

## 案例研究 |

# “好房子”不需要技能，往往就是那么朴实无华

### 项目印象：主城区首个 TOD 项目，配套齐全，去化和热度均表现突出

该项目位于高新区五龙口片区，该片区属于高新区、中原区、金水区和惠济区四区交界的地方，处在主城三环内的地段。这是郑州第一个轨交 TOD 项目，由地方国企郑州地铁集团开发。项目占地约 9.6 万 $m^2$ ，总建筑面积约 37.13 万 $m^2$ ，容积率 2.99，绿化率 35%，总规划 2343 户。项目由 7 栋 33 层的高层和 11 栋 18-19 层小高层以及 1 栋配套幼儿园组成，户型面积包括 101-119  $m^2$  的三房和 132-144  $m^2$  的四房，销售均价在 1.28 万/ $m^2$ 左右。

该项目于 2023 年 11 月首次开盘，累计供应 2343 套，名副其实的轨交大盘，目前已去化近 6 成，最近 6 个月的月均去化约 47 套，在当下市场条件下表现可谓非常亮眼了。而从安居客找房热度数据来看，项目面世以来，热度持续上升，首开后达到峰值，此后找房热度指数基本上维持在 100 以上（通常，找房热度在 85 以上就意味着项目找房热度很高），市场上购房者对该项目的关注度非常高。

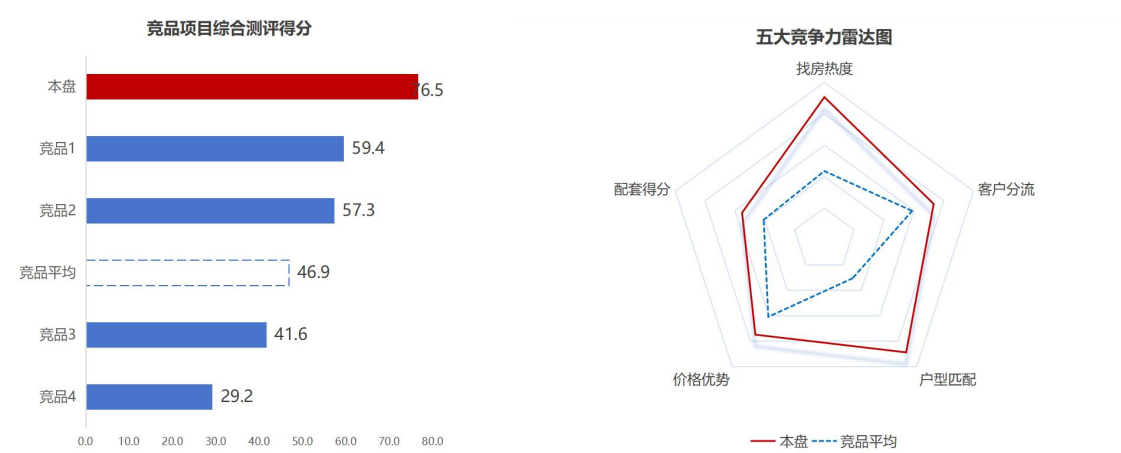
究竟是哪些因素，让购房者在此市场情形下仍果断入手该项目？今天，洞察君将借助项目诊断，全面剖析该项目，揭开其中的秘密。

### ■ 综合诊断：综合竞争力排名靠前，核心“三大项”表现完美，热度高，分流压力小

我们通过分析两个项目间的客户重叠度来判定竞品关系，重叠度越高，意味着两个项目对客户的争夺就越激烈。从该项目 90 天内客户重合度最高的项目来看，客户重合

度较高的项目有 4 个，其中与本项目客户重合度最高的为惠济区三全国基板块的万科翠湾中城 MAX 项目，客户重叠率达 9.8%，即关注本项目的客户中有 9.8%也在关注万科翠湾中城 MAX。

总体来看，本盘在竞品中综合竞争力排名靠前，显著高于竞品均值水平。雷达图显示，本盘在五大竞争力方面均有显著优势，尤其在找房热度和户型匹配方面，显著高于竞品均值水平。



资料来源：安居客研究院【楼盘洞察】产品数据库

### ■ 找房热度：项目找房热度高，长期在 100 以上，显著高于竞品均值水平

从项目找房热度而言，该项目自开盘后热度长期维持在 100 以上。上市以来持续上扬，首次开盘更是达峰值 115，此后几次开盘都带来市场热度提升，进入到 2025 年以后，尽管市场热度有小幅下滑，但整体上还是维持在 100 以上，11 月找房热度指数为 103，可见市场对项目的关注度非常高。据安居客平台统计，近 90 天该项目看房人数约 1627 人，近 30 天看房人数也近 638 人，平均每天约 21 人关注。在当前市场环境下，这一热度表现相当亮眼，超越了同区域 95%、同板块 90%、同价位 96%的楼盘。



资料来源：安居客研究院【楼盘洞察】产品数据库，数据截至数据截至 2025.11.18

### ■ 户型匹配：产品本身中规中矩，关键在于户型面积精准命中市场需求缺口

根据我们对板块各类户型面积段产品供需分析，项目所在的冉屯路板块是典型的刚改板块，购房者多为地缘性刚需或者刚改人群，尤其对 90 - 120 m<sup>2</sup>三房和 140 - 180 m<sup>2</sup>四房产品需求旺盛，且这两类产品在板块新房市场呈现供不应求态势。

项目主打三房和四房产品，主要户型面积包括 101/112/118/119 m<sup>2</sup>的三房和 132/133/144 m<sup>2</sup>的四房，共计 7 种户型，层高 2.9 米，高层得房率 74%左右，小高层在 78%左右。户型设计上，全明双卫，户型方正，LDKG 设计，四房可以做到三面宽+大面宽阳台。

从户型设计上来说，可能并没有什么太大亮点，只能说是中规中矩，但从市场需求来说，101-119 m<sup>2</sup>的三房和 132-144 m<sup>2</sup>的四房，可谓是精准命中了市场需求缺口，对于刚需购房客户来说，足矣！换句话说，对刚需客户来说，首先是多大面积多少个房间，满足我的基本功能需求和总价预算，其次才是在产品设计上的小构思和出彩（毕竟这块也是“溢价”的一部分）。

冉屯路板块-各户型面积产品需求比例

卧室个数	70平米以下	70~90平米	90~120平米	120~140平米	140~180平米	180~220平米	220平米以上
1	0.1%	0.0%					
2		5.2%	0.1%				
3		2.3%	38.9%	6.1%	0.1%		
4				11.8%	31.2%	0.0%	
5							4.2%

冉屯路板块-各户型面积产品供需不匹配度

卧室个数	70平米以下	70~90平米	90~120平米	120~140平米	140~180平米	180~220平米	220平米以上
1	0.06	0.02					
2		0.07	0.07				
3		0.03	-0.28	0.03	0.02		
4				-0.08	-0.22	0.01	
5							-0.04

资料来源: 安居客研究院【楼盘洞察】产品数据库, 数据截至数据截至 2025.11.18

指标说明: ①户型产品需求比例, 即用户关注某类产品的占比情况, 值越大意味着用户需求越大; ②某类户型产品供需不匹配度=某类户型产品(户型\*面积)的供应占比-需求占比, 数值为正, 表示供>求; 数值为负, 则表示供<求。

项目配套: 城市界面一般, 但作为 TOD 项目, 且在三环内, 配套齐全有保障

项目位于三环内的五龙口, 该区域地处高新区与中原区的交界地带, 城市界面稍稍显旧, 该区域内老旧小区占比较高, 超六成的小区房龄超过 10 年。但是, 作为刚需、刚改购房者来说, 这里是三环内, 有交通、商业、学校、医院, 甚至边上还能有个遛弯的云麓公园, 足矣!

交通方面, 该项目本身就是 TOD 项目, 要说地铁, 那就是在家门口, 在建的 8 号线五龙口站从地下大堂就能到, 横跨 5 个行政区, 项目周边还有 2 条主干道和 4 条高架, 尤其是京广快速路, 为出行带来极大方便; 学校方面, 周边有科创小学和育林小学以及科创中学, 算不上什么优资教育资源, 但起码也是中等教育资源, 说白了有学上而且也不差; 商业方面, 附近目前只有一个华强广场, 想要去好点的商圈, 可以坐地铁, 也就 4、5 站的距离, 不过项目自己也很努力, 规划了 1.1 万方的社区商业, 满足基本购物

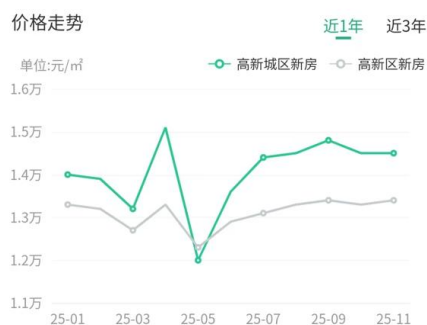
和生活也是问题不大。除此以外，项目还规划了 8.2 万方的园林景观、1200 m<sup>2</sup>的会所（含 600 m<sup>2</sup>的下沉庭院），会所设计了包括健身房、儿童活动中心、棋牌室等娱乐休闲活动场所，算是为项目“锦上添花”了。

### ■ 价格水平：配套齐全+1.3 万以内价格，还要啥自行车

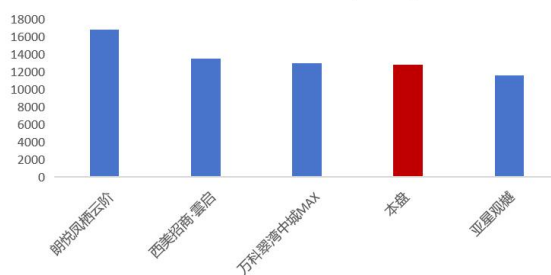
项目配套还是比较齐全的，能够满足刚需自住的基本需要，当然项目也不是完美的，正如社会上广为流传的两大硬伤也是客观存在的，即火车编组站和污水处理厂，火车编组站带来的“噪音”和“割裂”，污水处理厂带来的是“异味”，说白了，居住环境并不是那么美好。

这些外在客观存在，尽管对项目有影响，但并非项目能够左右。项目也未回避，而是采取简单直接的方式，以价格优势来弥补不足。项目销售均价为 1.28 万元/m<sup>2</sup>，且部分房源还有优惠折扣。反观周边房价，三环以内新房成交均价约 1.8 万元，三四环之间均价也达 1.5 万元左右，就连项目所在的冉屯路板块，新房平均销售均价也在 1.5 万元左右。再看 4 个竞品项目，除二七区的亚星观樾外，其余价格均在 1.3 万元以上。如此具有“性价比”的价格，即使项目有一些不足也渐渐被弱化了。此外，项目为毛坯交付，意味着装修投入“丰俭由人”，即降低了购置成本，又避免了装修“货不对板”的风险。

核心板块新房价格变化走势



项目及竞品销售均价 (元/m<sup>2</sup>)

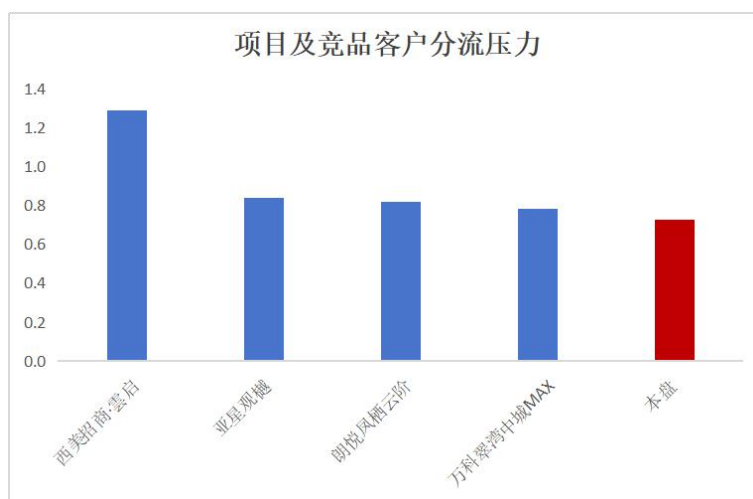


资料来源：安居客研究院【楼盘洞察】产品数据库、安居客小程序

## ■ 客户分流：项目通过自身努力，在众多竞品中脱颖而出，分流压力相对较小

客户分流压力指标通过项目间的客户重叠度来评估，它能直观反映一个项目受其他竞品潜在分流压力的大小，数值越大，潜在分流压力也就越大。

从项目客户被分流至其他项目的情况分析，该项目整体分流压力值为 0.7，在竞品中属于低分流项目，且低于竞品客户分流平均值 0.89。出现这种情况通常有两种可能：一是项目竞争力极强，与其他项目差距明显，让竞品难以抗衡；二是项目无人问津，购房者毫无兴趣。结合项目的找房热度判断，显然属于前者。从分流压力构成看，新房客户分流占比达 86%，这表明本项目主要受到来自新房竞品项目的分流影响。



**资料来源：**安居客研究院【楼盘洞察】产品数据库

### 小结：

在当前市场环境下，可谓几家欢喜几家愁。不少项目抱怨市场环境不佳，可有些项目却卖的风生水起。这个项目占尽天时地利人和吗，并没有，甚至还有客观上的硬伤。项目能取得成功，很大程度上得益于精准定位，尤其是精准把握了刚需客户的置业需求。刚需客户买房时最关注的无非是“生活便利”和“价格公道”。若价格够得着，交付有保障、风险尽可能低，他们的置业需求还是存在的。这类客群经济条件相对有限，抗风

险能力也较弱，不是不想买，而是怕风险而不敢买。早先，我们分享过一个南京的案例，与本项目情况有点类似，结果却大相径庭。该项目同样被铁路环绕，城市界面不佳，售楼处展示也存在问题，价格也不愿“弥补”，项目关注度本来挺高，结果购房者到了售楼处实地感受后，在不远处火车经过时的一声叹息中“拂袖而去”。

市场上客户需求多元，精准定位客群、锁定合适买家，并深度洞察其需求，问题就能迎刃而解。在当下激烈的市场竞争中，关键要快人一步触达客户，精准挖掘需求，把项目核心价值高效传达给目标客群。58安居客研究院《楼盘洞察》专为解决此类问题而生。它擅长借助海量用户在线行为数据，深度剖析项目客户，精准定位问题，进而为项目操盘提供切实可行的建议。想要知道你的项目竞争力怎样，或是想深入了解客户，欢迎关注我们、联系我们。