定位、物业、配套齐转变，既有“海景”又有“前景”

乳山银滩“海景房”转型升级调查

□海滨

曾几何时，拥有一套“面朝大海春暖花开”的“海景房”，是很多人的一个诗意栖居梦想。正是为了迎合这种市场需求，我国沿海一线出现了房地产开发热潮。在这种大背景下，自20世纪90年代初开始，乳山银滩便确立了以房地产业拉动区域经济高速增长的发展思路。一时间，银滩沿海一线塔吊林立群楼竞起，随着房产代理商在全国各地布子设点和立体轰炸式的宣传推销，“银滩海景房”卖遍了大江南北。

一“房”独大的局面确实对银滩的建设开发发挥了支柱性作用，但近几年受国家宏观调控政策影响，再加上可供开发的资源越来越少，像很多以滨海地产为支撑的地区一样，银滩海景房路子越走越窄。顺应国家对房地产市场宏观调控的大趋势和城市发展的现实需要，近年来，乳山不断探索海景房转型发展新路子。

区域定位：从“景区”到“城区”

银滩素有“天下第一滩”和“中国最美海岸线”之称，是4A级景区。毋庸讳言，在开发之初，银滩的基础设施配套是按景区的实际需求来做的，只能满足季节性游客的休闲旅游需求，无法支撑大量的房地产项目和日益增加的常住居民。

这一历史欠账，要补上。早在2010年前后，乳山市通过调整发展规划，将银滩从旅游度假区调整为新城区，不断健全完善配套设施，以满足开发区域不断增加、常住人口逐年增长的现实需要。

优良的生态环境是银滩的一张名片。乳山市在银滩东西两处分别规划建设了日污水处理能力3万吨和2万吨的污水处理厂。同时，在银滩区域内积极实施雨污分流工程，铺设了总长度117公里的污水管网，建设了污水提升泵站10座，实现了区域内污水经管道收集后进入污水处理厂。在城市环境卫生常态化保洁的基础上，乳山银滩加大对20余公里沙滩的管理维护，安排专人队伍每日对沙滩问题进行巡查并结合潮汐对海岸环境进行清理。

为了解决银滩冬季供暖问题，乳山市投资建设了银滩热力，通过逐年增设热力管网增加银滩区域内集中供热面积。针对小区冬季常住居民少的实际，探索实施燃气取暖、电取暖、空气源热泵、地源热泵取暖等多种清洁能源供暖方式来扩大供暖覆盖面。在银滩部分新建小区，开发商除了预留地暖供热管道外，还通过免费配套增设燃气壁挂炉、空气源热泵等设施，满足小区居民分散供暖需求。同时，部分银滩业主还会通过短期租赁集中供暖房屋、选择供暖养生养老公寓等方式过冬。

来自河北的李丽表示，每年春节假期她都会过来陪老人住半个月。以前她选择在周边集中供暖的公寓租住，现在她购置的海景房可以燃气取暖，打开开关就能随时调控室内温度，很方便，可以随走随停。

燃气取暖，管道“不断气”。在天然气供应上，乳山银滩通过增铺管道线路，打通与外管道接口，实现全区域燃气管道传输，并逐步构建起双管道供气，为银滩居民日常生活和冬季取暖供气提供了保障。截至去年年初，银滩区域内天然气用户已经超过15万户。

为满足居民健康养生需求，乳山在银滩已有的银滩医院、白沙滩镇卫生院等4处一级甲等医院的基础上，又新设立了医疗水平与中心城区水平相近的乳山第二人民医院。在社区卫生服务方面，乳山银滩围绕慢性病、家庭医生公共服务等，组织医疗机构加强组织开展心理咨询、卫生保健、疾病预防咨询等社区医疗服务，使银滩居民可安心享受健康生活。

考虑到银滩外地居民较多，教育需求大，乳山市高标准重新规划建成了省级规范化九年一贯制中心学校——白沙滩镇初级中学，对外来居民采取优惠措施，不管学生户口是否在银滩，只要在银滩有居住证或者住房，就可为孩子办理学籍。“银滩周边有3所省级规范化九年一贯制学校，在校学生3300多人，其中家住银滩在外地学生人数达到1600多人，占比已经过半数。”乳山市教体局相关负责人介绍。

物业升级：从“能住”到“宜居”

走进银滩金鼎银龙湾小区犹如走进了一座公园，小区内不仅绿树成荫，还配备了露天泳池、水果采摘林、休闲水吧、网球场、儿童乐园等配套设施，居民锻炼、休闲根本不需出小区。在小区树荫下，不时能看到三三两两的业主坐在花坛的大理石板上，或干脆席地而坐，玩手机、聊天、打牌，悠然自得。最让业主舒心地是，小区配套建设了业主会所，健身房、茶艺室、电子阅览室、棋牌室、会议室、西点屋、干洗店、票务中心、儿童乐园一应俱全，能满足不同年龄段业主休闲娱乐需求。

开发之初，乳山海景房只是满足于“能住”，海景房转型升级，一个重要的方向就是“宜居”。如今，在银滩很多企业都像金鼎一样，告别原来“盖房卖房”的简单粗放式开发思路，新开发的楼盘严格控制海景房开发面积，增加社区服务、医疗服务、文体活动中心等生活设施和休闲服务设施配套，老旧小区通过改建新上配套设施，提升物业服务水平等方式，满足业主生活需求。服务银滩40多个小区的银滩物业公司构建了“5321”服务工作体系，只要业主有所呼，物业就有所应。对于业主的诉求，物业人员接到信息于5分钟内派工，对于能当场协调解决的小问题30分钟内解决，对于复杂繁琐的问题在2小时内解决，对于特殊问题需要协调解决的争取在1天内提出解决方案，受到业主认可。

在银滩从事10多年房产销售的金鼎公司负责人尹刚对业主的消费需求很有感触：“从无序到有序，从盲目到理性，人们对购买海景房的需求都有了自己的判断。比如是买来自己养老，还是投资等待升值，都有了很理性的分析。过去那种一味地领着购房团转楼盘的销售模式早已经没有了市场。”尹刚介绍，过去“推窗看海”就能吸引一批购房者，但现在业主并不是一味地追求“看海”，除了风景，他们更关心的是小区绿化、物业服务，以及周边公交、商超配套，只有高品质、高配套的精致小区才是银滩海景房未来的出路。

在银滩不时能看到全国各地牌照的车辆拉着看房团，在银滩的海边、旅游景点和小区楼盘内穿梭，很多购房者对银滩的自然环境很满意。但当被问到，有大海，有新鲜空气，你们是否就能当场拍板买房时，很多业主给出了否定的答案。

“离大海远近不重要，关键要看小区的配套，特别是物业服务好不好。”“我们转了好几个小区，各有利弊，有的小区虽然离大海远，但是小区周边有公交站点，出行很方便，就让我们很动心。”“我和老伴就喜欢安静的地方，最重要的一点是就医方便，头痛脑热时可以第一时间赶到医院。”业主的答案也验证了尹刚对海景房市场需求的判断。

努力目标：让“候鸟”变“留鸟”

“这里靠海，夏天很凉爽，关键是人少、车少。”来自重庆的杜银城说，第一次来银滩就相中了这里的环境，买了一套50多平方米的海景房，为了夏天可以逃离“火炉”。

每年7月，杜银城会带着家人来银滩避暑，有时也会把房子钥匙交给亲朋好友来银滩度假。2017年退休后，他和老伴决定留在银滩定居，并又在小区内购置了一套海景房，用于子女每年短期度假。

“最初我们买海景房就是为了度假，没打算长年居住，房子半年闲着很正常。如果这里人挤人，谁还会从千里之外跑过来购房呢？”对于很多人抛出的银滩多数海景房空闲的质疑，杜银城说，他所居住的小区内很多业主都和他的想法一样，购房是为了改善居住环境，而不是为了炒房，等房子升值后再卖掉。所以在他们看来银滩海景房“半年闲”，甚至网上说的冬季“空城”现象很正常。

在银滩，和杜银城一样，抱着旅游度假的初衷购买海景房的业主并不在少数。“我冬天去三亚，夏天来银滩。”银滩银河花园小区业主栾吉祥说，从退休后他也就春节回老家走亲戚，其他时间基本都在海景房里，他已经习惯了这种“候鸟式”的旅居生活方式，在银滩也结交了很多这样的业主。

分析房屋空置的原因，主要有这样几种情况：有的业主单纯因旅游度假购房，每年会来银滩短住一段时间，其余时间在工作的城市生活；有的业主相中了银滩的自然环境，为了退休养老而购房，由于没到退休年龄，或者退休后无法离开居住地，造成了短期闲置；有的业主为了投资，没有购房居住的打算，造成长期闲置。

怎样才能让越来越多的候鸟留下来？这也是乳山银滩正在破解的一个难题。“除了提升软硬件环境之外，还要组织丰富多彩的文体活动，让业主的心稳下来，让他们对银滩有牵挂，来了不想走，走了常惦记。”乳山滨海新区负责同志表示。

为更好地满足银滩社区居民的精神文化需求，乳山滨海新区连续4年举办“城市社区文化艺术节”，给群众搭建文化交流、才艺展示的平台，在激活区域文化氛围的同时，增进社区居民之间的交流互动，突显银滩人乐在银滩、健康向上的精神风貌，展示出乳山银滩人民安康、社会和谐的景象。为彰显银滩区域文化特色，着力打造社区文化精品，乳山滨海新区积极调动辖区内9个城市社区的积极性，引导社区打造特色鲜明的文化服务品牌，把文化大餐送到群众家门口，不断提高银滩居民文化素养，提升居民认同感和归属感。

乳山银滩的颐和社区把以“党建引领 红色物业”为主导的特色文化品牌融入到居民日常生活中，将红色物业党建与社区党员、群众的业余文化活动相融合，推进了“精致小区”建设；大庆社区组建了银滩梦艺术团，其中包括枫叶舞蹈队、齐扬器乐队、东方模特队团体组织等，引导银滩文体爱好者及热心公益事业的居民发挥才能，通过搭建平台组织活动，用文化元素聚集服务正能量。

手记：理性看待房价，“炒房”心态当休

近年来，乳山银滩海景房“白菜价”的标签引人注目。曾有报道称，二手房价格跌回10年前，一套顶楼阁楼的交易价格不足2000元每平方米。而所谓的低价，其实“五花八门”，二手房中介也给出了不同的回应：那套房源没有了，这儿还有其他房源，但是价格高一些；那套房子房龄有20年了，毛坯房；是单独的阁楼，很适合来旅游短住。而查阅二手房交易网站发现，多数在售的二手房房价在每平方米4000元左右，但也有价格在2500元每平方米的房子。

房源位置、房龄、售卖目的等多种因素影响导致了乳山银滩二手房看似“白菜价”。放眼全国各地，影响二手房价格的因素很多，既有城市发展规划、城市发展重心转移等大环境的影响，也与周边教育、医疗、出行等服务配套息息相关。对于一座城市而言，房价在一定范围内高低起伏很正常，这既是适应国家宏观调控政策的需要，也是适应市场刚需和软需的自主调节。因此，很难根据某一套或几套海景房的价格来定性乳山银滩房地产业。

在银滩，与二手房价格形成鲜明对比的是新建楼盘，均价在万元左右。作为一种稀缺资源，随着海边区域海景房的开发，以及政府对房产开发的管控，能够开发售卖的海景房越来越稀少。加之，建筑原材料价格、人工成本等上涨，新房价格自然水涨船高。

在银滩，有部分“炒房客”做了亏本买卖，便因此“唱衰”整个区域的发展。在全国范围来看，房价只涨不跌已是过去时，房价起落逐渐成为常态。国家一直在提倡“房住不炒”，“炒房”心态当休矣。

提升乳品质量 彰显榜样力量

亚奥特乳业打造品质好奶 用过硬质量守护消费者舌尖上的安全

亚奥特

贯彻省委、省政府“开展食品安全放心工程建设攻坚行动”要求，今年8月13日，山东省市场监督管理局组织全省获证乳制品生产企业开展了“提升乳品质量、企业公开承诺”活动，我省大型乳企作出郑重承诺，严格落实主体责任，确保乳制品质量安全，接受社会监督。山东省乳制品工业协会代表全省乳制品生产企业发出“提升乳品质量 我们共同行动”倡议。为进一步推动乳制品企业打造高质量产品，促进乳制品企业高端品牌建设，山东省乳制品工业协会与本报联合推出“提升乳品质量 彰显榜样力量”专题，对我省乳制品企业在提升乳品质量、打造高端品牌工作中的好做法、好经验，生产的好产品等进行解读与推介，以示范引领全省乳制品企业加快迈向高质量发展道路。

□王新华

牛奶丰富的营养滋养着群众健康，已成为千家万户的日常营养佳品。食品安全，重于泰山。作为乳企，亚奥特乳业以品质铸品牌。对品质的不懈追求，是亚奥特乳业的不竭动力源泉，对质量的坚守打造出消费者信赖的品牌。从创业之初的小型果汁厂，发展成如今的知名乳企，亚奥特乳业前进的步伐铿锵有力。“做良心企业，做放心产品”，一包包牛奶输送着营养，奉献着健康，扛起了责任乳企的质量担当和社会担当，守护着消费者舌尖上的安全。

奶品生产全程无接触 环环相扣保质量安全

牛奶的品质是奶企的“生命”，也是立足市场的根本。作为一家乳企，亚奥特乳业为了提升产品品质，穷尽各种方式，努力确保产品质量。生产的奶制品受到消费者的认可和欢迎，而这背后凝结的是亚奥特乳业始终如一的品质坚守。

“好牛奶不仅要有好奶源，也要保证产品第一时间运输、生产，保留下最新鲜的品质。”在亚奥特乳业，一辆辆装载着新鲜牛奶的奶罐车驶入厂区，这些全程冷链运输车，确保了牛奶在挤出两小时内便被运送至这里。据工作人员介绍，原奶被运至厂区后，需要经过提样、检验、出具化验单、过磅、卸奶等多个环节，每个环节必须依次进行。“每个奶仓上都带着密闭铅封，铅封是运输车辆前往牧场时，从厂区里现场领取的。在牧场负责人确认罐体洁净并灌奶后，使用铅封对奶罐进行密闭。”工作人员说，运奶车辆有定位系统及实时监控，车辆返回厂区后，他们首先对标注了序号的铅封进行查验，随即提样检测，提取的样品一部分被送往化验室检测，另一部分则留样。“提样人员和收奶人员来自不同部门，采用2次编号、盲样检测方式，设立质检科、化验室、质检员三级质量管理体系，贯穿全部检测过程。”工作人员说，原奶抽样检测时，原奶部门、生产部门、质检部门都要监管，还通过不定期轮流制度防止舞弊，以此杜绝关系奶、人情奶，确保原奶品质。

原奶检验过关后，通过洁净的食品级不锈钢管道输入奶罐。伴随着管道的延展，均质、杀菌、灌装等环节依次进行，整个生产过程，牛奶在密闭管道内输送，人员无法接触到牛奶，“目前，厂里的设备都是行业里最先进的。在疫情期间，我们更是在把好收奶、配料、均质、杀菌、灌装这五大关的同时，加强了人员管控，加强了车间的消毒杀菌，保证产品质量安全，为消费者提供安全、放心的牛奶。”酸奶车间主任常艳菊说，在所有生产完成后，设备和管道清洗也均由CIP全自动清洗设备进行，所有车间通过了GMP认证。

检验严把质量关 责任乳企显担当

检验室作为亚奥特乳业的核心科室，在公司里有响当当的地位。进入检验室有着严格的消毒流程，各项检验有着清晰的检验留痕。检验中心副主任陈慧介绍，检验中心的产品检验包括原奶进场检测、产品过程检测以及出厂检测，其中原奶检测包括感官、指标类、掺假类、抗生素类、微生物类，过程检测包括感官、理化检测，出厂检测则包括理化、污染物、微生物等方面的检测，检测必须达到或优于国家规定标准。检验室里，原子吸收分光光度计、原子荧光光谱仪等设备依次放置。“这些设备可以检测铅、镉、汞、砷等重金属以及钙、钠等。在原奶检测时，会对奶仓进行检测，成品检测时，会对每批产品进行检测。设备检测效率很高，一分钟就可以检测一个样本，有助于在最短时间内完成高质量检测，保障原奶品质。”从原奶到成品，80多个检测项目全部进行盲样检测。

食品安全，重于泰山。食品质量关乎着广大消费者的身体健康，多年前出现的三聚氰胺等食品安全事件一直牵动着消费者的神经。作为检测重点，亚奥特乳业对每个奶罐都进行三聚氰胺检测，除此之外，亚奥特乳业还设置了微生物检测室，对常规微生物以及致病菌进行检测，从产品的方方面面确保乳产品安全。

“我们对品质的要求始终如一，比如这台进口体细胞仪，可以对奶的新鲜程度进行检验。虽然这个项目不是国家标准要求的必检项目，但我们将这个检测应用到了所有奶源检测中。”陈慧说，他们致力于通过严谨的检测，把好产品质量关，为市民奉献新鲜营养。据介绍，为确保品质如一，保障消费者舌尖上的安全，亚奥特乳业还设置了风险检测项目。“我们的牛奶是不添加防腐剂的，除了加强产品过程控制外，原奶进场以及产品出厂都要进行风险检测。”通过风险检测，可以有效对山梨酸钾等添加剂进行检测。“虽然设备投入至今没有检测出过相关添加剂，但我们仍持续进行此类的检测。这既是对消费者负责，也是对自己产品质量的保证。”

据了解，亚奥特乳业对乳制品生产链中的各个环节严格把关，树立了全过程、全方位质量管理体系。公司先后获得绿色食品认证、ISO9001质量管理体系认证、HACCP危害分析及关键控制点体系认证、诚信管理体系认证等认证。“作为山东奶企，亚奥特乳业以品质铸口碑，以优良的产品品质，践行责任奶企的职责与担当。”亚奥特乳业相关负责人说。

29年慎终如始做好奶 “品质+服务”铸就金招牌

“以质量求生存，以创新求发展”，始终是亚奥特乳业发展的宗旨。山东亚奥特乳业有限公司20多年来致力于用心做好一杯奶。为改善和提升牛奶口味，公司研发人员研发出了酸奶、灭菌奶、鲜奶、风味奶等系列产品，营养丰富，品种繁多，物美价廉，受到广大市民喜爱。亚奥特乳业以品质铸品牌，始终如一的服务赢得了市场，更积聚起发展的不竭动力。

家住泰安学府嘉园小区的孙殿明今年76岁，虽然退休多年，但他精神矍铄，日子过得充实。作为亚奥特乳业订奶户，每天下午两点多钟，送奶员都会如期将牛奶送到他的家中，孙先生和老伴与订奶员十分熟悉。“我从2015年开始订奶，到现在已经5年了。这些年下来，对亚奥特的品质和服务非常信赖。”孙殿明说，作为山东乳企，亚奥特牛奶口味始终如一，而且服务态度很好，即使在此前疫情比较严峻的时候，送奶员也通过多种方式送奶上门。“虽然送奶时间可能延长到两天，但送奶却在持续进行。”孙殿明说，通过这一点，让他对这家山东乳企的社会责任感感受更加深刻，“希望亚奥特继续发展壮大，为社会奉献营养佳品。”

乳企向上联着奶农，向下联着送奶工，在带动就业等方面发挥着重要作用。伴随着企业发展，如今在亚奥特的产业链条上，正在书写一个个鲜活的致富篇章。玄玉庆今年41岁，在唐訾路经营着亚奥特供奶站。玄玉庆说，受益于品牌的发展，订奶用户不断增多，他们得到了实实在在的实惠，作为下游服务商的他们，专注于提升服务质量，解决好“最后一公里”问题，让用户享受新鲜营养。

说起这些年企业的发展，亚奥特乳业负责人感受很深。“亚奥特乳业创业时仅有20名员工，从生产果汁、汽水起步，到发展成中国驰名商标，产品远销全省各地及周边省市，29年一路走来、激情满怀。无论市场怎么起伏，行情怎么变换，不变的是我们对品质的追求和对客户悉心服务的坚守。”该负责人说，如今，该公司产品种类丰富，创新步伐依旧铿锵，综合实力位居我国乳品行业前列。他们将“不忘初心、牢记使命”，以“做良心企业，做放心产品”的坚守和执着，以勇做新时代泰山“挑山工”的毅力，为广大消费者提供值得信赖的好乳品，为消费者守护好舌尖上的安全。

①亚奥特乳业以严格的检验检测保证产品质量

②亚奥特乳业生态牧场

③亚奥特乳业丰富的乳制品