

克而瑞客户研究月报

下篇——案例篇

克而瑞研究中心

2022年10月

典型案例产品后评估

——上海市北华庭

项目覆盖刚需、改善产品，目标主要定位地缘性高收入小家庭以及改善置换客群，小户型产品总价有竞争力，认筹前单月来访客户超过180组，产品与来访客户匹配度较高，预计开盘能够实现良好的去化效果

项目位于上海市大宁板块，由两栋楼共计149套房源组成，包括刚需、改善两类产品，目标主要定位高收入小家庭（夫妻二人）以及静安区内地缘性改善置换客群。本案在产品打造上与来访客户需求匹配度较高，预计开盘能够达成较高的去化率

基本信息

项目位置	云飞东路505弄	物业类型	普通住宅
占地面积	9966m ²	户型面积	65-135m ² （1-4室）
建筑面积	21,926m ²	装修状况	精装修
开盘时间	2022-11-19（开启认筹）	价格	9.98万元/m ²
容积率	2.2	开发商	市北高新
绿化率	35%	物业公司	待定

项目效果图



区位分析：项目位于上海市静安区大宁板块，区位优势明显，各项配套醇熟，片区内市北高新产业区规划能级较高，未来人口导入有支撑

大宁板块区位图



区位优势明显：大宁板块位于内环与中环之间，区域内有1号线马戏城站、延长路站、汶水路站3个轻轨站点，交通便捷，四通八达；

项目毗邻市北高新产业区



市北高新产业区规划能级较高，未来片区内人口导入有保障：

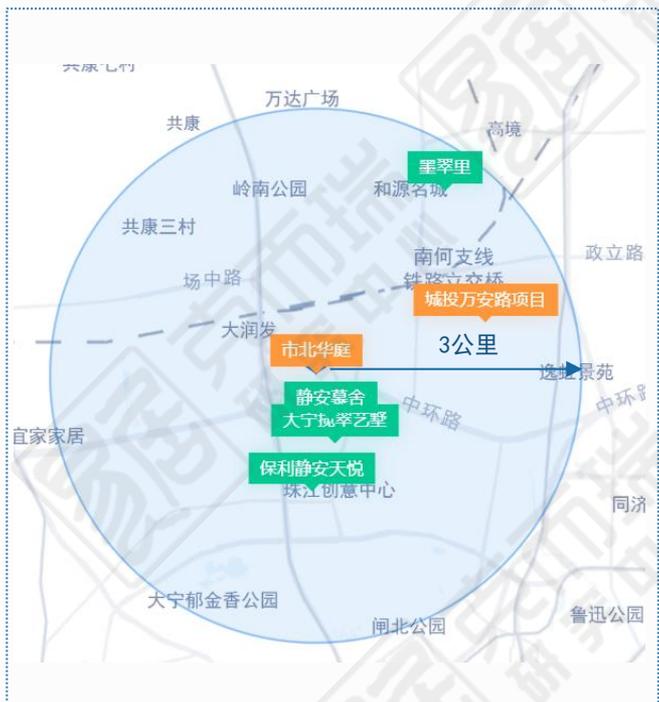
- 市北国际科创社区总投资约240亿，规划打造大数据产业之都，规划能级较高；
- 当前已有21家跨国总部、60余家行业龙头、300余家大数据或人工智能企业入住园区，未来人口导入有保障；

项目竞争环境：区域内同类型的新房供应量较低，且新房与周边二手房价格有明显的倒挂，项目价格优势非常突出

本案与区域内标杆新房保利静安天悦相比，在价格上有微弱优势，并且与周边二手房价格倒挂4万/m²左右

竞品对比分析

项目3公里半径内有5个在售/待售项目



维度	市北华庭	保利静安天悦
最早开盘时间	2022-11-19开启认筹	2022-08-25
最新均价	9.98万元/m ²	10.5万元/m ²
产品类型	高层	高层
绿化率	35%	35%
容积率	2.2	2.86
品牌	市北高新	中国金茂; 保利发展
是否带装修	精装修 (5,000元/m ²)	精装修 (5,000-8,000元/m ²)
其他维度对比	地段：位于大宁板块边缘区域，紧邻市北高新园区和协信星光广场； 产品社区：项目仅有3栋楼构成，体量小，非封闭小区； 产品户型：得房率低，户型不紧凑	地段：位于大宁板块核心区域；距离大宁板块内大宁国际、十院等优质配套更近； 产品社区：封闭小区；
户型	115m ² 3室2厅2卫 	107m ² 3室2厅2卫 

周边配套：项目为静安市北国际科创社区N070501单元22-02地块的住宅部分，该地块东侧毗邻协信星光广场，且距1号线汶水路站约600米，各项配套较为齐全且成熟

项目周围三公里板块内涵盖大宁国际、大宁久光、大宁音乐广场等重量级商业配套，以及十院、同济口腔三甲级综合、专科医院等医疗配套，整体来说周边配套较为齐全。

项目周边配套



交通较为便捷

- 距离1号线汶水路站仅约600米；
- 靠近共和新路高架和南北高架交汇处，自驾出行便捷通达；



商业配套充裕

- 毗邻协信星光广场；
- 周边3公里享有大宁板块内大宁国际大宁国际、大宁久光、大宁音乐广场等重量级商业配套；



医疗资源优质

- 享有大宁板块内三甲级综合医院十院、三甲级专科医院同济口腔等优质医疗资源；



文体配套充足

- 项目南面距静安体育中心约800米；

产品户型：本案户型较为中规中矩，基本所有功能间都带有飘窗/阳台、全明户型，是为户型亮点，但户型整体过道较为狭长，得房率较低

户型	65m ²	110m ²	115m ²	135m ²	总计
户型套数	32套	21套	48套	48套	149套
户型配比	21%	14%	32%	32%	100%

 **户型：**
65m²，1室2厅1卫

户型亮点：

- 三分离式卫生间；
- 南向联通大阳台；

户型不足：

- 没有独立玄关，户型不紧凑；



 **户型：**
115m²，3室2厅2卫

户型亮点：

- 三开间朝南；主卧带有衣帽间；

户型不足：

- 没有独立玄关；
- 过道狭长



 **户型：**
135m²，4室2厅2卫

户型亮点：

- 次卫三分离；

户型不足：

- 没有独立玄关；
- 过道狭长



项目客户定位：本案打造刚需、改善产品，目标主要定位园区高收入小家庭以及静安区内地缘性改善置换客群

项目客户定位



以高收入小家庭（夫妻二人）以及静安区内地缘性改善置换客群为主



打造刚需产品，满足低总价、期望在中环内上车/置换的小家庭客群：

- 项目推出32套65m²一室户产品，总价700万以内即可上车，对于在静安区内工作的，由于家庭裂变及工作通勤距离想要上车/置换小户型产品的小家庭有较大吸引力；



打造改善产品，吸引静安区内地缘性有置换需求的改善客群

- 静安区存在大量的老破小，随着家庭裂变，代际增加，区域内存在大量的置换更大面积的改善需求；

首置客群

敏感点：总价

- 在静安区内工作，出于家庭裂变以及工作通勤有中环内小户型上车/置换需求的；
- 对总价敏感，以31-40岁之间的年轻小家庭为主；

户型：
65m²
(1室2厅1卫)

首改客群

敏感点：总价、舒适度

- 静安区尤其是大宁板块内的地缘性置换改善客群；
- 看重项目周边各项配套；

户型：
115m²
(3室2厅2卫)

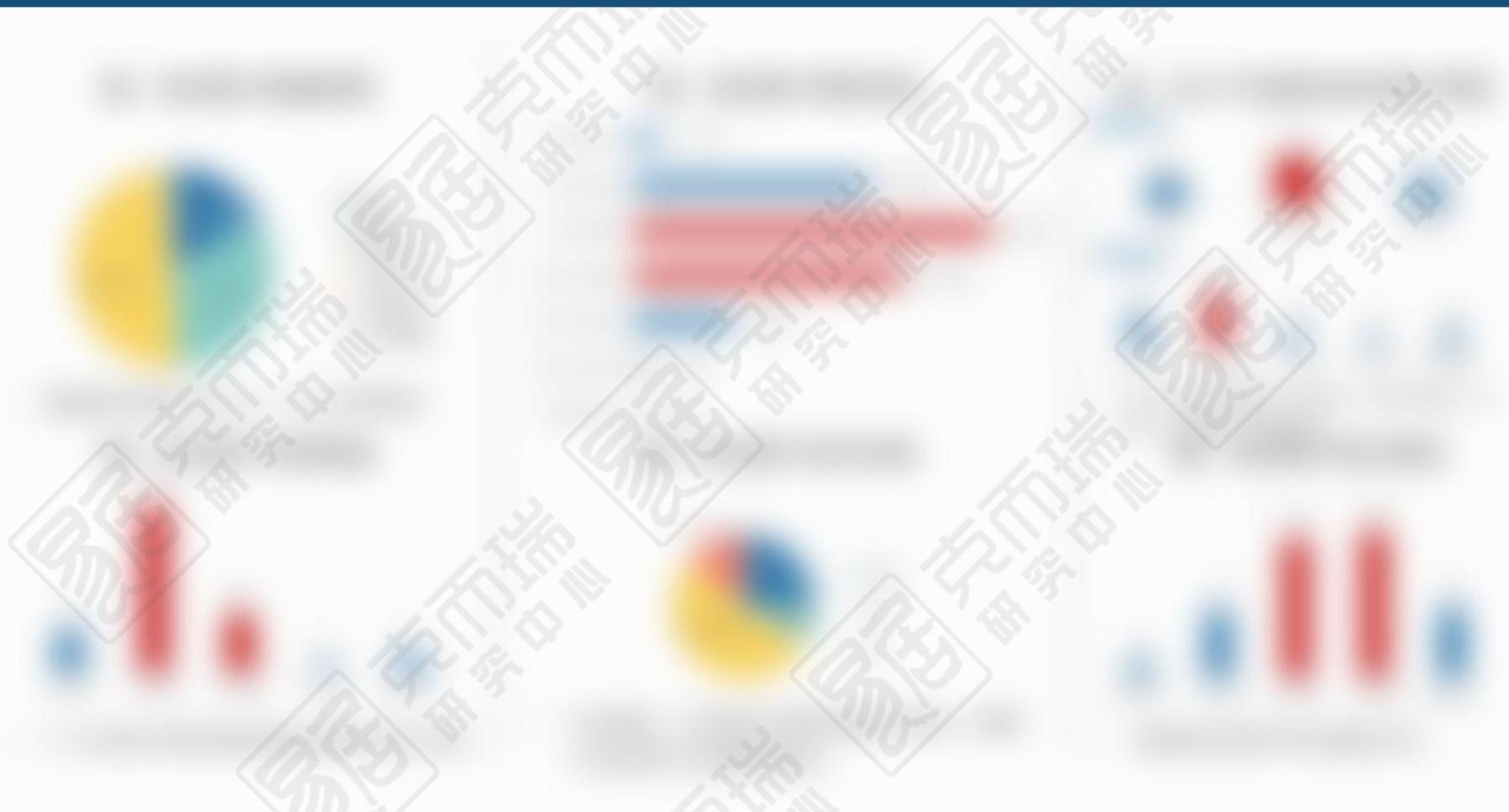
再改客群

敏感点：未来发展前景、舒适度

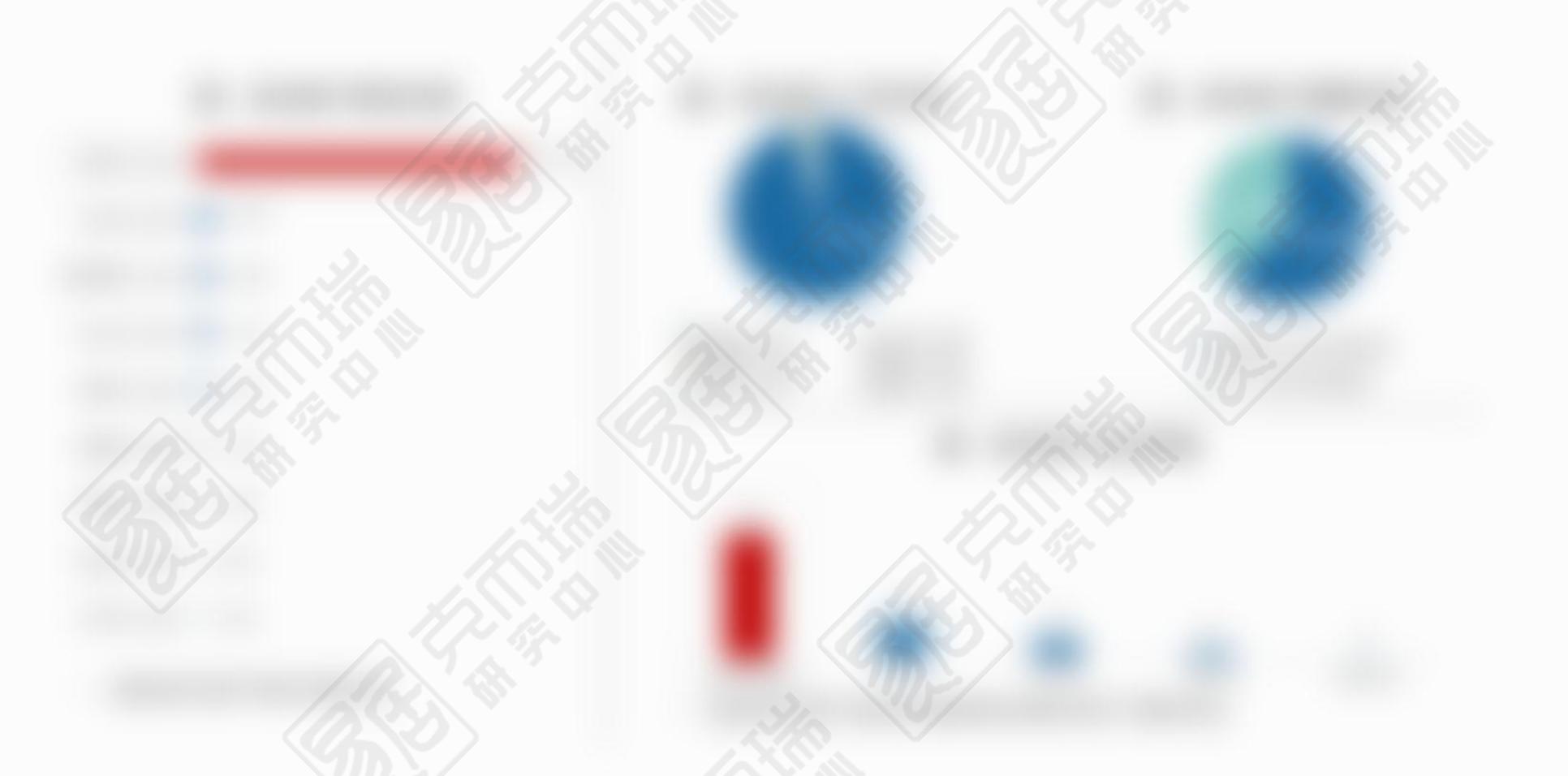
- 看好市北高新区规划的投资客群；
- 看中项目周边成熟的配套，有经济实力的中产人群；

户型：
135m²
(4室2厅2卫)

来访客户基本特征：来访客户主要以中青年构成的年轻家庭为主，在手资金充裕，其中65m²产品意向来访客户主要由31-40岁、夫妻二人组成的小家庭构成(略)

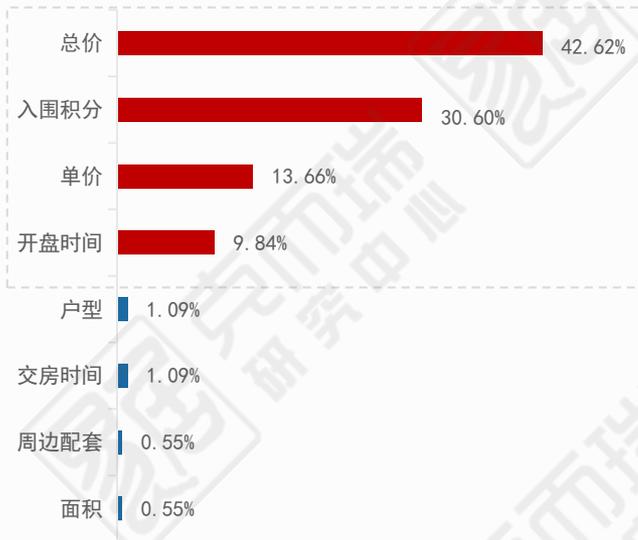


来访客户基本特征：来访客户以地缘性客户为主，预购区域主要集中在本案所在地汶水路附近，超过6来访客户通过区域聚焦型房产自媒体信息认识并来访本案(略)

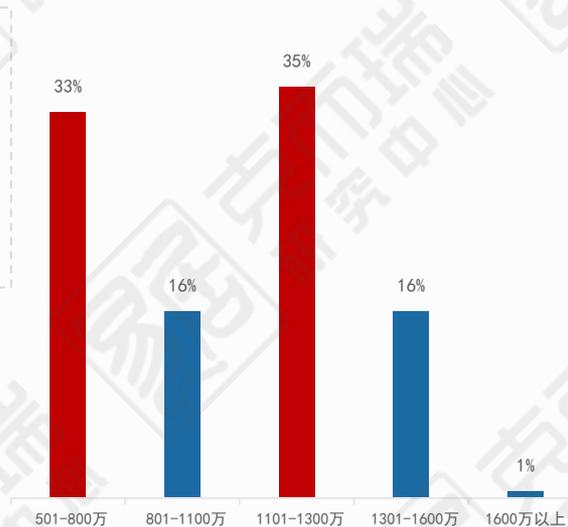


来访客户购房偏好：价格、入围积分和开盘时间是来访客户最关注的三个要素，来访客户主要偏好500-800万总价65m²以及1100-1300万总价115m²产品

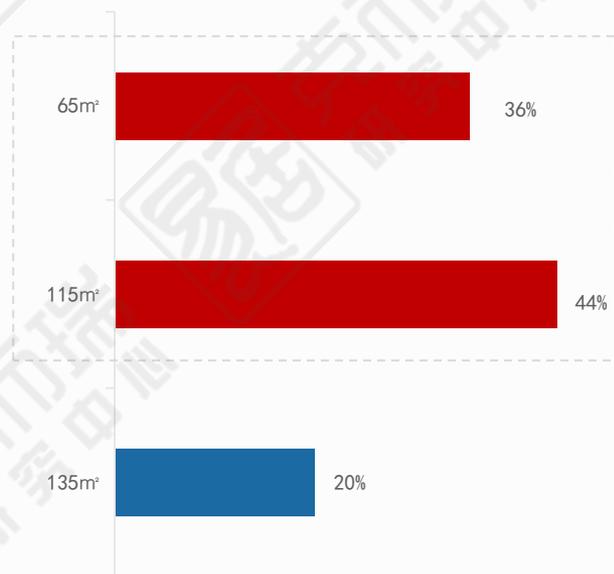
表：来访客户关注点



图：来访客户需求总价



图：来访客户预购面积



- 超8成来访客户对于产品的关注点在于价格、入围积分和开盘时间；

- 购买力在500-800万、1100-1300万总价段的来访客户占比平分秋色；

- 超8成来访客户偏好65m²和115m²户型；

典型案例后评估

市北华庭在产品定位上与多数来访客户**匹配度较高**：



一二手倒挂明显，且区域内单价总价双低，匹配多数来访客户购买力

总价和单价在来访客户的关注点中占比排前三，且超6成来访客户预算在500-800万、1100-1300万总价段区间，超7成来访客户偏好65m²和115m²两类产品，65m²小户型产品在区域中较少。以项目预估9.98万元/m²的均价来算，65m²和115m²两类产品的总价正好符合大多数来访客户的购买力；项目较周边二手房倒挂4万/m²，性价比凸显。



营销渠道选择击中来访客户信息获取偏好，营销触达效率较高

来访客户中通过自媒体信息渠道认识并到访本案的占比超过6成，表明项目采取的自媒体营销渠道对来访客户达到了有效触达，获得了较高的转化率；



项目并非传统意义上的围合式小区，大户型改善产品客户吸引力相对较弱

项目仅有两栋共149套房源组成，体量小，而且小区没有围合，其后续物业管理情况存疑，对于选择面较广的大户型改善客户来说吸引力相对较弱，来访客户欲购买135m²大户型的占比相对较低；