

“升级版褐石”价值几何？

继“褐石”首秀,半年狂揽 27 亿元之后,金地艺华年可以期待得更多

地产评论员 蔡骏

2012 年开局以来,以价换量已是市场的主力军,但市场中“褐石系”产品或许是特例,2011 年,“褐石”首秀——金地艺境用短短半年的时间狂揽 27 亿就是最好的证明,这被业内看作一次成功的“反叛”市场。

今年,褐石作品从宝山移师浦东,金地艺华年将褐石建筑、褐石街区全新升级,市场或又迎来一个吸金大盘。

升级版“褐石”是否更具居住价值？

调查分析,去年在宝山金地艺境的购房者中,多数买家被褐石建筑的居家性和亲切感所征服。因此,这对升级版的金地艺华年提出了更高的要求。

项目负责人介绍,艺华年项目更具生活品味,金地对褐石建筑、褐石街区有了更深的理解,无论在建筑



筑工艺上、还是社区整体布局上都更能原汁原味地还原美国褐石的居住氛围。

据了解,金地艺华年主要面向的是市场中的中高端买家。由此我们发现,小区的整体格调更具有档次,分别引入了能够象征上流人群的建筑元素,包括褐石教堂和褐石酒店。

在户型的舒适性上,艺华年的

叠墅产品也丝毫不逊色。上叠户型拥有地上、地下双大堂,并配备私家电梯及多重露台;下叠则私享南北双花园,宽厅内设阳光中庭,特有 T 型景观空间,居住的舒适性远远超越传统别墅。

另外,项目还拥有丰富的赠送空间。项目地下室采用错层设计,局部层高可以达到 4.6 米,而阁楼则是上叠买家的专属空间,这些赠送面

积集合舒适性与使用性于一体,居住价值可见一斑。

航头,已成别墅必争之地？

近年来,航头板块已成为浦东别墅市场的必争之地。数据显示,2011 年上海别墅市场的销售冠军和第四名都出自航头,全年分别售出 254 套及 100 多套。别墅热销背后不难看出板块已经具备了有利的竞争力。

大浦东发展作为“十二五”计划的重点,已经潜移默化的推动着浦东各大板块的发展,尤其是航头,板块位于金融中心、航运中心、迪士尼商圈的核心为范围内,板块的经济地位和政治地位不断上升。在浦东政治、经济即将南移的利好消息下,航头的价值更加值得期待。目前,航头区域地价已突破 800 万元 / 亩。

据悉,林海公路航三路面积达

150 亩的公共绿地也已建成,未来航头还将建设更多大型绿地,成为上海城市中有一个水氧生活区。显然,金地艺华年等别墅项目自然青睐该区域。

是经典复制还是超越？

项目负责人介绍,金地艺华年相较于褐石系首发产品金地艺境而言,将呈现出更不一样的生活环境,打造全新的墅居价值。

首先是建筑价值,沿袭褐石经典的同时,对建筑的每个细节提出更高的要求,无论是门头石材的打磨,还是铁艺的设计,都力求是经得起时间推敲的建筑。

其次是整体院落的布局和对建筑之外的生活布局,艺华年原版复制纽约街区酒店商业街,并融入了上海这座城市的生活习惯,力争完成对褐石系产品的全面超越。

中环名品公馆热销报告之一

从十天劲销百套看“刚需”行情——中环名品公馆的三大热销理由

进入三月份来,位于普陀区中环沿线的中环名品公馆,10 天劲销 107 套,总销金额近 3 亿,成为上海三月楼市“破冰”的代表物业。

在楼市较低迷的大背景下,中环名品公馆为何能一枝独秀于中环沿线物业？

其一,需求一步到位。中环名品公馆虽然是低总价自住用房,但智富集团却在上海中环率先推出“四个一计划”,即“功能一步到位”、“品质一步到位”、“环境一步到位”、“精装一步到位”,这种物业品质特征是吸引刚需用户的第一基础。

其次,价格定位合理。中环名品公馆不搞花色促销,而是以“菁英置

业助力计划”给刚需 85—89 平方米两房给予 70 万至 100 万元的置业支持,体现出超高性价比。据案场统计显示,10 天劲销的 107 套物业中,有 62% 的客户是第一次看房即签约下定,这一信息表明中环名品公馆的性价比与刚需客居业计划全方位吻合。

第三,品质“眼见为实”。中环名品公馆现场并无繁复的楼书资料及其它形象包装。全干挂石材外墙、实景小区、精装样板单元、空中实景花园等,体现原味真实的生活场景,完全做到眼见为实。与不少靠资料、靠包装的物业形成了强烈反差。据了解,有近八成的刚需客

表示:跑了几十个售楼处,像中环名品公馆这样眼见为实的物业,还是第一次见。

有关市场专家在分析中环名品公馆热销效应时指出:“近期上海出现一段较强的‘刚需小阳春’,但并非是简单的市场回暖,而是一部分高性价比的物业‘价格错位’的驱动效应。”中环名品公馆此次对上海刚需客户的“菁英置业助力计划”表明:只有部分优质物业的价格杠杆才能吸引刚需客,上海刚需客已进入理性选购物业的阶段,需赢得市场,前提是真正的性价比。

(卿香)

顾村公园板块新势力

绿地公园广场即将发售

据悉,2012 年春季房展会期间,办公类产品继续保持强劲的上升势头。当下的楼市,商业办公产品纷纷面市,因其不限购不限贷,吸引了众多置业者。位于北上海的绿地公园广场作为区域标杆作品也受到了各方关注。

绿地公园广场位于顾村板块的核心,占据顾村至宝山的轨道骨干线——地铁 7 号线,连通宝山区间 13 站,沿线吸纳百万消费人潮。

作为未来的上海城市副中心,宝山顾村板块大型配套及住宅建设得如火如荼,但是商业、商务办公产品却未能同步跟进,供给极度短缺,致使区域办公楼长期走俏。恰逢绿地集团启动“北斗七星计划”,作为七星之一的绿地公园广场,以其 23 万平方米准甲办公及地铁商场等于一体的高品质亮相于顾村公园板块,填补了板块内商业配套的

空白。

作为区域内唯一的准甲办公楼,绿地公园广场 20 万元起签约的准入门槛顺应了顾村板块的价格洼地。

此外,顾村板块除了拥有优质的生态环境,交通配套建设,产业发展也较为发达。绿地公园广场周边 10 余个产业园区环伺,优质商务氛围与日俱增,为企业贸易往来、业务发展提供了肥沃土壤。

绿地公园广场以 ARTDECO 风格,5 星级酒店大堂,7 部国际品牌电梯,1200 个地下停车位,60—1800 平方米精装空间等高配置、甲级商务品质,充分满足众多钢铁、物流名企、生产服务型厂家、创意产业等办公楼需求。

目前,60—180 平方米准甲办公楼以精装、准现房标准即将面市,签约 20 万元起,买即送 5 年期车位使用权。(沈媛)

浦江华侨城四期新品推出在即

3 月 9 日在静安希尔顿酒店举行的华侨城上海新品发布会上,华侨城旗下三个精品典范项目——浦江华侨城、西康路 989 与拥有“世界级的城市复兴”之称的华侨城苏河湾发布会上亮相之后,引来业界与市场无数好奇与关注。续发布会热议之际,旗下项目之一浦江华侨城或将于本周末新推四期第三批作品。

去年 11 月,浦江华侨城四期逆势开盘,凭借“三大产品、四大超越”成为当时引领楼市的逆销传奇。作为华侨城历时 9 年集大成之作,四期第三批产品包括观景公寓、叠院、联排。全新升级的观景公寓,设计中占据组团制高点,大面积飘窗,绿意美景尽收眼底。房型采用 1 梯 2 户设计,约 97 平方米和 107 平方米精致户型,成为市场尤为受宠的刚需产品。其次,作为意式花园城邦的叠院

房型、低密度生活的代表产品,其私密性和舒适性也将给业主带来全新体验。四层复式公寓的开阔视野,特享全明地下室空间,南北双向超大庭院,满足了业主对于生活的想象。

另外,作为这次四期第三批的典范产品联排别墅,在设计上更是花足功夫:7.8 至 9 米的面宽,面积在 296—336 平方米之间,外立面采用干挂石材、且贴心预留私家电梯。项目附赠面积 110—156 平方米全明地下和三层及以上拥有的 50 平方米两大宽景平台,为新品加推之际撑足了门面。

随着后世博时代的开启,上海城市重心南移。2012 年,这片横跨浦江两岸的 5.28 平方公里土地,正在孕育新一轮的开发建设。上海“十二五”期间,世博园区将重点打造成为带动城市功能提升和可持续发展的生态滨江发展轴,长期效应辐射海内外。世



博会浦江东岸被誉为“后滩”,而距离项目仅 5 公里之遥的东方体育中心周围,要开发的地块被最新命名为“前滩”,在不久的 3 到 5 年内将打造成上海第二个“陆家嘴”。

如今,华侨城品牌在市场上已然建立起很高的知名度,被购房者所关注,据项目负责人透露这次的新品推出之际,之前没有买到的意向客已在陆续登记中,可见四期第三批房源再度亮相市场热情依旧不减。(秦志君)

境外投资成“香饽饽”

远东机构增设在华办事机构

仲量联行年初发布报告显示,新加坡 2011 年商业房地产投资交易总额达到 91 亿美元,取代香港成为全球商业房地产交易活动最热城市第五位。最近,高力国际也发布了海外投资研究报告,其中新加坡由于私宅市场买家接近 30% 来自中国,而成为目前除了伦敦、温哥华、多伦多外的境外置业热门目的地之一。

从远东机构上海办事处提供的数据也印证了这一说法。据了解,新加坡远东机构在春节期间新推一批住宅项目,该项目位于榜鹅区,成交均价为 6 万元 / 平方米,推出当天销售就达七成以上,其中很多买家来自中国。据介绍,中国买家在新加坡购置

房屋更倾向于豪宅项目,尤其新加坡最繁华地段的乌节路成为了置业热门区域。

位于新加坡乌节路上的豪宅项目 SKYLINE 就是属于永久地契,据远东机构人员介绍,乌节路历来是新加坡最为繁华的黄金地段,此路段上建造与出售的住宅项目都为高端物业,并且根据中国人境外投资习惯的考虑,针对这一买家群体推出了 INESSENCE 定制化豪宅系列,而 SKYLINE 就是目前最受到国内买家欢迎的豪宅项目。

据了解,由于国内买家群体境外投资趋势大增,新加坡远东机构已在杭州等地增设办事处,扩展国内业务规模。(卓静枝)