

长实君珀 全球启售50席显赫大宅



图为君珀天际复式户型私家泳池景观

由长江实业(集团)有限公司开发的位处香港港岛半山传统豪宅地段坚尼地道的全新豪宅项目“君珀 Kennedy Park at Central”再次续写香港豪宅神话。

“君”者寓意君临天下、气势磅礴;而“珀”乃琥珀、贵重矿石之意,比喻该项目弥足珍贵。“Kennedy Park at Central”更是一语道破该项目位处核心地段,傲视环球最具策略性的金融和政治经济中心之一的中环地区。

传统贵族地段 Neoclassical 豪宅地标

君珀居高临下,靠山顶面迎维多利亚港,远眺湾仔、金钟、尖沙咀以至青马大桥,俯览多重世界级景致,坐视中环金融商业心脏区域。该地段无论地区、名气、景观以至选址于此的买家身份和地位均十分显赫,非其它地段所能媲美;加上君珀仅提供50户大宅,每户的设计特色均以配合买家的显贵身份为重点,以极高私密度为蓝本,同区极为罕有。发展商看好市场前景,加上该地段为名仕贵族世代聚居之地,珍罕难求,可见未来亦绝少供应,故有意保留部份高层单位作

收租用途。

君珀精心以设计和谐融合环境,配合传统贵族地段的高雅,特别采用欧洲贵族Neoclassical的建筑格调,以跨世纪美学真石基座为贵气焦点,配搭现代玻璃幕墙式楼身,让现代美学与古典神韵完美交融,打造富豪级巨宅新地标,造就港岛半山全新经典。

港岛半山 新宅罕见楼价走高

长江实业营业经理何家欣表示,港岛中半山区一直是全港最尊贵显赫的核心地段,承传下来的气质及价值非香港其它地段所能相比,故拥有中半山物业一直都是富商名人身份的象征,新盘供应近十年绝无仅有。中半山的地皮供应稀少,近五年只得三幅供应,每次推出均成为发展商高价争夺的目标,成交金额及楼面价屡破纪录。加上中半山的业主实力雄厚,单位罕有发售,附近楼龄逾20年的二手成交价交稳企逾3万至5万港币/平方英尺,可见该区的珍罕,加之君珀可供发售的单位数量稀少,令该项目成为全港注目的“珍罕·真豪宅”。 (金喆)

申亚花满庭 花园洋房， 买100平方米享200平方米

详情咨询申亚花满庭专线:400-635-8880转999

象屿鼎城礼宾会馆揭幕 新品样段区即日开放

近日,象屿鼎城礼宾会馆及样段区举办隆重揭幕仪式。整场活动以华贵、时尚、艺术的主题调性,并有兰博基尼、积家、爱玛仕、香奈儿等顶级奢侈品牌联袂展出,向社会各界展示了企业的品牌实力以及象屿鼎城的优越品质、理念。

当天下午上海象屿置业营销总监陈敏首先为来宾作了象屿鼎城项目新品说明会,将项目的规划理念、户型的创新性、建材的高科技、服务的国宾化、品牌的实力进行了全方位的剖析讲解,在座来宾对项目表现出

了极大的关注。

活动仪式后来宾参观了豪华游泳池、体验高尔夫、红酒、雪茄、健身房,感受到豪宅特有的居住理念及阶层生活文化。

象屿鼎城位居正迪斯尼板块核心区域的地理位置,前瞻性的社区规划理念,豪华五星级礼宾会馆入口、四重智能安防体系、创新性、高附加的产品格局,荟萃国际一流品牌的精装标准……迅速打开了市场知名度,筑就了迪斯尼板块的未来时代人居大宅,创造国际生活的标杆与典范。(陆晓松)

据网上房地产的数据显示,截至昨日上午,本市新建住宅可售面积达到1003.94万平方米,为2007年年初以来最高。

上周末,位于长风板块的中海紫御豪庭首度开盘,当日揽金12亿,一举提振低迷的高端住宅市场,成为上海楼市自限购令实施后的热销奇迹。

这个市场究竟是好还是不好?高端住宅市场的需求究竟有多少?怎样的产品才能成为市场追捧的“适销产品”?

中海紫御豪庭开盘热销引发深度思考 高端住宅市场 积极释放购房需求

地产评论员 马颖之

短期楼市难逃低迷 长风地王首开惊喜

从去年年末以来,沪楼市新房库存量一直居高不下,积压至今已突破了千万平方米。据市场人士分析,若以目前上海月均成交水平计算,消化当前新房库存需要18个月。巨大库存压力显而易见,因此上海楼市短期内仍难离低迷通道。

即便有不少开发商抱着抢收“红五月”的心态积极推盘,然而与去年同期相比,今年五月上海楼市并没有太大惊喜。据报道,上海本周住宅市场新增供应量32.00万平方米(共计2236套),环比大幅上扬45.12%,与去年同期相比下降38.72%。

在五月第四个周末,素有“70亿长风地王”之称的项目中海紫御豪庭低调入市,截至昨日,项目已去化套精装大平层产品过百套,按单套总价在1000万左右计算,收获超过12亿元。斐然的销售业绩与低迷的楼市环境形成鲜明对比,也引发人们对于市场供求关系的思考。

不难发现,从中海紫御豪庭的热销态势表明,如今上海中高端客群的购房需求依然强烈。然而,目前新房库存量累积已超千万平方米,而中高端住宅市场的境地更为尴尬。如果推向市场的产品不能获得购房者的认可,那么开发商举步维艰也在意料之中。

也许,开发商更应在产品设计、成本控制上多下工夫,无谓追求那些浮夸的宣传或虚晃的噱头,拼跌更无益于楼市长远发展。

主动顺应市场 深挖市场需求

在长风地王开盘前,业内曾对中海紫御豪庭的入市有着多种预测,普遍认为在高昂的拿地成本影响下,开发商为了保证利润,又兼顾项目的稀缺价值,定价可能在5-7万元/平方米左右。然而长风地王选择以4万元/平方米这个价格推向市场,震惊业内。

地王主动审时度势,凭借高性价比的产品引发热销狂潮。从长远的角度来看,这是一件可喜的事情。事实上,限购令作为调控房产的行政手段,意在驱逐市场中的非正常资金、遏制房价的恶性推高,最终目的是为了房产行业更规范化、价格更合理化。因此,在中海紫御豪庭的热销上,人们也看到一种良性的供求关系。可以说,长风地王为市场尤其是目前陷入僵局的高端住宅市场提供了一个值得借鉴的案例。

在如今的楼市,地王开发难度大,退地者有之、转让者有之、也许主动放低姿态,在产品上下工夫才是应对市场的明智之举。正如中海地产华东区营销总监、上海海创房地产有限公司执行总经理李东持所言,“长风地王项目不追求最贵的价格,而是倡导归于城市的大宅居所概念,偏重于未来居住者的居住感和实用性。”

适销产品 为买家创造多重价值

高端购房者心目中的“适销产品”究竟



5月27日中海紫御豪庭开盘盛典现场

是怎样的?还是要让市场来说话。

在采访购房者的过程中,“产品适宜居住、一步到位”是受访人最常挂在嘴边的话。“如今市面上有些大平层产品面积段在180平方米左右,而中海紫御豪庭主推的大平层产品最小面积也在250平方米。这样的四房居住感受更为舒适,对于大家庭而言一步到位,近十年基本无需换房。”

在人们印象中,买得起千万级豪宅的购房者基本上都阅房无数。除了不可复制的资源优势和地段优势,他们挑选产品的标准又是怎样的呢?据购房者反馈,他们在购买改善型居住产品的时候仍然十分看重产品的实用性。“真正打动我的反而是产品在细节处的实用性。以鞋柜为例,女人总需要一个地方放置自己各种各样的鞋。在中海紫御豪庭,不仅卧室套房配有专门的鞋柜,在玄关处也有可放置当季鞋子的地方,更难得的是,设计者还专门留出放拖鞋的位置。虽然只是小细节,但是能感受到打造者对产品的用心。”从购房者的口中,我们也总结出适销产品的共同特点:只有用心打造实用产品,才能营造出更好的居住体验。

除却产品的居住价值和长风地王本身的土地价值,中海在建造的过程中所付出的管理价值令业内叹服不已,“中海素以‘对于过程控制严苛’而出名,在这个项目上,我们更见识到了中海的管理能力。通过在建造过程中的精细把控,中海才能创造出地王的最大价值,并且把这份价值空间回馈给买家。市场对产品的追捧,也代表着中海在管理项目的过程中对于地王的价值再造十分成功,这份能力极难复制!”

中海紫御豪庭的热销背后,除了土地价值、居住价值和成长价值,市场还看到了中海地产——一个多年执著于打造高端居住产品的房地产企业的综合实力。