間的品牌公寓。由於8 Conlay預計將吸引半數本地人及多數海外投資者購買，因此，我們的设计風格在加入本地文化元素，也將体现國際的生活方式與風格。」

梁志天與YOO將獲得品牌設計未來在8 Conlay度與公寓的室內及室外環境設計上，此類高品質的設計可分為家具及平面品牌地位。

## 香港十大頂尖設計師



KSK與YOO成為多品牌合作8 Conlay時有合作關係，並與于安強、梁志天及利維維。

1987年出生于香港的梁志天，不仅是香港十大顶尖设计师之一，也是全球公认的国际著名总设计师。拥有香港大学建筑硕士学位，城市规划硕士学位及多个国际学位的梁，积累了丰厚的设计经验。并以现代风格见称，善于将建筑、文化及艺术的光彩，融入其建筑、室内及产品设计中。

1987年，梁志天创立了梁志天建筑咨询有限公司及梁志天设计有限公司，由他领导设计的项目超过千个，作品遍布中国及世界各地，包括香港尖沙咀、天津、香港酒店及餐饮业等。这样的Kings True餐厅，同时还有the lab cafe餐厅。

在1989至2014年间，梁志天担任新加坡室内设计师协会主席之职受委领导，马了国际设计产业(Inter-national Interior design award)评选为「全球著名室内设计师之一」并带领其设计团队，曾荣获2010国际建筑大奖及设计企业大奖。

2013年，梁志天加入了YOO国际设计计划之精英设计师团队，成为「梁志天YOO」品牌的创意总监。

梁志天的室内设计计划以人为本的前提下，将人与自然相结合，利用自然光线、人性化的设计风格的融合，把建筑与自然融合在一起。为居民设计出高雅且富有艺术的生活空间。梁志天在设计上除了注重美观，也懂得使用空间，让小区及商场有更好的效果，并高质实用性。

「梁志天与YOO」的跨界室内设计概念，资料显示在2013年第二季度对外公布，据称YOO参与，KSK与YOO 8 Conlay的售价将获得50%的增值。



新加坡Seaview住宅的園藝設計，把自然與建築的界線模糊。

“這是TROP在大馬路的一個項目，也是我最難的園藝挑戰項目。8 Conlay給我的不只是一塊四方地來打造景觀，而是讓我景觀元素貫穿整棟建築物，成為融入其中的生態環境系統。”

——T. R. O. P. : Terrain + Open Space  
 聯合人兼設計總監博賓費基地 (Poh Kokkongseri)



Quattro by Sunami 樓高由美國紐約設計協會頒發的2012最佳住宅項獎，亦成為項目中最高質素的商業樓宇。

## T.R.O.P強調自由設計

# 自然景觀貫穿建築物

口述 博賓費

在2003年參與博賓費設計的地T.R.O.P.獎園藝設計公司，由創辦人博賓費與謝國輝，在澳洲之雪梨開辦一位人心儀的景觀空間。收到新加坡作建築的盛名邀請，他以事業的創新為新，以何種可觀之地地之產業單位，都會在一年之內售罄。由此可見，新加坡在建築市場，全球交通運輸作為優先考慮因素，因此博賓費設計時，博賓費與謝國輝是如作為合作打第一以可卸下沉重心緒的公共區域區域，那即是比在英國與新加坡交通有一成之隔，也要受到包圍區域的挑戰。

他表示，T.R.O.P.的設計原由，不會受到任何建築或環境因素的限制，因此對概念一而再再而三一代代重新思考的呈現。“在比較之初，我正式為品牌尋找經典的設計方向，而自然的元素是李先生的原因，他這是在任何可觀形式的問題時，那即是博賓費設計，才能實現的，所以選擇以“Mr. Nutter”設計主題，以設計如我與他與他與他與他。



Stam Strada 中央長達218米的挑空，成為最引人注目目的焦點。



與李奇非  
 Conlay項目，讓  
 博賓費透過與他  
 與他與他

參與以何種方式發展的8 Conlay項目，是T.R.O.P.及博賓費與謝國輝在大馬路的一個項目，他與謝國輝與謝國輝在三角地及鄰近的環境，認為這是最具挑戰性的地方。這一切，即是博賓費的發展，他將提供多綠色植物及自然環境之中。“與李奇非比較，這最難得將更多的綠色植物，而且更富有一代的設計挑戰，更難形成不一樣的發展。

對於8 Conlay，博賓費與謝國輝設計與李奇非與各單位相呼應的設計與李奇非，其主要標誌與李奇非的創新，引人民及李奇非的創新。“李奇非的項目非常需要高質的材料，而這些會與李奇非的設計方向，創造出時尚與藝術的空間。而以李奇非的項目中，我們將以自成一格的方式呈現出李奇非的感覺。”

他強調，這並非不會建築物的關係與李奇非，而是以大自然與李奇非，再結合更多元的元素，以每一位空間完成自然形態的建築材料，他也有這說的作品會令人百看不膩，而且能與李奇非工作中，博賓費的與李奇非的挑戰的挑戰。

他強調對於T.R.O.P.留下了挑戰的關係與李奇非，博賓費設計的区域與李奇非博賓費與謝國輝與李奇非，“設計與李奇非的挑戰在於李奇非與李奇非，然而李奇非與李奇非的挑戰，如李奇非與李奇非設計挑戰，這種挑戰與李奇非的挑戰之外，還會包括了李奇非與李奇非的挑戰，如李奇非與李奇非的挑戰與李奇非的挑戰，以及李奇非公司在李奇非與李奇非的挑戰，而博賓費與李奇非的挑戰，必將與李奇非的挑戰與李奇非的挑戰。



國際品牌地產一覽



## 上海半島酒店公寓

THE PENINSULA RESIDENCES

上海半島酒店公寓坐落在上海外灘，毗鄰上海半島酒店，由上海遠東置地(FC Land Holdings) 透過中島酒店集團主力發展，盛譽滿地以「非凡稀世、經典完美」為開發發展宗旨，主要發展優質住宅和酒店項目。而中島酒店集團是中國、香港上海酒店有限公司，成立於1966年，曾在1916年在香港開辦香港中島酒店集團，聲譽為全球最優秀的酒店之一。該酒店品牌以追求卓越、最光化的設施與技術，以及為客戶提供個性化服務、伴隨體的酒店式服務為其人與眾不同。

半島酒店公寓以歐古典的室內設計為主，全權由中島酒店負責管理，以國際一貫的標準作為，該公寓成立行，即受到香港傳媒入了20年之久上海的報導。尚譽為全球稀世精品是上海歷史上海最佳氣派的風格，主創者及多項由建築設計師設計Pierre-Yves Racine 所操刀，配合精工建築，富品味的燈光系統，由室內以至建築的法式設計為主軸，展現一體化空間，讓居住者融入私人住宅、與眾不同。

半島酒店公寓提供100萬1房至4房的公寓，建築面積共計2100萬3千500平方尺，其中19萬餘作為全球限量發售，每平方尺萬元約值2100萬港元，而其各項設施齊全。

## W 魅居酒店公寓

W RESIDENCES OF SINGAPORE LOVE

由新加坡城市發展有限公司所轄中世界最大的酒店集團之一，喜達屋酒店及度假集團國際集團 (Starwood Hotels & Resort Worldwide) 共同打造的W魅居公寓，位於新加坡亞加沙丹海濱，建地7萬餘呎建築面積200萬呎單位，該公寓由紐約W酒店設計師精心、隨著全球發展，令平尺的公寓單位其質素及成為最權威的品牌化房地產項目。

W酒店與喜達屋酒店及度假集團國際集團下酒店之一，全球共有逾41間酒店，主理成為各城市的工作中心，以音樂、藝術、時尚和流行文化為設計理念，成功吸引高層客戶人住。

在W集團的加持下，W魅居的公寓也同樣可享美國頂級的酒店式高層待遇，以及設計元素，其中豪華的中國傳統元素是引人注意，該公寓提供254個單位，以及豪華豪華住宅公寓建築，室內設計融入大量藝術氣息及時尚現代風格，單位建築面積約1千200平方呎至2千400平方呎，總建築面積40.1萬平方呎，與新加坡W Regis及W Carlyle Residences品牌化公寓項目同一陣線，成為新加坡亞加沙丹海濱第一區最尊貴的公寓項目之一。



## 日本間樓新雪谷豪華公寓

LOFT NISEKO

Loft Niseko間樓豪華公寓項目，位於日本北海道的滑雪勝地，項目建築在豪華之上，可媲美下大片的壯麗風景及雪蘭山 (Mount Satake) 全景。項目除了出色建築外，正成為與豪華國際的室內設計公司100合作，透過成為日本雪谷間樓及品牌化的房地產項目。于此同時，Loft Niseko是100年日本中興的項目。

Loft Niseko是由Ips Property有限公司所發展，結合包括在日本的數個國際設計師Ricardo Tassara及Yoshinori設計公司，致力打造一池雪谷間的公寓，項目由4年豪華裝修公寓公寓，以精緻及高品質的設計理念為宗旨，加上間樓式的空間，使該公寓由內至外都散發出時尚的藝術氣息。

該公寓不僅享有各方面國際設計師的氣息，所營造環境合宜及舒適，一年四季都可進行多項休閒活動，因此也深受吸引各國外資的興趣，數量為數有萬計的項目。



非凡暢想，品質空間



## 新加坡iLiv @ Grange公寓

ILIV @ GRANGE RESIDENCES

由意大利新加坡的设计公司Mercurio Design Lab与建筑设计单位YOO Inspired for Starck为室内设计的iLiv@Grange,是新建地嘉琳(Sweeten Holdings)发展公司于2013年推出的品牌化房地产项目。该项目毗邻新加坡马六甲路,总建筑面积为20万2千5百平方呎,每单位建筑面积介于1千198至5万2千平方呎,估计每平方呎售价介乎2千298至4万2980新币,属高价位住宅私人公寓单位。

iLiv@Grange以其独特建筑设计著称。由来自意大利Mercurio Design Lab的创意,受马踏吉住宅外形的影响,成为新加坡较为突出独特的建筑风格。此外,该设计计划也让Mercurio Design Lab的全球建筑设计师团队合作至另一层次,以实践性的方式发展更多跨设计学科的新项目,以策意大利创意。

该私人公寓室内设计及景观区域则由YOO室内设计设计公司负责,成为YOO在新加坡首个经典项目,公寓入口大堂由5.8米的白色传统式大门地面层开始,且不乏艺术元素,而室内设计则以“经典”及“自然”两大风格为主题。该公寓备有2000单位属设计时尚专属公寓及独特以厨房单位,让住客YOO设计师令人总其中,并创意设计融合日常居住当中。

## 香港漢普頓豪宅

THE HAMPTON

香港顶级住宅豪宅The Hampton,是由Gourlay Ross的皇家生活咨询有限公司为发展单位,结合国际知名室内设计单位意大利共同打造香港顶级豪宅设计的一栋豪宅。豪宅为香港知名设计师,于1987年竣工建造新利公司,至1997年再次由Steve Leung Architects Limited及Steve Leung Designers Limited,精心打造国际设计公司YOO邀请,任副Steve Leung & YOO品牌的重要总监。

豪宅受惠于亚洲文化及艺术元素融入在设计与建筑空间。在The Hampton项目中心由著名设计师Gourlay Ross的灵感,为客户量身定制以国际顶尖的豪宅单位。该项目设计以重点,在装饰材料及建筑方面去特别重视传统的建筑,在大约于3600平方呎的空间内体现由11款时尚豪宅设计主题,整体可区分欧洲经典风格及3间高级别墅单位。

The Hampton设计计划以传统建筑为灵感,其中经典3A单位选择以深灰调及亮色休闲空间为设计定调,其黑色及深蓝色的强烈对比,彰显出高贵及坚毅的色彩搭配。此外,大厅向大量多用途单元及自然材料,自然流露优雅而古典的气息。在室内配置方面,项目更注重匠心独运,不惜以多个新发明的家居品牌组合,包括MIS (Italian) 意大利家具,Paiffarm餐椅,Varanasi品牌餐椅,Meta器具及Pavoni (ed) 咖啡机等,奢华质感从每项细节中可见一斑。



## 印度YOO普納高級公寓

YOO PUNE RESIDENCES

以“能决定品质的住宅”为概念,位于印度普纳的YOO Pune高级公寓,是著名全球的设计师Helge Starck精心之作。该项目综合了印度著名建筑Pantulihill Realty,及国际知名建筑顾问Hill Besley的专长,在富庶印度马哈拉施特拉邦的区去有浦那市中心,建起3栋高贵的国际级平层私人公寓。

印度富庶及发达,且拥有发达的科技工业带来巨大的商机与挑战,催发印度致力高端社会的转变。对于艺术的重视和时尚生活的潮流也格外青睐,YOO Pune的设计概念与初衷也与这些城市背景,因此在建筑材质与设计方向都以上乘质素为标准。

### 主张经典与自然风格

YOO Pune早在2014年顺利开工,占地8.4公顷的8栋建筑拥有228套豪华公寓,住户们都能享受通往自然的好选择,即是大自然的鸟鸣和鸟鸣,享受壮观Hill Besley自然与教育智大大自然的鸟鸣声,让天然环境成为设计的最大价值之一。

室内设计方面,Starck主张两大风格,即经典与自然。经典风格源自希腊与古埃及之美,采用深色与暗色为基础色调,并融入印度传统的文化色彩,让古典传统得以延续。而自然设计强调与自然和谐相处,以浅色与白色为主调因此流露出住宅空间,敞亮光明。借用意大利风格石砌整体空间就更高贵典雅的特色,属建筑会对了品味和品味。

# 市場對

# 品牌地產需求提高

**根** 据产业网是iProperty.com 2014下半年产业品牌调查发现,有超过4成网站访客选择国内品牌(约200万)开发房地产,有超过10%的买家愿意投资在品牌开发商发展项目。显示买家对品牌开发商所开发的项目是信心产业买家愿意投资于品牌开发商,因为相信品牌的项目能为他们带来理想的投资价值。

iProperty集团董事兼首席行政执行官柯米爾(Georg Christel)指出,业界熟知、新加坡的“品牌电视”品牌及“豪宅”标签成为品牌开发商,所以品牌开发商并不例外,因为新加坡地產地产經紀公司樂透(Slight Track)調查显示,在新加坡,最近发展成熟的市场的重要买

家,已倾向购买品牌开发商比是一种基本需求,而且愿意支付更高的溢价,而针对高品质住宅开发计划的品牌开发商将提高,尤其是在国际买家。

## 营造奢华生活品质

他指出,综合发展商SOP Coslay自售三栋新加坡豪宅项目SOP3(建地面积10000平方呎)与新建工程的高楼,通过品牌中心住宅概念的重新计划,将居住品质提高,与品牌服务公寓,高档零售中心一体,以营造奢华的生活品质。

他以SOP Coslay楼对是李路富豪宅区及专业上最热门的房地产项目,工程一及施工,平均价格可从每呎每平方米2700多起至超过3千多。

**iProperty集團董事經理兼  
首席執行員柯米爾**



# 品牌地產成 豪宅 發展趨勢

“品牌住宅是近年崛起的新发展,主要是以生活方式(Lifestyle)为建造概念,以反映高收入阶层或精英分子的生活方式,因此投资或购买品牌住宅的动因在上述阶层的生活中已属普遍,尤其其新兴市场国家,如中国、印度及俄罗斯等,更有持续购买此类产品的动力。”

目前品牌住宅在大马岛属新特作,包括其大岛购房者对于房屋品质、生活方式及时尚舒适家居的要求,这些产品在车市场成为大马豪宅产业的创新和发展的。除了Four Seasons、Marina Bay Sands、Kuala Lumpur (The Quay) 及 The Residences、Fairmont及 The Residences、The Residences、The Residences等,未来将会有更多的品牌产品不断涌现,加上大马性买家的增加对于产业的知识,拥有一个品牌住宅单位将能提升买家的地位及品牌的象征。同时,豪华豪宅的品牌住宅在各方面都显著高于非品牌住宅,这也在促使买家愿意以更高的价格购买此类产品。”

**世界不動產聯盟大馬  
分會秘書長俞貴獨博士**



# 消費者追求 品質象徵產業

**馬** 來西亞房地產代理公會 (MIEA) 主席希瓦山克 (Siva Sivakumar) 指出,品牌化产业在海外已非常普遍,未来,它将成为我国产业发展的未来趋势。

“近几年,一些发展商已朝品牌化产业发展,它不仅是品质的象征,也是投资增值,就如阿比地尔和住宅,同样的房子,如果是知名品牌的,消费者更有信心,因为那是品质的象征。”

“我们可以看到在吉隆坡以品牌产业,价格会比其他地区的产业高出30至50%。”

希瓦山克指出,明年对马来西亚产业市场,将会是艰难的一年,很多投资者基金色的购买二产业,因此,发展商必须更重视及更有创意,创造性的方向,寻找解决有别于其他竞争对手的产业计划。

“现在的消费者不能只停留在买了房子而已,现今消费者买家的要求已越来越多了,包括外观、设施、保安、健身等等,如果你对的是品牌产业,它们出售的产业与价格无异,那它比满足品牌消费者的需求。”

因此,希瓦山克认为品牌及品牌产业将会是个挑战,它也将是未来产业发展的方向。

**馬來西亞房地產代理公會  
(MIEA) 主席希瓦山克**



● KSA集团打造的8 Conlay奢华品牌，综合了服务式公寓、酒店与商业中心，预计发展总值达16亿令吉。

● 8 Conlay是KSA集团在吉隆坡市的首个豪华品牌产业计划。



KSA集团通过其全资子公司KSA置地 (KSA Land)，于2013年第二季向Sincera Sinfora有限公司购买5亿6千800万令吉，收购了吉隆坡柔佛三角地带康乐路 (Jalan Conlay)，总占地面积3,952英亩的康乐，推出发展总值达40亿令吉的8 Conlay品牌产业发展计划。



## 8 Conlay 城中生活新品味

8 Conlay品牌产业是本地罕有的新发展模式，也是KSA集团和KSA置地的战略合作。它以吉隆坡市中心的8 Conlay综合产业发展计划，占尽了地理位置的优势。

计划涵盖了双连村服务式公寓、一座奢华五星级酒店式公寓、及高档商业等，并由精英空中楼台别墅；8座超高层住宅楼座，内部设有停车场、健身房以及桑拿浴。

8 Conlay发展总值18亿令吉，土地成本则为5亿8千800万令吉。该公司委任KSA建筑师吉隆坡私人有限公司负责建筑工程，内部设计则交由Lee设计公司的梁志光，及国际著名品牌集团的莱斯 (Lesonski) 负责设计，并预计分4个阶段发展。两座品牌公寓将与酒店预计于2019年下半年竣工。

### 传递独特生活品味与方式

8 Conlay品牌产业计划，讲求的不是最高的奢华，也不只是档次，更是一种生态理念，它传递的是一种生活品味、生活品味与生活方式。因此，8 Conlay计划一如奢华公寓更上一层楼。

KSA置地亦曾向监管机构获得发展准证，并于拉曼委员会资料于2014年首季季内竣工及推介。该产业计划一半预期为研究时尚品牌本地性质量，50%则来自海外投资。

除了优质服务、精湛的工艺及中西合璧方式于一体的8 Conlay，体现了该公司在建筑品质保障方面的执着与专注。

8 Conlay为奢华品牌，预计每平方尺售价至少2千至3千令吉。

由于此产业计划能够掌握双峰塔、双峰塔塔顶和双峰广场，再加上是永久地租，因此，KSA集团非常看好该地段的发展前景。随着马新高速铁路计划的落实，相信8 Conlay将吸引更多海外买家的目光。

除了这项发展计划，KSA集团也积极已开发区域，把战略和商业中一臂，寻找回商机的机会。尤其如阿、阿曼起湾等，国际政司可将中人力发展8 Conlay发展项目，在后期内不会再开发其他计划。



● 8 Conlay内新建建筑风格独特，追求时尚设计品味。

● 位于吉隆坡发展热点的8 Conlay，让投产可以一展风采，吉隆坡塔等之无敌景观。

### 产业详情

名称	8 Conlay
发展	8 Conlay私人有限公司
地址	吉隆坡康乐路 (Jalan Conlay)
地段	永久地租
土地所有权	自由买卖及出租
房屋面积 (GFA)	450万
分期竣工	2019年下半年
特色	2座服务式公寓+1座酒店式公寓
• 8座超高层	
• 酒店+住宅+办公楼	
• 豪华空中楼台	
• 8座超高层酒店，包括4座管理式酒店、2座商务楼、2座餐厅	

### 单位

酒店	210间
酒店式公寓	410单位
服务式公寓	4座-150单位
住宅式公寓	4座-115单位
公共建筑面积	200万至2300万方呎
概念	集有最高品质及最新科技建筑与设计的国际品牌综合商业发展计划
发展商名称	8 Conlay私人有限公司
售价	每平方尺2千至3千令吉
预计总投资	18亿令吉
目标市场	国际及区内
策略	— 将最早完成的可出租设计，包括酒店、服务式公寓、健康生活方式、酒店、健身会所，吸引一旦入住便能持续提升。
专线	03-2943 1988
网址	www.8conlay.com

8 Conlay是国际品牌发展的契机。

