

 第二届上海十大明星楼盘专辑

光榮和夢想

仁恒河滨城
精装国际社区 仁恒魅力生活

 仁恒河滨城
Yanlord Town

总策划:严旭兵 刘旻 郑嫵
本版撰文:杨洁慧 黄安迪

【责任·和谐·价值】

三类现象 深度解析仁恒价值

现象一：

从 2005 年仁恒河滨城开盘以来,历经楼市几轮宏观调控与上涨,但每次开盘都能热销、并实现百分百销售,这被称为仁恒的“热销现象”。

现象二：

仁恒开发的项目总能受到到高端客户群的青睐,并且这一精英群体还会说动亲戚或者朋友购买,而今这些客户的比例基本达到了三分之一,这被称为仁恒的“口碑现象”。

现象三：

仁恒旗下的项目在许多年后,不仅建筑历久弥新,入住其中的业主稳定性极高,人们对出现在三级市场的房源同样乐此不疲,这被称为仁恒的“品牌现象”。



样板房实景图

关于仁恒现象

当这些“仁恒现象”逐渐成为人们置业、生活、投资的选择标准时,蕴藏在其中的价值便不容小觑。

开盘热销在如今的市场环境下或许不足为奇,然而经历了市场起落的十多次开盘中,仁恒河滨城总能交出热销答卷,并且没有留下丝毫滞销的单元,可见仁恒产品设计上的均好性可见一斑;而看似朴实的社区和建筑总能让中高端客户一见倾心;值得一提的是,仁恒的老客户总是跟随仁恒的脚步购置仁恒房产。

仁恒价值论

价值始于对土地的认识



仁恒物业实景图

仁恒在取得每一块土地的时候,都要认真研究它,挖掘其蕴含价值、内涵和潜质。在实践中,确实

不遗余力地思考如何提升土地的价值,把土地利用好、合理地规划好。

如今的仁恒河滨城俨然成为联洋国际社区的核心地标,区域内主要的商业中心环伺社区,大拇指广场、联洋广场、进才学校(国际部)、家乐福超市、集中餐饮、邻里之家等“5 分钟生活圈”完全可以搞定从生活配套到休闲配套在内的所有需求。

从表面来看,河滨城似乎是占据了先天的地理优势,其实这种生活的预估从土地规划究开始了,通过开放式的社区规划、将社区与大环境有机融合,变公共配套为社区所用。

成熟社区魅力来自专业营造

如今的仁恒河滨城已经进入了二期的最后阶段,成熟的社区氛围一跃而出,无论是建筑还是社区公共广场,处处都充满了“仁恒式”的魅力,这种专业水准的产品设计和营造,在不经意间就形成了仁恒国际化社区的氛围。

在社区的营造过程中,仁恒做的远远比我们想的要多。不说户型、不谈园林,仅仅是那些经常被人忽略的部分,都会发现仁恒正用专业营造起一个精装修国际化社区。



实景图

社区增值受益于业主能量

仁恒河滨城从一开始就竭力营造一种归属感,给业主一种安全、身份和品位的象征。整个社区已逐步成型的一个圈子:精英阶层。不管是口碑宣传还是经济基础确定上层建筑,当进入仁恒河滨城,业主们的精神面貌、言谈举止都会很容易让你把他们想象成为一个特定的圈子,一个阶层。而这些业主的生活质量和生活方式又将社区氛围朝着更高层次推进。

仁恒河滨城二期即将进入收官阶段,前期的营造面临集中释放,随着二期部分房源的交付,精英圈层的效应将会更加明显,由此社区氛围将更加醇熟。

特评

一类精英群体 与一种价值观

圈子代表着相近的经济社会地位、利益需求、生活方式、价值观念、行为取向,圈子本身代表着和谐。一批成功人士和精英人群正在为仁恒共同构建的一个高端生活平台。

在仁恒河滨城的一次开盘现场,我们遇上一位企业高层,用他的话说,仁恒对待土地、对待建筑、对待物业管理的态度是能打动我们并且也能让我们产生共鸣的。可以说,正是相通的价值观念让我们对仁恒有了依赖和期待。

接待热线:

8621-58333888

售楼中心:浦东新区丁香路 1599 弄
发展商:上海仁恒房地产有限公司

www.yanlordtown.com

浦东新区房地(2007)预字 42 号

本广告仅供参考,广告中具体确定的内容可作为购房合同附件