

# 南部崛起一座座“城中城”

提起南部，人们除了想到山区，还想到高品质的居住。老济南的话：“买南不买北”的置业观念至今仍影响着不少购房者。深耕南部多年的鲁能领秀城更是打造了更高的南部居住品质，走进社区仿佛置身另一座城。随之而来的中海地产、华润置地、祥泰置业、融汇地产等也将着力打造南部品质楼盘。



▲经多年发展，南部地产已成规模，因配套成熟受购房者青睐。蔡阿兴 摄

9月29日，中海环宇城正式启幕。环宇城·UniMall是中海地产推出的商业地产系列品牌，济南中海环宇城位于中海国际社区的北边，坐拥阳光新路和二环南路的十字口地带，代表了泉城南部商圈真正意义上的都市综合体。居住与商业完美的结合，生活品质也将再提高一个层次。周边的社区也将受惠于大型商业带来的便利。300万平米的城市综合体也将成为省城南部的又一城。 华润兴隆项目将在省城南部打造中国首个都市泛旅游综合体，首期住宅产品华润中央公园

打造90—160平米舒适户型。虽然14000—16000元/平米的价格让人有些望而却步，1.8容积率、多数为18层小高层、周边山景环抱以及舒适的户型设计使华润中央公园仍成为省城热销楼盘。据悉，未来华润兴隆项目依托紧邻济南城区的有利地理区位和南部山区优越的山水生态资源的优势，结合济南旅游需求，打造主题游乐、商业、生态公园、酒店会议、人文居住五大功能板块，构筑中国首个都市泛旅游综合体。

伟东置业打造的白金瀚宫也

已进入认筹阶段并即将开盘。据悉，此次推出的二期组团，位于小区中央景观区，均为8—11层低密度小高层产品，80—290平米全线户型，满足各阶层客户的不同需求。

省城南部在售楼盘并不多，但每一个项目都是精工之作。从现有规划来看，中海、华润、鲁能“三国鼎立”，坐落在二环南路沿线，每个项目都有教育、商业等生活配套，同时在精品住宅基础上，还将开发别墅产品，形成南部一座座城中城。

(楼市记者 马韶莹)

| 10月精品楼盘推荐一览表（部分） |                    |                                       |             |            |
|------------------|--------------------|---------------------------------------|-------------|------------|
| 楼盘名称             | 位置                 | 主力户型（平米）                              | 价格（元/平米）    | 优惠活动       |
| 鲁能领秀城            | 舜耕路与二环南路交叉口        | 86—156                                | 8400—9800   | 无          |
| 中海国际社区           | 阳光新路二环南路交叉口南行500米  | 90—165                                | 均价9000      | 5000抵20000 |
| 华润中央公园           | 二环南路与舜耕路交汇处东行2公里路北 | 140—160                               | 14000—16000 | 暂无         |
| 祥泰广场             | 英雄山路西侧，英西南路南侧      | 40—80                                 | 公寓均价8800    | 全款98折      |
| 白金瀚宫             | 玉函路156号            | 80—110两房、110—150三房、160—170四房160—290复式 | 现房均价12000   | 认筹3万抵6万    |
| 融汇爱都             | 二环南路与英雄山路东南角       | 95—115                                | 起价7500      | 5000抵40000 |

## 北部渐成市民置业新热土

近年来，随着清河流域环境治理的实质性改善和超大型房地产项目的进驻，作为济南北部新崛起的重要发展极，滨河新区的发展正逐日得到济南市民的赞许和认可。同时在翡翠外滩、鑫苑名家、翡翠清河、北大时代、尚品清河等优质楼盘的推进下，滨河新区交通、教育等生活配套日益完善，逐渐归为主城区域。

### 北部正成楼市供应大户

业内人士表示，在济南的楼市格局中，北部地产的发展长期受制于两个因素，一个是环境，另一个就是教育资源的相对缺乏。由于小清河沿线环境及道路的改造，目前济南北部环境已经得到提升，越来越多的市民开始将购房目光转向北部。北部楼盘半年

均价也已经到了每平方米8000元左右的价位，主要开盘项目为历山北路与小清河路交界处70万平米的住宅项目鑫苑名家，8月底开盘价格为均价8800元/平米。下半年开始陆续交房，项目分四期开发，主力产品为120—200㎡市区稀缺花园洋房，95—105㎡紧凑及舒适三居，75—80㎡两居和50㎡单身公寓。共47栋，超过5000户，包括18层、25层、33层的高层，8层的花园洋房及公寓。高层产品为58平米经典一室，85平米全明两室，95平米通透三室，115平米舒适三室，洋房面积区间为140—270平米。位于清河北路和二环东路交口的西北角的重汽翡翠外滩经过近一个月的认筹余9月28日盛大开盘，此次开盘主推90—140㎡的海派户型二百多套，在开盘2个多小时的时

间里，成交量达到90%，至中午12点选房结束，销售额达到2亿元。

### 规划构筑区域新方向

作为省城北部的区域性门户，滨河新区集聚了黄河、小清河等核心资源，是济南“山泉湖河城”的重要生态承载区。滨河新区的规划，进一步提升了区域的城市功能跨越性与品质性，形成的“一心一轴四区多点”的城市空间发展结构，让承接市中心与北跨的中心要地有了新的蜕变。

去年10月24日，孕育3年之久总建筑面积达500万㎡的徐李片区首发地块被北大资源成功摘牌，大量填补北部乃至济南的匮乏资源即将引入，预示着2013年省城北部将成为济南楼市发展的全新亮点。据了解，项目预计户型面积90

—200平米。前期规划配套完善，项目正在紧张施工，售楼处已建设完工，即将开放。

随着鑫苑名家、翡翠外滩、500万徐李片区的陆续建设，将极

大增加北部乃至济南市未来的商品房供应面积，将使北部城区摆脱城市置业配角从而成为济南市民置业的全新热土。

(楼市记者 杜壮)

| 10月精品楼盘推荐一览表（部分） |                    |                                  |            |                              |
|------------------|--------------------|----------------------------------|------------|------------------------------|
| 楼盘名称             | 位置                 | 主力户型（平米）                         | 价格（元/平米）   | 优惠活动                         |
| 重汽翡翠外滩           | 清河北路和二环东路交口的西北角    | 90—140                           | 7300起价     | 5万抵7万<br>商贷一次性98折<br>按时签约99折 |
| 鑫苑名家             | 济南市天桥区历山路与小清河南路交汇处 | 公寓40—85平米，高层58—115平米，洋房130—270平米 | 均价8800元/平米 | 花园洋房组团火爆热销，最高优惠10万元。         |
| 重汽翡翠清河           | 工业北路277号           | 44—60公寓                          | 8200起价     | 特惠房优惠4万                      |

## 金科品牌价值中西部第一

9月12日，“2013中国房地产品牌价值研究成果”在北京国家会议中心发布，金科股份以67.03亿元的品牌价值，入选2013年中国房地产公司(混合所有制企业)品牌价值十强，名列第七，名列中西部房企第一。这已是金科连续5年荣获“中国地产品牌价值10强”，与2009年以20.87亿元的品牌价值荣登“中国房地产公司品牌价值TOP10”第10位时相比，4年时间金科品牌价值增长三倍。同时，“金科大社区”品牌则进入2013年中国房地产项目品牌价值十强，排

名第六。

与金科的“品牌价值TOP10”同时颁发的，还有金科大社区获得的2013年中国房地产项目品牌价值TOP10，这是所有上榜项目中，唯一超越项目品牌，以企业品牌胜出的多项目群。这说明金科社区文化建设走在前列，已成为全国榜样。

而“金科大社区”赢得品牌知名度的是其精品物业服务 and “美善相随”的“金科邻里文化”。在产品力之外，金科独具文化魅力和亲和力的社区文化也成为其品牌的重要支撑。

2008年金科开始在全国社区中推广“美善相随，邻里幸福”的社区文化，提出敬老、爱妻、亲子、睦邻、惜己的口号，并重金投入社区建设，为金科业主搭建起邻里温情的沟通平台。被称为“中国式美好”的“金科邻里文化”成为“金科大社区”的品牌文化内涵的重要组成部分。

从2008年开始，金科每年在全国范围内开展60次大型万人活动，5次大型邻里活动，通过一系列邻里互动和邻里平台的构建，不断拉近人与人之间的距离，塑造了“远

亲不如近邻”的社区文化，金科邻里万人艺术季、金科邻里万人运动会以及金科邻里万家宴等丰富的邻里万系列活动，将“美善相随”的中国传统文化主张传递到每个金科业主中去，深入到每个业主的心中。

金科倡导的“中国传统邻里文化”在金科大社区的推广和普及，不仅很好地推动了金科的品牌建设，更满足了现代人渴望交流的心理诉求，塑造了和谐共生的邻里文化，形成了良好的社区生态，成为了中国社区建设的一个良好的样

本。

据悉，金科城作为金科地产的首席力作，傲据西部新城，扼守齐鲁门户。以打造700万人的都会中心为蓝图，是集品质居住、精品商业、高端办公150万㎡的城市综合体，依照“景观最大化、舒适最大化”的整体原则，始终遵循“以人为本”的设计理念，金科城从整体规划到建筑工程、园林植造、户型设计等各个环节，一路携手国际一流的团队，为济南打造现代城市人居的理想实践区。