



上海绿城黄浦湾,被誉为“豪宅迈巴赫”,图为项目鸟瞰效果图

上海之于绿城,份额不是最大的,利润不是最高的,但是每一个作品的背后都饱含了绿城人的地产理想——

永不言弃！ 让每一个作品感动上海

撰文 沈媛/马颖之

在最艰难的时刻， 不忘为产品做加法

长久以来绿城品牌深受纷扰的负面揣测,而绿城对于产品投入的不计成本、精益求精而带来的高负债、难周转等现实问题,在业内已是公开的事实。

以绿城玫瑰园为例,负面影响并未停止绿城不懈为业主努力的步伐,如今耗费4亿打造的玫瑰园会所已经落成,将法国卢浮宫的奢华美景带入上海顶级别墅区;又如,坐落于浦东的绿城玉兰花园,为了能提升业主的居住感受,对一砖一石一草一木都极尽雕琢之能事,还将这种品质延伸到了红线以外区域。

对于绿城而言,资本可以妥协!但是对于产品的追求永不言弃。令人欣慰的是,尽管如今境遇艰难,但即使割舍资本,绿城也不会盲目随波逐流降低原有的品质。不仅如此,绿城还要在产品上继续做加法,让品质来为自己正名。这种不惜一切代价的疯狂劲头却是中国地产界的希望。

为品质不计投入， 绿城难免阵痛，有得必有舍

当然也曾有人谏言,绿城高层应改变这种模式,在产品建造的过程中加以控制和管理。在九龙仓成为绿城第二大股东后,这方面问题将得以改善。诚若宋卫平所言,绿城高负债、高发展时期正式结束,公司将进入稳健发展时期!

从买家的角度而言,隔行如隔山,对于大多数并

非业内人士的购房者而言,上海楼市的豪宅没有明确的标准,因此如何判定豪宅真伪成了棘手的难题,购房者往往通过口口相传、以老带新的口碑营销方式来选择产品。楼市调控后,一度活跃上海高端豪宅市场遭遇降温,这在某种程度上为上海豪宅市场带来了大浪淘沙的效应。在这种形势下,素以坚持产品主义的绿城被推到人们眼前。

也因如此,从豪宅买家的角度,绿城坚持产品主义的作风能很好的保证项目的品质不受干扰。这样的品牌和作品也是上海豪宅市场所需要的。

为城市创造美丽， 更为业主创造品质生活

上海,永远不缺高端买家。但谁能真正读懂高端买家的需求和渴望?

在这方面,绿城素有“地产行业内教科书”的美名,绿城玉兰花园、绿城玫瑰园、绿城黄浦湾,每有作品举行业内品鉴会,众地产人无不欣然赴约,实地认真研究产品设计的细节。在得到业内人士的一致叹服后,绿城作为豪宅专家的声誉在高端市场迅速传播开来。

对于高端买家而言,绿城为上海奉献的四部作品从未令他们失望。通过实际居住体验,业主往往更具发言权。据了解,在业主满意度调查中,绿城得到了90%以上的好评度。正是源于对于业主意见和建议的高度重视,绿城在不断打造产品的同时,才能更好地吸纳实际居住者的体验,完善并提升产品的居住感受,因而形成良性循环。从媒体的角度,我们希望上海楼市能有更多的绿城,更多坚持产品主义理想的梦想家。

绿城： 三大高端作品,感动买家

绿城玫瑰园 “亚洲十大豪宅”

绿城玫瑰园包括了法式、意大利式、英式、西班牙等独栋别墅。一般户型在430-570平方米间、超大户型在1500-2000平方米间。玫瑰园会所是以法国卢浮宫外立面意向为蓝图,设有商务会议专区、超五星的豪华套房、健身服务专区、宴会区、餐饮区、棋牌娱乐专区等。

400-635-8880 转 623

绿城玉兰花园 “大平层之王”

绿城上海玉兰花园平层官邸均为大户型,面积在330-400平方米间,也有最小123平方米的高层公寓。本项目是绿城集团首次在上海营造的精装平层官邸和第二代高层公寓产品。

400-635-8880 转 589

绿城黄浦湾 “豪宅迈巴赫”

绿城黄浦湾推出面积为280-400平方米的精装修公寓。绿城黄浦湾采用国际现代滨水建筑风格,园区内精心保留的不同时代的老建筑,力求在创建崭新设计的同时,也使此地昔日的人文底蕴得以重现。

400-635-8880 转 633