



# 奥林峰情:积金山上的一座新城

本报记者 张璐 李园园

奥林峰情,座落在福山区的积金山上。据《福山区地名志》、《福山县志》记载,福山八景之一“仙峰夜月”指的就是在福山城西积金山上赏月。山上有一道观名通仙宫,每当月挂西天风柔气爽,通仙宫宛如一幅神韵天成的山水泼墨月画图,特别在八月中秋时节,福山人赏月常到此处,一轮明月万里晴空,心神为之壮阔。



奥林峰情营销策划中心经理张磊

## 奥林造城 满是运动风情

“奥林峰情”这四个字跃入眼帘时,脑海里不由和“奥运”、“运动”、“活力”等字眼联想起来。不错,山东鑫汇房地产开发有限公司在福山区打造的精品楼盘——奥林峰情,正是基于“运动、健康”等元素,构建人居之城。

奥林峰情营销策划中心经理张磊说:“无运动不生活。”奥林峰情打造的就是运动的、健康的、积极向上的居住环境。今年正是奥运之年,也是公司成立20周年。此次住博会,奥林峰情呈现出来的自然也是一种运动风情。

据悉,公司斥资2000万元在奥林峰情小区东侧打造6000平方米的体育文化会馆,内设篮球场、健身房、瑜伽、老年人活动中心、儿童益智区、多媒体影音室等,集运动、休闲、娱乐为一体。居住在奥林峰情的业主们无论春夏秋冬回家就可以打篮球、练瑜伽等,真正实现运动就在家门口。

## 楼王地段,“领誉”推出多样户型供你选择

“领誉”属于项目三期,位居奥林峰情核心位置,楼

王地段。据张磊介绍,“领誉”在整个项目中,隶属于最高端,积金山山顶最中心位置。

据了解,“领誉”所涉及的户型在70平方米以上,既有两室一厅的小户型,也有上百平方米的大平层,购房者的选择面相当宽。其中,100平方米以下的占“领誉”总体的40%。一梯一户或一梯两户,所用的是进口电梯,私密空间,并有水域配套、高尔夫练习场等。

在建房子的同时,张磊及领导一直在思考一个将来社会面临的重大课题“养老问题”。张磊说,奥林峰情是福山区中心一个50万平方米的大项目,各年龄段的业主都有,将来肯定面临养老问题。他们有想法在项目中打造养老式公寓,“说实话,已经研究了一年多,现在还不成。”不过,他相信,他们的这种理念是正确的。

## 核心地段,多品种呈现成为寒冬里的一把火

2011年下半年至2012年上半年,接近一年的时间,受国家调控影响,烟台楼市持续低迷很长一段时间。而



奥林峰情项目效果图

奥林峰情虽然是福山区的高端项目,凭借先天与项目优势,销售运营可谓得心应手。

“区域优势、宽泛户型和价格定位,让奥林峰情炙手可热。”张磊说,项目位于福山区的县府街与西路交汇处,此地自古就是人丁兴旺之地。本地人对项目有种特殊的情怀,归属感、认同感强烈。

另外,奥林峰情建在积金山上,自然条件得天独厚、文化气氛浓厚,在此氛围中,奥林峰情从生活配套、文化内涵、小区设计等,处处皆显现

这一历史风韵。

尽管整个市场受调控的影响,前期“领誉”4栋楼的销售也正值楼市最低迷时期,不过从目前销售情况看,影响不大。4栋楼已经销售了70%以上,非常受本地市民的欢迎。张磊认为,这是与烟台市民的自居需求相契合的结果。国家的调控政策抑制投资、鼓励刚需,奥林峰情也正好契合了这种精神。“投资客减少,楼市价格平稳,增大了本地购房者选择的范围”,所以销售运营起来,更加得心应手。

# “限墅令”后,别墅愈显稀缺

中海·紫御公馆,稀缺城市别墅【铂宫】荣耀烟台东海岸

在国土部公布《关于做好2012年房地产用地管理和调控重点工作的通知》中,要求各地应因地制宜,合理增加普通商品住房用地,严格控制高档住宅用地,不得以任何形式安排别墅类用地。本次强调停止别墅类用地的土地供应,意味着目前在售的别墅将成最后的晚餐。



日景图



夜景图

## 精品豪宅,典范之作

别墅,即是人类居住的终极梦想,又是对稀缺自然资源的独占,如若能具备城市资源属性,则更显珍贵。目前在市场上,具备此等条件的别墅本就不多,而在“限墅令”下达之后,别墅的价值不断上涨,这样使得别墅这样的高端居住产品必将成为众多城市名门望族的终极置业目标。因此,随

着“限墅令”的实施到位,北京、上海等一线城市的别墅成交量有明显增幅,而市场供应则日趋稀缺。别墅作为最高端的居住形式,本就注定了大多数人渴求却只有少数人能真正拥有,如今伴随着限墅令的颁布及高端居住需求的持续增长,别墅的珍藏价值也将日益看涨。

在烟台别墅产品供应量极少的情况下,作为中海地产第五代精品豪宅的典范之作,中海·紫御公馆【铂宫】再次成为烟台别墅市场热议的焦点,作为城市别墅,更注重其成为稀缺产品中的稀缺,其居住价值与传承价值也随之突显,正为这场“别墅保卫战”中的常胜将军。

## 百年一墅,传世宅邸

无论是比尔·盖茨在金恩郡的世界第一豪宅,还是好莱坞巨星乔治·克鲁尼在意大利科摩湖的名邸,它们所蕴含的气质正代表了“别墅”这种居住形式对奢适生活的极致表达。而在中国,财智阶层亦讲究财富与修养并重,在拥有大宅的同时,更要求享受这种

生活方式所赋予他们的极致畅享,因此“别墅”就成了各领域精英人士和社会名流最好的选择。

回归纯朴自然,别墅生活更是一种梦想中的生活方式,在当今社会,别墅更是城市精英们一种尊贵身份的象征,他们追求更加高尚的居住格调与

生活品质,别墅精神亦是对家族荣耀和门庭徽章的传承。在烟台别墅产品供应量极少的情况下,按照这一标准细看真正意义上能达到这一要求的别墅其实屈指可数,而中海·紫御公馆【铂宫】,正是开启烟台海岸别墅时代的领袖级产品。

## 城市别墅,第一居所

中海·紫御公馆,【铂宫】级法式宫廷别墅,凝聚中海地产33年豪宅建造经验,承袭名就全国的中海“紫御系”豪宅尊贵血统,荣耀烟台东海岸,诚为港城财智阶层开创一种前所未有的顶级奢华生活领域。

在别墅产品日益稀缺的时代,作为产品档次远远高于普通别墅的城市别墅,更加突出弥足珍贵的特性。中海·紫御公馆

360—440㎡城市别墅【铂宫】,位居烟台高新区核心,毗邻高新区政府,掌控城市未来发展脉络;坐拥佳世商圈,咫尺繁华,尽享便利;烟台大学、工商学院、二中新校区等名校环伺,教育资源丰富;此外,金融、医疗、商务、休闲等生活配套完善。中海·紫御公馆【铂宫】级法式宫廷别墅完全规避了传统别墅离城市较远,生活配套不完善的缺

点,是不可复制的稀缺城市别墅,终极第一居所。项目沿袭法兰西巴洛克建筑艺术形式,将古典浪漫情怀与名门望族的生活追求相结合,一墅三院设置将法式皇家园林景观恢弘展现,如此顶级豪宅典范,诞生于繁华市区核心,是为权贵精英阶层的专属城市别墅,塑造奢华生活品质与高端人居品位。

## 趣房产

总有一些广告语让我们忍俊不禁,却又实实在在地记在了心里,让我们盘点一下那些别出心裁却有印象深刻的地产广告语吧。

### No.1 特别逗一左岸工社

左,左,向左……当世界向右的时候,向左,左岸工社,少数人的写字楼。

《地产show》解析:我们在交通广播里听到“左,左,向左……当世界向右的时候,向左,左岸工社,少数人的写字楼。”的时候,在惊愕之余总是会哈哈大笑,这种背离常规的广告语起到了不错的耳朵效应,也让左岸工社一夜成名。

眼球指数:★★★★★

### No.2 特实在一百旺家苑

四千多块钱的花园洋房。

《地产show》解析:《我爱我家》的付明老人用他那独具特色的嗓音略带颤颤地说道:“5000块钱的花园洋房,天天在家看山水……”这是依偎于百望山森林公园旁的百旺家苑小区打出的广告词。一语即出,利弊都有,这一句话虽吸引了低端购房人群,却排斥了高端客户,让人质疑其房子的质量。

眼球指数:★★★

### No.3 特前卫一锋尚国际公寓

告别空调暖气时代!

《地产show》解析:“告别空调暖气时代”乍听起来似乎平常,但仔细想想就让人产生了好奇,既没空调也没暖气,那室内怎么取暖降温?因着这份好奇,人们自然就会发现峰尚公寓高舒适度,低能耗住宅的特点。

眼球指数:★★★★☆

### No.4 特煽动一科贸中心

今天买铺,下月就发钱,见我谁都告诉他。

《地产show》解析:中关村科贸中心开盘的时候,推出了7万元买5平方米商铺,开发商承诺年返收益率为8%,5年后回购部分商铺。凭借这句充满辽西口音,模仿《龙象山庄》里药匣子的口气说出的话,这个项目在当时引起了相当的关注度,仅在开盘当天就吸引了上百人到场,可见其多有煽动性。

眼球指数:★★★