品牌开发商靠产品谋声誉

李辉是一个完美主义者，对任何事物都追求完美，对房子的苛求同样不例外。2008年11月底，位于奥体中心的海尔绿城全运村首次开盘，出于对绿城房子的信任和对奥体片区的看好，李辉在该小区购买了一套140多平的百合园的三室，房子优惠完以后每平米8000多。

上海浦东星河湾

如今过去三年多，虽然房地产市场非常冷淡，但在这样的行情下，百合园的二手房整体销售价格仍高于12000元/平。谈到当初为何购买该小区时，李辉告诉记者，他看中绿城的产品，看重其品质和口碑，喜欢其园林景观。“如果要是星河湾在济南建房子，我肯定会第一个去购买。”

其实像李先生这样的人不在少数，他们正是看中绿城等品牌开发商的产品，出于对其多年的开发水平的信任，才去投资购买。

绿城专注产品赢得业内口碑

济南是一个比较保守的城市，保守的城市环境和氛围造就了相对平淡的房地产市场。在这种市场之下，令人满意的产品比较鲜见，但是绿城的进入打破了济南房地产市场的平静。

2007年11月2日，海尔地产联合绿城地产摘得奥体南侧地块，规划建筑面积180余万平方米。仅仅一年后，2008年11月底全运村首次开盘，推出高层和小高层的百合园系列产品，以及多层的桂花园系列产品。到位的精装修、精致的园林景观和少见的石材干花外墙，绿城的产品第一次展现在济南购房者面前。

如今4年多过去了，全运村已经慢慢成熟起来，九年一贯制学校和幼儿园已经投入使用，加上喜来登酒店等配备，小区内配套越来越齐全，绿城用完美的产品给济南的购房者一个交代。

星河湾产品打造多个第一

目前，济南市场上能够和绿城的产品媲美的项目较少。单就国内来看，仅星河湾和龙湖等品牌开发商开发的高端产品能与绿城产品并驾齐驱，其中星河湾地产，在短短十年时间内，打造出星河湾系列产品，创造多个业内第一。

2001年，星河湾地产成功推出广州星河湾项目，该项目以当时广州华南板块均价最高的价格开盘，因产品卓越一炮走红，随后几年时间内先后推出北京星河湾、浦东星河湾、星河湾海怡半岛、太原星河湾、上海星河湾等项目，次次都在业界引起轰动效应。2009年浦东星河湾开盘当天6个小时销售额达40个亿，月签单40.2个亿，一时间创造了业内的奇迹。

其实，每一份成绩的获得都是对产品苛求的结晶。就像星河湾所倡导的那样，为业主提供70年满意的生活和不断增值的物业，景观要做到50年不落后，要有全国性甚至国际性的品牌。也正是如星河湾这样对产品的不懈追求才带来40个亿的销售业绩，创造多个业内第一，成为国内豪宅甚至世界豪宅的代表。

(楼市记者 刘万新)

海德公馆名家讲坛第三季开讲

1月7日，“闻道天下事”名家讲坛走进保利·海德公馆，第三季“探寻易经智慧，品鉴文化宅邸”在书香弥漫的保利·海德公馆会所浓情开讲。中国周易协会副秘书长、山东大学国学与管理教学基地负责人臧中培亲临现场，为到场嘉宾带来一场中国传统易经文化的盛宴，使大家再次感受中国传统文化的人文魅力。

易经是华夏五千年智慧与文化的结晶，被誉为“群经之首，大道之源”。中国人对风水学有着宗教一样的崇拜与敬畏，认为一切“精、气、神”皆隐于风水之间，蕴含着天体宇宙无限奥妙，因此易学和风水也是中国古典文化的重要组成部分，那么，什么样的居住环境才具备上佳的风水，而保利·海德公馆的地域风水和社区风水究竟有何奥妙之处？下午三点，伴随着古典唯美的水袖舞蹈——《踏歌》，中国周易协会副秘书长臧中培大师的风水精彩开讲，为您一一揭晓答案。

就地段而言，洪楼不仅有着源远流长的文脉，从风水学角度来讲，更可称得上风上水。“上世纪康有为老先生到山东济南来，登上了千佛山，回望济南市，说济南市最好的风水在洪楼一带。济南在山阴和河阴，属狭长地带，洪楼属于生位，西北水平乾门，代表出路和发展源头。”

走进项目景观示范区，社区入口溪流潺潺，眼界阔达，正所谓大处写意，小处生情，令人身心愉悦。臧中培大师认为，“保利·海德公馆建筑长轴方向为东西方向，呈两栋并排点状布置，围合出圆满完美的风水意境。”其主力户型面积85-300㎡，结合中国传统易学常识，设计出三进式入户格局，“各功能区衔接自然和谐，开合讲究，采光充沛，气场旺盛。挑高层高，超大阳台，空间吐纳有度。”

当天，臧中培大师不仅精彩解读风水学奥秘之处，同时也给予现场客户互动答疑的机会，为现场观众提供居家生活中的风水建议和解决方案。现场还抽取珍贵藏品——青花瓷大奖，所有来访者获得精致的古瓷茶具一套。

迄今为止，名家讲坛已经在保利海德公馆成功举办三期，在泉城楼市形成持续性的人文事件，获得业内外一致口碑。摒弃功利性促销活动，回归高端文化层面探讨，正是保利山东“文化筑家”品牌理念的进一步升华，对“学府豪宅”产品属性的真实演绎。2012年，随着保利海德公馆各项文化配套的逐一落实，社区实景展示进一步呈现，更多文化活动的策划实施，洪楼“学府豪宅”将带给泉城人民全新的文化体验。

一周楼市

山湖纯墅，擎领人居

近日，博鳌论坛2011(第7届)房地产年会暨“中国地产100品牌盛典”评选活动隆重举行，鲁商御龙湾荣膺“2011-2012中国地产100十大最佳人居环境典范楼盘”。作为济南唯一纯生态自然别墅区，御龙湾再次引领人居发展新风向标。

本次评选是由中国商业地产协会、中国房地产品牌企业联合会、中国住宅产业化建设促进会、博鳌论坛2011房地产年会组委会等共同组织的一次全国性、高规格的评奖活动，旨在推动全国房地产最佳范例与实践的推广，促进中国地产品牌与人居环境建设水平的提高，在全国范围内具有广泛而深远的影响力。

众多候选楼盘参与角逐，御龙湾能够脱颖而出，标志着其已成为别墅类的“最佳人居环境”典范。鲁商御龙湾以占据山湖养生稀缺资源、极致产品价值与恒久收藏价值、原创精品的别墅标准，驰越巅峰，荣耀尽揽！

目前，项目一期已圆满交房，二期、三期类独栋、联排、双拼别墅现房实景完美呈现。红花绿草，大院矮墙，可触可感；赏湖品茶，沿景漫步，醇墅生活即时启幕。

祥泰客户嘉年华落幕

祥泰实业济南公司为答谢业主、客户以及社会各界一年来的支持与厚爱，在西部酒城举办嘉年华活动，800多位来宾齐聚一堂，共度元旦佳节。

2011年是祥泰实业在省城楼市快速扩张的一年，也是品牌建立关键的一年。这一年，祥泰实业完成祥泰·森林河湾的迅速清盘；一鼓作气接连拿下三宗优质地块；旗下祥泰·汇东国际在花园路东闪亮登场；荣膺房地产界“奥斯卡”大奖，赢得泉城喝彩。有此成就，与祥泰实业不断努力，踏实前行密不可分，更与业主、客户及社会各界的支持密不可分。祥泰实业摆此盛宴，以谢泉城。

1月1日下午2点左右，西部酒城人头攒动，来宾络绎不绝，现场布置一派节日气象。悠扬的音乐与屏幕上播放的“相亲相爱”短片相互辉映。随后，一阵“咚咚咚”的鼓声敲开2012年的大门，敲响宴会的圣钟。摇滚、歌曲串烧、杂技、游戏、物业表演等节目，让场内热浪迭起，欢腾不断。

宴会最后，祥泰实业推出“老带新客户星级会员评选”，并为星级会员颁出大奖，以此感谢为祥泰实业发展做出贡献的客户。此次嘉年华活动在欢笑声中圆满落下帷幕。

齐鲁·涧桥2012新年酒会落幕

2012年1月1日晚，齐鲁·涧桥2012新年酒会在章丘银座家悦酒店四楼宴会厅举行。齐鲁·涧桥新老客户数百名嘉宾齐聚晚会现场，共同度过了一个难忘的良宵。

为迎接春节到来，1月4日至5日，齐鲁·涧桥在涧桥售楼中心举办了“新年送祝福”春联派送，特别邀请名校书法大师在售楼处现场编写春联。活动当天，涧桥业主纷纷踏至售楼处免费领取春联、福字。

此外，齐鲁·涧桥格林威治假日广场住宅的推出、别墅五万抵十五万等活动，掀起一轮又一轮置业热销传奇。

恒大城新年送福有好礼

兔辞旧岁，龙迎新春。春节即将来临，大街小巷都洋溢着喜庆的节日气息。值此辞旧迎新之际，恒大城倾情感恩泉城市民的深情厚爱，推出一系列年终购房优惠举措，高额让利吸引了众多购房者关注。另外，恒大城推出的新年送福进社区活动为广大市民送福到家，受到社区居民的一致欢迎。

感恩让利大回馈，送福送礼送惊喜

千万让利大回馈，年末购房有好礼，恒大城年终购房可享高额优惠。101-170平临湖美宅6625元/平起，送1500元/平豪装，最高优惠达30万。一次性付款96折，商业按揭98折，老带新98折，3日内按时签约99折。凡是周末当天购房客户，均可参与当天的抽奖活动。液晶彩电、豆浆机等名牌家电等您带回家，中奖率高达100%。

除了年终购房大优惠，春节临近，恒大城开展“新年送福进社区”活动。工作人员进入社区免费送春联、送“福”字、送剪纸、送红包，为社区居民送去“温暖”和“喜气”。众多市民争相排队领取，每个人脸上都洋溢着灿烂的笑容。此次活动不仅在周边社区树立了良好的企业文化形象，更是赢得了广大业主以及业委会的一致好评与肯定！

深入社区之外，恒大城每周末在项目现场也为来访客户奉上精心打造的新春大礼包，内含喜庆春联、美丽窗花、别致红包、贴心台历等温馨礼物，这些礼物应景性强，实用度高，对居民们春节期间走亲访友提供了很大帮助。同时邀请书法家现场书写对联，剪纸艺人现场剪窗花，借“妙手”寄予真挚的祝福。目前，活动仍在火热进行中。

品质为王，超高性价比擎领全城

无论是开盘劲销9亿，还是热销户型的蓄势升级，恒大城之所以能在市场调控期仍然“一骑绝尘”，领跑楼市，与其超高性价比有直接关联。恒大城是恒大集团在济南新东站片区开发的高品质楼盘，集居住、休闲、购物、文化、教育于一体，以“欧陆经典园林、高端航母配套、满屋名牌9A精装”的豪宅品质，缔造东城中央华宅典范。项目全面涵盖五星豪华会所、全天候运动中心、高端恒大剧院、欧陆风情商街、国际双语幼儿园及小学教育等完善配套，满足生活一切所需。

作为“民生地产”的倡导者，恒大始终以“为消费者缔造更为舒适的居住环境”为己任，无论是产品研发、景观设计、居住氛围营造等方面，都充分考虑消费者实际需求。除此之外，恒大产品的高性价比也是其赢得市场青睐的关键。其低价位、高品质的住宅顺应了政策导向，无疑给处于坚冰中的楼市一个绝佳的出手契机，持续不断的广受追捧也就显得理所当然。

在新的一年里，恒大城将顺应市场需求，为泉城百姓提供更多优质房源，将“超高性价比”进行到底。”