

CBD 标杆写字楼—— 嘉里不夜城打造城中城



近期,商业地产以迅猛的发展势头抓住购房者的眼球,各写字楼项目抓紧住宅投资降温的契机,加大释放量,尤其是小面积、低总价的项目更是倾巢而出。

与住宅地产相比,商业地产对于区域的选择更为看重。嘉里不夜城第一座直面上海火车站南广场,位于全国客流出入密集区,轨道交通五线交汇处,地理位置优越,周边洲际酒店、浦西万怡酒店、企业广场、恒汇国际大厦,以及在建的隆宇国际广场、环智国际大厦等高品质项目促进了不夜城板块的商务氛围飞速发展。该项目已经形成了苏河湾区域一座具有地标性概念的城中之城。嘉里不夜城倾情打

造的城中城概念,不仅打破了闸北区城中 CBD 空白的尴尬,也让更多的投资者认识到了一个全新的商务概念。

嘉里不夜城是嘉里建设在上海投资的项目,拥有良好的口碑和知名度。项目地处轨交五线交汇处,步行 5 分钟即可到达上海火车站,轻松换乘轨交 1、3、4 号线及规划建设中的 12、13 号线,五线交汇在整个上海尚属首例。加上南北高架,市中心黄金要道,为各界商务人士提供了便利。写字楼周边商务配套设施完备,各星级酒店、各大银行及太平洋百货尽在咫尺,创造了一个强势的商业框架。

“合理的定价、闸北商业地块的性价比以及限购之下商业地产的热捧是嘉里不夜城热销的几个重要原因,当然也不排除项目本身的品质以及知名度对于投资客以及部分刚需的吸引力。”某资深业内人士如此表示。作为苏河湾区域的标杆性楼宇,嘉里不夜城成为了楼市关注的焦点,而连租约售的高投资回报率更是吸引了众多投资者,其未来价值潜能无限。

(陈孜孜)

妇女节送祝福 绿地·布鲁斯小镇购房惠礼

为庆祝 3 月 8 日妇女节,绿地·布鲁斯小镇发起“小镇倾心,玫瑰倾城”回馈活动,向惠南镇的女性派发两万枝玫瑰,送上最真挚的祝福。

3 月 8 日,惠南镇及其周边,走在路上的女性不约而同地收到一枝来自“陌生人”的玫瑰。据了解,这次活动由绿地·布鲁斯小镇举办,主要是回馈惠南镇人民对其支持,同时希望通过此次活动增加社会对于妇女的关爱以及女人自身的幸福感。为了举办这次的爱心活动,绿地·布鲁斯小镇准备了两万枝玫瑰于三八妇女节全天在惠南镇及其周边发放,共 50 个点,100 位现场发放人员。活动现场人员表示,此次回馈活动不仅仅针对

妇女节当日,而是将持续整整一周,并且自 3 月 8 日起至 3 月 14 日,布鲁斯小镇推出“女性购房周,惠礼三重奏”的活动,即在此期间,凡女性购三期小高层房源,即享折上优惠 6 万元并加送物业费及精美礼品。

据悉,此次布鲁斯小镇推出的购三期小高层房源活动具体是指大浦东、纯法式、双湾宽邸的香斐河谷房源,此处的房型是两房一厅全朝南并且“一梯一户”,独享入户门厅,小区是法式宫廷级园林景观,楼与楼之间最大具有 70 米开阔楼间距,同时配备了惠南独有的恒温泳池俱乐部,周围有着 3000 平方米社区商业与步行的生活圈。(王蓓莲)

欢迎加入
《新民地铁》置业俱乐部

周末组织看房项目：

■开往太仓浏河(沪太路到底,距上海宝山 2 公里):北上海假日公寓,距美兰湖仅 8 公里,毗邻地铁 7 号线延伸段,50-70 平方米小户型总价 28.8 万起(2 号楼 209 室),首付 50%可贷款。

看房热线:021-51088016

■开往嘉兴凤桥(距上海市心 1 小时车程,万亩中式养生园):桃源小洲,4 月 1 日举办大型“桃花节”,39-135 平方米电梯洋房,68 平方米折后总价 33 万(54 号楼 105 室)。

看房热线:021-51699367

■开往嘉兴海盐(山海湖畔,距南北湖景区 7 公里):海伦花城,四季采摘游、农家乐活动持续报名中,70 年产权,花园洋房 65 平方米二房总价约 30 万(9 号楼 302 室)。

看房热线:021-51088316

人物专访

天道酬勤,思者常新 ——专访仁恒置地上海公司副总经理姚伟示

地产评论员 罗婕

在上海的地产江湖中,始终有一位“低调”的行者,在豪宅市场的营造中,默默耕耘,它就是来自新加坡的仁恒置地。

自 1993 年进入上海,从仁恒滨江园到仁恒河滨花园、仁恒河滨城,从仁恒怡庭再到如今的仁恒森兰雅苑,19 年来,仁恒始终用作品打动着上海。



2011 年 8 月仁恒森兰雅苑首次开盘,即便楼市寒冬依旧无法掩饰其光芒。是什么能让仁恒始终能打造出与时代契合的高端产品?是什么促使仁恒有勇气逆势出击?仁恒,在未来有着怎样的发展和理想?

带着这些问题,我们走访了新加坡仁恒置地上海公司副总经理姚伟示。

Q1: 2010 年仁恒怡庭在新江湾推出其叠墅产品,受到许多买家的认可;如今的仁恒森兰雅苑,也是以叠墅产品为主,能否延续经典呢?

姚伟示: 不管是仁恒怡庭,还是仁恒森兰雅苑,选择做叠墅产品,首先是出于容积率的考虑;其次,大平层在去年呈现出一窝蜂的状态,我们不想去简单的复制或者抄袭。仁恒一直都力求研究自己的产品线,这也是今年仁恒森兰雅苑依旧选择叠墅的重要原因。

仁恒的叠墅产品,不仅拥有别墅般的空间享受,而且在性能上与公寓一样,简单、方便。此外,仁恒叠墅的绿化和庭院绝不输任何一家开发商,还有专门的物业打理。从之前仁恒怡庭的销售中,我们发现许多候鸟型的富人,非常青睐这一类产品。

不仅如此,仁恒森兰雅苑依旧延续“精装”标准。事实上,精装修的专业性、集约性和环保性,使之成为未来中国住宅的发展方向,值得鼓励。仁恒从做精装起家,出于对企业的责任,对业主的责任,在精装品质上必然实至名归。

Q2: 在豪宅的打造上,仁恒似乎总是领先一步,尤其每次有产品出现,总能让众多买家追随,这其中有什么奥秘吗?

姚伟示: 仁恒从来不走激进的道路,我们希望每一步都走得踏实。而仁恒森兰雅苑能够得到买家的认可,很大一部分缘于业界内外的知名度。

“把客户当成家人”是我一直教导我们员工的守则。有个很有意思的想象,我们的销售人员没有很年轻的,很多人都是在这个行业一干就是十几年,他们中很多人 80%的朋友都是仁恒人。事实上,仁恒对客户的维系可谓细致入微。因此从“仁恒物业、销售

团队、仁恒会、售后服务中心”四个方面,每一个环节仁恒都亲力亲为。事实证明,仁恒在高端住宅道路的探索上,从第一代到第四代产品,积累了大量的追随者。

Q3: 自去年底开始,很多豪宅产品都放缓了脚步,而仁恒能不惧寒冬,去年 8 月底仁恒森兰雅苑率先开盘即大卖,仁恒是如何完成这样的佳绩呢?

姚伟示: 从 1993 年进入上海以来,仁恒一直在践行“善待土地,用心造好房”这一理念。我们一直把房子当成是艺术品来研究,目的就是能够打造出与时代相符合的产品。

仁恒对高端住宅的理解,从来不是以产品的奢华为主。时下,很多开发商在打造豪宅上都力求越奢华越好,这其实是一种误读。在仁恒看来,即便是买豪宅的业主,也是希望简单、朴素的生活。

比如我们的会所,我们更多的希望提供运动的功能,而不是一种来参加晚宴的感觉。比如我们的选材,都是实用环保的用料。唯有在室内精装品牌上,我们会选用国际一线尖端的品牌,这也是满足业主国际化生活的需要。仁恒,就是要营造一种回家的感觉。

Q4: 从仁恒进入上海的第一个产品,到如今的仁恒森兰雅苑,仁恒的每一次落笔,似乎都与区域相辅相成,这些选择是出于什么考虑呢?

姚伟示: 从当年的陆家嘴滨江国际社区、虹桥-古北国际社区、联洋-碧云国际社区,到后来的新江湾城国际社区,都包含了仁恒对土地价值的深刻研读。尊重土地,在适合的土地上打造合适的产品,是仁恒一贯的做法。2011 年,仁恒选择了上海最具潜力的下一代国际社区——森兰国际社区,也是基于此考虑。

森兰国际社区成为上海最具潜力的下一个国际社区,有其得天独厚的地理和经济优势。森兰国际社区作为浦东“十二五”国际社区规划的双核之一,依托外高桥和金桥丰富的产业集群,其次周边的交通、绿化、商业配套又是超前的国际水准规划。可以说,这

片土地在等待仁恒,仁恒也一直在寻找这样的地块。

在我看来,梯形住宅消费有时候是必须的。因此,仁恒森兰雅苑即有叠墅产品,也有精装公寓,为的就是满足不同客群的不同需求,而这类中高端产品往往更容易成功。

Q5: 仁恒已经走过了 19 年,历经楼市的风风雨雨,在 2012 年该如何面对楼市呢?未来有什么梦想?

姚伟示: 我们仁恒一贯的做法,就是坦然面对楼市,不管未来有什么风雨,我们仍旧踏踏实实做自己的产品。楼市正在走向回归之路,我们仁恒也不例外,高端产品能否回归产品的本源,才是制胜 2012 楼市之道。

从 2 月底开始,仁恒森兰雅苑在两周内已经去化了近 50 套,不管是性价比还是产品力上,这样的成绩都是对仁恒产品的肯定。

今年,我们新江湾城的仁恒怡庭会结案,重点还是仁恒森兰雅苑。在未来,仁恒会在其他区域有新项目,而且会继续朝着第五代产品的研发继续迈进。

◎手记

儒雅仁恒人

第一次见到姚伟示先生的人,都会惊叹于这位营销副总儒雅、亲和的气质。更惊叹于,仁恒进入上海十九年,而姚伟示则在仁恒工作了十六年,他甚至坦言:“我已经把这里当成了家,仁恒像是一个大家庭,这里有与我奋斗的兄弟姐妹,有我们自己的小圈子,将我们紧紧黏住。”

从一个一线售楼员工做到如今上海公司的副总经理,十几年的从业经历,让他更能坦然面对如今楼市的风风雨雨。市场起落,政策调控……在其他人都为此恍然彷徨时,他深知只有产品才是制胜之道。身为仁恒人,不仅坚持走品质路线,更将创新、服务变成一种态度,这也成为仁恒十九年来始终笑傲地产的关键原因。