

(L-1 户型)

360 万一口价! 450m²? 别墅抄底, 就在申亚花满庭

楼市调控新政频出, 使得开发商不断让利给置业者, 无疑现在出手是上佳时机。对于想要拥有别墅的买家更是如此。沪上打折促销楼盘并不少, 但能够吸引眼球的项目却不多见。位于奉贤的申亚花满庭7月末推出360万置业花园别墅的特价房, 着实让整个市场为之一振。

的是近450平方米的实用空间。众所周知, 有天有地是别墅产品的特色之一, 申亚花满庭将这一特色表现得淋漓尽致。此次推出的特价别墅, 主力户型约180平方米, 但却附赠约220平方米超值的空间, 包括地下室、阁楼等。部分空间还拥有近6米的挑空空间, 业主可以根据自身的需求进行分割。另外产品还赠送约40-50平方米的花园, 让买家充分享受别墅置业中的花园乐趣。

值得注意, 申亚花满庭的别墅户型目前看来已是绝版。根据最新的建筑《新规》, 包括挑空空间、地下室、露台、花园等不再能成为赠送空间, 未来置业别墅的成本或将更高。这就显得申亚花满庭360万置业别墅的性价比极高。

新兴板块助力  
置业性价比更高

众所周知, 申亚花满庭项目虽处于奉贤, 但与航头板块距离十分近, 而航头板块内云集了众多高档别墅项目, 区域配套成熟完善。随着去年杨高南路的通车, 从市中心前往航头、奉贤的时间成本大大减少, 买家可快速往来市区和住处。通路也为航头区域带来了价值蜕变, 目前已经吸引了多家医院、学校和150亩的公共绿地。同时还可能有一座5倍于周浦万达广场的商业综合体落地, 申亚花满庭无疑都可以借力。

真正的生态别墅  
3800亩生态林步行即达

上周刚刚定下一套别墅的王先生表示: “航头周边的别墅我都看过, 但是大都总价偏高, 在申亚花满庭我可以用较低的价格享受宽敞的空间, 更可以享受航头生活配套, 一举多得。”

一见的天然氧吧, 规模相当于2个世纪公园大小, 并且每户别墅均赠送成品果树一棵, 生活在申亚花满庭无疑更健康、更舒适。



绝版别墅  
享受超大赠送空间

从市场分析, 360万置业别墅产品已经十分罕见, 然而在申亚花满庭客户能享受的不仅仅是以抄底的价格拥有一套花园别墅, 更能享受

杨高南路向南

360万, 典藏航头商圈别墅

一口价 仅5套

送 花园+露台+地下室+阁楼+挑空+地下庭院+入户平台

一口价 准现房 截止时间 7月31日

360万 450m² 南欧艺墅

仅5套 一口价 先到先得

销售热线 5758-1888 夜间专线 5758-5933

售楼处 杨高南路南·航南公路1981弄27幢(近泰西路口)  
投资方/申亚房产 开发商/上海亚绿实业投资有限公司 营销代理/绿地房产

本报房地产业务部发起, 营销精英共聚南京, 跳出地产论地产

上海“湖友会”共话“地产未来”

七月流火, 挡不住上海地产营销圈同仁们对楼市未来的冷静思考。

2012年的楼市上半场已经结束。6月初, 央行决定下调金融机构人民币存贷款基准利率0.25个百分点, 似乎给深度调整中的房地产市场带来了一丝春意。在经历了5、6月份的市场成交量的上涨之后, 市场的反应又将如何, 持续低迷的房地产市场是否能够扭转颓势、走出窘境? 在本报房地产业务部的发起下, 业内最为活跃的营销精英团队——“湖友会”走出上海专赴南京, 跳出地产论地产, 对于“地产未来”的话题各抒己见, 围绕着企业、产品、营销等方面侃侃而谈。



行业窘境后, 2012年将是企业快速成长的一年, 比如从“粗放型”到“集约型”的转型; 或者从住宅到商业、办公等多元化的发展。从而做好企业自己的定位, 推动城市繁荣。

汤晓升 仲益控股集团副总裁  
地产企业在未来10—20年仍将长足发展  
中国房地产市场经历了几轮洗牌之后, 未来的企业发展之路必定是更加集中化、专业化、服务化。对于讲专业、有预见性的企业来说反而是个好的机遇, 通过市场的优胜劣汰将企业品牌和产品做大做强。

戴正芳 中华企业市场部经理  
“黄金时代”之后还将迎来“白银时代”  
“黄金十年”之后也看好接下来的十年“白银时代”。不可否认, 经历了市场的洗礼之后, 企业必将集中度越来越高, 一些民营企业会自然退出或被并购, 结构性风险与供求关系的风险会比较严重。

产品未来——  
看好综合体、商业及旅游地产

周海峰 上海万科营销管理中心总经理  
万科未来更多综合体和商业  
今年上海万科将加大资金投入, 为上海拿地做准备, 然而土地的选择将显得格外重要。就产品开发而言, 上海万科未来将有更大份额的综合体和商业的开发投入, 整个房地产开发的业务会有所转变, 对专业能力也是一种挑战。

俞力 星浩资本副总裁

今后产品发展更看重长期经营  
今后房地产的发展方向将集中在综合体、商业以及旅游地产。这也要求有一系列的开发团队才能做好长期的经营管理。在商业地产中, 资本的运作很重要, 企业需要通过并购资金等方式才能在一定的周期内实现一定的利润。

屈曜 金臣房地产策划经理  
未来产品注重科技感、人性化、舒适感  
今后的地产项目走势将会是“买产品、买品质、买服务”。对于地段而言更多的看重独享资源, 而品质方面则偏重于设计部分, 今后在设计方面的投入将大大超过前几年, 注重科技感、人性化、舒适感等方面。

营销未来——  
壮大品牌, 资源整合

张轶健 禹州地产上海公司营销总监  
项目开发和经营是资源整合过程  
当前的房地产市场环境使得企业的营销团队的重要性提高到了前所未有的高度, 这样要求营销人员本身快速提升自身的专业能力, 项目的开发和经营将是一个资源整合的过程。持有商业将是未来的物业发展趋势。

陈隽岭《东地产》周刊出版人  
媒体本身通过时间沉淀自身  
地产营销的未来将是“效果为王”, 媒体作为地产商的营销载体将更加重视传媒的效果。并且也将在品牌建设和项目价值的传播上多下功夫。