恪守责任 大手笔实现居住梦想

——对话山东外海置业投资有限公司总经理陈东胜

对于一座城市而言，建筑不仅是一种必须和基础，更是一种文化的承载与认同。济南如何在文化传统与国际化发展中彰显城市个性？有责任的品牌地产在各自的角度一直进行着探索。外海就认为，一个城市发展到一定高度必须与国际接轨。与国际接轨，一方面要协调好传统文化与居住文化的关系，另一方面要涌现出足以代表城市形象的高端宜居项目。

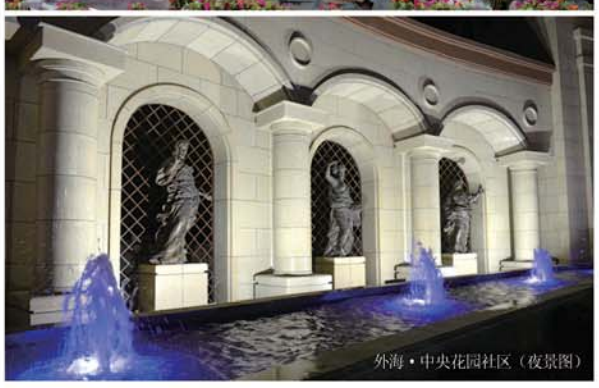
这也正是外海由传统的住宅研发到以城市理想为本的新地产文化之旅的胆识和勇气。然而，一系列转型升级离不开山东外海置业的当家掌门人陈东胜。“我们要做的不是循规蹈矩的推土重来，外海要做的是在济南的人居史上创造一个符号，引领一个潮流，要将人文关怀的理念镌刻到建筑之中。”

一直以来，陈东胜对待产品的激情和痴迷是他不变的标签，无独有偶，外海置业也被潜移默化的注入了这种蓬勃的生命力——变化的是产品，不变的终将是外海人沉潜济南，深耕细作的虔诚之心！

外海·中央花园鸟瞰图

四水归堂（效果图）

外海·中央花园社区（实景图）



外海·中央花园社区（夜景图）

从卖产品到做产品——用建筑夯实品牌

在我们眼中，外海是再熟悉不过的了。自从2001年落子泉城以来，近十二年来，对于外海的一个个建筑作品、一场场主题活动、一系列推广案例，我们都有认真的瞩目和研读。庆幸，外海置业十二年的成长轨迹，我们没有错过。

然而，外海似乎又总是让人无法完全熟悉。在我们的记忆里，从外海·西子城市花园到外海现代·中央花园，到外海·蝶泉山庄，如果说当初的外海落地泉城，只是为了做好房子，那么今天伴随着外海·中央花园的惊艳市场，醉心于产品品质的外海人已经开启了他们以城市理想为本的新地产文化之旅。

如同陈东胜所言，在开发同行更多的关注如何“卖产品”的时候，外海则已经把注意力转移到如何“做产品”上。

为了将80万平方米的外海·中央花园打造成为首屈一指的品质大盘，陈东胜向我们介绍说，外海与三益中国设计院、中国美院风景建筑设计研究院强强联合，最终确立了意大利风情园林与新古典主义有机结合的整体规划和设计方案，为项目奠定了精品品质的基础。重磅投入，填补了济南西部缺乏景观大盘的空白。

一个社区的品质高低，通过容积率这个数据可以得到最直观的感受。容积率越低，居住舒适度越高；而建筑密度越低，绿地率相应的也就越高，居住环境也就越好。在谈到项目的景观和品质时，陈东胜对旗下产品的骄傲之情更是溢于言表。我们外海置业从责任企业良心出发，毅然将容积率控制在1.83之内，这在济南同类地段的项目中是绝无仅有的！在这样一个前提下，我们的社区绿化率高达41.5%，我们通过大手笔规划、大手笔建设，最终要将外海·中央花园打造为“有生命、有内涵”的济南顶尖的国际品质的社区。

显然，这种对待产品的升级不仅表现在产品形态的日益丰富和建筑风格理解把握，更在于在外海一贯追求的人文主义理想产品的营造，以及质量品质把握中的不断提升和完善，最终凝练成外海人文关怀的不断深入和升级。

从人居到优居——用建筑体现责任

在进驻济南短短十几年的时间里，外海置业经历了创建初期的成长，发展中期的调整，现正逐步走向成熟和壮大，外海的品牌建设可谓成绩斐然。而造就这些辉煌成就的基础，是外海人始终肩负企业社会责任的诚恳与执着。

陈东胜坦言，从一开始，外海就跳出济南，站在城市更高的高度上去发现它的价值。作为企业本身，我们所承担的已经不再仅仅是这座城市楼盘量的积累，更多的是一种居住品质革命性的质变。无论是对于促进济南房地产业的整体健康发展、更好地满足民众的居家需求，还是对于这座城市的光荣与梦想，我们的使命是建设、管理运营一座新城，责任重大。

外海·中央花园如同济南楼市的一个皇冠，遍布着熠熠光辉的粒粒珍珠，而之前早已听陈东胜不止一次提及的外海中央广场即是这是珍珠中的其中一颗。广场占地7000余平方米，堪称济南顶级的社区入口休闲广场，其体量之大、造型之美、气势之雄在济南是独一无二的。展望外海·中央花园动人的景观轴线，为了将人文环境与自然环境发挥到极致，项目将以意大利皇家园林——“兰特庄园”为蓝本，全面规划设计了社区的景观，精工打造新古典主义风格建筑。

不但要安于居所，更要优于居所！这是陈东胜旗下的山东外海置业给齐鲁大地的承诺！北靠经十路的外海·中央花园，对面即是槐荫政务广场，南邻13.8万平米腊山湖湿地公园，距十艺节主场馆仅2公里，在享受主城区醇熟生活配套的同时，也不会错过十艺节的丰富配套和高铁生活的点滴精彩。

由产品引发的对企业的好感显然是最直观也是最客观的。作为一个有责任感的开发商，一个让城市更具活力、让自己成为文化传播者的企业，外海关注的不仅仅是房子本身，还有自己在这个时代中的位置和作用。超越单纯的商业视角，成为居住文明的创造者和时代文化的传播者，是陈东胜一直坚持渴望寻求的角色定位。这些年来，伴随着外海·中央花园的倾力打造，不自觉的加强了济南市民对城市西部的关注，尤其是外海对景观的专注，改变了济南市民“住东不住西”的择房定势，也改善了人们对西部的成见，良好的品牌建设使外海·中央花园为西部地标性建筑。

从文化到和谐——用建筑传播文化

2013年，十艺节将在济南西客站片区举行，非物质文化遗产博览园也将落户槐荫，济南市图书馆、美术馆、群众艺术馆“三馆”也将并驾进驻西部新城。一系列重点文化设施和文化项目的落地生根，可以预见，西部实现文化大发展大繁荣必将指日可待。

如果说“责任地产”是外海置业的一个代名词，那么“文化地产”就是外海置业引申的题中之义。让文化彰显企业软实力，如陈东胜所言，外海置业的企业文化建设走的是一条从文化理念导向到文化氛围营造，至达文化提升的发展道路。作为“文化地产”倡导者，外海的文化底蕴与生俱来，与绝大多数企业视文化为光环和标签不同，外海置业一直把文化作为强大地内驱力。

理解了这些，也就不难理解外海人对外海中央广场打造的舍得和用心。广场占地7000余平米，，宽188米、进深50米，8米高的波塞冬主雕被十五座辅雕簇拥，气势恢宏、磅礴震撼人心。中央广场四周环布着11根5米高的罗马柱，由广场中央向南望去，是壮阔的凯旋门，凯旋门两侧是风姿各异、安详沉静的六座女神雕塑，凯旋门上镶嵌着两块巨型浮雕及象征着丰裕和健康的两尊女神。在陈东胜眼中，这样的作品在全国都是罕见的，要创作并实现这样一组宏篇巨作也具有相当的难度和挑战性。少女泉原作是意大利顶级艺术瑰宝——“特莱维”喷泉，又名许愿池，由尼科洛·萨尔维（Nicola Solvi）设计建造，共花了三十年才完成，它是罗马的象征之一，传说会带给人们幸福。这座雕塑代表了巴洛克时代最高艺术水准，电影《罗马假日》风靡全球后成为罗马最著名的喷泉。该雕塑世人皆知，稍有刻画不到位的地方，就会贻笑大方，成为整个项目的败笔。基于此，在雕刻中必须有近乎苛刻的精雕细琢才能将其深层的韵味完美呈现。

有着浓重文化底蕴的外海中央广场，不仅是对中央花园项目本身的品质提升，更是对整个区域文化升级的推动。从过去到现在，没有一个企业像外海一样着力培植居住生活价值的“软实力”，或许从一开始，外海人理解的外海·中央花园就不仅仅只是西区的一个地产项目，而是整个西部新城和谐发展文化升级的重要一环。这种高附加值的倾力打造，对外海而言，是一个机遇，更是一个挑战和一种责任，也是对企业文化乃至整个区域文化价值的新释义和新高度。

后记：未来的5年，10年，15年甚至更长一段时间，外海能够真正影响济南的绝不仅仅只是旗下单纯的地产项目。景观、配套、品质、服务标准……无论从哪个方面，外海·中央花园都实现了对同区域产品的超越。这也不仅是一个项目的出类拔萃，其后，隐藏着外海人运筹多年的高端计划——剑锋直指省城西部宜居的地标建筑，引领济南地产文化的发展和成长，成为济南文化地产的代表性企业。祝福外海！