

上海楼市 2011 年度
深度盘点



声音

2011—2012

位地产人的收获与展望

苦练内功

张涛 上海三湘股份有限公司副总经理

今年的楼市形势,用“寒冬”来形容,再为贴切不过。这是房地产行业经过“黄金十年”的高速发展,起伏的宏观调控累积后出现的低迷时期。开发商明年的工作,应当顺应调控政策,重点放在合理定位产品,引导多元化发展,才能将风险降至最低。在这一点上,三湘集团准备得很充分。

姚伟示 新加坡仁恒置地上海公司副总经理

仁恒置地根植上海18年,作为著名的国际化社区营造商,仁恒置地始终秉持“善待土地,用心造好房”的理念,为上海留下了一道亮丽的城市风景。2011年,仁恒置地以严苛的择地眼光,超前把握城市发展脉搏,择栖浦东森兰国际社区,并在第四代国际化社区作品的基础上进行全面超越。

朱桢 同进置业总经理助理

逸翠公馆今年的好成绩是在预期中的,这个项目是板块内为数不多的新房,以中小户型为主,深受刚需客的欢迎。在错综复杂市场环境,保持一个良好的心态,提升自

己的服务品质,是我们在未来的道路上走的更好更快的基石。

丁颖 华东中建地产有限公司副总经理

回顾这一年,既充满了压力和挑战,又收获了成绩和信心。中建地产在上海的第一个作品,也是我们倾力打造的顶级城市别墅旗舰项目——中建大公馆岁末逆市开盘,上市当月即成为全市高端项目的总销金额冠军,这是市场对新江湾板块价值的认可,对产品品质的认可,也是对中建品牌的认可。

蒋雷霆 上海锦和投资集团副总经理

2011年的险峻形势下,锦和依然保持乐观良好的心态和坚韧不拔的耐力,致力于服务理念的提升,倡导“优质、微笑、真诚、高效”的准则,完善了售前售中售后乃至交房后的服务,获得众多客户的好评。

林粤 盛天机构高级策划经理

前几年长风生态商务区和中环CBD对多数人还只是一个概念,而随着2011年基础设施建设和政策的落实,“长风金融港”的

品牌聚集效应开始突显。明年随着十三号线通车以及近铁城市广场的新建,整个中环CBD的居住便利性将再提升一个档次。

朱立平 上海智富集团房产公司总经理

现在,房地产业面临革新换代,而房企如果想要不被时代淘汰,必须做好三点,学会为政府打工,积极介入保障房、经适房;开发商自身产业链需要升级,做好准备迎接新时代的新任务;产品品质、服务走专业化、精细化道路。

徐馨 杰星地产企划部总监

我们的项目主要是刚需产品以及非限购产品,所以受政策影响并不大,再加上我们产品的总价不高,反而吸引到了更多的客户。尤其是华府壹区这个项目,离上海市中心很近,环境好、不限购且总价也不高,所以很多长三角地区的客户都会选购这里。2012年求稳求准仍然是我们的主要方向。

赵钢 同策房产咨询股份有限公司

2011年市场是地产营销人值得记忆的一年。理性回归、可持续成长、把握未来其实是对所有对象都是适用的关键词。2012年带给行业的挑战更大,但也蕴藏的机会更多。敬畏市场、尊重消费者、敢于创新、务实调整、坚决执行一定能迎来新精彩。

全建兵 城铭置业营销经理

面对未来的市场,大宁瑞仕花园的应对策略很简单,提升产品品质,让更多客户认识项目。今年的市场已经证明了,产品力越强大、性价比越高的项目,受市场严寒的影响也越小。我们对大宁瑞仕花园明年的表现充满信心。



李耀敏 虹桥财富公馆销售经理

越是看似低迷的时刻,或许也蕴含着更多投资机遇。位于大虹桥板块的虹桥财富公馆是区域内最大的城市综合体,目前所推出的酒店式公寓产品又不受购买限制。契合市场的产品与精准的客群定位成为2012年我们的核心竞争力。

戴正芳 中华企业市场部经理

即将过去的2011年是不平凡的一年,相信所有从业人员都将永远铭记,这有史以来最严厉、最持久的调控。2012年,真心希望房地产市场能平稳着陆,非市场化政策逐渐消除,限制性政策能合理有度,让这个行业不再那么充满争议,让所有从业者能继续激情奉献。

沈定一 上海绿洲投资控股集团有限公司营销管理部经理

绿洲控股集团在2011年度首次进入“上海房地产开发企业50强”行列;在中国



顾嘉俊 世盟集团营销部经理

回望活跃在现今房产市场的客户,在政策影响后,投资型客户逐步淡出,而刚需客户充当起市场上的主力买家。楼盘的性价比,将是引导他们产生购买行为的关键。步入2012年之际,从刚需客户角度分析,住宅将以紧凑型面积、合理定价、完善的交通生活配套等,得到市场认同。

段晓峰 古北集团市场部经理

2011年,作为上海最早开发外销商品住宅的企业,古北集团迎来了他25周年的庆典,对于国内的地产商来说,能经历四分之一世纪的风风雨雨的企业屈指可数,而25年专注于打造国际社区的企业更为难得。随着浦东新一轮城市变革的脚步,古北集团也



陈秋艳 泰升房地产市场营销主任

2011年市场进入深入盘整阶段:价格逐渐回落至合理水平,房产投资需求得到有效抑制。综观全年,尽管众多开发商在此期间各显神通,但总体而言仍以平淡落幕。面临明年的市场挑战,泰升房地产将基于公司整体战略和自身优势,适时采取应对策略,有序促进销售。

屠一琦 总泉置业销售经理

2011年是变化与机遇共存的一年,房地产市场经过的洗刷与历练,客户有更多的选择,沉淀的都是精华。贝尚湾项目本着用心做精品住宅的理念,从产品的细节着手,认真打造住宅品质,也成为了成为刚需客户购房首选。对于未来,我们坚持对梦想的打造,品质至上,细节为王。



邹俊 恒盛尚海湾企划经理

进入2011年底,全国各地楼市一片萧条,而位于徐汇滨江板块的豪宅标杆项目——恒盛·尚海湾再度发力,11月-12月上半月,其成交套数占据了沪上滨江豪宅的半壁江山。恒盛·尚海湾2011年以来一直处于相对热销的状态,这也从市场层面得以印证,无论市场大环境如何变化,真正的高品质、高性价比豪宅仍是投资保值的首选。

于燕 太仓银河湾花园企划经理

银河湾花园坐落在长寿之乡浏河,2011年10月1日正式开盘后,销售业绩一路飘红。即使是在年末,上海房产市场的波动使客户更加慎重,喜欢但是未必敢出手,但是银河湾现场依然会有成交,那是一批真正了解银河湾的客户,喜欢银河湾产品的客户。2012年,银河湾花园和许多真正用心做品质楼盘的开发商有着同样的信念,真金不怕火炼。

