



楼市迎来多重利好持续转暖

盐南高新区商品住宅销量同比上涨

□记者 赵亮

本报讯 2月26日,记者从盐南高新区住建局获悉,在中央和省“42条”、市“56条”等宏观政策调控下,该区房地产市场销售总体呈现逐步回暖趋势,房地产行业持续向好。

“真金白银”的购房“大礼包”,对房地产市场产生何种效应?“2023年1至2月份,全区销售商品住房5.12万平方米,377套(其中,正式网签备案259套,已缴纳定金暂未网签118套),较去年同期同比上涨61.0%,成交金额8.73亿元,同比上涨46.6%。”该区住建局相关负责人表示,2月24至25日,两天网签商品住宅47套,成交面积6736平方米,成交金额1.15亿元。

连日来,记者在走访中发现,各大楼盘的精彩活动轮番上演、热闹非凡,呈现一派红火景象。“新政策的出台和不断升温,对房地产市场是一针非常有效

的‘强心剂’,我们也能从中明显感觉到客户到访量和购房意愿均有所提升,真切切地感受到房地产市场在回暖。”某房产公司销售经理张女士说。

一些市民则表示,利好频频叠加,一定程度上加快了人们的购房步伐。“近期,我们家准备置换一套大点的房子改善一下居住环境。”一位市民说,“早就听说南海未来城的居住环境和发展前景都非常好,现在购房政策延续又叠加春节优惠,我们刚才算了一笔账,前后能省不少钱呢。”

“为加快人才聚集引领城市发展,今年盐南高新区进一步提高人才购房补贴力度,鼓励、吸引更多人向南安家。”该区住建局相关负责人表示,今年将围绕“房住不炒”的定位,加强做好预期引导,深入解读政策内容,积极推进政策实施,释放刚性和改善型购房需求,深入促进房地产市场健康平稳发展。



市民在楼盘看房

空中俯瞰大洋湾 体验低空飞行服务



大洋湾樱花号

本报讯(记者 陈雪峰)大洋湾推出低空飞行体验服务产品,以360°立体全景视野,俯瞰大洋湾美景。这是记者从盐城大洋湾生态旅游景区了解到的。

据悉,低空飞行体验服务从3月6日开始推出,持续到5月3日,在此期间,适逢大洋湾樱花季,花艳水绿美景,人们可以在空中领略别样风景,感受别样旅游体验。活动推出飞行体验套餐,内容包

括:直升机飞行体验(满6人起飞)、景区门票+观光车券、景区抵用券等。活动主办方介绍,直升机EC130机型,安全性高,视野开阔,可同时乘坐6人,由专业机组人员保驾护航。主办方特别提醒,参加飞行体验的,必须服从现场工作人员的安排,如有心脑血管疾病、精神疾病、癌症、高血压、恐高症、癫痫、重度贫血、醉酒等情形者不得登机。

盐城万科匠心构建美好生活



优美的社区(效果图)

本报讯(记者 赵亮)从一纸蓝图到实景呈现,盐城万科秉承积极融入城市建设和发展,始终关注业主美好生活场景营造,从产品、物业的迭代升级到城市配套的完善,实现多业务链发展。昨天,该公司有关负责人表示,万科将不负殷切期盼,用匠人精神兑现城市品质生活梦想。

在恪守“不降标、不减配、不延期”原则的万科·星汇东方,那里有令无数置业者倾心的摩登美学。穿越绿意环绕的林荫商业街,映入眼帘的是项目整体示范区全貌:对标宝格丽酒店美学风格,采用气派、简约的现代设计,中轴对称美学无处不在,让回家充满仪式感。“我们学习并借鉴了宝格丽酒店的植物营造手法,将其运用到社区里来,打造归家即度假的景观氛围。”万科·星汇东方景观设计合伙人黄雪龙说。

为打造两轴一环酒店花园景观效果,设计团队专门把宝格丽酒店的后花园主力花园重新演绎到大社区里去。在特定的景观节点上,还设置一些让孩子们去观察自然、认识自然的设施,让孩子们在游玩中认识自然。

如今,买房不只是看园区配套有多大,户型设计科不科学,更多从人的本源出发,以场景为链接,通过不断开发,完善新服务体验,提供温馨的生活场所,从而唤醒人们全新的生活方式。内藏乾坤的万科·聚珑东方隐秀会所,便是这当中的典型。走进会所,只见近8米的跌水瀑布,还原了“飞流直下三千尺,疑是银河落九天”的诗词

意境。人造园中,一松一石,静水流深,动静与虚实之间,都讲究造景的艺术。远远看去,如同一幅灵动的山水画卷。隐藏在会所里的恒温泳池、瑜伽室和健身房,则可以成为人们解压的场所。

从一楼出来,遇见一处共享庭院,隐在自然包裹的阳光与绿植中,身在此处,却已开启心灵漫游。若要找到会所绝佳景点,就要穿过转折有度的风雨连廊,你会感觉自己跨越时间,仿佛走进江南名门私家园林,尽显隐逸风雅。而在二楼的私宴厅,东方静谧的格调扑面而来,没有车水马龙的喧嚣,只有家一般的安逸……让人们尽情品味岁月静好。

“产品好不好,业主说了算”。近年来,盐城万科每一项品控品改工作都致力于将业主敏感点和质量瑕疵在交付前消化,把“美好生活场景师”的企业愿景融入品质打磨和全周期服务当中,用品质打动客户。2023年是盐城万科“品质兑现年”,聚珑东方将有近1万平方米中轴及1800平方米中央草坪景观实景展示,呈现真实生活场景;而星汇东方也有近4000平方米的中央核心景观实景呈现。

“对于业主而言,家,不再是‘一纸想象’,而是眼见为实的幸福。美好生活,也不再是一种奢求,而是具象的品质兑现。”该公司营销负责人罗鹏表示,盐城万科将不断以“践行生活的美好,为普通人提供品质人居”为基准,与盐城城市发展及建设同频共振,构建城市、人居和谐共生的生活图谱。

盐城电力设计院有限公司

“党建+”助力项目建设

本报讯(周哲远 记者 程兰霞)盐城电力设计院有限公司党支部充分发挥青年党员突击队先锋模范作用,围绕重点任务深入推进“党建+”工程,持续推进党建与安全生产、优质服务、合规管理等工作深度融合共进。

阜宁阿特斯公司二期增容及10GW切片项目电力工程采用ECP总承包模式,盐城电力设计院有限公司大力开展“把党支部建在施工现场”活动,通过在作业现场开展党

支部督导检查等方式,确保阿特斯项目各环节保质保量顺利进行,主要负责同志多次与相关设计人员深入施工场地,协调解决项目各种困难,推行一站式服务,有效助力项目建设加速推进。

“我们要赓续共产党人的精神血脉,弘扬劳模精神,厚植爱党爱企的情怀,坚守初心,在高质量发展赛道上奋力前行。”公司党支部主要负责同志表示。

聚焦文商旅融合 千年珠溪焕发新活力

漫步伍佑珠溪古镇,修缮后的街巷曲径回廊,石雕、木雕、砖雕特色鲜明,高脊飞檐、层楼叠院、亭台楼阁的和谐组合,最大程度保留原有的建筑风格和历史面貌。作为主干道的东西大街,则是珠溪古镇发展历程的“户外博物馆”,街道两侧不同年代建筑并存,诉说着不同的历史故事。

“独一无二的特色历史建筑对于各类商业项目都有极大的吸引力。”盐城市城南新区开发建设投资有限公司党委书记、董事长屠兆彬道出了“千年古镇半日闲”的品牌打造理念,“入驻的商业不仅要适合自古‘盐文化’追求的闲情志趣,还得能满足城市高端的消费需求。”

以“珠溪·十二时辰”复合式实景游戏剧为例,通过与百年海派文化地标上海大世界联袂合作,打造盐城首屈一指的时尚文化潮流标杆。“希望用‘一台好戏、一个剧场、一张商旅地图’的方式,实现厚重‘盐文化’的轻松表达,让珠溪古镇成为外地人必来、盐城市民常来、未来新城区人反复来的文旅小镇。”

品牌商家竞相入驻 多元业态协同发力

珠溪古镇打造文商旅融合

□王亚 衡冬梅 记者 邓兆冲



珠溪古镇

盐城市城南新区开发建设投资有限公司党委委员、副总经理葛智杰说。

立足当下,珠溪古镇更多的商业IP正加速推出:引入国内剧本杀行业翘楚、有着剧本杀界黄埔军校之称的洛阳卡卡,结合古镇红色文化、海盐文化量身创作全景式剧本,为游客带来盐城首个全域式沉浸体验;创新升级言+买书汇,秉承不止于书的理念,探索与多元业态的跨界融合,助力书香盐城建设,打造江苏地区具有引领性的新型文化生活主题空间;致力挖掘《镜花缘》与珠溪古镇的历史人文渊源,凭借文创开发、场景打造、情境互动等方式,衍生出绚

烂瑰丽、闲趣浪漫的古镇奇幻世界……“千年古镇半日闲”的喜悦不止于此,通过“AR+文旅”的方式,古镇“数字人”顺利诞生,不断拓展应用边界,创新运营场景。

多元业态共生 谱写古镇美好未来

全国古镇众多,发展模式千篇一律,同质化明显,如何突破“千镇一面”的桎梏?珠溪古镇给出了特色小镇高质量发展路径的答案。

有了文化,便有了美。特色小镇的建设,同样离不开文化的支撑。东南大学建筑设计研究院操盘规划

设计,通过还原、活化、优化的方式,重塑古镇街区,最大限度保护古镇的原真性——在旧址复原文脉,再现历史,赓续圣贤理想;打造珠溪文化记忆馆,提炼文脉,存续古镇记忆;修复和场景还原陈氏宗祠,再现明朝盐官陈文杰的卓越政绩、为民情怀。

有了商业,便有了魂。知名美术总监刘京平老师,全方位、立体化开展文化置景塑造工程,用匠人精神挖掘文化谱系,赋活千年垣商文化,重现古镇巅峰时期商貌氛围。

“自启动招商以来,我们共收到200余家知名品牌的合作意向,本着‘苏北首创,盐城首店、品牌首位’原则,通过层层把关论证确定落位。”推介会现场,盐南文旅发展有限公司总经理张辉与近20家品牌商户代表完成进场签约仪式。

现场引进央视美食纪录片上榜品牌——文儒九号院;中国十大火锅品牌——捞王;全球超过5万家门店的加拿大传奇咖啡——Tims等数十家知名主力餐饮品牌;集聚水彩红楼早茶馆、红陶山丘围炉煮茶馆、不想起名的猫咖、水墨枫情国潮奶茶店、童年记忆零食铺等众多年轻休闲娱乐品牌;还保留了伍佑百年非遗老字号——合成昌等文化遗产活业态。以“品牌优先、口味优先、文化优先”为导向,打造复合型小吃业态,精心挑选品牌小吃、地方特色美食、伍佑本土风味等50余种特色品类。据悉,珠溪古镇美食街预期在3月底率先开放,届时一条最有文化韵味的盐城网红小吃街将会华丽面世。



文旅单位结对共建