

KSK攜手國際名師

8 Conlay
天讓人驚艷

KSK集团放眼在被豪华产业及五星酒店环绕的吉隆坡黄金地段,结合海外顶尖名师打造超越现有高级水平及让国际买家惊艳的住宿品牌。

为了让首个发展计划从众多品牌竞争中脱颖而出,KSK集团首席执行官兼KSK置地有限公司董事经理柯盈妃决定以更国际化及创意手法开创新格局——与国际名师合作,造势之余,也希望在有限空间内作出无限可能,为产品赋予大马色彩及无可比拟的附加价值。

顶楼拥360度绝佳景观

“顶级品牌住宅由三大元素组成——建筑外观设计、室内设计及优质服务缺一不可,我们必须从买家角度出发,开发适合未来都市生活型态的高楼住宅,包括结合园林景观、室内设计及贴心服务,以在大楼内创建一体化社区。”

KSK集团为该发展计划命名8 Conlay,由四个元素及三栋大楼组成,住宿大楼称为Y00 8,设在零售商场之上,由凯宾斯基酒店提供服务,另一栋最高的大楼,楼高68层,底层为凯宾斯基酒店,上层为该酒店服务式长住单位,顶楼将被打造成拥有360度绝佳景观的酒吧及用餐区。

继宣布合作酒店伙伴后,该集团预定于10月8日推出首期公寓(A栋大楼)兼为双层展示厅举行开幕典礼,正式向外展示3个室内设计主题,让潜在买家亲身体验各种设计细节。

目前除了与泰国著名景观设计公司TROP及凯

宾斯基酒店集团合作,KSK集团更委任香港著名室内设计公司——梁志天及Y00(Steve Leung & Y00),负责第一栋公寓单位的室内设计。

梁志天及Y00操刀

梁志天为国际著名建筑及室内设计师,创作手法以现代风格见称,善于将亚洲文化及艺术元素融入其作品中,曾带领他的设计团队在香港及海外打造许多项目,包括香港的天汇住宅项目、W酒店星宴中餐厅、迪拜的棕榈岛亚特兰蒂斯度假酒店的餐厅。

他的作品荣获超过120项国际及亚太区设计及企业奖项,备受国际推崇和肯定,同时也应邀与国际品牌合作设计各式产品。

2013年,他应邀加入由国际房地产企业家约翰·希契考克斯(John Hitchcox)和设计大师菲利浦·史达克(Philippe Starck)合作成立的Y00之明星设计团队,成为《梁志天及Y00》品牌的创意总监。

Y00 8 创大马先河

2014年10月15日,KSK集团宣布与《梁志天及Y00》达成伙伴关系,合作关系正式进入新的里程碑。

在这之前,Y00品牌已打入香港、印度及中国市场,Y00 8将是大马的首个项目,设计依然贯彻该品牌生活品质及设计感兼具的创作理念,为住宅空间注入美观实用兼具的元素。

注入五行元素 設計回歸自然

这次的设计主题,采用回归自然的五行元素—金木水火土,旨在让住户与自然共存,达到阴阳调和的生活态度;金为金属代表,显示奢华;木则象征和谐融洽之意,提供温暖舒适感觉;水有纯净、流动及镇静功能;火为活力之源,为空间注入能量;土则具稳定作用,也代表永恒。

梁志天在香港工作室接受《投资致富》专访时透露,设计主题采用金木水火土五行元素,主要是以周围环境为出发点,因为无论在中西方世界,现代设计师的职责是让人及自然环境互相配合来达到生活平衡。

“我来自香港及中国,相信与很多大马华人及其他亚洲人都有类似看法一人和自然环境的配合讲求平衡,在中国概念里就是五行元素,是目前人们所追求的生活及价值观,而非纯粹追求豪气奢华的感觉。”

Y00 8设计以水木为主角

他指出,Y00 8设计以水及木为主角,贯穿整体设计,其他三个元素则担任配角支撑大局,为凸显该栋住宅特色及与周围同类型产业区分,他及设计团队研究了许多大马、新加坡及香港高级名牌住宅单位后,发现多数计划以

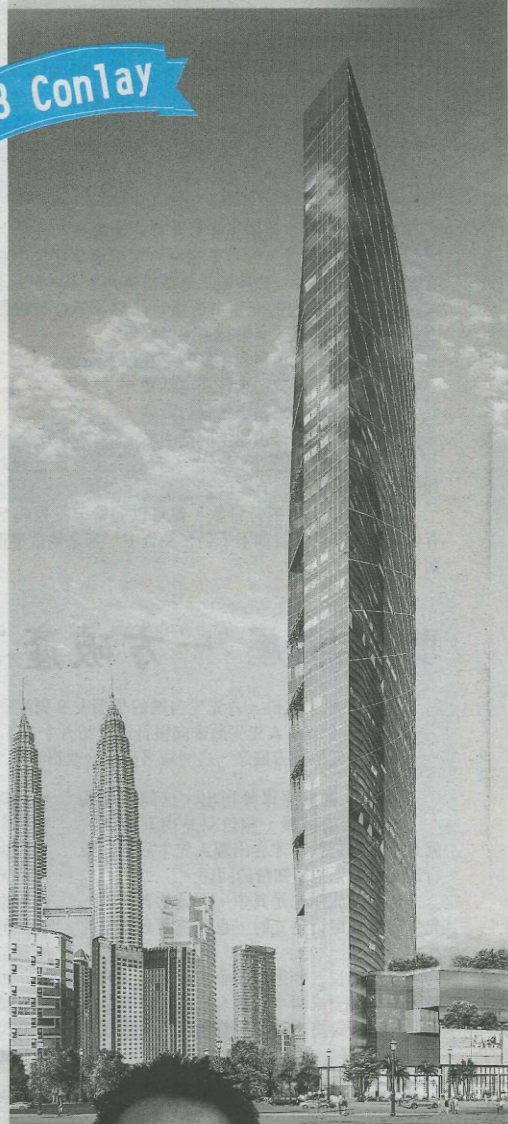
价格高昂、豪华的材料作卖点。

“这类型计划以往已做过很多,并不稀奇,但与KSK集团第一次接触时,觉得双方看法很相似,认为目前的顶级住宅,不应称之为豪宅,因为它只有豪宅,没有什么意义,用钱就可以组成,反而是真正有型有品味的住宅,自会反映在其售价内。”

他认为,售价高,代表有人欣赏,就像一幅名画,由艺术价值及想要传达的主题带动,故希望这个计划可以达到此境界,有很多人欣赏它,也愿意付出高价,不只为顶级材料及追求豪华表面,而是看中我们花费的心思及设计概念。

“相信在马来西亚或吉隆坡,未有人如此为顶级住宅定位,尤其在KLCC附近的项目,与我们定位很不同,一旦次计划推出市场,将改变一些人对顶级住宅的看法,让他们觉得这才是一直所追求的家。”

不过,他认为要市场改变及接受并不容易,因这已是一种传统想法,人们必须看到、感受到才能够有真实的体验,而这些感官接触将交由10月8日开幕的展示厅呈现在大众眼前。



◆ 梁志天



文/郭曉芳

让潜在买家亲身体验各种设计细节。
KSK集团预定于10月8日推出首期公寓(A栋大楼)兼为双层展示厅举行开幕典礼,正式向外展示3个室内设计主题。

貼心買家需求 關注小細節

至于陪同受访的柯盈妃，表示她是以买家需求打造此项目，未来也计划购入单位及入住，因此奢华之于她的定义，是打造一些贴心及实用的小细节，让住户拥有更多时间做其他更有意义的事。

柯盈妃：设计概念反映“少即是多”

“我们的目标是30岁以上的买家，刚好我也在这个人生阶段，所以在公在私，对“少即是多”的奢华定义难免反映在设计概念里，包括对空间的需求及省却装修时间，因对我们而言，时间有限，自行装修房子将是一场恶梦，不过，若有发展商为我们设想周到，将无限感激。”

梁志天说与柯盈妃对奢华的定义相差不远，但他认为，可以用几个字更准确的形容——最佳品质（Fine Quality）及内部细节。

“往往很多人会忽略品质及内部细节，只看表面或外观，实际上品质也分等级，就像红酒一样，有100块、1千块及1万块的不同等级，但是，只有最美的东西最低调，而且藏在细节里，高品质是追求完美的最后1%，一般上要达到90或95分很容易，但若要去到97分，每加一分都要花十倍心思去做，才可称之为奢华。”

YOO 8单位面积从682至1千295平方尺，每平方米平均售价2千700令吉（完整家具电器配置），放眼住户组合各半为大马及海外人士，目标买家包括单身贵族、情侣、小家庭、专才及视大马为第二家园等不同阶层的对象。

最先定下酒店伙伴

从决定发展该项目开始，柯盈妃坦言最先定下的是酒店伙伴，主要是该集团主席丹斯里柯善达非常喜爱凯宾斯基酒店，因它们的每间酒店都有独特风格，但服务却难得维持同样高水准，进而成为发展酒店项目伙伴的不二之选。

当被问及与梁志天及YOO品牌的相遇过程时，柯盈妃忆述，她是无意中从酒店业内人士口中得知YOO，之后很快的在上海得知YOO亚太区董事经理彭子安也来到上海，因此决定与他会面，结果在两小时的交流中激发合作火花。

“我们聊了许多8 Conlay的计划及想法，也向他表达室内设计的重要性，后来再顺着设计课题一直聊到YOO的明星设计团队，认为彼此有机会合作，才决定把YOO带进来及探讨设计师人选，最后因梁志天已在亚洲完成多项计划，最了解亚洲文化而选择他及YOO。”

她坦言，当他们呈现“突破界线”的计划书时，正好符合公司的看法及预期——成为突破水准的产业开发商，一再显示双方拥有一样的想法及目标。

“合作火花是这类型发展计划最重要的元素，每个人必须抱着相同目标去完成，但前提是双方必须产生这种化学作用，才不会发生半途而废的憾事。”

对于未来双方是否有机会再合作的问题，两人默契再现，当柯盈妃说不排除此机会（Won't close the door）时，梁志天立刻打趣回应：我的大门为你而开（I will open the door），引发哄堂大笑。

结合精英团队 永续经营

柯盈妃视团队精神为KSK集团企业理念之一，旨在培养良好团队合作风气，结合各方长处成立优良团队，以永续（Sustainable）为出发点，进军产业领域。

“虽然保险及产业的业务性质不同，但是在服务方面有其共通点——以顾客为中心，提供在地化（Localised）服务及熟悉当地市场需求。”

她指出，早在很多年

前，KSK集团已从保险业务吸取许多经验，包括如何与顾客、内外合作团队建立良好关系。

“唯有从顾客角度出发，设定首个产业计划方向，再让海内外优秀团队及合作伙伴去执行，公司产业发展计划才可长久发展下去。”

目前该公司产业团队大部分团员都有20年领域经验，柯盈妃相信在这批专业人士经营之下，依然可在产业市场放缓之际，顺利完成首个产业项目。

“我们在购地前已做足功课，而且

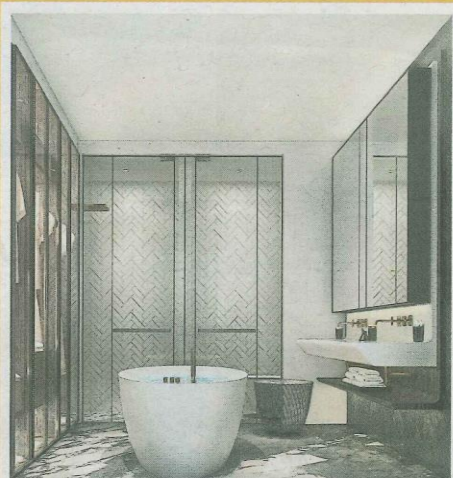
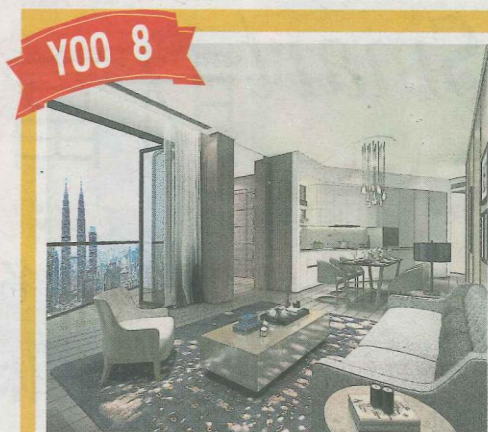
目标买家不受政府打房策略影响，相信未来在高铁及捷运系统带动下，吉隆坡市区面貌将改变。”

她说，在国际产业市场，吉隆坡高级品牌住宅产业价格相对廉宜，KSK集团希望在大马市场开创结合品牌及住宅产业新产品面貌。

“有信心引进凯宾斯基酒店集团高级品牌产业管理公司及亚洲著名设计师后，可吸引国际买家，把吉隆坡高级住宅标准推向世界级水平，引领市场潮流趋势。”



◆ 柯盈妃



YOO 8单位面积从682至1千295平方尺，每平方米平均售价2千700令吉（完整家具电器配置），放眼住户组合各半为大马及海外人士，目标买家包括单身贵族、情侣、小家庭、专才及视大马为第二家园等不同阶层的对象。