

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,

及大户型本身产品优势,使得一面世就受到市场礼遇。6月12日,中海地产豪装系产品—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/㎡,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/㎡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,因为出色的园林景观、独

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



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品牌媲美,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。

下午在万达广场售楼处,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

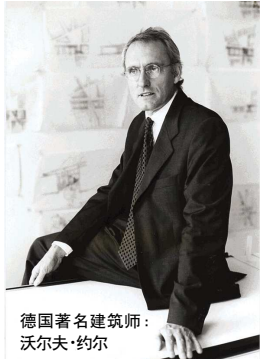
国际大师： 三年精工铸传世大作



美国顶级室内设计师：贝莱丽

贝莱丽

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。



德国著名建筑师：沃尔夫·约尔

沃夫兰·约尔

大溪地项目规划顾问,德国著名建筑师,现代主义设计的大师理查德·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,每座城市应该有自己的建筑,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,更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。



日本一级设计师：小林博人

小林博人

大溪地总体设计师之一,日本一级设计师,与万科等中国房地产企业有着广泛的合作,对设计适宜中国人居住的住宅产品有丰富的实践经验。

◎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

◎名宅名车之约

“若让我选择一辆车匹配蓝石·大溪地,我认为就是劳斯莱斯。”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價值,是一件只可意会、不可言传的艺术品。



蓝石·大溪地实景图



蓝石·大溪地别墅效果图



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。