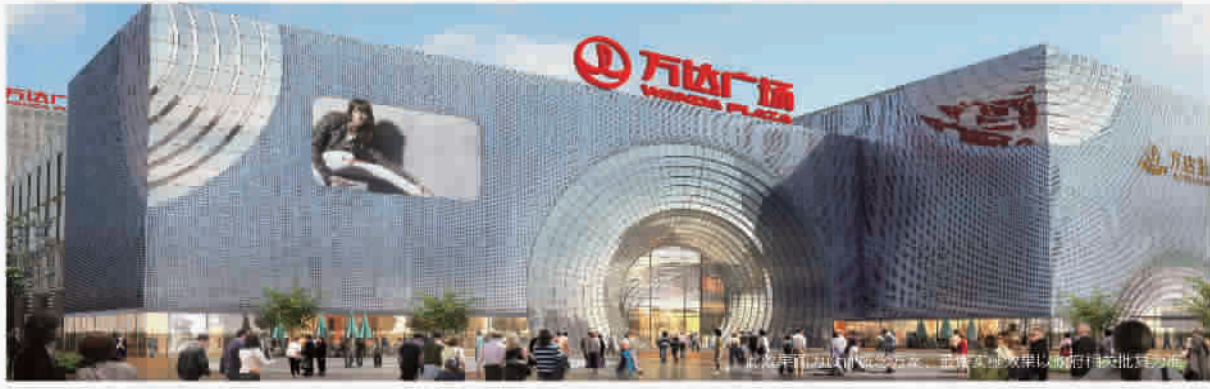


 **松江万达广场**
SONGJIANG WANDA PLAZA

盛世万达 悦动松江

THE WANDA
FOURTH CITY
UPGRADING
NORTH SHANGHAI

松江万达广场隆重奠基



24年来,万达集团于全国50余座城市,开业70余座万达广场,成绩斐然。万达集团自2001年实现向商业地产转型以来,秉承“国际万达,百年企业”企业愿景,奉行超越自我,追求卓越,跨越式发展价值取向,成就当今中国商业地产领袖品牌。在上海,从五角场万达广场、周浦万达广场、江桥万达广场到宝山万达广场,万达品牌已成为城市副中心,将上海城市副中心繁华提升到一个全新的高度。如今,万达上海第五城,松江万达广场开席在即,凭借其城市综合体开发模式强大的辐射力,势必推动松江区域繁华崭新升级。

国际级城市综合体 成就城市新繁华

自2001年以来,万达广场历经3代产品变革。从第一代单店,到第二代组合店,再到成型于2006的第三代——城市综合体。作为城市综合体的万达广场包罗万象,涵盖了大型商业中心、城市步行街、五星酒店、商务酒店、高级写字楼、高档公寓、住宅、国际影院等多重业态,真正实现了购物、办公、居住、餐饮、文化、娱乐、休闲的多功能复合。此外,万达还通过与主力商家进行战略合作,打造“订单式商业”,目前已拥有逾5000家商家资源。

依托城市综合体和“订单式商业”的成熟模式,万达加速展开全国性的战略布局。24年来,万达强势进驻50余城,鼎力筑造70余座城市中心地标。截止目前,除新疆、西藏、青海外,万达基本完成了对各个省区的全面覆盖。其中,既有北京、上海、广州等一线城市,也有济南、郑州、南京、长沙等二线省会城市,更有绍兴、镇江、廊坊、大庆等数量众多的三线城市。放眼全国,每一座万达广场都是一个商业中心,每一个商业中心都成为广受市民追捧的消费天堂。万达广场,这块

中国商业地产的金字招牌,已成为“城市商业中心”的代名词和“繁华商圈”的象征。

此次万达广场强势进驻松江,凭借万达国际级城市综合体在购物、办公、居住、餐饮、文化、娱乐、休闲等功能上的强大辐射力,势必引领松江区域繁华走向新的高度。

万达第五城 缔造松江繁华新巅峰

松江万达广场规划总体量30万㎡,集商业广场、产权旺铺、商务办公等业态于一体,独揽区域内一站式购物、休闲、娱乐、商务等需要,以多元业态实现人流共享、资本共享、财富共享,打造吃喝玩乐购一站式24小时璀璨不夜城,成就松江首个城市综合体商业地标。

松江万达广场,坐拥松江人口高密度的松江大学城区域,同时辐射到周围的松江新城生活居住区和产业带,将万达城市综合体的商务地标辐射发挥到极致,活络24小时消费人潮,确保大商业中心人气效应,带来松江永不落幕的繁华盛宴,缔造松江区域繁华新巅峰。

万达耀松江 定义新中心

松江作为拥有6000年历史的古老城区,以其广富林文化成为上海的文化源头,更以600年前的明洪武年间瞩目繁华,成为中国沿海最著名的经济繁盛地区,成为上海最早的城市中心。松江新城经过10年发展,已建设成为一个具有花园风貌的居住新城,但商业配套亟待进一步升级。

松江万达广场,地处松江国际生态商务区中心位置,以30万㎡大型城市综合体,打造松江新城核心商业地标,凭借万达广场强大的“中心”吸附能力,迅速带动国际生态商务区发展,重塑松江区域优势,填补松江商业中心空白,彻底改变松江商业商务格局。建成后的松江万达广场,将迅速拉动区域价值,构筑松江璀璨未来。



链接

万达上海恢弘布局 匠心擘划十年五城

2006年
▶ 五角场万达广场

五角场万达广场引入沃尔玛、巴黎春天百货、特力屋等10家主力店,日客流量逾20万人次,一跃成为五角场地区崭新地标。

2009年
▶ 周浦万达广场

周浦万达广场是集商业广场、室内外步行街、餐饮酒吧街、精装SOHO小户及写字楼为一体的大型商业集群。

09年盛大开业,多家主力店强势入驻。周浦万达迅即跃为新浦东商业中心,核聚资本热力四射。

2010年
▶ 江桥万达广场

约55万㎡,再建万达上海财富第三极!涵盖13万㎡集成式中央商务区、21万㎡旗舰式符合商业区,14万㎡繁华都会居住区于一体,磁聚大虹桥板块能量,引领西上海繁华新生活。

2011年
▶ 宝山万达广场

30万㎡大型城市综合体,地处1号线,北中环绝佳地理位置,携天时地利人和,迅速填补宝山休闲型综合体商业空白,全方位满足北上海购物、休闲、办公、文化娱乐需求。

2012年
▶ 松江万达广场

百万级新城中心地标,30万㎡城市综合体,国际生态商务区核心位置,9号线大学城站,带动强大人气,迅速填补松江商业空白,满足区域百万人口全方位的生活需求,铸就松江繁华新地标。

VIP LINE
021-6040 8888

项目地址/广富林路与光星路交汇处 • 开发商/万达集团上海松江万达广场投资有限公司
本广告仅为要约邀请不构成本公司对广告招商的承诺,买卖双方权利义务以《商品房买卖合同》为准,以上面积均为暂测数据,仅供参考,最终以政府相关部门实测面积为准。整合推广:smallman.com.cn