

## 全国主流媒体纵论房地产市场

本报为省内唯一参会媒体

9月6日，“CIHAF中国房地产主流媒体联盟2013峰会”在天津新城凯悦酒店隆重召开。全国三十余家主流媒体负责人齐聚一堂，在房地产宏观调控持续及行业深刻调整之际，共同探讨中国报业的生存和发展之道。峰会由天方公司董事长、住交会组委会副秘书长宛进全程主持。

成立于2001年的CIHAF中国房地产主流媒体联盟，在13年的发展历程中逐步成为中国房地产整合营销最大平台，促进了中国房地产行业健康和可持续发展。尤其在当前严峻形势下，行业对联盟愈加寄予厚望。

联盟将继续与CIHAF中国住交会互为依托，加强政府、房企、媒体与市场的联动与资源整合



合，提升媒体的行业话语权，凸显主流媒体核心价值，从而实现媒体经营模式的革命性转变。会议伊始，中国房地产报社

的总编辑时相对当前报纸媒体所面临的机遇和挑战作了深刻阐述，寄望报业同仁在联盟平台下彰显主流媒体核心价值，实现经

营理念与模式的重大转变，从而推动中国地产业的健康发展。

中国房地产研究会人居环境委员会专家组组长开彦讲解了建设

绿色品质建筑的十大标准，并详细说明了建设绿色建筑在实际操作中应该做哪些具体工作。开彦希望各媒体充分发挥作用，监督房地产企业做出善民利民的好项目，把这个善民的工作可以做得更深入，更实在，更具体，更有价值。

中国广告协会报刊分会主任、联盟名誉主席梁勤回顾了现在中国报业所面临的困境，并深刻分析了出现困境的原因以及当下中国报业房地产广告经营所面临的形势。他指出，在房地产企业“银根紧缩”之下，全国报纸媒体房地产广告收入都出现大幅度下滑，经营形势空前严峻，各媒体要打造自己的核心。

此次峰会还进行了中国报业房地产广告经营分享会，各报社业界精英就地产传媒经营策略、新媒体形势下的精准营销等话题发表了精彩演讲。

(楼市记者 陈晓翠)

## 鲁能领秀城东区样板间华美绽放

9月7日上午9点，一直深受关注的鲁能领秀城东区样板间，历经雕琢惊艳绽放。作为济南首个公园样板示范区，同样也是鲁能领秀城公园生活的浓缩呈现，领秀东区样板间很快成为话题之首，得到了业内以及市民的广泛关注与热议，成为鲁能领秀城的又一形象标杆。

鲁能领秀城作为提升全城人居的成熟大盘，建城8年来，从教育、商业、生态等各个领域不断突破，成为引领城市发展的一股中坚力量。此次开放的公园样板示范区，是鲁能领秀城努力打造“生态宜居、一生之城”的深刻践行。东区样板示范区，依托自身环境优势，与森林

公园景观相结合，铺就绿色植被营造花海、筑造特色叠水广场、精筑休闲景观亭等，将都市里的公园生活演绎得淋漓尽致。

鲁能领秀城东区升级打造的公园生活示范区，共规划了四套精装样板房，分别为约102㎡的紧凑三居、124㎡的温馨三

居、129㎡的舒适三居以及156㎡的敞阔三居，所有户型在考虑到居住的舒适性与合理性的基础上，对各自结构进行了优化设计。周末期间，鲁能领秀城除了用精心打造的华美样板间，致献泉城市民以外，还准备了精彩的互动活动，以迎接新老客户的到来。

## 腾讯召开房产微信宣讲会

9月5日，无微不至——腾讯房产微信宣讲会在腾讯房产济南直播间召开，济南多家主流媒体代表参加了此次盛会。“自2011年1月21日，腾讯公司发布微信那一刻起，微信就成为人们的一个生活方式。据权威数据统计，短短两年间微信在线用户已超过三亿，成为不可代替的生活工具。”宣讲会一开场，腾讯房产总经理唐堂致辞时说道。“微信，不仅是一种交流工具，更是一种生活习惯和生活方式。”

如今，腾讯房产入驻济南后，官方微信腾空出世，成为山东首个房产微信。此外，全国大型房企如万科、碧桂园、保利、绿地等都纷纷在济南试水微信营销，目前已有超过百家房企微信落户腾讯房产济南站。至于在房地产营销方面，其实营销就是一种买卖和品牌，最终还是要服务消费者，是一个最完美的互动过程。我们相信微信未来的前景是巨大的，如何利用好这个工具与房地产营销相结合这个命题等待破解。

## 万科城开盘劲销700余套

9月8日，济南万科城首批房源开盘仪式于高新区会展中心盛大启幕。历时2个小时左右，700余套房源被抢购一空。据了解，当天共吸引到场客户近3000名，近5000平米的活动场地座无虚席。

29年的万科品牌，63城的幸福传递，60万业主的幸福鉴证，是广大泉城购房者对万科城信任的基础。万科城项目提出的“60万平米幸福生活”整体规划是其热卖的另一方面原因。工业南路与奥体西路交汇处——作为目前济南住宅市场最为火热的地段，加之刚刚签约的历下区第一实验幼儿园

(公立)也为幼儿教育解除后顾之忧。除此之外，万科城的产品也是实现购房者幸福生活的重要因素之一。

首先从产品面积来看，81-140㎡的户型规划能够满足家庭对于居住、舒适度、空间尺度的需求，却不会产生过大的经济负担影响生活质量。从市内空间布局来看，万科吸取了过去29年的设计经验，不断的调整、积累形成现在的设计风格。从装修方面来看，万科为济南带来了“全面家居解决方案”，不同于市场上模式化的精装房。除了地段、产品、教育配套之外，物业服务也是万科城“60

万平米幸福生活”主要支撑点。

据了解，本次开盘仍有非常多的客户未能选到合适的房

源，为回报广大购房者青睐，万科城正筹备新房源的加推工作，新品包括81㎡、106㎡两种热销户型，敬请期待……



## 保利华庭一期完美收官

9月7日，保利华庭一期收官楼座3号楼在济南喜来登大酒店盛大开盘。当日现场有序而热烈，作为2013年保利置业全新品质升级作品，本次开盘再次延续了开盘即售罄的传统，用非凡的销售业绩回报了泉城置业者的信赖。当日开盘的3号楼作为一期的收官楼座，它的热销为保利华庭一期画上了完美的句号。自6月29日首次开盘至今，短短两个多月时间，保利华庭一路飘红，劲销十亿，深受广大置业者厚爱。

9月7日开盘当天，记者在现场了解到，本次开盘延续了首开时的大力度优惠，当日认购客户不仅可以享受2万抵5万的钜惠，还能得到“开盘选购九折，按时签约九九折”的让利。400余组客户，30多个轮次，经过紧张有序的选房过程，仅仅一个半小时，推售房源已所剩无几。客户已主要聚集在签约区，正在紧锣密鼓地办理签约、领取礼品等相关手续。保利华庭项目负责人告诉记者，“根据最新的数据统计，现场销售额已经突破2个亿，推出房源基本售罄。”

济南保利置业负责人告诉记者，保利华庭升级品质的步伐从没停歇，引入解放路第一小学(分校)就是继续升级进程中的最新最大亮点。

据悉，保利华庭80-130平米新品楼座即将加推。该楼座在社区位置、景观视野、产品设计、生活配套等方面，都对“品质升级作品”有了更好的诠释。



## 恒大帝景：大平层豪宅，真正的都会王者

大平层才是真正的豪宅，对于这一命题，全球人士一致肯定。在全球最贵的十大顶级豪宅中，大平层占据七席，每一处皆是城市地标。如“艺术品城堡”纽约广场饭店、“全球楼王”伦敦海德公园一号、“城市客厅”香港天玺。而在北上广深等住宅文化成熟地区，平层大宅也被看作是市中心高端人居的专属产品，成为超越别墅，富豪领袖终极置业的新方向。

恒大地产深谙城市精英对于居住尺度的要求与期待，于省会核心——文化东路与山大路交汇处，鼎力钜制真正奢华的平层大宅，为济南平层豪宅首立标杆，礼遇新一代人物！

**真正城市核心的平层大宅，非中心、不豪宅**

豪宅有价，土地无价。素来顶级产品与领地上的人物本身就是相得益彰的关系。文化东路稀缺地脉、济南政商经多

重核心、济南第一富人区、省城名校学区——这些先天优势成就恒大帝景真豪宅的纯正血统！项目所处文化东路与山大路商圈，占据中央商务区中心，尽享城市核心区一流的购物、休闲、医疗、教育等生活配套。山师、山师附小、大润发、省立医院等闻名省城的鼎级城市资源就在家门口。或许，也只有这天赋异禀的王者之地，方可堪担恒大帝景大平层豪宅的尊贵。

**别墅级园林与生活体验，云端圈层，高处奢享**

别墅的优势在于自然景观的优美；当大平层有了媲美甚至超越别墅的景观资源之后，云端豪宅时代来临。恒大帝景于城市中心营造近百亩湖景皇家园林，百米礼仪树阵，坐拥超大面积生态园林，令多少独栋别墅也难以企及。专属的静谧还不足以诠释身份的张力，5000㎡五星级铂金会所，豪华露天泳池、温泉泡池、会议室、运动室等区域，满足私人

会晤、品鉴、健身休闲等多重需求，契合主人最高级别的社交礼仪。

**3.5米层高殿堂级大平层，真正的豪宅血统**

所谓享受型豪宅才是居家的最高礼仪，然而若非亲至实难想象恒大帝景的虔诚与用心。近百米楼间距，以牺牲两栋楼的代价让私密过渡到专属；3.5米室内层高向上延伸20%空间，牺牲了建筑面积，强化主人的私密空间，保证家庭成员适合的交流尺度。无论是一家人的亲情交融，抑或宾朋好友的社交排场，皆从容盛放于此，收藏于此。三面通透采光，270度超阔景观视野。远眺大明湖与千佛山，阅览繁华，恒大帝景注定成为济南这个城市的名片，成为城市里金字塔尖族群的荣耀标签。

现恒大帝景湖景楼王天誉87折盛大开盘，174—320㎡奢阔空间尺度，最低首付25万起，送百万豪装，享最长两年无息分期付款。

