

房企转型呈现多样化

受楼市调控政策影响,房企发展受到资金、成本等诸多因素的限制,单纯靠土地增值获取利润的传统开发模式已难以立足。面对市场环境,不少房企已开始涉猎养生地产、旅游地产及工业地产等领域;也有部分房企与其它产业结合,在房地产多样化方面做出探索。

产业结合

房企走向差异多样化

随着住宅市场竞争日趋白热化,融资渠道收窄以及开发成本、建设成本的上升,使得经营压力倍增。特别是在调控不放松的大背景下,房企转型已成为不争的事实。重汽、银丰尝试养生地产开发,恒大改变产品模式,进军商业、办公领域,涉足CBD商业地产,这都是转型的方向。

重汽地产在养生地产领域开始做出尝试,其海南项目蝶泉湾目前正处于销售阶段,“作为养生来说,现在的趋势是海景房慢慢在‘退潮’,向热带雨林这方面逐渐升温。项目一个月的销售在2-3套左右,不是很理想,重要的是我们在做这方面的尝试。”重汽集团地产开发公司董事长闫颖说道。他表示,重汽今后有可能去探讨一些关于工业地产方面

的东西,还有可能在济南市会做一个一级市场的探讨。

SOHO中国告别散售自持物业,潘石屹当起包租公;融创绿城联手抱团取暖,不少开发商开始探索转型之路,改变以往住宅地产为单一主营业务的模式,尝试多元化、多业态经营,以分散住宅开发的风险。

在齐鲁品牌地产联盟峰会现场,济南中海地产有限公司总经理庄青峰说道,“做精做细,是一个守正的思路,勇于转型是一个出奇的思路。更好的思路是守正、出奇相结合,既要做精做细,做好内功,提升自己的能力,做性价比更好的房子,同时在差异化方面做出尝试,在房地产多样化方面做出探索,让房地产更加绚烂多彩一点,整个市场会更加多样化一点。这是我们转型的最终结果。”

地产转型不是转行



房企老总峰会现场开怀畅谈

随着土地的越来越少,对土地珍视程度的增加,以及客户需求、置业心态的变化,传统房企有了转型的压力。

转型不一定说要离开房地产。在齐鲁品牌地产联盟峰会现场,不少老总坦言房地产行业很难重现2007年及2010年的好年景。包括扩大房产税试点,以及住建部强化调控措施等政策都在施压房地产行业的发展预期。但也同时指出,当前房地产市场对开发商而言,最严

峻的时期似乎已经度过。

有业内人士指出,这里的转型不是转行,不是完全意义上的改变,更多的是在原有基础上的改进。有不少房企通过创新产品、提高附加值这一基本“转型”来适合市场。

例如绿城开始要参与菜篮子工程,万科在良渚文化村开设的村民食堂,金地今年开始发起“云服务”,金都建设“绿色生活幸福家”园区服务体系,各个楼盘的供应商们,

似乎正在从单纯的卖房子,向卖服务、卖生活配套迈进。

山东北大资源地产公司董事长刘阔指出,没有实质内容就想扩大产品附加值是不现实的。据刘阔介绍,尚品清河建设期间,把项目南侧铁路沿线改建成坡地公园,达到降低噪音又美化环境的双重效果;未来还将融合医疗服务到北大时代项目之中。这正是提升产品附加价值,成功转型之所在。

(楼市记者 陈晓翠)

恒大雅苑第一人居大盘 演绎高铁新城首席湖居豪宅

高铁新城是未来济南发展的新中心,恒大雅苑地处高铁新城核心区,是恒大集团布局高铁新城的全新力作。项目总面积66万平方米,位于腊山河景观带与中央景观文化带两大景观轴交界处,拥有50000平米欧陆经典园林、6000平米奢阔大湖,是高铁新城罕见湖畔豪宅。

恒大雅苑85—135㎡完美豪宅,有贴心业主生活的超阔楼间距,全明户型设计,满足必须的日照时长、采光、通风、隔音等要求。主卧超大面积飘窗,与客厅自然衔接的观景阳

台,将奢华湖景、欧陆园林尽收眼底。与自然最亲密接触,将清风明月、鸟语花香轻松装进家里。

恒大雅苑为业主提供完美的家庭生活环境之外,还提供完备的生活配套设施。恒大雅苑拥有52000平米铂金会所,专为业主提供高品质生活所需。全面涵盖豪华游泳池、各类健身中心、儿童活动中心、棋牌室等诸多功能空间,在多种交往的私享领地中体验舒适人生。奢华的五星会所,同时还配备有欧陆风情商业街,汇聚国际时尚品牌,商铺、超市、休

闲娱乐多种业态配套组合,高雅的购物环境,时尚的前沿品牌,顶级的商业配套方便业主购物及生活,业主在小区内即可实现购物、休闲、娱乐生活,尽享都市生活魅力。

恒大雅苑,50000平欧陆经典园林将中心湖紧密围合,亭、台、桥、林、湖,移步换景,一步一景,精致璀璨景观,恢弘大气,处处透出浓厚的人文气息。更有6000平奢阔中央大湖,成就浪漫闲适的湖居人生。四周亭、台、桥、木栈道环绕全湖,园林交相辉映,湖光潋滟,美轮美奂。

高铁新城带来济南西部交通变局。西客站片区内100公里规划了“十二横十二纵”的骨干路系统,规划有1个京沪高铁济南西客站、1个长途客运枢纽站、2条地铁、7条交通要道、4条公交车线,实现乘客出行“零换乘”。恒大雅苑地处济南西客站核心区,畅享15分钟都市生活圈。具体位于济南西客站齐鲁大道与青岛路交界处,现阶段有19路、133路公交车经过雅苑,未来有BRT在青岛路运行,门口就是BRT。未来北园高架、二环西路高架修通,恒大雅苑交通更为便利。

山东黄金亮相

2012济南文博会引全城热议

在竞争日趋激烈、品牌更加多元化的当今社会,越来越多的人逐渐认识到本土企业品牌对推动当地社会进步的重要性。如果说2012年的济南文博会有什么新的特征的话,那么本土实力品牌企业受到追捧和热议无疑成为了一种潮流趋势。8月30日至9月2日,济南文博会上,山东黄金作为本土企业的中流砥柱成为社会各界热议的焦点。

作为根植本土的国有企业领军品牌之一,山东黄金以“传承生态矿业,筑造品质生活”为参展主题精彩亮相本届文博会,赢得了社会和广大客户的关注热议。

山东黄金集团是直属山东省政府的国有大型企业,中国500强企业,黄金产量、资源储备、经济效益、科技水平及人才优势均居全国黄金行业前列,拥有五家“国家级绿色矿山试点单位”,先后获得“全国五一劳动奖状”、“第六届中华慈善奖”等殊荣。2012年一季度,山东黄金集团历史性成为全国第一产金公司,影响力与知名度与日俱增。

山东黄金集团旗下的山东黄金地产旅游集团有限公司,以“传承生态矿业,筑造品质生活”为发展目标,为各地客户打造了黄金时代广场、黄金99、黄金·云湖山墅、黄金国际(淄博)、黄金海岸(莱州)、黄金·山水郡、黄金·鹤山龙湖等涵盖商业、写字楼、低密度别墅、高档住宅等一系列高品质项目,并整合了黄金物业、黄金高尔夫、黄金男篮、黄金汽车、黄金装饰等资源,通过高品质的产品链体系,让“黄金地产 品质生活”的口碑一再相传。因成绩突出,该公司先后荣获过“中国地产十大风尚企业”、“中国品牌房地产企业100强”等荣誉。

文博会现场,山东黄金的展位前就不乏热心的参观者,向现场的工作人员咨询诸如黄金地产所开发的品质项目、黄金高尔夫、黄金男篮新赛季的准备工作等关心的热点问题。而来自山东黄金集团及其旗下各大产业的集中展示,各地地产名盘的推介、趣味拍照体验等,让参观者和客户对山东黄金有了更为深刻和生动的了解。

通过参加本次文博会,充分展示和提升了山东黄金的品牌形象和影响力。在未来发展中,山东黄金将在整合产业资源、强化品牌建设、提高产品品质方面做出更积极地探索与努力,进而实现“让尽可能多的个人和尽可能大的范围因山东黄金集团的存在而受益”的终极目标。

汉峪上演地产传奇,第一大盘劲销3.5亿

汉峪片区位于高新区中心区南部,奥体文博片区以东,北临经十路,总用地面积13.3平方公里,三面环山,环境优美。汉峪片区是我市“十二五”期间“做强城市功能,做靓城市形象,高标准抓好新城区开发建设”的重要片区和载体,未来的汉峪片区将建成济南东部新区的商务科研中枢、生态宜居绿谷、和谐多元新区。规划在对片区发展定位与开发策略、道路网与交通设施、竖向与防洪、市政设施配置与管线综合、地下空间利用等专项研究的基础上,确定其功能定位为商务科研总部基地,集商业、金融、居住等多种城市功能为一体的综合性服务新区。百万平米大盘中铁逸都国际,便位于

片区的核心位置。

8月25日,奥体东百万平山水大盘首日开盘捷报频传!开盘当天,中铁逸都国际开盘现场人气指数近乎爆棚,数千人到场热捧,短短几个小时,当场劲销3.5亿,勇夺泉城开年以来楼市最好成绩。

千人爆棚, 汉峪大盘首战告捷

8月25日当天,高新区国际会展中心的中铁逸都国际开盘现场异常火爆,一股购房热潮在此被点燃。上午一早,便有众多客户抵达现场提前一探究竟。下午2时整,选房正式开始。选房等候区客户早已座无虚席,购房者激动不已焦急地等待主

持人摇号,进入到选房区的客户也迫不及待地与售楼人员进行沟通交流。主会场内,火爆的气氛更席卷了全场,大量客户在工作人员的指引下先后聚集到销控板前,迫不及待地选择自己满意的房子。

为了让客户既能选取满意房源,还能赢取大奖,在开盘当天工作人员特意在客户等候区为前来客户安排了幸运大抽奖活动。现场不间断的抽奖,70年地下车位使用权,地下室大奖让现场惊喜不断,并将现场氛围引向火爆。最后,持续了近5个小时的开盘活动,随着终极大奖的揭晓圆满落幕,中铁逸都国际开盘首日也在千组客户的追捧下首战大捷,创下劲销3.5亿的佳绩。

热销背后,品质为证

据悉,位于汉峪核心区的中铁逸都国际的项目北侧为总部基地,将建成以商务办公、科研设计、商业服务等功能为主的金融商务中心,建成后将有300米的超高层地标性建筑,目前,已有齐鲁证券总部等30余家大中型企业和金融机构的签约进驻,相

关配套设施也将迅速完善。作为济南市新的CBD标杆,总部基地的建设和总部经济的发展将极大地提升片区的商务价值和投资价值。随着项目自身与周边配套的不断完善,项目具有巨大的升值潜力。

此次一期开盘推出共5栋楼的房源,户型面积从75平米到170平米可供选择。在购房者越来越理智的市场环境下,当天到场的客户多数都长期关注中铁逸都国际,现场不少客户表示,会关注这个项目,很大原因是其卓越的品质保证,大品牌开发商和优越的性价比。除了在产品上先声夺人,项目所享有的配套和社区品质,优越的内外景观资源也是中铁逸都国际在激烈的市场竞争中赢得广泛青睐,备受追捧的关键因素。

无论是苛求极致的产品,还是精益求精的社区品质与优越的内外配套、景观,中铁逸都国际旨在为泉城人们,带来一次优雅人居变革与理想居住作品,而首期开盘热销 3.5亿的佳绩,只是中铁·逸都国际向目标迈进的第一步。据了解,应广大购房客户要求,新品房源即将加推。

(楼市记者 田园)



开盘现场座无虚席