

《改变 2012, 华贸·东滩花园》系列专题 之 华 贸 城 市 篇



北京华贸中心实景图



北戴河国际度假中心鸟瞰图



惠州华贸中心



华贸·东滩花园白麓庄园实景图

华贸,为上海而来!

城市不乏建筑,需要的是一个时代的符号

撰文 卿香 吴芸

2000 年,绿城来到上海,玫瑰园绽放,为上海贡献出超低密度森林别墅区样本。

2006 年,龙湖来到上海,曼妙香颂奏响,为上海凝聚起全新的郦城国际社区。

2007 年,星河湾来到上海,将天上的星河引至地上,浦东浦西交相辉映,为上海书写公寓传奇。

2012 年, 华贸终于来到上海,又将为上海带来怎样的奇迹?

华贸将为上海带来怎样的改变?

华贸在上海将塑造出一个怎样的项目?是一向擅长的商业综合体,还是会另辟蹊径?

华贸在上海将拓展出怎样的地产版图?将如何介入 2012 这个最好的,也是最坏的时代?

华贸在上海将如何坚持自己的理念与情怀?为这座城市创作出怎样的地标建筑?

华贸在上海将带来怎样的惊喜与感动?缔造出怎样的奇迹?

华贸在上海为何敢于在东滩开发 2000 亩用地,将其中 1000 亩用于景观?为何立志改变人居生活方式,在东滩提供华贸中心的服务水准?为何携手黑鹰庄园冲击东滩,让高尔夫也私享?为何从 05 年开始,历经 7 年潜心研发,只为等待这一刻?

《改变 2012, 华贸·东滩花园》系列专题,让我们拭目以待。



北京华贸中心实景图

贵宾热线 **6969 5959**

上海买房呼叫中心 4006358880 转 695

售楼地址:崇明陈家镇揽海路 1 号



5 月初,华贸董事长房超盛情做客人民网,结合“华贸现象”纵论主流地产发展模式。房超董事长为此对于华贸发展模式几个要素进行了深刻而详细的剖析:首先,坚持“对城市负责、对社会负责、对历史负责”的核心价值观开发理念,秉持“设计生活方式、缔造传世精品”的企业使命;其次,坚持“开发建设、运营管理一体化,长期持有,不断提升项目品质”的企业发展战略;最后,坚持“要做百年不落后的精品

,整合资源,专业化管理”的强大执行力。而就在 5 月 25 日,华贸于上海黄浦江畔高端会所内礼宴沪上名流及部分高端客户,这不禁让我们好奇,华贸是谁?又凭什么被主流媒体称之为“华贸现象”?而它又将与我们居住的上

缔造城市新地标 北京时尚中心礼献上海

对于上海,华贸或许还比较陌生,但在京城却无人不知。

2003 年,在一片质疑声中,百万平方米高端商业综合体华贸中心拔地而起,现如今已成为东长安街延线上最炫目的时尚新地标。北京 CBD 因它东移,经年不变的商圈态势被它撼动,一座“世界商圈”、“建筑艺术品”完美呈现。对于北京来说,它不仅仅是一座建筑,更是一段城市发展的缩影,一段历史的脉络。

华贸中心改变了北京时尚达人的生活方式。两座世界级五星酒店——丽思卡尔顿酒店与 JW 万豪酒店并肩而立,商界精英、时尚名流、明星大腕频频光顾,各种顶尖商务活动在这里举行;三栋 5A 级现代化写字楼,已成为国际金融、IT 企业总部云集的聚集地——200 多家跨国公司入驻,其中世界 500 强有 50 多家,国际金融企业占 50% 以上,包括德意志银行、东方汇理银行、渣打银行、澳新银行、蒙特利尔银行……不一而足;有着国金格调,梅泰隆体量的新光天地,汇集了 1100 多个全球知名品牌,2011 年更以 65 亿元销售额成为全国百货单店销售额第一!

华贸,已成为中国最高端商业综合体的缔造者,是“设计生活方式、缔造传世精品”理念的实践者,是城市新地标和新奇迹的创造者……

关注战略性增长的企业公民 “华贸”生活缔造者

几乎所有目睹华贸中心建造历程的人,几乎都经历了从质疑到叹服的过程。华贸凭什么可以力排众议,义无反顾地兀自崛起,乃至成为

北京 CBD 新地标,创造出新世纪一段可以铭记的历史?

如果单拼庞大体量,或是独特的造型设计,这样的建筑俯拾皆是,然而它们在项目定位的引导下,大都出售殆尽。当这个建筑最终呈现在世人面前,便被水平参差不一的各种招牌布满;更有甚者,建筑质量、物业服务屡屡出现问题,成为社会焦点。建筑失去了它应该具备的内涵,沦为快速消费品,甚至会拉低整块区域乃至整座城市的气质,成为一个刺眼的伤疤。

而华贸不同,它深知建筑是城市的一部分,是社会的公共产品,并最终成为历史的一部分。从不违背“设计生活方式,缔造传世精品”的理念,专注于“做诚信之人,造经典之城”,愿意为所在的城市负责,愿意为土地创造战略性增长机会,让城市与历史都深深铭记。

正是凭借这样的使命与责任感,这样的理念与坚持,依靠国际化的设计、运营和管理团队,华贸中心才得以落成,并成为由地产商持续经营,持续给客户创造价值的高端商业综合体,不仅仅成为城市新地标,更缔造了“华贸”的生活方式,影响力更将延续至城市的未来。

全国布局之上的区域聚焦战略 落子“京津冀”“珠三角”“长三角”

华贸的奇迹不止在北京,也逐渐向全国延伸,自华贸中心之后,53 万平方大都会生活综合体北京华贸城一经面世,便成为高档住宅标杆,更成就了“楼上乐居、楼下乐活”的新生活方式。

在北戴河,集五星级酒店、高档公寓、高尔夫球场、海滨会馆等一体的旅游度假综合体——华贸·北戴河国际度假中心,正成为“环渤海经济圈”关注的焦点。

在广东惠州,第二个华贸中心原版落户“珠三角”,总建筑面积约为 73 万平米,为集商业、写字楼、住宅于一体的大型高端城市综合体。项

目由一座 15 万平米国际购物中心、两栋 5A 级写字楼、六栋巅峰豪宅铂金府及中央广场等构成,建筑最高层数为 48 层,售价超出当地市场均价一倍,如今,华贸中心已经成为珠三角的新地标。

纵观华贸全国布局,其每到一地,便深耕细作,所做项目必成为当地新地标,影响并改变了当地的生活方式。而现在,华贸终于来到上海。这是华贸战略布局“长三角”的第一个项目,定位于高端庄园综合体,旨在缔造上海岛居生活方式。上海地产为此已经等待太久,华贸也为此等待得太久。

持续性土地价值最大化战略 华贸·东滩花园,圆上海人世界籍岛居生活梦想

关注土地价值不断增长,不仅是注重建筑,更注重服务。华贸旗下主力物业多为自有品牌持有经营,能提供更优质、丰富、持久的服务。华贸会为华贸面向全国的专属客户组织,业主不仅享受到项目的各类服务,还可享受华贸旗下各类高端物业服务平台提供的优质服务,诸如北京华贸新光天地、惠州华贸天地等数千家国内外一线品牌以及国际超五星级丽思卡尔顿酒店、JW 万豪酒店等优质资源的特殊优惠服务等。

上海,作为华贸持续关注的国际化大都市,本身就是一座奇迹之城。在上海,交融着最梦幻的东方文化与最现代的摩登文明;在上海,充斥着憧憬高端品质生活的人群;在上海,汇聚了全国各地地产业顶级品牌;在上海,不断孕育出一个又一个地标性建筑,刷新着城市与历史的记录。

华贸正是为了这样的上海而来。为了经营一片未受惊扰的桃花源,为了倡导出一种更具价值的生活方式,为了筑造一个值得铭记的世界籍岛居生活综合体,为了创造一个全新的海上奇迹……它为了追求高端品质生活的人群,迈着坚定的步伐而来。