

主语杯足球赛颁奖典礼隆重举行

开发商寄语“明年再战”

冠军九城遭遇“挑战”



获奖房企代表高举奖杯。摄影/薛冬妮

9月7日,第二届主语杯上海房产品牌企业足球邀请赛隆重举行了颁奖典礼,为历时两个月的足球赛划上圆满的句号。典礼上,众多开发商肯定了这次足球赛的成功,并互相邀约,来年再战。

典礼在1990年世界杯主题曲昂扬的乐声中开始,紫都·三湘、大华·旭辉、万科·九城、绿地·策源等16家球队的代表陆续到达。大家共聚一堂,轻松交谈,一扫在球场上你争我夺的紧张气氛,体现了主语杯搭建地产企业交流平台的宗旨。

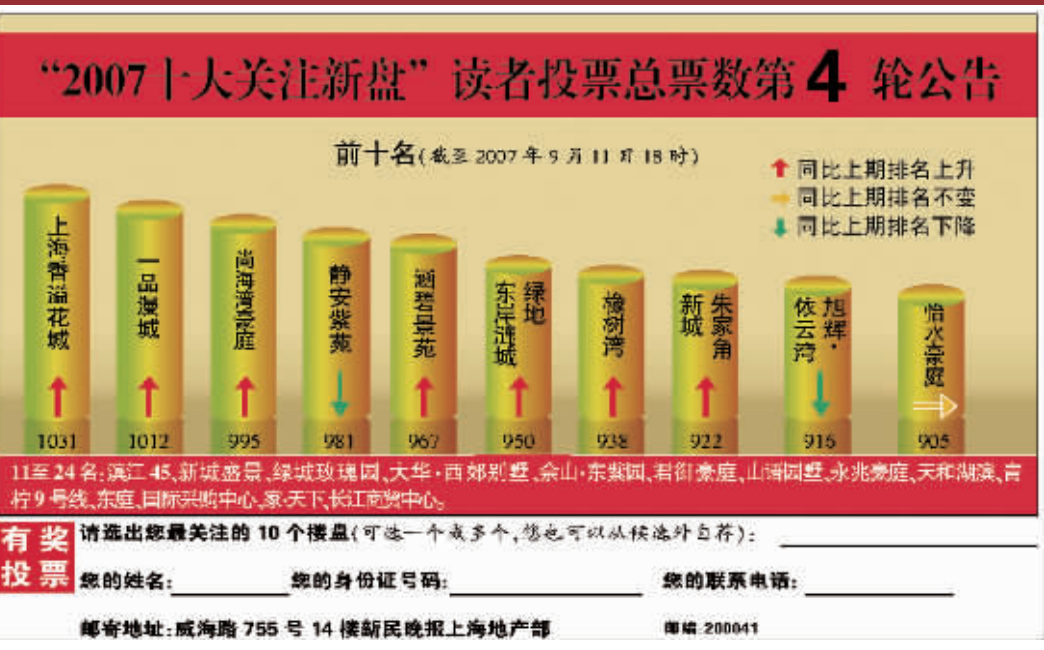
本报副总编辑裘正义、新民传媒总经理徐利刚、主语传媒总裁程友进分别为此次比赛的冠亚军九城、大华、绿地颁发了奖杯。获得单项奖的还有:武飞(九城)以最高进球数获得金靴奖,符永琪(大华)表现优异获得最佳运动员奖,旭辉获得最佳体育风尚奖,上海奥林匹克花园、宝华获得最佳啦啦队奖。

来自上海奥林匹克花园的王柏权主任出身足球记者,对足球一往情深。他起身发表了感言,直言明年将挑战两届冠军得主九城,为上海奥林匹克花园的体育社区争光。

台上的挑战引起台下众开发商的热议与其鸣,大家纷纷表示明年还将继续征战主语杯。宝华的领队徐涛对明年的赛事充满希望,他说宝华领导非常重视比赛,每逢赛事都要及时电询比赛状况,明年宝华还将参加这一比赛,争取更好的成绩。

有开发商谈到,主语杯举办了两届,一届比一届精彩,一届比一届成功,现在已经在业内甚至上海足球圈内都已经有了不小的影响。有开发商建议明年扩大规模,夯实基础,希望能将主语杯办成上海房地产界的一件盛事。

典礼结束,大家相互告别,相约明年绿茵场上再会。(李小刚)



“关注十大新盘”系列专题·大盘分析

新盘“大选”品质决胜

由本报上海地产部主办的“2007下半年最受关注十大新盘”活动正在如火如荼地进行中,随着票选的逐渐深入,置业者对“品牌”、“品质”的要求逐渐凸显出来。

品牌护航

买房子需不需要品牌?答案是肯定的。作为中国最大的国际化都市经济发展的主导产业之一,上海房地产最早从房地产市场发展中成长成熟,建立“品牌意识”。绿地、复地、城开、大华、华润等品牌房地产企业的出现,为上海房地产市场树立了一批行业标杆。如今,这些品牌企业的品牌项目,区域性的房企品牌以及经过市场检验的各类理念房地产项目品牌更是如雨后春笋般涌现。

这些品牌产品,对日益成熟的消费者来说,在购买中起到了一定

的“保驾护航”作用。在此次十大关注楼盘票选活动中,就有读者来信说:“如今的房地产市场还是有很多弄虚作假的东西,让人防不胜防。相对来说,还是品牌开发商,品牌项目更让人放心。”从目前的十大楼盘票选排名情况看,品牌开发商的项目大多受到了读者的肯定和追捧。如华润的“橡树湾”、大华的“大华·西郊别墅”、绿城“玫瑰园”等项目,票数上升趋势都很强劲。此外,一些外来的知名品牌,如美国房产巨头汉斯上海首个项目“怡水豪庭”、新加坡开发商星狮鼎力奉献的“山语园墅”等项目,都得到了不错的票数。

品质先行

中原地产研究经理龚敏指出,从下半年整个市场情况来看,在价格相差不大的情况下,消费者将更加注重产品自身的品质。除了建筑质量外,

居住环境的人性化、户型设计是否合理、配套的完善程度、物业的服务质量以及节能环保等新型住宅概念的注入,都是消费者考量的重点。

在此次候选的楼盘中,几乎所有的项目都不约而同地打出了“品质牌”,创新的“居住概念”更是精彩迭出。如别墅专家绿城的“上海第一别墅作品”绿城玫瑰园,原味传承二三十年代上海老洋房;鹏欣集团的一品漫城,秉持“Boutique”精品生活理念,打造上海首个“慢生活”概念社区;作为大华集团首个纯独栋项目的大华西郊别墅,则以“七重情趣空间”,博得满堂彩。

此外,中外环一些相对性价比高的项目,在票选中显示出强大的号召力。如宝山区的旭辉依云湾打出“百姓买得起的别墅”的口号,品牌保证加上亲民价格使旭辉依云湾在榜上一路向前。(李真)

“第三类物业”优势凸显

滨江45全方位诠释“小户”空间

集住宅功能与办公功能于一体的“第三类物业”悄然崛起,成为新兴置业焦点。地处浦东浦东大道金桥路交汇处的“滨江45”作为此类物业的新一代代表作,其低总价、高品质、全配套以及4.5米挑高空间的全功能优势引起众多置业者密切关注。

“城市小公馆”重新定义置业标准

据该项目负责人表示,“城市小公馆”是“滨江45”对于“第三类物业”的全新定义:首先,满足城市新生代的置业需求。“滨江45”南邻陆家嘴金融中心,东接新金桥板块,中环线和浦江两岸规划和综合开发的启动更预示着其无限发展前景;其次,性价比高且富有生活气息。“滨江45”主力户型在45-50平方米左右,“低总价、高品质”的定位使其成为众多新生代置业者的追捧对象;第三,多元化功能更契合现代人发展观。

“三重景观”收藏

距离黄浦江仅300米,6层以上近5平方米的落地窗设计尽收浦江盛景及金茂大厦至高佳境,加之内设中庭景观,“滨江45”以其得天

独厚的稀缺景观资源成就“三重景观”优势,凸显稀缺价值。

“4.5米挑高”成就“高效空间”

4.5米挑高是“滨江45”一大特色。业主可以根据需要,通过打造立体空间,将空间分割成两层,满足居住和商办的不同需求。既可增加空间使用率,又可增添个性特色,让单一空间设置幻化为多用途空间延伸,真正贴合“城市小公馆”的品质生活基调。(郑嫵 张海丽)

“滨江45”自助看楼公告

售楼处:9:00-18:00 开放
地址:浦东大道、金桥路交界处的东南面
咨询热线:52921605×8187

上海源花城二期开盘热销 准业主守候三天 力求一套房

9月7日,上海源花城二期盛大开盘,开始了小区内东侧5栋亲水楼盘的公开销售。目前作为二期首批亲水楼盘的“东5栋”仍在热销当中。据悉,此次预购号发放量已经远远超过开盘房源总存量。

开盘当天,上午9时,待笔者赶赴抵达售楼现场时,小区内人头攒动,售楼中心门前已排起长队,保安护门叫号放行,场面颇为壮观。一准业主表示,上海源花城继去年4月份一期开盘火速售罄、清盘以后,时过1年有余才等来二期首批亲水房源的公开销售,因此提前三天排队等待放号,力求有机会选得一套满意的住房。据了解,有此想法的置业者不在少数,在房价暴涨以日计量、经济适用房存量有限的时期,老百姓民生问题的自我承担、解决意识加强,像上海源花城这类老百姓尚能买得起的存量房显得尤为重要。失去一个机会就意味着将来要花更大的成本才能够获得类似的物业,老百姓的担忧不无道理。

上海源花城位于松江新九亭镇区域,社区整体规划23万平方米,此次开盘的房源以建面在95-144平方米之间的二房、三房为主,共220余套,房型设计精致、实用。随着轨道9号线年底正式通车利好消息和九亭市政建设的不断完善、规划,该区域的人居和商业发展均已形成规模,成为老百姓无力中心区高价房源后最佳存量房选择区域。“V”形依水分布、1200平方米“亲子”主体会所和1200平方米多国风格主题水景商业街尚能让曾经常住中心区的广大百姓同样寻得到中心区优化住区的一抹影子。(黄安迪 王公平)



更正

9月6日本报刊登的龙泽大厦广告,文中“精品保留房9-16楼,价格从约67万(9号905室,建面124.39平方米)-154万(8号1601室,建面60.9平方米,价格有效期十天)”信息有误,更正为“价格从约67万(9号905室,建面60.9平方米)-154万(8号1601室,建面124.39平方米,价格有效期十天),”特此声明。

黄金商铺
49万起
珍稀发售

■ 精英中心32楼 ■ 价格一周新效

上海车市

汽车·零部件·用品·展览·交易

车商 赚 你的钱,你做车商的房东!

销售热线:58146168 招商热线:58144062 详情请见本报B19版

开发商:上海车市商业发展有限公司 本广告位为广告主提供确定内容可作为客户合同附件 续展电话:021-6611(2006) 传真:466-9