

看清楼市走向,方能买到放心房

本报记者 韩明焯

政策暖风,吹暖楼市

政策“暖风”的号角已经吹响,东营楼市各楼盘推出产品仍以刚需房源为主;整体来看房价走势平稳。业界人士认为,政策刺激,利好频出,加上东营市场持续稳健的走势,购房好时机已经到来。对于购房者来说,除了关注楼市走向,最主要的还是掌握如何买到好房。

2015年“两会”过后,利好信号不断,因此现在置业是非常明智之选。以“稳定”、“支持”、“促进”为导向的政策观点,勾勒着2015年房地产市场发展的方向和宏图。从“两会”政策、楼市放量以及消费者购买力来看,今年楼市较去年更活跃,成交将会出现回暖。

不论是开发商,还是购房者,都感受到楼市将迎来“暖风”。“两会”期间释放出的楼市利好,加快了需求释放。近期已遇到不少购房者看到政策转向积极出手买房。当前房地产市场供求关系发生变化,政府工作报告将“稳定住房消费”放在“加快培育消费增长点”部分,旨在培育健康的房地产市场,让居民住房消费成为拉动经济增长的强劲动力。

刚需为主,改善住房比例增大

东营楼市仍然是刚需的天下。从成交数据表明,当前刚需产品占据楼市主力,改善型房源只占较小比例。“两会”政府工作报告中,对房地产提出“支持居民自住和改善性住房需求”。不少业内人士直言,或将有更多支持改善型住房的利好政策出台。今年的春季供应潮中,也有部分楼盘推出改善型、终极置业型房源推出。

整体看来,东营楼市较为理性,以首次置业的刚需和改善性需求为主。建议购房者在出手买房前,规划好资金,衡量自身购买力,选择品牌开发商,对楼盘规划进行了了解,保证居住舒适性。

优惠频出,春季买房正当时

政策“暖风”吹来,往往房价会随之出现异动。“两会”后,多个一线城市房价有闻风而动的趋势。不过,一向慢节奏的东营,房价仍然平稳,不少楼盘走亲民价,进行优惠促销,实实在在的让利仍然不少。

在此记者要提醒购房者,置业要有前瞻性,密切关注城市的规划和发展。一些发展中的新区,房价仍在洼地价值,而楼盘规划配套完善,这样的房子对自住和投资都相应具有一定保障。

楼盘颜值猛增 美房秀秀大比拼

本报记者 朱晓晓

屋型创新好看 风格不再千篇一律

在东营,清一色的五层带阁楼小多层在老城区还随处可见,大概各个小区颜色稍有变化,但多数方正,绿化带稀少。东城安置房片区,各个小区也大都雷同。在前几年,东营还没有进驻这么多房地产商的时候,广大市民对住宅也没有更高的要求。今天,各大楼盘风格各异的绿化,带给了广大市民全新的感受。像恒大棕榈岛岛主亲水亲自然的全新生活方式,将迪拜生活移植到东营,连同建筑风格以及绿地规划,让人眼前一亮,香桥郡的漂亮欧式典雅皇家园林,把人带入了另一个惬意的世界。

在写字楼、购物中心的规划中,风格规划也不输给住宅区,新型的体验式商业区成为如今潮流,随着万达、宝龙地产进驻东营,接轨国际的时尚生活也随之移植过来,宝龙地产首创“春夏秋冬”四季主题的购物公园,注重环境和建筑的设计,传统与现在相结合,引入季节主题的庭院,宝龙还斥资邀请世界顶级商业、购物中心设计师,打造生活式公园。国贸大厦拔地而起,极富科技感的周边建筑成为东城地标性建筑。

竞争激烈 小区绿化成为东营亮点

小区绿化的变迁与人们审美观与对自己居住环境要求提高息息相关,跟很多商品一样,在满足人们基本居住需求之后,生活水平的提高,让老百姓也渐渐疲惫了千篇一律的装修风格,在给予最基本的居住条件之后,房产商也开始主打“你的家就是城市地标”,来满足人们的需求,龙头企业开始砸钱拼外形,如果中小型企业不大胆投入,必将被时代淘汰,但本身的资金紧缺,也让很多地产商疲于应付。

东营小区绿化速度逐年加快,从最初小区点缀树木到开始混搭引进外地树种,到现在开始建造公园式绿地,就像东营星凯海纳城主打的广告“公园里”一样,就像将住宅搬到了公园里。放眼望去,东营各大地产商为园林绿化下了血本,中央豪庭,整个小区,假山错综辉映,皇家园林式地景观,可谓是震动了整个东营。

当然,就像很多人质疑的一样,高规格的景观设计固然是很好,但最后买单的还是我们消费者,这也希望各大地产在“金玉其外”确保成本的时候,也要“金玉其中”,绿化跟不上,建筑质量更要确保。

宝龙开创东营商业4.0时代 引领城市超前进化10年



从北京的三里屯到上海新天地,再到成都宽窄巷子,新型体验式商业街区逐渐成为都市人的休闲娱乐聚集地,“放慢脚步”已然成为备受当下推崇的一种生活方式。当新一代的消费人群观念逐渐改变,一种新型的商业模式呼之欲出。宝龙作为中国商业地产领军企业,将同步上海、接轨国际的时尚生活方式移植到东营,打造以4.0购物中心为核心的新时代时尚休闲生活主场。

开创东营商业4.0时代 ——Lifestyle Shopping

升级后的东营宝龙城市广场,将呈现宝龙最新一代商业旗舰——4.0购物中心,即为“Lifestyle Shopping”,这种购物中心打破传统“盒子”式的购物中心空间模式,转为开放体验型商业。在满足传统的购物需求的同时,更多地满足消费者在精神层面、情感层面所追求的各种“生活方式”。

升级为4.0购物中心的宝龙城市广场将汇聚洛杉矶环球影城、澳门街、香港兰桂坊、台湾西门町的时尚休闲文化,集餐饮、休闲、娱乐、购物于一体。在业态配比上,以休闲、娱乐、餐饮为主,购物功能为辅,强调顾客的心理体验以及在购物过程中的立体感受。在商业中心设计和空间环境营造上凸显娱乐性、互动性、文化性、情景性和个性化,提升东营整体的商业品位和层次,打造东营前所未有的繁华之城、绿色之城、魅力之城、宜居之城,成为东营城市地标级时尚新客厅。

携手全球顶级商业设计团队 ——美国捷得,为升级东营而来

宝龙新一代4.0购物中心是针对东营目前处于萌芽状态的现代商业跨越性升级。宝龙以让东营生活更精彩的理念,斥巨资携手拥有日本福冈博多水城、东京六本木山、香港朗豪坊、美国Horton Plazad等数十个经典项目设计经验的世界最顶级的商业、购物中心设计师事务所美国捷得,全线璀璨升级,将国际最前沿商业理念与中国传统文化元素相融合将东营宝龙打造成全新商业旗舰项目,呈现一个丰富多彩的生活方式公园。

首创“春夏秋冬”四季主题购物公园

4.0购物中心更加注重环境和建筑设计,突出合理的布局、特色的风格和舒适、优雅的环境,追求与消费者阶层生活品位、消费习惯相匹配。宝龙城市广场开发成本中,用于环境、景观设计及施工方面的成本占到约8%,首创“春、夏、秋、冬”,四个主题购物公园分别代表了春、夏、秋、冬四季的不同风光,顾客沿着尺度亲密的步道在综合体中漫步,仿佛置身于传统的胡同之中,自然而然被引入季节主题的庭院。

随着现在房地产越来越快的发展,居住在东营的居民不难发现,房子的数量迅速增加,并且房子的造型和园林的设计也是各有妙笔,美房秀秀大比拼,颜值可谓乘数递增。

星动油城,凯耀渤海

星凯全球家居生活广场招商发布会盛大举行

3月30日下午,星凯全球家居生活广场在蓝海国际大酒店举行了盛大的招商说明暨新闻发布会。来自全国各地的上千名家居建材行业的经销商和厂家代表参加了此次发布会,其中大部分均为国内乃至国际一线的品牌,如中至信、慕斯、芝华仕、左右等。自31日起,这些全国各地的一线品牌开始陆续与星凯全球家居生活广场签订预租协议。

据记者了解,星凯全球家居生活广场是由山东金达源集团与山东东赵实业集团联手打造的大型家居建材综合体项目。作为东营地区规模最大、档次最高、品种最全的家居建材综合体,场内荟萃了众多国内外知名家居建材品牌,即将以舒适、华丽的购物环境,中高端的产品及优质的服务为东营市民献上一座最高端的家居建材购物体验中心。届时,东营市民不出

家门即可享受到国际化品牌顶级的家居建材体验式服务。

星凯全球家居生活广场总用地面积为41483.3平方米,总建筑面积为151886.25平方米。项目为多层商业建筑,地上5层,地下1层。楼体东西长186米,南北宽144米,总高度27米,可容纳商户400余户。星凯项目的所在地区是东营市近期重点发展的区域,也是东营城市中心的核心位置,“一站式家居生活广场,5分钟的生活圈”,致力于打造一个集精品购物,休闲娱乐,时尚家居、生活服务为一体的全生活商业广场。该项目秉持“全面提升东营人的居家文化品质”的经营理念,执行“规划高起点、建设高标准、管理高效能”的三高标准,实行“一站式”服务理念,坚持“市场化运作、商场化管理、人性化服务”的经营模式,从规模、品牌、服务上树立东营中高端

家居业的新标杆。记者确认,该项目是东营地区乃至山东省内规模最大、品牌档次最高端的家居建材商场,开业后必将成为东营地区家居行业的新航母。

另外,记者采访到星凯全球家居生活广场项目的进展情况如下:

2014年11月,项目规划及建筑设计方案原则通过评审。

2015年1月,工程施工及监理招标工作已经启动。

2015年3月,项目全面启动,招商发布会召开。

2015年4月,各签约商户设计装修效果图。

2015年7月,各签约商户开始进场装修及商场公共区域的装修。



星凯全球家居生活广场招商发布会。

2015年9月25日,星凯全球家居生活广场试营业。

2015年10月1日,星凯全球家居生活广场正式开业。