

精装大宅引领新居住理念

个别项目本身局限性成销售障碍

今年1月济南出台限购令，市场普遍认为该政策对高端产品杀伤力最大，但是事实恰恰相反，眼下高端住宅成市场热门，尤其是精装大宅眼下引领有产阶层新居住理念。

随着今年精装平层大宅集中上市，以全运村平层官邸为首的项目引领起一股精装大宅的居住风潮，此外中海国际社区等别墅销售火爆程度也大大出乎意料。

与这些高端产品的火爆销售相比，万达公馆、原香溪谷等项目成交低迷，甚至出现月度零成交，成为济南销售最差的楼盘。

平层大宅突然扎堆上市 海德公馆等以三室四室为主

一直以来济南市场上大平层产品较少，都是断断续续有该类产品面世。而今年年初以来，市场上突然涌现出不少大平层产品，尤其是170平以上的大平层，如海尔绿城全运村的平层官邸、中海奥龙观邸世家、保利海德公馆等，以保利海德公馆为例，其产品以三室、四室的大平层为主。

这类大平层因为豪华的装修，过硬的品牌美誉度，以及大户型本身产品优势，使得一入市就受到市场礼遇。6月12日，中海地产豪装系列产品——中海奥龙观邸世家在济南首度面世，推出86套195平米的四房，精装标准为4000元/m²，并配置空调、冰箱、热水器等部分家电，开盘当日就成交55套。

好产品改变人们居住习惯 全运村平层官邸引领精装大宅理念

一直以来有产阶层更认可别墅，而作为精装大平层因为装修风格千篇一律，更是不被济南人所接受。随着一线地产品牌引入济南精装大平层产品，该产品逐渐被人们接受。

以中海奥龙观邸·世家为例，其195四室精装标准在4500元左右。新推出的保利海德公馆，150到160的三室装修标准在3500元左右，260—280平米的产品装修标准4000元/m²以上。

真正带来并引领济南精装大宅理念的是济南全运村，该项目面向市场推出玫瑰园、锦兰园，其精装标准在3000到4500之间。根据某代理机构的监测数据，4月23日海尔绿城全运村开盘，推出87套，在十多个别墅、平层和洋房产品里，万达公馆和原香溪谷销售情况较差，人气不旺。

一无二的立面设计风格和高级别的精装标准，当天成交非常成功。

别墅火爆成交出人预料 国际社区铂宫别墅开盘成交惊人

除了精装平层大宅，年后别墅产品销售同样火爆，尤其是中海国际社区铂宫等别墅开盘火爆的出人预料。4月10日，中海国际社区推出铂宫别墅97套房源，面积在295到354不等，优惠后总价在450万到750万。开盘某代理机构的监测数据，截至当天11点就已成交65套，成交67%。

万达公馆、原香溪谷人气较差

记者从各别墅项目了解到，虽然限购政策依旧，但是有产阶层还是首先会考虑好的产品，尤其是资源稀缺的别墅。一些周边来济购房群体参与其中，对别墅销售也起到了推波助澜的作用。与多数平层大宅、别墅和洋房类产品销售红火相比，有些项目销售却遭遇寒流，在十多个别墅、平层和洋房产品里，万达公馆和原香溪谷销售情况较差，人气不旺。



高标准高品质精装已成名宅最好的卖点

销售情况较差，人气不旺。

项目局限性成销售障碍

相关人士表示，销售遇冷绝非空穴来风，项目自身局限性是销售最大的障碍。为了证实销售情况，记者来到原香溪谷售楼处，除了几个工作人员外，整个上午记者没看到一名前来看房的人员，整个售楼处显得冷冷清清。而同一区域的鲁商御龙湾、中建瀛园等别墅，售楼

处却是另一番景象。

业内人士告诉记者，原香溪谷开发商北京建工地产，其开发能力和开发水平都非常有限，即使在北京也勉强算三流企业，没法和一线品牌及一些本土老牌媲美，其开发的不少产品都是经济适用房等政策性用房，高端住房开发经验较少。

下午在万达广场销售处，记者遇到了一位看房的王姓中年人，交谈中记者了解到，王先生想换房子改善居住，但是看了看

万达公馆后觉得不太适合自己。

他告诉记者，目前经四路交通拥堵，买房后出行将是最大问题，除此之外紧挨着的南边是商场和写字楼，由于离得太近非常吵闹，不适合中年人生活。

他表示，万达广场这么大的项目，实际情况却如此糟糕，让人很难理解。他还说，购房者买这么大的房子花这么多钱，除了产品过硬，还得有清静的社区氛围。

(楼市记者)

◎名人看名宅

国际大师： 三年精工铸传世大作



贝茱丽

大溪地样板间装修设计师，美国顶级室内设计师。在中国，水印长滩、龙湖、滟澜山、上海佘山高尔夫别墅等经典案例都出自她手。



沃夫兰·约尔

大溪地项目规划顾问，德国著名建筑师，现代主义设计大师理查德·麦耶的得意门生，北京锋尚是其在中国的代表作品之一。

当我们受蓝石之邀来到大溪地这片土地的时候，即使我们曾走过世界也忍不住饱含赞叹：那绵延33.4平方公里的原生湿地，那2公里外代表着世界速度的京沪高铁西客站……自然与城市，静谧与繁华两种奢华格局的和谐相容，使我们的设计灵感迸发出新的火花。

我们深知，每座城市应该都有自己独特的建筑，这种建筑必然有它自己的历史形成的风格、结构、肌理、文脉。不考虑城市历史与文脉的单一建筑，再好的设计如果同其它建筑不协调，不相称，就谈不上是美好的建筑。而蓝石·大溪地这片土地上需要的，不是一个纯粹的建筑，而是珍稀的艺术品。

我们在尊重济西地域文化基础上，发挥蓝石·大溪地最大景观优势——水，反复推敲和淬炼，耗费3年终成济南别墅之大成，开创济南绝无仅有纯手工限版湖墅，延续这座城市的建筑文化与历史文脉。

◎名宅印象

蓝石·大溪地

徜徉于蓝石·大溪地，浪漫的西班牙气息扑面而来，白鹭湖波光粼粼，微风中的湖畔垂柳静静摇曳，三重庭院、中庭花园，入户小径，一步一景映入眼帘；走进自己的房子，温暖的立面色彩弥漫着浓郁的西班牙气息，别具一格的斜坡面屋顶、以及灵动通透的空间格局，无不传达出高雅的建筑美感。享受比利时原装进口灯具带来的惬意生活，或者听一曲钢琴曲，那种艺术的跳动和生活的优越感

都会油然而生，正如蓝石以“自然、艺术、生活”为主题打造大溪地，这是一系梦想所归的传世府邸。

新时代的新豪宅，作为新财富阶层的玩物或者必需品须代表其个性，绝对稀缺的资源必将作为背景元素存在，尊重自然，讲究“天人合一”。蓝石·大溪地，唯一占有湿地资源和高铁资源的城市顶级别墅，必将成为城市资源豪宅的划时代标杆。

▶▶名宅动态

湖畔别墅、电梯洋房、准现房稀世发售
“蓝石·大溪地杯”2011泉城最美新娘婚纱摄影大赛浪漫进行中



蓝石·大溪地别墅效果图



PLauto.com.cn

◎名宅名车之约

“若让我选择一辆车匹配蓝石·大溪地，我认为是劳斯莱斯。”大溪地的相关人士坦言。正如劳斯莱斯年产量的稀少、纯手工打造的精致、雍容的贵族风范，大溪地象征了稀缺的资源、高贵的品味和传世的价值，是一件只可意会、不可言传的艺术品。

素有“车中王者”之称的劳斯莱斯被尊为皇家徽章，除皇室成员外，在其他领域，也有不少名流人士成为劳斯莱斯的忠实粉丝：奥斯卡影帝尼古拉斯·凯奇至少有3辆劳斯莱斯古典老爷车，科勒·卡戴珊作为夺冠庆祝送给丈夫奥多姆40万美元的豪华劳斯莱斯，是他们爱情的见证，另外，美国时尚界以及娱乐界的活跃人物金·卡戴珊也对劳斯莱斯情有独钟。



蓝石·大溪地实景图