



# 省城房企开打“服务牌”

中海推出标准式物业服务，恒大倡导24小时贴心物管

进入楼市后调控时代，越来越多的开发商认识到：单纯靠土地增值获取利润的传统开发模式已难以立足，项目与项目的竞争不仅仅再是多卖出了几套房那么简单，物业销售过程中的服务态度以及物业的增值服务等“软实力”的较量正受到开发商和业主前所未有的关注。

在济南，随着中海、保利、绿地、阳光壹佰等众多一线品牌的进驻，济南的楼盘竞争也不仅仅停留在小区规划、园林设计、建筑品质等硬件上，物管服务、楼盘文化、生活延伸配套等软件方面越来越多的被提及重视。

## 品牌房企服务升级

据相关数据统计，目前全市有物业服务企业520家，从业人员超过3.5万人，物业管理项目超过7600万平方米。从较早进入济南的中海的标准式服务到24小时为业主提供贴心物管的恒大，从最早进行物业服务营销的万科再到新近入驻济南推崇体验式物业服务的龙湖，物业服务俨然已经成为品牌开发商的又一战略高地。

其中，以中海、恒大、保利、万科为代表的一线品牌房企进驻济南后，大打物业服务牌，以人为本的服务理念赚足了省城人民的眼球。

而在济南本土企业中，也不



始终认真执勤的安保 张永健/摄

乏像银丰、鲁能、祥泰、重汽等高端物业服务品牌房企。家住银丰花园的宋女士对社区银丰物业服务称赞有加，“当初买下银丰花园，是因为听说不但房子本身不错，物业管理也很到位。如今住在这里，的确感受到人性化关怀。”她告诉记者，前段时间有业主家里停水，物业自发进行送水服务；为方便业主出行，社区电瓶车风雨无阻；专职接送学生上下学的班车广受业主好评。有时她在小

区内还会看见小区保安主动关注老人、小孩等特殊群体，特别是身体不好的老人，还帮他们拿一些重物等。“这样的物业服务，让人觉得很有人情味。”

## 服务升级配套先行

在房地产市场竞争日趋多元化的今天，建筑产品已不仅仅是一个供人居住的商品，更重要的是对其配套设施的完善及产

品附加值的重视。尤其是在济南，随着城市的扩容和楼市的发展，购房者对楼盘的生活、教育等配套设施提出了更高要求。

如今，“名校+名盘”的联合模式已经成为开发商优化教育资源、吸引购房者的一大方式。而除教育服务外，项目本身生活配套也正在成为其营销的一大亮点，如中海国际社区的中海寰宇城、华润中央公园的五彩城、鲁能领秀城的社区综合体项目

等，社区内居民生活便利性大大增加。

“我选择中海国际社区的重要因素就是看重了他们良好的物业服务和教育资源。”作为最早一批在中海国际社区买房的马先生表示：当前的住宅在地段、价格乃至绿化方面的差异越来越小，中海国际社区完善的物业管理模式和优越的教育资源对其未来生活将有很大帮助。

## 服务升级提升居住品质

王石曾经预言：物业服务是未来房地产企业的核心竞争范畴之一。在如今产品同质化日益严重的环境下，加强物业服务已成为了房地产行业产品突出重围的不二选择。“物业服务是很多购房客户选择住宅，尤其是高端住宅的决定性因素。”长期从事房地产研究的孙先生指出，物业服务不仅能在短期内保障楼盘的销量，更能帮助开发商提高知名度、赢得口碑，从而为开发商的品牌服务。

孙先生表示，近年来随着房地产市场热度不断提升，“卖房子”已经不是最大问题，而房屋售出后的人住以及即将为业主入住后提供的生活，成为这些品牌企业更加关注的问题，各大房企改变了“拿地、圈钱；再拿地、再圈钱”的速度扩张的比拼，开始热衷于提升产品及服务品质，而这也恰恰促进了居民生活品质的提升。

(楼市记者 田晓涛)

# 确实给力

经十路/93-158m<sup>2</sup>精装绿色科技豪宅/火爆热销中



粼湖居  
揽天之精华/接地气之脉/居家观山水/临湖沐清风/

大手笔多重优惠豪礼  
犒赏享受生活的感觉

- 送 购房最低96折钜惠；
- 送 1500元/m<sup>2</sup>精装修；
- 送 最高5年地源热泵冷暖费；
- 送特惠：首付一成起。



实力房企 节能建筑 奢适精装 品牌学区房 西城全维配套 经十路便捷交通 双公园临湖而山

抢购热线/ 0531- 87582 777\999

开发商：济南实力房地产开发有限责任公司 ■ 项目地址：经十路与腊山北路交汇处

