

基础配套日臻完善 自然环境得天独厚

# 长清成省城最“热闹”别墅区

□楼市记者 刘万新

一直以来,南部和东部区域是济南的豪宅区,尤其是千佛山片区,由于山脉和水的因素,成为济南人最为认可也是最早的一片别墅区,但是最近几年,随着长清园博园的投入使用,长清区域突然推出鲁商御龙湾、康桥圣菲、中建瀛园等众多别墅项目,成为济南最为“热闹”的别墅区。

## 别墅集中在东、南和长清

除了最近两年崛起的长清别墅区域,南部一直是济南人最认可的别墅区。目前南部别墅项目并不是特别多,但是产品比较有代表性,如领秀城的漫山香墅。

应该说东部是在南部之后,被开发的另一个别墅区域,由于东部覆盖面积比较大,该区域的别墅项目也比较多,有御景山墅、中海奥龙观邸等,尤其是东部的奥体区域,已经成为济南高端住宅的集中区。

## 新出现叠院、合院等别墅

以往济南市场,最常见的莫过于联排和双拼,而独栋别墅除了九如山庄和国科高尔夫别墅早已是少之又少。而让济南人眼前一亮的,是市场上新出现的叠院、合院等新颖的别墅形式。

鲁能领秀城漫山香墅在别墅区的北部,采用叠加建筑模式,一层二层独立成户,三跃四层构筑新的生活空间。而合院别墅,则集合私家庭院、里弄合院和中心庭院三重别墅。

不过别墅里面,尤其联排别墅销售最为火爆。以今年前两个季度为例,别墅市场成交量为176套,成交产品主要以联排为主,占到了79%,其次是叠院、叠拼、双拼。

## 市中区别墅售价高

## 长清别墅价格上涨明显

由于地域不同,别墅的价格差异比较大。以今年第三季

度为例,城市别墅成交均价在20000-30000元/平米左右,市中区别墅成交均价在10000-13000元/平米左右,长清区域别墅成交均价在8000-10000元/平方米左右。

而别墅价格在现有的基础上,价格处于快速上升期,尤其是济南西部别墅价格上涨尤为明显。

在成交量方面,以今年一、二季度为例,城市中心别墅区的成交量始终排于榜首,其中鲁能漫山香墅等依据其地理位置的优势,成交量遥遥领先于郊区的别墅项目。而大学城片区在园博会的带动下,及长清各别墅项目的全面推广,引起极高的市场关注度,拉动了长清大学城片区的别墅市场。

## 三季度别墅成交锐减

## 成交量同比去年减三成多

从今年二季度成交数据来看,别墅市场成交量呈下降趋势,随着4月份的集中释放后,本季度成交量呈现下滑趋势,



季度成交总量排名前列的是鲁能漫山香墅等项目。

而从今年第三季度的成交量来看,济南别墅市场成交61套,面积15458.87平方米;2009年第三季度济南别墅市场共成交194套,面积48048.1平方米。

业内人士表示,受季节因

素、宏观政策收紧、房价上扬、供应缺乏、别墅供应及成交结构变化等综合因素的影响,2010年第三季度成交量较去年同期,出现大幅度下降,成交量较去年同季度下降31%,成交面积方面,较去年同期下降32%,但是价格依然比较坚挺。

# 保利·大名湖“开盘即售罄” 缔造传奇

10月23日,大明湖畔唯一在售豪宅项目——保利·大名湖名府产品首度开盘发售,原计划推售房源开盘当天即售罄,现场加推房源持续火爆销售,成交均价实现14000元/平方米,销售额逾三亿元!

上午11时,刚刚选完房的陆先生接受采访时说:“我已经先后谨慎地考察过不少济南高端楼盘,大名湖也考察多次,包括各个细节层面,大名湖在这里面是最让人满意的,加上全家人对大明湖情有独钟,最终选择了大名湖一梯一户的221平方米的户型,可惜晚了一步,原来想买的楼层让其他人抢走了,只好选择其它楼层。”

## 深耕泉城三载

## 奠定品牌话语权

实际上,这种火爆市场号召力的取得不是偶然的。作为央企,保利进入济南三年以来,一直坚持精品地产的建设理念,先后打造了保利·芙蓉、保利花园等高品质项目,赢得了市场的广泛赞誉。2008年保利·芙蓉开

盘即清盘的傲人纪录,2009年保利花园领秀济南东部销售榜单的不俗成绩,都为保利品牌在济南地产市场奠定领导者地位,打下了坚实基础,并在消费者心目中建立了“保利出品,必属精品”的口碑。

据保利·大名湖项目负责人介绍:“23万平的综合业态规划,涵盖了高端住宅、商业单体、泛会所商业配套、滨湖商务等各种综合业态,计划引进的银座品牌购物中心早已成功签约”,保利·大名湖取得今天的市场成绩,保利山东也是做足了功课的。

“保利是较早进入济南的品牌地产商,经过三年发展,不仅成功奠定了在这个城市的发展布局,其品牌实力也进一步巩固。提升带动大明湖周边居住氛围,央企保利的作用将是毋庸置疑的。”一位业界人士这样评价道。

如今,保利山东同时在济南老城和新区两翼发展,已成功实现五盘联动的格局。保利·芙蓉、保利花园、保利·大名湖、保利·海



德公馆、保利·中心,品牌影响力早已深入人心。

## 保利豪宅产品系

## 绽放品牌风采

从销售现场了解到,除了无法复制的湖居资源,在切合泉城主流消费习惯上,保利山东显然颇费心思。比

如ART DECO建筑立面风格,彰显大气,在园林规划设计方面,也着重体现ART DECO风格,与建筑立面完美融合;在社区规划中融入会所级商业街、奢华休闲广场、五星运动会所等方面,私密室内恒温游泳池,满足多维高端生活方式;而在户型设计上,则尊

重济南人内敛隐贵的特质,设计了独具匠心的双人户大堂、一梯一户格局、奢阔主人套房,私享空间融入了高度享受性元素,又保障了绝对私密性;即使门锁也寻求品牌定制,做到独一无二——而这方方面面的细节考究,也充分打动了济南市场品位高绝、眼光挑剔的豪

宅消费者们。

## 以文化植入豪宅 赢得城市尊重

没有内涵的豪宅是不能称之为豪宅的,而深厚的文化内涵,正是保利品牌的核心竞争力之一。在保利·大名湖项目上,保利也将这种核心竞争力表现得淋漓尽致。

从项目规划之初,项目建筑文化、保利品牌底蕴与大明湖人文积淀的完美融合,到保利·大名湖项目入世后举办的“明湖沙龙”汉方陶雕艺术展和张继平明湖书籍展等活动,都展示出保利品牌在打造保利·大名湖豪宅项目时,对文化价值的用心融汇、名流情结的深入贯彻和豪宅精神的浓重表露。

作为保利豪宅系列济南开山之作的保利·大名湖经过市场检验取得了巨大成功。一位业内人士表示:“这不禁让我们对即将推出的项目二期产品,乃至在济南即将面市的同为保利豪宅系产品的保利·海德公馆项目充满了期待。”



## 威海·洲际

TravelResort 洲际休闲旅游度假区 中国·威海

# 国际顶尖一线海景房

项目名称	日期	2009年2月	2009年4月	2009年10月	2009年12月	2010年3月	2010年6月	2010年9月	升值空间
威海洲际度假区		3100	3200	3500	3700	4000	4300	4600	大
海南某海景房		7500	8200	13000	25000	90000	90000	100000	.....

天然海滨浴场/300亩淡水湖/五星级大酒店/22万平方米主题公园

居住/投资/旅游/休闲/度假/养生

VIP专线: 0531-5556 8989 5556 8999 接待中心: 济南市泺源大街229号金龙大厦主楼十八层B室(杆石桥东)



淡水湖

五星级大酒店

天然海滨浴场

精装修公寓

全款17.8万元/套(起)