

2014 浦东星河湾新品发布会近日启幕

□地产评论员 蔡琦雯



10月17日,“匠心·探索——2014浦东星河湾新品发布会”于上海浦东星河湾酒店开幕。作为品质的标杆,浦东星河湾历经三年精琢,携新品14席交房标准样板房探索居住本质,再次引

发楼市关注。“匠心·探索”概念源自星河湾的品牌精神。星河湾的“匠心”,是潜心研究、苛求完美、不计成本与时间的产品观,始终在细节与品质的层面超越用户的期望。正如星河湾董事长黄文仔所言,浦东星河湾新品14席样板房精益求精,吊顶雕花装饰、金箔贴面穹顶、玉石拼花等,完美诠释了星河湾“舍得、用心、创新”的品牌理念。星河湾的

“探索”,在于不断超越自己。敏锐把握时下高净值人群的居住偏好,潜心研究“第一居所”的精神内核。浦东星河湾新品14席样板房,创新推出190-380平方米户型,推出新古典风格、现代中式风格。一个崭新的星河湾,正在以国际化、时尚化和多元化的新亮点,引领未来优质人居生活。活动中,星河湾集团副总裁张学凤进一步阐述了星河湾的

“匠心·探索”的思想内涵。从潜心品质专注“第一居所”到荣膺“全球十大第一居所”,从“做优质生活方式创领者”,到助力中国人居进步,星河湾的责任与使命,始终坚定如山。在发布会的最后,星河湾集团领导上台开启了浦东星河湾新品绽放的序幕,“匠心·探索”的14席艺术样板房就此揭开了神秘面纱。

泰宝大厦打造新江湾高端商业



随着上海各个商圈的发展和整个城市功能的提升,城市各区域内商

业升级换代需求迸发,竞争态势也愈演愈烈,而新江湾商业地产却一直是个空白。因此,正在建设中的泰宝大厦引发了诸多投资者的关注。据悉,泰宝大厦建成后提供多元化的商业功能,集购物、休闲、办公、居住为一体,面向高层次、高品位、高净值的客户群体,打造一流的高端商业地产。一位熟悉泰宝的业内人士表示,“其实泰宝早在

2010年便在新江湾成功打造了公馆1088和泰宝华庭,正是基于高端商业需求的考虑以及新江湾未来的发展路径,泰宝选择继续在新江湾开发泰宝大厦这样一个高端商业作品。”泰宝大厦所在的地段以及商业定位,使其有望成为推动新江湾片区发展的重要动力,且有望更大范围辐射北上海,树立全新的高端商业典范。(蔡琦雯)

佘山一品举办高规格艺术展

皇家版画收藏暨法国卢浮宫珍藏铜版画展于10月18日在上海开幕,佘山一品鸿艺会所作为此次画展的主场地,于10月18日-11月2日期间,免费为市民奉献一场高规格的艺术展览。

同时,作为此次展出地的佘山一品,以国际至高标准打造的示范样板区也将开放。据了解,佘山一品致力于打造低密度、低容

积率、高绿化的纯别墅高端社区。项目原版引进美国波士顿褐石别墅,以深浅褐石、前庭后院、山花坡顶、八角飘窗、入户门厅、铁艺灯影等元素打造佘山区域独一无二的褐石作品。此外,佘山一品还打造了3300平方米的褐石会所,含恒温游泳池、SPA体验中心、运动休闲中心、私人俱乐部、总裁晚宴厅等。(蔡琦雯)

万科举办30周年庆典活动

近日,一场主题为“感谢有你,同禧同行”的万科30周年客户答谢会盛大举行。此次活动不仅是为回馈客户而精心举办的一场答谢会,更是万科“城市配套服务商”战略转型后的一次思考与承诺的实践。

2014年,万科迎来了第30个年头。截至2013年底,万科已生根广州、深圳、上海、北京、成都等

全国四大区域的68个城市,服务约60万户家庭,成长为国内最大房地产开发商、全世界最大房地产开发商和运营商之一。万科再一次重新审视、思索着企业与城市、土地、人文更深层次的关系,通过活动中“十大万科之星”的评选与颁奖,万科再一次用感恩之心向业主诠释转型后将带来的“万科巨变”。(孟子凉)

融信铂湾将举办投资专场论坛

10月25日,“2014房产政策解读及2015投资方向”融信铂湾专场高峰论坛,将在其营销中心举行,融信铂湾星空叠墅示范区也将同时公开。据了解,该产品三面环水,充分考虑项目周边的环境,利用丰富的水系和自然资源营造景观。此外,融信集团还力邀UA国

际设计公司设计融合西方美学与东方文化的建筑风格,以新亚洲主义的艺术感呈现。深耕高端地产11年的融信集团为融信铂湾赋予了全新豪宅观,令产品呈现出奢适的居住性和大气的雅致感。4万平方米园林封闭式合围岛屿,50种珍贵树种、新亚洲度假园林风格、

上等德国米黄石材干挂工艺及定制陶板、三段式立体布局,让业主感受到居住的舒适和惬意。据悉,融信铂湾即将在10月份推出项目主力产品叠加别墅,凭借优质的建筑工艺和更广阔的增值空间,有望掀起新一轮“铂湾热潮”。(陈孜孜)

助推儿童产业 践行中国梦

中国市场“百城万亿”增长与发展计划上海南翔行暨2014品牌中国儿童产业发展高峰论坛启幕

2014年10月26日,中国商业联合会相关领导、南翔镇相关领导、新明集团控股有限公司(以下简称新明集团)将联合举办“2014品牌中国儿童产业发展高峰论坛”,邀商界、学界、政界知名人士前来,共同探讨儿童产业未来发展之路。

此次活动以“助推儿童产业,践行中国梦”为主题,旨在联合政府、行业及市场等多方力量,共同推动儿童消费市场在诚信、规模、品牌、管理等方面的提升。

高峰论坛承办方表示,中国商业联合会有关领导、复旦大学经济学院教授等多名专业人士将在高峰论坛中发言致辞,对儿童产业未来发展给出意见。承办方同时希望在高峰论坛这个开放的平台上,其他社会各界人士都能积极献计献策,推动儿童产业不断进步,为实现“中国梦”贡献力量。

儿童市场前景如何? 定位精准赢未来!

高峰论坛负责人表示,儿童已成为带动家庭消费的核心。2007年,全国一二线城市0-14岁儿童支出占家庭总支出的23%左右,而到了2013年,这一比例已经上升至33%。根据国家统计局数据统计,2013年中国儿童消费市场的规模已超过4000亿元,儿童消费显然处在好时代。不过他同时提醒卖场和商家应注意避免“同质化竞争”可能带来的“只赚眼球不赚钱”局面,只有定位精准、核心优势明显才能长期立于不败之地。

传统商场儿童业态缘何吸睛不吸金? 业态集中度是关键!

负责人说明,传统商场的儿童业态受限于面积大小、空间布局、商业定位等因素,很难获得长足发展。儿童业态要做到深耕,就要做到两个全覆盖,一个是儿童功能全覆盖,即不仅有零售,还需要娱乐等辅助;此外,还要在年龄段进行全覆盖,为多个年龄层儿童提供服务,这样才能吸引更多的家庭消费。在此次高峰论坛亮相的新明·KID MALL就很好地做到了这一点。

新明·KID MALL项目整体分6层,业态类型涵盖儿童购物、儿童娱乐、儿童休闲、儿童美食、儿童教育、儿童艺术、儿童酒店等,不仅适合所有儿童消费,同样适合各年龄层的成年人购物休闲消费。新明·KID MALL大而全的集中式儿童业态是当今儿童消费市场的发展趋势。据了解,项目还未正式启动招商,已吸引了上百家儿童品牌意向项目情况并签订战略联盟,以期跟随新明在其他城市的儿童主题商业布局。



儿童消费需求在哪里? 一站式体验全覆盖!

相关负责人表示,传统百货商场中,以娱乐、零售为主的儿童业态占据主流。在未来,儿童业态将从以“玩”为主向“才智”成长方面进行拓展,像新明·KID MALL这样进行多种业态的全新组合,这不仅符合家庭消费观念,同时也能拓宽儿童的需求层次。增加学习培训业态的组合,将会对商业项目中的儿童业态经营更有推动力。家长再也不用东奔西跑,小孩在一个地方就可以实现一站式消费,这才能真正能满足儿童消费需求。