



“开年 18 亿”系列报道 ①

上海豪宅半壁江山！ 海珀·旭晖浮出水面



我们都知道，因为 1 月、2 月这种传统的淡季影响，第一季度的季报对于一家公司来说，数字可能是相对低的。

而对于 2012 年来说，一季度的季报可能会更加难看。什么都不说，春节期间整个房地产市场成交套数只有 7 套，这个数据可见一斑。

到了 3 月份，一些刚需楼盘开始以低价、折扣、便利的轨道交通等优势引发众

多刚需客的强烈欢迎，成交有些回暖。

但不能不承认的是，整个豪宅市场依然是一片冰冻，这从整个销售数据就可以看到。整个一季度，上海 5 万元以上的豪宅市场成交金额为 37.73 亿，成交套数为 191 套。这其中，海珀·旭晖居然占了近 18 个亿，定销套数更是达到了 83 套滨江大宅。

那么，我们通过一个表格来证明“18 亿是如何诞生的？”

18 亿诞生记

时间	金额(元)	套数
1.1—2.17	100870443	5
2 月 18 日	194471356	10
2 月 19 日	100567159	4
2 月 21 日	39552918	2
2 月 22 日	145442851	7
2 月 23 日	18085143	1
2 月 24 日	350368533	16
3 月 2 日	77351989	3
3 月 3 日	85506995	4
3 月 4 日	41715255	2
3 月 7 日	21294396	1
3 月 9 日	178804622	8
3 月 10 日	327610940	15
3 月 12 日	19307434	1
3 月 16 日	44520318	2
3 月 17 日	21081235	1
3 月 18 日	23488448	1
合计	1790040035	83

文案：李志华

链接

海珀·旭晖产品档案

据了解，海珀·旭晖的业态相当丰富，包括滨江奢华大宅、沿街高端商铺、精装服务式公寓三种业态，满足不同买家的需求。

滨江大宅

海珀·旭晖的滨江大宅极显尊贵，289—377 平方米的户型空间，足以揽尽滨江美景，同时，这样的置业机会在市中心已经凤毛麟角。

其产品拥有诸多人性化的设计理念：8 米挑高的风雨连廊为穿行其中的人挡风遮雨；在书房安装的新风系统可以快速净化室内空气，30 秒钟之内就可将污浊空气抽走；一个 270 度、约 13.5 米长的观景阳台贯穿起卧室、客厅、书房，U 字的造型将景观视野充分纳入户内；建筑本身的外遮阳功能、厨房天花设音乐喇叭的背景音乐设置、入户门厅处设红外感应灯的入户感性功能、卫生间及厨房动线的夜行照明功能、餐厅的强排风系统……诸如此类的细节，不管是居住客还是投资客都非常看重。

据了解，目前在售房源所剩无几。

沿街高端商铺

徐家汇的商业属性对于上海这座城市的重要性毋庸置疑，徐汇商铺一直以来更以吸引城市高端消费人群的形象示人。如今，海珀·旭晖提供了抢占徐汇滨江商铺的机会，这些商铺全部为沿街餐饮店，将来将会引进高端餐饮品牌，并享受双地铁配套。相信在徐汇滨江完善的建设下，沿街商铺势必迎来高人气。

据了解，目前在售的沿街餐饮铺面积为 260—310 平方米之间，仅余几套。

特别推荐 The Apartment(上海晶座)

首付 180 万，就可以拥有 65 万方滨江城市综合体中的一套精装服务式公寓，面积段为 69—91 平方米。作为世界顶级的城市综合体，海珀·旭晖将网聚城市中心、地理中心、经济中心等核心经济衍生出的多重价值，在这一系列要素叠加组合之下，将使得板块资源爆发出最大潜力和发展空间。

难能可贵的是，The Apartment 引进了国际一流的酒店运营商恺信集团来为业主服务。恺信集团将会提供专业的服务管理团队来对房源进行包装，引进高档的租赁客户。

目前，The Apartment 处于前期蓄水阶段，首批仅 84 套少量房源将在 4 月公开，目前咨询的客户络绎不绝。

品鉴热线 6457 6666

接待中心：徐汇区东安路 800 号

开发商：上海绿地恒滨置业有限公司

据相关研究机构显示，上海第一季度楼盘成交总金额为 217 亿元。而海珀·旭晖定销金额为 18 亿，占上海第一季度总销额的百分之十二。

拿上海的热点板块新江湾板块举例，单价 5 万元/平方米以上的楼盘，总成交套数仅仅为 6 套，而海珀·旭晖比这个板块的销售套数高很多。

2011 年，上海别墅市场的销售冠军浦东一别墅全年销售总额达到 12 个亿。海珀·旭晖一季度的定销总额就比这个项目一年的还要高。

18 亿

18 亿意味着什么？意味着这个项目的销售总额占上海第一季度总销额的百分之十？意味着一个项目比上海第一季度某板块的销售总额还要高？意味着这个项目一个季度就可以进入豪宅全年总排行榜前 3 名？意味着这个项目占上海豪宅一个季度总销额的半壁江山？……

去年整个年度豪宅市场（5 万/平方米以上）的销售排行榜中，第一名为浦东某豪宅标杆楼盘，成交套数为 47 套，成交总金额为 9.17 亿。这也意味着海珀·旭晖凭借一季度的定销金额就可以绝对进入全年总排行榜前 3 名。

第一季度截至目前，上海 5 万以上豪宅成交 191 套，海珀·旭晖占了 83 套；成交金额为 37.73 亿元，海珀·旭晖占了 18 亿，将近半壁江山。

客户感言 评论

产品打动我们

为什么海珀·旭晖赢得客户的如此追捧？我们采访了两组忠实买家。第一组客户是来自香港的一对夫妻，投资了两套江景豪宅。他们表示，在上海看过多个豪宅项目，可最终还是被海珀·旭晖的产品品质打动，全石材大堂，水灯笼水景、镜面水景等都让他们印象深刻。“我们认为 6 万多能买到这样的产品和地段，感觉非常超值，因此在购买一套后，第二天又带了朋友来购买。”

第二组客户是在陆家嘴办公的金融企业高管，具备雄厚的经济实力，一直想购置豪

宅改善居住环境，被项目良好的周边环境和徐汇滨江区域发展潜力打动，最后购买了海珀·旭晖 378 平米的顶层豪宅。“我们非常喜欢项目景观及产品的设计，270 度全景阳台，高端外遮阳设计以及舒适的主卧空间，都让我们欲罢不能。”

几乎所有的客户都觉得海珀·旭晖 6 万多的成交价格物超所值，甚至有客户当天看房，当天就下定成交。

谁也没有料想到，海珀·旭晖在短短的第一季度，居然实现了 18 个亿的定销总额。这个数据让现在的房地产市场为之一惊，更让豪宅市场的同行们目瞪口呆。于是，很多同行通过我们来咨询海珀·旭晖凭什么卖的这么好？

作为一直和海珀·旭晖的营销人员密切沟通的媒体人员，我虽然吃惊，但是完全相信这样的传奇。海珀·旭

晖坚持“豪宅回归生活本质”的理念，这个理念贯穿于这个项目各个细节。早在采访其设计师时，就被告知：豪宅并不一定要占地大、绿化多、鼎级品牌的集锦，关键在于居住者能否从多重感官的体验上认可豪宅的建筑理念，多重感官就包括视觉、听觉、嗅觉、触觉及味觉。

可以说，海珀·旭晖以其 18 亿的定销金额完美地开局全年，一个豪宅项目能做到如此叫好又叫座实在是难能可贵，不能不说是上海楼市最大的“黑马”。