

青岛海边四合院别墅、双拼别墅品鉴行 本报赴青岛免费看房团周六发车

本报青岛看房团周六又要启程了!近期中国地产大鳄在青岛新品项目频出,本报此次推出精品看房团,5月30日,将带领市民参观地产大鳄星河湾集团在青岛的首个高端项目以及坐落西海岸凤凰岛旅游度假区内的缙沙半岛、科达天意华苑别墅新品。

青岛星河湾:

青岛星河湾为青岛带来前所未有的优质生活方式,更改写了青岛豪宅的层高、豪宅造园史、装修标准和精英生活圈层。据悉,此次独具匠心的青岛星河湾,创造九项青岛社区之最:一、拥揽2.8公里青岛楼盘最长私家海岸线,骑海木栈道;二、最极致工艺装修标准,全

球选材;三、呈现全球同纬度最美园林;四、水系最丰富的住宅社区;五、最极致工艺装修标准,全球选材;六、青岛最宽120米楼间距;七、最高3.9米层高;八、最大社区室外泳池;九、最具专业水准网球场。

缙沙半岛:

缙沙半岛坐落于西海岸凤凰岛旅游度假区内,与青岛隔海相望。整个一期项目由49栋褐石别墅和4栋英式观海洋房组成。社区平均容积率为0.8,别墅部分容积率仅为0.46,是青岛目前容积率最低的高端住区。在社区内规划了为金砖国家商务交流专用的俄国城堡式酒店、金砖会展中心、顶级会所和国际

化办公场所、商业街及幼儿园等,来满足业主生活的日常需求。

科达·天意华苑:

科达·天意华苑位于青岛西海岸新区CBD核心区,灵山湾海滨大道以北,是一座以高端、私密、宜居、亲海、智能、低碳为特色的现代滨海风情社区。项目涵盖私密四合院别墅、双拼别墅及全景精装高层等多种建筑形态,秉承“天人合一”的中国文化,专为层峰人士缔造的百年基业大宅。项目紧邻青岛东方影都和新区管委会,沿项目北侧泰山路上的新区地铁和城际轨道,便捷交通将极大拉近天意华苑与青岛主城区的距离,天意华苑升值潜力日趋明显。



星河湾园区实景图。

85后、90后成购房接盘侠 楼盘营销纷纷瞄准小鲜肉

本报记者 侯晓芸

85后、90后强势崛起, 带来大量的购房需求

时下,85后、90后这些“小鲜肉”正逐渐成为不少消费领域的重要支撑。单就财力而言,他们或许比不上60后、70后,但他们确实已开始渐渐引导消费趋势,并让商家在营销时注意迎合。当房产销售步入属于年轻人的“小时代”,房地产商也嗅到了商机,推出一系列符合他们喜好的产品。

新一代的年轻人面对越来越大的压力,买房已然成为当下的难题。不少85、90后的年轻人想要购房,都由父母支持首付,后续金额则由自己承担,感叹我们的大好青春已被买房摧残得面目全非!但是到了这个尴尬的年纪,有人崇尚“无房不婚”的理念,“逼”的一批又一批年轻人不得不选择买房。

数据显示,当前楼市中,购房者主要集中在25-35岁之间,他们占所有购房者的50%以上。从所购房屋的面积和价格段看,也以刚需类产品为主,符合当前市场需求的主流。这个年龄段的人口越多,市场的潜在需求就越扎实。而随着购房者年龄的增长,其所购房价也随之同步上升,户型面积也逐渐增大,35岁以后则以改善型购房为主。

“年后就打算购房,因为父母一直催着结婚,对象又不希望裸婚,所以不管怎么样也要买套房子!”90后的小林说。小林还向记者透露,由于经济原因,不能购买大户型,但也希望小户型产品在使用上功能更齐备。“我最近一直在看房,希望能够找到房屋面积利用率较高的户型。”小林如是说。小林的这一想法代表了多数年轻人对于房子的选择,在这个无房不婚的年代,刚需房依旧为主力。

年轻人买房有“个性”, 营销向青年靠拢

当下,越来越多的开发商就从年轻人的需求出发,深入观察年轻小家庭的生活需求及行为,给85后、90后提供贴近他们真实需求同时又超出预期的房子,让年轻人买房完全“木有鸭梨”,如此大的吸引力让众多年轻人为之感叹。

为了占据先机,抓住年轻购房者这一巨大群体,某楼盘负责人说:“年轻人注重服务质量,我们就从这一块下手。”他说,在加强物业服务、常规配套的基础上,可以尝试wifi覆盖、帮忙收包裹、订餐等贴心服务,更加符合现今社会年轻人的生活习惯,与互联网紧密融合,到时候不只是卖房,更是卖生活。

作为一名潜在的“90后”购房者,记者在采访中被不少开发商针对年轻群体所进行的产品设计、标语宣传等方面吸引,但记者认为具体问题要具体分析,在未来,“小户型+符合年轻客群生活方式的社群”肯定更吃香。建议开发商在前期设想规划上下功夫的同时,也要注重后期组织运营。

宝龙璀璨升级, 开创东营体验式商业新纪元

作为中国首家商业地产领军品牌,宝龙集团在推动城市化的进程中,也始终坚持创新,敢于打破传统,将宝龙城市广场系列产品不断升级。最新一代宝龙4.0商业旗舰现正式登陆东营,打破传统“盒子式”商业形态,打造华北首个BLOCK体验式生活中心,开创东营首个体验式商业新纪元。

源自全球顶级商业团队,同步上海、接轨国际

宝龙新一代4.0商业是由全球顶级商业设计团队美国捷得,以国际最前沿BLOCK商业理念设计全新打造。比肩日本福冈博多水城、东京六本木山、香港朗豪坊、美国Horton Plazad捷等享誉全球的体验式商业中心。在宝龙全国56个物业项目中,仅东营与上海七宝总部同步,以最新4.0商业旗舰规格打造,这也是宝龙进入东营时所承诺的,同时也是对作为宝龙环渤海战略重心城市投入更多的资源打造的实践。

敢于打破传统,东营前所未见BLOCK商业集群

在东营现有的购物中心商业模式,从百货大楼、胜大超市、银座再到新出现的综合体SHOPPING MALL购物中心,依然停留在“盒子式”的传统封闭型模式,这种商业中心依然只是为了满足购物单一化的消费,体验感差,缺乏互动。

宝龙城市广场基于东营城市日益高涨的消费需求,领先性提出BLOCK体验式生活中心,1个LivingMall,两条BLOCK商业,4个主题广场、N个旗舰品牌,汇聚成东营前所未见的全业态生活方式中心,让传统的便利购物,升级为愉悦消费,引领东营时尚生活新风尚。

宝龙BLOCK商街由台湾街与澳门街组成。台湾街是东营首个原味台北时尚生活街。汇聚台湾风味小吃、台湾西门町休闲娱乐、台湾文创精品等综合业态,便利时尚、繁华兼具、应有尽有,将原味台湾时尚一网打尽,让东营与台北0距离接轨。澳门街定位为东营时尚休闲第一街,移植澳门式时尚休闲,24小时精彩不打烊。

需求就是市场 养老地产成新的突破口

本报记者 朱晓晓

养老机制改革已提上 政府工作日程

央视公益广告,患有“阿尔兹海默”的老父亲偷偷将饺子藏在口袋里说要带回去给儿子吃的时候,儿子泪流满面也让我们真实的意识到,我们的父母也会老去,我们也会老去,如今独生子女家庭占多数,当有一天我们父母还有我们都老了,我们该如何养老?

4月份,我国财政部和人社部发言人同时提出,划拨部分国有资产至社保基

金,填补数万亿的养老缺口在高层已经达成了共识,但至于何时规划,规划多少目前并没有定论,在几年前中央便要求出台明确国资规划细则,但最终的方案尚在讨论的阶段。

中国是世界上老人人口唯一一个超过一亿的国家,独居老人也成为了社会的弱势群体,养老问题更应受到全社会的关注,预计到2050年,65岁及以上的老年人数量将达到3.3亿,占人口总数的26%。这必将推动养老院以及相应配套施舍的进一步上涨,日益到来的老龄化让我们也不得不思考,我们父母甚至我们该如何养老,又

将在哪里养老?

相对于年轻群体,老年人对房产消化数量也非常的大,目前,东营养老机构也不断在建立完善,像前几年新入住的幸福9号老年乐园和正在筹建的中韩老年人活动中心等成为东营新型养老机构。

“银发市场”巨大商机 服务贴心才是王道

所谓养老地产,是“养老+地产”的一种复合地产,这种模式是将房地产开发与创造老年消费生活方式密切结合,将房地

产业和养老相关产业进行整合,从而将养老的生活方式完整地镶嵌到房地产的规划、开发、运营和服务的整个流程之中,为消费者创造出充分体现生活感受和文化价值的复合性质的老年人居生活,它既是养老地产的一部分,又是地产发展形态的新突破。

随着人口老龄化的临近,进驻东营的地产开始尝试进入养老地产领域,像绿城、万达等开始高调进军养老地产领域,相对于大中型城市来说,东营养老型地产也因为供需不均衡等问题,仍处在尝试发展阶段。