

星语

谁是上海地产价值坚守者？

从南京西路、徐家汇等市中心商圈的萌芽,到浦东陆家嘴、中山公园等新兴城区的崛起,上海楼市的增长点一直紧跟上海城市化发展进程的步伐。当这些地方逐一成为了城市亮点,并与都市人的生活融为一体之后,2011年,上海城市发展的下一站,又在哪里?

当下,调控组合拳的威力慢慢地发挥了其作用,企业更应该沉下心来多关注下自己的产品,关注每一个可以发现的细节,把它做得更加完善;趁这段时间多关注客户的需求,把心思放在如何让买家得实惠上。当楼市春天再度来临的时候,他们自然会有所收获。

“让产品成为市场的原动力,而不是楼市的负担。”或许这正是目前的上海楼市所缺少的信仰,也是未来房企必定要面临的一道坎。



做一家房企,就要肩负责任

十余年来,“瑞仕花园”作为高端地产的一个品牌,就一直坚持全装修精品住宅路线,凭借高品质、100%装修理念在市场中建立了良好的口碑和品牌效应。虔诚的开发商正在为大宁、为城市刚需留下一座可以营造幸福的经典建筑。

由此可见,只要真正肩负起作为一家房企的责任,那么所谓调控,也只不过是让企业价值再得到一次升华。



企业品牌是楼市开发标准

今年国内众多房地产项目遇冷,许多楼盘从原先的悄然优惠转瞬变为高调降价,抢占市场。25载创想生活的华侨城集团自落户上海后,以其城市运营商的责任感与使命感,历经8年精耕细作,开发打造了世界级居住生活社区——浦江华侨城,实现了项目对周围环境的改善和对区域经济发展的带动。



弘扬艺术地产内涵

从居住形态,再到文化精神,明园集团的项目一路走来,满足了每个阶段对居住的要求,因此得到了广泛的市场认可。未来,明园会继续秉承务实和创新的精神,坚持将明园的建筑美学贯彻始终,回馈给社会更多更好的作品,为建筑艺术注入新的活力,明园的坚守成就了房地产市场稳健有道的一道亮丽风景线。



城市发展方向,才是楼市增长点

作为上海新晋品牌房地产企业,祥腾投资一向以其敏锐的嗅觉和前瞻性眼光,引领市场。

今年的楼市虽然受宏观政策收紧、市场环境复杂的影响,但上海的城市发展进程却并不会因此却步,这也是祥腾投资自始至终对自己的产品保持足够的信心。这种坚信,并不是盲目的自大,而是一种与时俱进的冷静思考。



产品细节,将是后市核心话语

凭借九龙仓集团125年房产开发经验,九龙仓玺园在物业水平、楼盘品质,及营宅理念等产品细节上精益求精,始能于大盘林立的新江湾板块创下如此销售佳绩。

对于九龙仓玺园而言,目前的形势同时也是一种契机,其高端住宅产品定位无疑迎合了市场需求。



长泰东郊御园
TUDOR DYNASTY

超高性价比,是核心竞争力

长泰东郊御园素来有着上海联排别墅热销第一现场的美誉,“超高性价比”,可以说是项目一年多来成功运作的核心竞争力。面对未来的楼市,学会坚持以买家利益为先,实实在在地让置业者在购买过程中感受到实惠,享受到实惠,把超高性价比作为产品核心竞争力,自然就能立于市场的领先地位。



PETRUS&HACIENDA
新城碧翠

点滴努力,为了客户的幸福

对于每一个家庭成员来说,我们在都努力营造家的幸福感。新城地产,18年来所努力营造的,也正是这种对简单幸福感的追求。

市场在变,居住和生活方式在变,但人们对于幸福的追求并没有随时间而改变。新城碧翠,作为礼献大上海的幸福尊享首发作品,正是出于对幸福的追求。



科学筑家,实现产品发展目标

在“做中国最有价值的国际化地产企业”的愿景指引下,金地不断树立新的里程碑。金地艺境是金地集团23年来“褐石系列”开山之作,首次将延续半个多世纪的美国褐石风格引入上海。金地未来的产品竞争力不会停留在单个产品的层面上,而是通过产品系列化和住宅品牌的塑造,实现“领先、经典、一致”的产品发展目标。



用建筑镌刻历史

2011年,中建地产以“家·国·天下”为核心,耀世入驻上海这座中国最国际化的城市,于上海最具价值的之一的土地上碰撞出顶级与顶级的耀眼火花。中建大公馆的推出,给予了买家不一样的居住体验。这正是在研读过土地资源、人居需求之后所研制出的顶尖作品。



成就北欧新镇高端生活新篇章

中华企业以做“百年老店”为长期目标,把为上海地区的城市建设、改善百姓居住条件作为己任,着力打造具有海派建筑风格的精品项目。一路走来,中华企业荣誉不断。2011年,中华企业以不断超越的姿态,于北上海再度扬帆,携手业界知名团队,打造美兰湖中华园·铂境国际岛寓境界,成就北欧新镇高端生活新篇章。