



## 是居所 更是共同体

贤坤花园明年才将交付,但业主们早已成了好友,这源于社群的打造和主理人制度的建立。

业主曹黎明将贤坤的邻里关系演进概括为三个版本:1.0“美邻”,靠硬件和价格筛选出品味相近的群体;2.0“贤邻”,在社群互动中形成资源互享的高价值人脉圈;而最令他惊喜的是3.0“贤客”——“客”是“创客、极客”的客,意味着邻居们成为共同创造新生活、新事业、新玩法的“合伙人”。

这并非虚言。跑团主理人黄晓波利用专业特长,带领邻居们累计减重超过180斤;美食社与跑步社群碰撞出“江心洲慢跑美食荟”;更有业主中的医疗专家,主动提议在社区内开设义诊空间,愿为邻居健康保驾护航。

“买房后还没入住,我就瘦了20斤。”鲍思龙笑言,丰富的社群活动让他和家人找到了久违的归属与活力。业主吴乘樾,作为青少年体育培训机构创始人,也将贤坤社群的成长与自己的创业历程共鸣,视之为“始于热爱,成于坚持,归于共同创造”。

建筑最深刻的价值,或许在于其塑造社会关系的潜能。

中埭置业品牌社群经理刘坤介绍说,贤坤花园的“熟人社区”实践,并非简单复制传统熟人社会模式,而是搭建了“共创、共建、共享”的社群运营体系,让业主从“居住者”变为“社区共建者”,社群的意义远不止于“一起玩”。

最典型的共创案例是社区图书馆。一期共建图书馆的捐书倡议发出后,总计收到2000余本,其中一位出版业业主一人就捐赠了600多本全新儿童读物。

读书会主理人蔡英武为此专程请教南京大学图书馆馆长,学习编目管理。她带领五六位志愿者,连续21天,每天工作8小时,将全部图书分类、贴标、上架,并建立了完整的检索目录。借阅规则、逾期处理办法等,均由业主共同商议制定。

二期开盘前,一期业主又自发组织了为二期美邻赠送“图书盲盒”的活动,一本书,一张卡片,传递的不只是一份心意,更是未来携手共创家园的一份邀约。

在这里,邻居们因共同的兴趣(跑步、阅读、美食、艺术)而聚集,因共同的规则(图书馆公约、社群积分制)而协作,进而孵化出义诊服务、商业合作、公益行动等更高层次的集体价值创造。

刘坤形象地描述:当建筑被注入了持续性的生活内容与温暖的人际互动,它便不再是冰冷的建筑集群,而升华为一个能持续产生归属感与支持系统的“社会性家园”。

贤坤花园的意义,不在于它堆砌了多么奢华的材料或新奇的造型,而在于它进行了一场深刻的“价值回归”:将建筑的核心,从土地与金融逻辑,重新锚定在“人”的逻辑上。

“生活在这个社区中的人,才是最珍贵的。”徐波涛如此理解。

扬子晚报紫牛新闻记者 金雨希

# 此处“生活方式”的载体, 让建筑“直抵人心”

建筑究竟是什么?

在经历了高速城市化与房地产业激烈扩张的当下,这个问题变得既熟悉又模糊。

在南京江心洲的静谧一隅,贤坤花园静卧于江波与绿意之间。在这里,建筑不只是居住的容器,更是生活方式的载体;邻里不再是熟悉的陌生人,而是可以共创美好的“贤客”。

## 是容器,更是生命体

这是一次颠覆传统的创新,家的“庇护所”的内涵,从被动的物理安全,升级为主动的“个性化定义权”。

在中埭置业设计总监李自强的微信里,有几十个以房号命名的微信群。每个群成员16人左右:业主、设计师、工程师、物业管家、施工方负责人……这是一个为单户业主量身定制的“服务专班”。他和团队为一期130多户业主逐一建立专属沟通群,历时大半年,每一户都进行多轮次深度交流。

定制化并非无限自由,而是在科学边界内的个性化演绎。结构墙体不可改动,卫生间厨房位置尽量不变,外立面

必须统一——这是底线。在此之上,几乎一切皆可“定制”。

风格可选择:现代简约或东方度假,各有对应的材质与造价体系。

配置可替换:油烟机可选用顶级德国品牌,也可选择更适合中式烹饪的国产品牌。

户型可重塑:198平方米的样板间做了三房,但若业主需要四房,客厅可局部缩小,增补一室。李自强告诉记者,有一户业主,母亲坚持要做四房“为未来孙辈准备”,儿子则倾向三房的“丁克生活”。最终解决方案是:按三房交付,但预埋所有管线,为未来改造留好条件,将“成长性”融入家的基因。

细节可调整:插座位置、柜内格局、收纳偏好……这些看似微末的差异,恰恰是生活惯性的真实投射。

尽管过程繁琐,但董事长徐波涛坚持:“业主愿意花时间跟我们沟通,是我们的荣幸和价值,这证明他们对家极度重视。”

这种“用户主导”的定制化,深深击中了像鲍思龙这样的业主。他曾一年内看遍南京五十多个楼盘,直到遇见贤坤花园,“开发商的用心,一眼就能感受到。”他力排众议,迅速下定,只因在这里,房子不再是冰冷的商品,而是能与自身生活轨迹、家庭成长同频共振的“有机体”。

## 是风景,更是生活场

当基本的安全与舒适需求被满足,建筑便肩负起更高层次的使命——满足人的精神需求与审美向往,也就是“诗意栖居”。

贤坤花园的风景很美,80%的土地用于景观,只有20%用于建筑。但更有价值的是:所有的风景都意在让你驻足停留,被人真正使用和感受,成为可进入、可嬉戏、可发呆的生活现场,此刻社区才真正有了温度。

树下设置了条形坐榻与沙发,滨河平台摆放着休闲家具,旱溪碎石滩供孩童嬉戏,宠物活动区配有穿越筒装置……

二期滨水亭前的草坪上,暗藏一个石材铺就的舞台。“设计初衷是希望业



主可以在这里举办小型音乐会、读书分享会,”中埭置业环境艺术总监周飞介

绍说,“社区需要一些半室外的社交发生器。”

公共区域所有空间都预留了“使用接口”。“我们要做的是长期可持续的自助运营逻辑,”周飞说,“一个茶室,如果没水源、没插座,那就只是摆设。”

贤坤花园一二期的配套设施为全体业主共享,而其配置基本都源自客户“点单”,包括茶室、图书馆、棋牌室、瑜伽房、私宴厅、私教工作室。从个体的家到公共的空间,业主的意见将会被听到被尊重。

此外,在房子交付前,所有公共空间已向业主开放预约使用。这些空间不是摆设,而是持续产生内容与连接的舞台。

