

# 黄金周楼盘销售冷热不均

绿地新里·爱丽舍公馆开盘引爆十一



十一期间，济南楼盘销售几家欢喜几家愁，以华润、绿地、保利、恒大、中海为主的品牌房企备受购房者青睐，而一些因配套、环境、质量等问题缠身的楼盘却备受冷落。楼市呈现“冰火两重天”景象。

市民看房认品牌

## 黄金周热了品牌房企楼盘

8天的黄金周长假恰逢“银十”开局，地产界不敢懈怠，不过从楼市成交数据看，双节期间济南商品房成交总量只有437套，其中住宅成交116套，环比下降91.5%，日均成交仅17套，让人不禁感叹。然而市场真像数据反映的那样吗？

### 假期活动精彩纷呈 把握时机抓紧蓄客

对于数据和售楼处现场的巨大反差，记者采访了北大资源北大时代项目总经理王焕新，他道出了其中缘由：每到节日数据录入都会相对滞后，再者难得长假放松，楼市不会给大家“添堵”，所以多数项目开盘都选在节前或节尾，节日期间重点主要是举办活动积累客群。

据了解，黄金周期间，华润·中央公园示范区现场举办国庆欢乐集结号活动，1-3日举办华润·中央公园杯真人CS山地邀请赛，4-6日举行“爱在起步”亲子嘉年华。教授教育讲座，亲子才艺评比，巴西烤肉自助餐，好戏连台连轴转，8天假日吸引看房者达千人之多，为接下来的客户认筹奠定了良好基础。

而冠以“享受假日生活”的温泉国际项目，将具有浓郁厦门特色的中秋博饼活动带到济南，国庆期间不停歇，吸引了187多组高端客户参观项目，开发商大呼蓄客成效超出想象；位于西客站

核心片区的绿地新里·爱丽舍公馆在十一期间举办“绿地嘉年华国庆狂欢周”的活动，在29日开盘热销后吸引了更多购房者在国庆期间前来看房；置身于济西湿地公园内的蓝石大溪地，项目营销负责人告诉记者，他们8天接待人数超过2000人次，宛如旅游景点；10月5日，由中国地产十强碧桂园在济南打造的凤凰城项目开始预约参观，近万株珍稀植被打造的五重立体园林颇为震撼。据悉，当天客户络绎不绝；而作为省城南部投资第一盘的祥泰广场项目节日期间全员不放假，接电260余通，接访350余组，为10月20日项目成功开盘积极筹备和全力蓄客。

### 成交不比平时差 品牌项目受青睐

除了蓄客，十一期间，外海·中央花园推出多套特价房吸引购房者，售楼处到访量是往常的2倍以上；北大资源尚品燕园日均接访50余组，节日最后2天成交量突破12套；大城小院推出2万抵3万，3万抵5万认筹活动，效果显著。

中海国际社区80—200平米市区稀缺小高层认筹，凭借高性价比，8天日均来访超40组，高层成交35套，认筹49组，别墅成交3套，认筹5组；凯旋新城嘉苑项目以其中心城区经十路旁的绝版位置和项目准现房发售，8天吸

引到访客户300余批，成交40余套，进一步树立了西城热销典范。

10月4日，恒大城项目加推开盘，成交均价6700元/平米，“薄利多销”的营销理念赢得了购房者认可。据悉，项目于9月24日开始认筹，4号解筹率达80%。截止到假期结束，5天时间共计销售203套，成绩喜人。

10月7日，位于西市场商圈的保利中心首次开盘，推出的131套房源，为经一路及商业街区商铺，面积区间从20—1100平米不等，合计约1.5万平米。项目成交均价一层4.2万—4.5万/平米，二层3.5万—4万/平米，三层2.5万—3万/平米，吸引了大批的私营业主的极大关注，从9月份开始蓄客，截止到开盘前共蓄客400多组。据开发商介绍，当日所有商铺全部售罄，给济南地产投资市场带来强劲活力。

10月是传统购房旺季，但今年不同以往，在严峻的市场环境下，一些房价上涨过快，性价比优势不明显，品牌支撑度差的楼盘已经出现滞销。从十一楼盘成交情况看，品牌突出，性价比较高的楼盘受到市场青睐。

由此，业内人士断言，不管政策背景和国内经济如何，只要购房需要存在，品牌实力大、价格策略合理和产品亮点突出的楼盘将永远是老百姓关注的主流。（楼市记者 郭强）

中铁诺德名城售楼处大门紧锁

## 十月开局部分楼盘门庭冷落

9月，济南市住宅网签数据达到4639套，超过8月，创下年内新高。进入十月后，多数楼盘延续了9月市场行情，但是也有部分楼盘如中国中铁诺德名城、路劲御景城和四建美林苑等，却是门庭冷落，市场销售迅速下滑。

### 中铁诺德名城等销售遇冷

10月7日，经过一个小时车程，记者来到位于章丘世纪大道南侧、工业三路和工业二路交汇的中国中铁诺德名城章丘销售处，记者看到销售处冷冷清清，除了记者之外没有别的看房者。

随后，记者来到位于泺源大街玉泉森信大酒店的中国中铁诺德名城济南营销中心，发现玻璃门被链条锁锁住，和泺源大街繁忙的人群相比，异常不搭。

在纬十二路和张庄路交会处的路劲御景城，记者看到售楼处人流稀少，除了个别家长带着孩子玩游戏外，就只有几个置业顾问。而位于无影山中路的四建美林苑，同样看房者较少。

### 多重情况可致销售遇冷

一位从事房地产十余年的人士告诉记者，楼盘销售遇冷无非主要几种因素。首先是楼盘性价比低。不少楼盘销售不佳是因为楼盘档次一般，单价过高，性价比不合理，让客户望而却步。其次楼盘本身存在缺陷。比如楼盘质量问题，户型设计存在缺陷，楼间距太窄，小区景观差，项目距离市区太远等。再次，楼盘自

身和周边配套不完善，生活便利性差。如小区内部和周边缺乏小学、幼儿园等教育配套，购物和就医等生活配套缺乏等。此外，楼盘周边环境差，存在脏乱问题。尤其是周边存有吵闹市场，靠着臭水沟、紧邻铁路等问题最让购房者难以接受。

### 路劲御景城、中铁诺德名城、四建美林苑等楼盘遇冷各有原因

记者从中国中铁诺德名城销售处了解到，楼盘销售均价7000多元一平米，一套135平米的房子在100万元左右。而该项目到章丘百脉泉公园驾车也得15分钟左右，路程大约八九公里，远离章丘市区。

而位于章丘市的齐鲁涧桥精装房均价6300多元一平米，同样位于章丘和济南之间的翡翠东郡销售单价只有3500元一平米。

目前，济南东部楼盘像中建凤栖第等也只有6000多元一平米，济南西客站附近楼盘，像绿地爱丽舍公馆、中建锦绣城和恒大雅苑等仅在6000多元一平米。

在路劲御景城，记者看到小区东西两边都有臭水沟，南边紧靠铁路，北面靠着喧闹的茶叶市场和果蔬市场，而东侧纬十二马路常年未有修缮，承载能力日渐老化，即使这样，楼盘销售价格却在7500—8000元/平米。同样位于无影山中路的四建美林苑周围也存在环境脏乱差等种种问题。

（楼市记者 田晓涛）

# 保利中心C区商业开盘售罄

地处承续百年商业繁华的西市场中心区位，出自文化地产首倡者——央企保利之手，济南保利中心项目作为泉城商业地产的焦点一直牵动全城的神经。10月7日，保利中心首次面世，项目C区商业盛大开盘并实现了济南地产界久违的售罄。

### 真正的热销是抢购

10月7日上午，济南西市场商圈首席高端城市综合体项目——保利中心C区商业盛大开盘，实现认购额突破3.6亿元，首推产品当日售罄。据记者现场了解，当天推出的共计131套沿街商铺和街区商铺，截至下午3时已全部售完。为此，保利中心的销售人员对于出现的多方因为抢购一套商铺产生的口角现象也只能无奈地摇头。济南保利置业项目负责人介绍，当天开盘推出的131套产品主要为两部分，一部分为沿经一路

200—400平米的沿街商铺，一部分为主力面积20—100平米的商业街区超旺小铺，从前期认筹的情况他们就已经预见今天的成绩。

对于保利中心商铺当日售罄的现象，业界专家分析道，在济南“一铺养三代”的观念深入人心，商业地产的投资潜力一直存在。前段时期商业地产的冷淡在于地段分散和营销“游击战”，即绝大多数商业地产项目没有赢取投资者的心理认可。其实，商业的成功在于聚集，在济南人的观念中，只有繁华的泉城路商圈和上百年的西市场商圈才有可能产生“旺三代”的商铺，也只有在那里，才会一铺难求。也许这，在深层次上，更能解释保利中心成功的原因。

### 真正的实力是文化

文化在于融合，商业在于聚集。正如业内专家分析，

保利中心的成功在于文化与商业的完美交融。在百年西市场这片区域，保利人敏锐地发现了底蕴文化与商业繁华的交汇点。

保利中心是保利置业在泉城首个城市综合体项目，也是保利置业首次涉足济南西城开发建设。项目地处西市场商圈央区位置，以纬十一路、纬十二路为南北轴，以经一路、北大槐树街为东西轴，成为A、B、C、D四个片区，预计总建筑面积近70万平米，规划集住宅、商业街铺、公寓、写字楼、商业等于一体，是西城商业央区首屈一指的高端城市综合体。

在城市战略专家眼里，保利中心带来的聚集性会让其成为西市场繁华商业当仁不让的领头羊。其一是多业态的聚集，保利中心作为西城首个文化与商业综合体，产品会涵盖时尚购物中心、甲级写字楼、SOHO公寓、商



业街区及高品质住宅等多种业态，这在西市场区域是绝无仅有的。其二，是多资源的整合，保利中心不仅会植入保利院线等自身独特的文化资源，还会引入银座等企业外高端商业资源及其他各种休闲娱乐资源，打造具有标杆意义的“一站式生活”的休闲之城、生活之城、文化之城；其三，是多领域多层次的升级。保利中心的落成大大

延伸了老西市场的商业和文化外延，带动整个西市场商圈的升级和发展。

### 真正的市场是需要

对于房地产市场而言，真正的检验是市场，而真正的市场却是需要。保利中心C区商业今天的热销正是它满足了投资者对真正旺铺的渴求和需要。保利中心营销负责人告诉记者，“置业者的需

要一直是我们给产品定位的核心方向，今天的C区商业是如此，下一步我们即将推出的公寓产品也是如此。”

据悉，继C区商业热销之后，保利中心的公寓产品将会在10月12日正式认筹。据介绍，保利中心的公寓部分，分为A、B两栋，其中A栋为商业公寓，B栋为SOHO公寓，主力户型使用面积在40—90平米之间。

专家在分析保利中心下一步的销售动态时谈道，保利中心的公寓产品热销基本也是可以预见的，这主要是繁华的西市场商圈对公寓产品的巨大潜在需求决定的。西市场一直是人流、物流与资金流的聚集地，小户型、低总价及多功能的公寓产品能很好地服务商区的经商和居住需求，而需求正是市场。另外，央企的品牌与一流的物业管理服务无疑也会为保利中心公寓产品的面市热销加分。（杜元杰）