



寻找标杆 问道房企

寻找标杆 问道房企

2013齐鲁地产三名评审团走进品牌楼盘

2013年12月,2013齐鲁房地产“三名”评选活动正式启动。“三名”是“名人”、“名企”、“名盘”的简称,是对山东地产界领袖、企业、楼盘最光荣的加冕。每年的三名评选是山东最高规格的年度评选大典。本届“三名”首次以全媒体阵容呈现,由房地产业内专家、学者、代理公司、媒体记者、编辑及购房者代表共同组成评选团,走进品牌房企,寻找齐鲁标杆。

12月3日下午,“三名”评审团首次出发,来到圣井片区,走进重汽莱蒙湖、碧桂园凤凰城两个别墅项目,亲身体验别墅居住生活。本次参评的评审团成员除媒体代表外,还有业内专家学者代表和通过报名选拔出的购房者代表。山东财经大学山东省房地产业发展研究中心副主任孙大海、世联怡高房地产顾问机构总经理朱江、思源经纪济南公司总经理李成龙、山东齐鲁不动产有限公司总经理赵安福和山东中原地产物业顾问有限公司研究经理王丛玮等人成为首

次活动的专家评审。另有购房者代表和2013年齐鲁晚报济南楼盘摄影大赛获奖者代表倾情参与。

评审团成员通过销售顾问的讲解了解楼盘详情,亲身参观样板间体验楼盘居住感,与企业老总面对面对话,更深层的了解企业和楼盘。首次出发的评审团在参观了两个别墅楼盘后,感叹道:“别墅,就是居住的一个梦想,倒不是房子要多大,而是别墅带来的生活品质才是我们要追求的。”重汽·莱蒙湖纯粹的英伦生活,给评审团留下深刻印象;

碧桂园·凤凰城二期的钻石郡产品则展示终极置业的理想。

评审团成员一致认为“三名”评审走进房企是对以往传统评审的突破,是对房企和楼盘的监督,也是让购房者能亲自走进房企,深入楼盘的一个契机。此次活动得到了业内人士与购房者的一致好评。现在,“三名”评审团走进品牌房企活动正在接受购房者的踊跃报名,报名电话:85196379、85196595。

(楼市记者 马韶莹)



评审成员围坐探讨重汽莱蒙湖项目

三名评审团成员(部分)

全国工商联房地产商会会长 聂梅生

房地产商会联盟执行主席、中国商业地产联盟理事长 顾云昌

中国房地产主流媒体联盟

山东财经大学山东省房地产业发展研究中心副主任 孙大海

济南世联房地产顾问机构总经理 朱江

济南思源房地产经纪有限公司总经理 李成龙

山东中原地产物业顾问有限公司总经理 李广文

山东齐鲁不动产有限公司总经理 赵安福

合富辉煌(中国)山东公司执行董事总经理 罗广斌

齐鲁地产“三名”评审团走进重汽·莱蒙湖

评审团专家惊呼“想不到”

12月3日下午,齐鲁地产“三名”评审团第一站走进省城东部别墅楼盘重汽·莱蒙湖,由业内地产专家、学者、代理机构、购房者代表以及齐鲁晚报报纸、网络、微博、微信多屏联动的记者、编辑组成的评审团走进楼盘现场,以“踩盘”形式近距离直观感受项目。



高耸钟楼成为莱蒙湖的第一符号

舒适湖居别墅获赞赏

初进社区,重汽·莱蒙湖独特的风采便获得评审成员的一致好评。整体景观映入众人眼中,醉人的英伦风韵扑面而来,高耸的钟楼,曲折的台阶、石板路也随之优雅,葱郁花木映衬着色彩鲜艳的红墙、白窗,让眼前的一切格外生动,无不尽展莱蒙湖英式新古典主义建筑的风采。

“小区的景观真是不错。”今年夏季获得“美丽的家——济南楼盘摄影大赛”一等奖的蔡老师,此次是二度到访,对于重汽·莱蒙湖的景观,蔡老师格外具有发言权。“湖景、小桥、凉亭……同样的景观,在盛夏和初冬展示出了不同的风采,每次来拍照都有不同的感受。”

穿过景观示范区,来到重汽·莱蒙湖别墅样板间,合理的户型设计,漂亮的配饰,精巧的装饰,再加上用心的打理,舒适、绝美的样板间更是让一众参与者赞不绝口。“作为购房者,最关心的无疑是房子的户型,这是居住的根本。”作为此次活动购房者代表的赵先生,对重汽·莱蒙湖的户型设计非常满意。“前后花园、内置庭院、下沉式庭院设计人性化,以后可以在这里种点花花草草,非常惬意。阔绰客厅,挑空设计,三层主卧套层设计,配以宽大露台,生活的舒适性也能保证。功能分区,动静分离,居室私密性俱佳。”

“超乎想象!”作为此次受邀专家,山东财经大学房地产研究中心副主任孙大海教授在评价莱蒙湖样板间时也表示:“最近看过几个市内别

墅项目,售价虽然比莱蒙湖高得多,但是在性价比方面来看是远远不如。”

坚守责任,传承品质

在参观完样板间之后,评审团一行同重汽地产总经理杨斌,就房企品牌的塑造、销售业绩的成长,企业的社会责任、楼盘开发、建设的独到之处等诸多方面,进行了深入的探讨和交流。

谈及企业的发展现状和战略发展方向,杨斌用“传承品质,创新管理”进行了明确的概括。“传承的是品质,创新的是管理。”他表示,重汽作为本土重要国企,在打造品质产品上有着自己独特的地方,本土企业也有自己的优势,外企主要侧重产品线的复制,更像是快餐,而就消费者而言,个性化的理念和需求受到很大的限制,对我们来说更多的要做特色餐,更加倾向本土市场的文化和需求,注重精品,注重特色。

说到企业发展模式,杨斌表示更应坚守社会责任,楼房是大家一辈子的需求,是城市凝固的艺术,但是大量简单的复制,工业化的量产,就是一种城市垃圾。户型的创新应该更能体现企业的责任,户型的单一化,对于企业短期的发展可能会有好处,但是对于购房者多元化的需求来讲,并没有任何益处。在目前企业竞争激烈,喜欢扩张膨胀的年代,一些企业可能更喜欢复制,但是作为一个真正的企业,不仅要考虑自身利益还要考虑社会利益和消费者的利益,更多的是要对城市负责,造就更多的精品。

(楼市记者 田晓涛)

评审专家意见



山东财经大学山东省房地产业发展研究中心副主任 孙大海

看了重汽莱蒙湖的设计,我有三个没想到:一是进了售楼处没想到,整个售楼处的设计,人员的接待水平那么高,那么好。看了楼盘整体设计和样板房,更是超乎想象,重汽·莱蒙湖设计好,规划好,楼盘整体形象设计很英伦风,味道很纯正。第三个没想到,是东边交通发展那么快,收费站的取消更是对东边的项目推动很大。我们坐上大巴车,感觉没说几句话,就到达莱蒙湖了。



济南思源房地产经纪有限公司总经理 李成龙

莱蒙湖用一个词概括,那就是:大美莱蒙湖。它的美主要体现在三个方面,第一方面就是它作为重汽地产低密度产品线,具有不可复制的稀缺性;第二方面,就是莱蒙湖具有它特有的价值感,钟楼台阶、青石板路、红墙、白窗,纯粹的英式新古典主义建筑的风采着实让人着迷;第三个方面,就是它具备“第一居所”的概念。章丘西进对接济南东拓,章丘收费站东迁,距离奥体仅需30分钟车程,空间距离已经缩短,加上圣井片区的发展,周边配套逐渐完善,莱蒙湖不再是印象中的“城郊别墅”,而是作为第一居所的家。谈到遗憾,可能就是因为地块限制,不能让所有楼座都能拥有大庭院。不过,莱蒙湖作为重汽地产的别墅产品,是数一数二的上乘之作。