

# 中国房地产 研报



专题：如何找准定位做好产品，上海这个板块告诉我们答案

## 目录

一、购房客户是谁，顾客的购买力如何 .....	3
图：南大智慧城特色产业园及组团规划 .....	3
1、本地客户地缘型改善需求较强，以宝山为主、辐射周边邻近板块 .....	5
2、新上海人家庭首次置业需求，更偏好低总价紧凑型 3 房户型 .....	6
3、二手房置换链激活，多子女家庭改善住房、增购住房需求释放 .....	6
二、不同客群，究竟在找什么样的产品？ .....	8
1、区位、商业、通勤是选房置业的首要维度 .....	8
2、高品质、高标识度的产品 IP 受目标客户青睐 .....	8
3、周边存在不利条件的情况下，强化产品力尤为重要 .....	10

2024年，上海豪宅热销带动市场热度走高，但整体上海市场并没有想象中那么好，市区和城郊产品的去化率存在明显的结构分化，一些外环外城郊产品的开盘去化率差强人意。

这样的背景下，上半年部分中外环线的刚改产品凭借相对较高的性价比，仍实现了不错的去化。如南大板块的华润中环置地中心·润府三开三罄，中环金茂府认购率超150%。

南大板块的特征是城市界面仍处于改善过程中，有产业导入、并且以地缘型刚改客户为主。在全国一二线城市中，符合这些特征的板块和供应很多，对于客户需求的挖掘和操盘策略值得借鉴。

本文我们聚焦宝山南大板块，通过分析华润置地中环置地中心·润府、中环金茂府、保利海上臻悦3个项目，研究目标客群的具体特征和客户需求。

## 一、购房客户是谁，顾客的购买力如何

南大板块地处上海西北区域的外环和中环之间，隶属于宝山区大场镇、得名于南大路——连接南翔和大场的重要通道。南大板块的工业区域曾经是承接上海中心城区化工、皮革、危化仓储等产业转移的基地，区域内一度存在多个“城中村”，城市界面存在明显劣势。

2010年以来，南大地区从环境和产业入手，开始了大规模的整改和拆迁。作为宝山区四个重点发展区域之一，规划由传统工业区转型成为绿色智慧融合发展的创新城区。近年来高污染企业全部搬离，并陆续完成了厂房拆迁和土地平整。

随着上海“南北转型”战略的推进，上海2035总体规划中划定南大智慧城成为五大重点转型示范区之一，南大板块迎来历史性发展机遇。作为“北转型”中的重点，南大智慧城不断完善产业配套，积极落地商业、教育资源，打造成为宝山布局科创产业的核心承载区。具体来看，南大智慧城规划总面积约6.3平方公里、建筑面积约540万平方米，坐拥六条轨道交通以及丰翔路站、南大路站双TOD组团，并配建14所学校、3所医疗机构、40+特色公园。

图：南大智慧城特色产业园及组团规划

## “数智南大”特色产业园规划

Nanda LAMBDA economic & industrial planning

- 四至范围  
北至云滨路，南至连亮路，西至大场路，东至贺兰山路

- 项目总占地  
**110** 万平方米

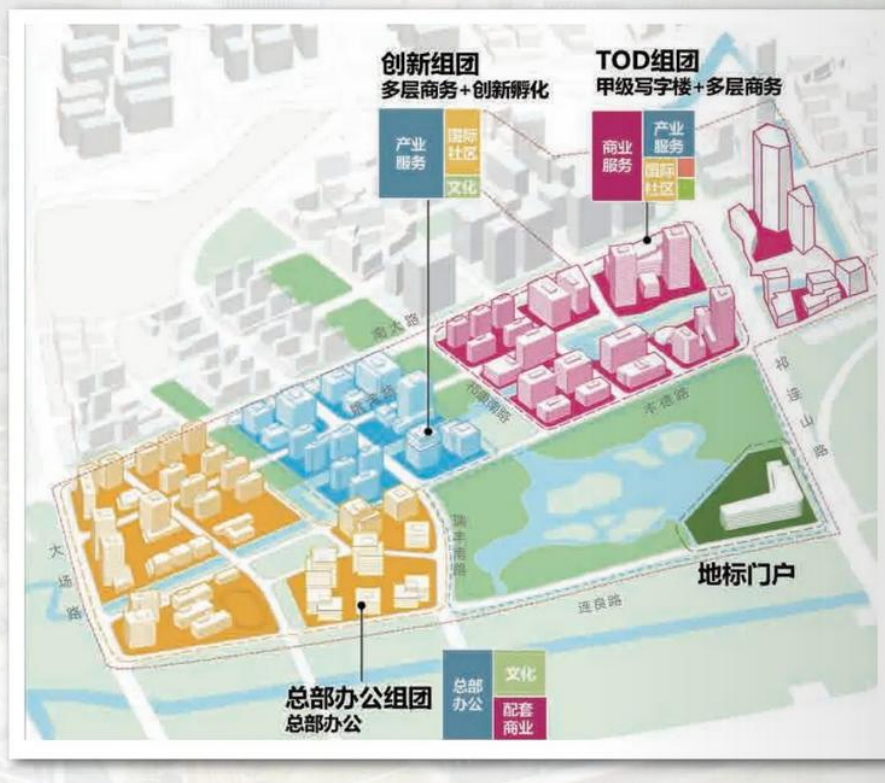
- 产业用地  
**36.13** 万平方米

- 产业载体  
**132** 万平方米



## 复合型特色组团

Combination of comprehensive characteristic



2023年，保利、华润、金茂三大头部央企落子南大板块，分别推出了保利海上臻悦、华润中环置地中心·润府以及中环金茂府三个产品。其中，华润中环置地中心·润府和中环金茂府实现开盘热销，华润中环置地中心·润府三开三罄，中环金茂府认购率也超

150%。通过研究分析项目的认购数据和客户需求发现，认购南大板块新盘项目的客户有以下三类具体特征。

表：2024 年宝山南大板块三个新盘项目（万平方米、元/平方米/月）

房企	项目名	土地面积	容积率	建筑面积	拿地时间	最早开盘时间	规划户数	车位配比	物业费
保利发展	海上臻悦	5.7	2.6	14.9	23/4/19	23/9/27	1324	1:1.25	5.4
中国金茂	中环金茂府	3.3	2.5	8.2	23/7/13	24/3/22	770	1:1.09	7.8
华润置地	中环置地中心-润府	6.2	2.6	16.1	23/10/24	24/3/27	1536	1:1.16	6

## 1、本地客户地缘型改善需求较强，以宝山为主、辐射周边邻近板块

从认购数据来看，在认购南大板块新盘项目的客户中，一部分是本地客户的地缘型需求。分区域来看，宝山区域占比最高，以南大、上大、共康、大华板块为主，并自南大板块以南向普陀桃浦、万里、静安大宁等周边邻近板块辐射。

一方面，之前南大板块及周边区域交通便利性低，商业配套、产业配套较弱、资源相对匮乏，当地地缘客户有较强的改善需求。随着南大智慧城的建设、产业导入，以及丰翔路站双轨交 TOD 组团、华润万象系商业配套规划落地，公共资源配套更趋完善，吸引了对居住品质、舒适度和配套设施有更高要求的地缘型改善客群。

另一方面，相比中环线内的桃浦、万里、大华、大宁等邻近板块，南大板块新盘项目凭借低单价的价格优势，吸引预算相对有限的客群。以时间换空间，这部分客群更看重性价比和南大板块未来整体的发展潜力。

图：南大板块商业、轨交 TOD 配套规划示意图



## 2、新上海人家庭首次置业需求，更偏好低总价紧凑型3房户型（略）

## 3、二手房置换链激活，多子女家庭改善住房、增购住房需求释放

此外，“沪九条”调整优化住房限购政策，外环内二手房限购松绑、支持多子女家庭合理住房需求。二手房置换链激活之后，多子女家庭改善住房、增购住房的需求得到释放，看盘咨询量有明显增加。

具体来看，此次南大板块的三个新盘中，华润中环置地中心·润府、中环金茂府、保利海上臻悦的四房产品面积段覆盖128至228平方米，套均总价在830万至1700万

之间。这部分客群多通过一套或多套房屋置换配置优质资产，故首付预算较为充足，基本可达到 50%以上，整体购买力较强。

具体来看，保利海上臻悦的四房产品门槛最低，已推出 130 m<sup>2</sup>左右四房产品 199 套，单价在 6.5 万元/平方米左右，套均总价 850 万元，另有 154 m<sup>2</sup>四房产品待售。中环金茂府二期推出 168 m<sup>2</sup>四房、193 m<sup>2</sup>五房、228 m<sup>2</sup>四房产品共 63 套，开盘当天售罄。华润中环置地中心·润府也受到市场追捧，已推出 128、146、177 m<sup>2</sup>的四房产品共 236 套，实现三开三罄。

表：南大板块三个新房项目中的改善型四房、五房产品

房企	项目名	四房、五房产品
保利发展	海上臻悦	<b>已推出 130 m<sup>2</sup>左右四房产品 199 套，另有 154 m<sup>2</sup>四房产品待售：</b>
		129 m <sup>2</sup> 四房 156 套，单价 65785 元/平方米，套均总价 850 万元
		132 m <sup>2</sup> 四房 43 套，单价 64888 元/平方米，套均总价 854 万元
中国金茂	中环金茂府	<b>二期推出 168-193-228 m<sup>2</sup>四房、五房产品共 63 套，其中：</b>
		168 m <sup>2</sup> 四房 30 套，单价 71828 元/平方米，套均总价 1209 万元
		193 m <sup>2</sup> 五房 17 套，单价 72165 元/平方米，套均总价 1399 万元
		228 m <sup>2</sup> 四房 16 套，单价 71123 元/平方米，套均总价 1644 万元
华润置地	中环置地中心·润府	<b>已推出 128-146-177 m<sup>2</sup>四房产品共 236 套，其中：</b>
		128 m <sup>2</sup> 四房 28 套，单价 71199 元/平方米，套均总价 921 万元
		146 m <sup>2</sup> 四房 110 套，单价 70563 元/平方米，套均总价 1018 万元
		177 m <sup>2</sup> 四房 98 套，单价 72213 元/平方米，套均总价 1274 万元

## 二、不同客群，究竟在找什么样的产品？

南大板块热度持续，但由于新房供应数量的明显增长，购房者更加理性和冷静，尤为关注自身核心需求。同期销售的三个竞品，中环置地中心-润府、中环金茂府和保利海上臻悦，各自具有不同的特色，各项目之间的客群也存在一定差异。通过对比三个竞品的特色和优势，分析它们各自吸引的客户群体，有助于房企更好地理解客户的核心需求，开发出更具吸引力和竞争力的产品，从而在市场中占据有利地位。

### 1、区位、商业、通勤是选房置业的首要维度(略)

### 2、高品质、高标识度的产品 IP 受目标客户青睐

中环金茂府，是南大板块三个竞品中距离地铁站最远的项目，但其 100 m<sup>2</sup>左右三房平均总价 640 万元甚至高于润府的 635 万元，去化表现也同样不俗。3 月份首次开盘时间略早于润府，266 套房源当天售罄，6 月份再度开盘，去化率也达到 97.6%。在**区位、配套不占优而价格相近的情况下，金茂府能够热销，更多在于其长期打造出“绿色科技住宅”IP 的吸引力。**

中环金茂府瞄准的便是这些**具备个性化需求的购房人群**。其主力客群主要集中在 80 后和 90 后两个年龄段，其中 80 后占据主力，他们是社会和家庭的中流砥柱，对改善居住环境的需求处于高峰，也有为优质产品和影响力品牌买单的意愿和经济实力。

金茂府作为**高端住宅产品系**，其产品优势很大程度上体现在科技体系方面。通过 12 大科技系统的加持，居住者一进入室内就可以感受到舒适的温度、适宜的湿度、清洗的空气、安静的环境和明亮的阳光，相较于普通住宅中央空调、地暖和新风的传统配置，舒适度更高。尤其是在上海每年都有的梅雨季、酷暑等极端天气中，“五恒”空间的稳定性更是凸显出来。

因而，即使面对物业费+能源费的更高居住成本，有实力的购房者权衡后认为，“自身能承受，也能换来高舒适度的居住环境，这价格值得”。

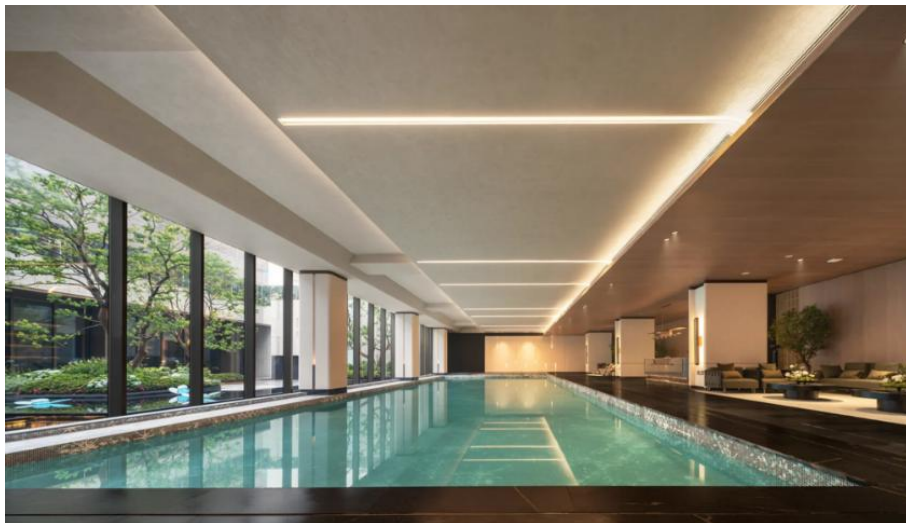
图：中环金茂府 12 大科技系统





尽管有科技住宅的独特优势，金茂府也注重提供更全面的配套设施来提升住宅项目的吸引力。高端会所配置更是金茂府的一大优势，建面约 1500 m<sup>2</sup> 的会所配有标准恒温泳池，配置标准更高，未来也将由金茂物业而非第三方运营，只服务于自身业主，私密性、舒适度都将得以保证。优质的产品力也进一步影响购房者的置业决策。

图：中环金茂府会所实景



正是因为金茂府以科技敏感人群为目标客户，所以其户型与面积段的设置较中环置地中心-润府更为丰富，推出 84-228 m<sup>2</sup> 二至五房的全龄段户型，针对不同的家庭结构，总有一个户型可以满足其居住需求。以最小的 84 m<sup>2</sup> 二房为例，总价可以低至 420 万元

左右，购房门槛是南大板块三个竞品中最为“亲民”的，这样的改善项目出现低总价的小户型产品，势必会受到更多购房客群的青睐。

### 3、周边存在不利条件的情况下，强化产品力尤为重要(略)

### 三、总结

总体来看，南大板块的特征是城市界面仍处于改善进程中、且有一定的产业导入，以地缘型刚改客户为主。在全国一二线城市中，符合这些特征的板块和供应很多，对于客户需求的挖掘和操盘策略值得借鉴。

一方面，基于地缘型改善客户通常具有一定经济实力、更注重住宅各方面的均好性，愿意为更好的居住体验支付更高的价格。根据克而瑞研究中心去年的调研，无论刚改还是高改人群，对区位、产品、配套的重视度都位居前列，对居住品质、舒适度和配套设施有更高的要求。

另一方面，房企在产品层面也应加强产品力打造，避免同质化的竞争。在同板块存在竞品的情况下，通过对市场进行细分、识别不同客群的特征与需求，对产品进行精细化打磨。如华润中环置地中心·润府、中环金茂府和保利海上臻悦，都展现出不同的核心价值和差异化的产品优势。