



考察团成员边走边看。

来过无数次，这次最受益

德州品牌地产考察团济南行圆满结束

本报11月25日讯 24日16时许，德州品牌地产考察团顺利回抵德州，历经两天的考察团济南之行顺利落下帷幕。

23日、24日，由本报组织，德州15家品牌地产企业负责人组成的考察团参观了济南蓝石大溪地、华润·中央公园、海尔绿城全运村、碧桂园·凤凰城、世贸国际广场、中海·国际社区，这些在济南处于领先甚至销冠位置的房产项目让德州地产老总们备受启发甚至受到“刺激”。“来济南无数次，这次最有意义，因为感觉到了差距，也有了向上的动力。”不少企业负责人直言。

这15家品牌地产企业为德州市民提供了大量优质房源，赢得了口碑，他们在自己设定的轨道上越

发峥嵘，也渐渐形成发展的固定思维，此次济南之行让他们和济南同行们的创作灵感得到了极速碰撞。不少企业负责人说，目前房地产市场正在进行激烈的竞争，房企拼的不仅是房屋质量还有设计理念，济南作为山东省会，房企内卧虎藏龙，此次参观的项目在地理位置、结构布局、景观设置、配套设施建设、营销策划方面在全省无疑处于领先地位。“房企比的是综合实力，此次考察后回去好好思考下企业的发展，有优势继续加固，有不足赶快弥补。”德州嘉城置业集团总经理张同舟说。

本报也借此次济南之行倡议成立德州品牌地产联盟，以“沟通、共享、发展”为宗旨，加强本报与德

州房地产界，德州房地产界各联盟成员，德州房地产界与省内房地产企业的交流沟通，以利于德州房产行业的共同发展。“房企之间存在竞争，但应该避免恶性竞争，并且应该加强企业先进理念的共享，在发展自身中为市民提供性价比更高的房子。”山东金益德置业集团总经理马宁说，此举也能促进整个德州房产市场在全省的市场影响力，去吸引全省，甚至全国的购房者来德州选房。

“下一步我们将借助齐鲁晚报布局全省，影响全国的优势，为德州品牌地产企业提供不定期交流、专家项目会诊、项目考察、经验推广等活动的平台。”组织方相关负责人说。



合影留念。

花絮 >>

每到一处 总有人“拖堂”

德州品牌地产考察团两天时间内共考察了济南6个地产项目，因相距较远，所以行程安排较密集，为给项目考察留出足够的时间，因此出发时间较早，但往往在考察完每个项目后，时间总会比预定时间延后，但这些房产老总对此却很满意。“早上早起会，午饭吃快点，晚上晚回去会没有什么，这次考察机会很难得，得利用好。”德州天翔置业集团副总经理张东波说，他们也经常到外地去考察项目，近的在省內，远

的到广东、浙江，“南、北方市民对房屋的理念还是不太一样的，至于在省內，我们去考察也远远没有像现在这样深入了解这个项目，并且还能及时的和德州同行进行交流，这样的考察很有价值。”

据了解，虽然这些房产负责人都在德州地产圈打拼，但彼此并不相熟。“这次考察让我们大家结识，以后加强合作和交流，对彼此都有益处。”德州恒川置业公司副总经理陈康健说。

现场直击 >>

询问交流有的人“话很多”

考察团济南之行第一站是济南蓝石大溪地，小区内潺潺流水、绿荫环绕、丰富的配套设施、室内奢华布置等都让考察团成员们流连忘返，从他们轻松却又不时沉思的表情中可读出他们对项目的欣赏以及引入先进理念的想法。

参观时，不少房产负责人用笔记下项目的设计理念，用相机拍下先进理念营造下的完美建筑艺术

品，并且也不时询问工作人员在项目设计以及小区管理方面的诸多问题。在蓝石大溪地项目沙盘处，工作人员刚对项目介绍完毕，山东德百房地产公司的营销总监郭伟就开始“发炮”，将心中的诸多疑问抛出来，比如项目选址、项目开盘前暖场、小区物业管理、景观设置、人车分流等。

而这样的场景在其他房产项

目处也随处可见。在华润·中央公园，山东康博置业公司营销总监施攀攀对该项目的草坪颇感兴趣，在询问草坪管理人员草坪属于哪种草类未果后，她又直接找到项目负责人询问。

此次考察团对各个地产项目的整体考察以及对细节的把握和深究，相信会使德州地产受益颇多。

