

南城地产开发驶入快车道

政府城市规划与房地产向来都是城市发展的一对翅膀,两者互相为用,缺一不可。在济南市政府“东拓、西进、南控、北跨、中优”的发展战略下,全国各大房企纷纷进驻济南,掘地建城、开拓疆土。而在南部,鲁能、外海、银丰、中海、华润、祥泰、融汇相继拿地,开发商云集,南城地产开发驶入快车道。



群山环抱 摄影/陈燕

南城拿地 群龙聚首

2003年,济南市确认“东拓、西进、南控、北跨、中疏”的城市发展战略。济南南城作为济南最优地势、最美环境的区域,成为房企拿地的热点区域之一。自2005年始,南部已陆续被开发,至今有不少社区已经相当成熟。但仍有品牌房企看中南城价值,抢占高

地。

2005年,鲁能地产抢先发力,以实力国企的高水平运作和高度的社会责任感,打造420万平米鲁能领秀城,以江北第一大盘的姿态成功抢滩进入南城;2006年,外海置业继而入驻济南南城,开发外海蝶泉山庄;2009年,银丰置业打造的银丰花园深居龟山,在城市之中即可享山居生活;2009年8月,中海地产入驻济南,摘得九曲片区地块,项目规划总用地面

积约3686亩,将打造集住宅、别墅、商业于一体的城市综合体;2010年,祥泰置业在南部拿地,填补南城CBD空缺,将打造南城纯商业综合体项目,并筑建南城第一高;2012年2月,华润置地摘得兴隆地块,拟建成具有城市复合功能的城中城,涵盖主题游乐、商业服务、酒店会议、生态公园、人文居住等五大板块。

产品品质升级 力拓南城

南城,不仅有文化底蕴深厚的舜耕路,更有“济南后花园”之称的优越自然生态环境。随着城市发展,土地持续稀缺,南城的居住价值日益凸显。

“2005年鲁能领秀城在泉城亮相以来,每一次品质升级都围绕鲁能品牌宗旨展开,即发现、聚焦核心价值,并进行有效整合和持续传播,最终实现客户价值最大化的过程。”鲁能领秀城的负责人介绍,7年历程,鲁能领秀城从最早的江北第一大盘,到如今的山东第一教育大盘,始终沿着坚定的大盘之路前行,其市场定位始终围绕项目最大核心价值点和客户深度需求展开。420万平米国际人居生态城,超大规模体量涵盖住宅、酒店、商业、商务等多元化业态,对城市稀缺资源的极大占有则构建了其核心价值,都市里的公园生活,正是鲁能领秀城带给这座城市的全新生活方式。

自从2008年中海地产进入济南就掀起了一股“中海风”。2009年,中海地产济南公司销售额突破23亿;2010年,销售额超过36亿;2011年济南中海地产再

次蝉联济南房地产市场销售金额、销售面积的双料冠军,在高端住宅市场占有率高达50%。其在南城开发的中海国际社区总建筑面积310万平米,包括两个商业片区和十一个相对独立的居住片区,囊括别墅、平层官邸、精装华宅等多种济南最高端的物业形态。而在这些成绩背后,中海地产则把品质作为开发最根本的理念。济南中海地产有限公司总经理庄青峰曾这样说过,“我们始终坚持‘楼楼精品,过程精品’的开发理念,并将这种开发理念深刻地贯彻到设计、建筑和施工的过程中。在设计上精益求精,追求每一个细节的完美,小到卫生间的开关安装方向,插座的位置;大到整栋楼的户型和外立面设计、园林绿化。在建筑和施工过程中,时时监督、有效管理,严格把控房屋质量。”

华润在兴隆片区建造的华润中央公园占地面积达21平方公里,拥有得天独厚的自然生态资源,山景、森林一览无际,负氧离子含量是市区的300多倍。与此同时,项目周边配套一应俱全,教育、医疗、金融、休闲娱乐等配套丰富,生活便捷。华润·中央公园作为人文居住板块的首发力作,以城市山居观邸为建造理念,打造约90-165平法式全明小高层,引领清新自然而又不远繁华的品质生活方式,在千佛山南麓筑就与繁华咫尺之隔、拥享静谧的城市山居观邸。即将入市的臻稀别墅,是人文居住板块的又一新品,以“别墅庭院最大化”为设计理念,借势绵延山景和东侧郊野公园、对面小姑山公园的景观,结合山地高差,打造绵延起伏、富有意境的稀世别墅,真正树立济南的

巅峰别墅标准。

大盘聚首 融汇爱都略显逊色

作为南城的开拓者,鲁能领秀城、中海国际社区、华润中央公园都涵盖住宅、别墅、商业等产品类型,并根据各自地理位置,设计专属社区的园林景观。与此同时,祥泰广场以填补区域空白、促进城市发展为目的,开发地标级城市综合体,强力拉动南城崛起。在产品打造方面,祥泰广场集合3000-4000平米稀缺企业独栋花园式办公、166米总部级地标写字楼、60平米板式LOFT、40-80平米共管式公寓和8000平米旗舰商业等五大主题商务,开启济南南城商务新时代。

每个南城的地产项目都拥有自己独一无二的产品特色,或教育,或环境,或配套,或商业。记者在调查中发现,与其他楼盘相比,同样处于南城的融汇爱都却没有打造自己专属的项目特色。据悉,地上建面仅30余万平米的融汇爱都只有底商、托儿所,社区外部配套更是缺乏,且项目紧邻墓地与劳教所,还有警犬训练基地、热电厂。不少市民认为,与鲁能领秀城、中海国际社区相比,生活环境明显差很多。

从近期市场关注度来看,同样于2012年拿地的融汇爱都,在其它项目多次开盘销售之后,自身项目却迟迟未开盘,企业开发水平、营销能力于此可见一斑。在齐鲁楼市购房俱乐部的读者调查问卷中,融汇爱都在“品牌记忆”一项中不足10%份额。

(楼市记者 马韶莹)



华润中央公园鸟瞰图

