

2005 年深圳 Townhouse 研究报告

一、关于 Townhouse

所谓 Townhouse 一般指联排住宅，有天有地，有自己的院子和车库。它是二战后英国发展新城镇时期出现的住宅，现在欧洲国家非常普及。其由几幢甚至十几幢小于 3 层的低层住宅并联组成，每幢面积约为 150 平方米~200 平方米左右“离自然不远、离红尘很近”，一语道破 Townhouse 的精彩实质：离城不远，交通便捷。

Townhouse 的另一种叫法是经济别墅，虽不浪漫，但却也说到本质。即 Townhouse 是个中庸的产品，比别墅（用地、面积、价款）经济，但又满足了人们脚踏自己土地，头顶一方天的需要。生来为中间阶层准备。

Townhouse 的最大魅力就在于它同时满足了人们的庭院情节和街坊交往的需要。中国人具有浓烈的土地情节，希望拥有专属于自己的一片土地和天空，又特别希望保持良好的邻里关系。Townhouse 具有独立的庭院，这使它与一般的公寓式住宅形成了截然不同的生活方式，而其几户甚至十几户联排的布局使得邻里接触趋于频繁，这又是独栋别墅所不具备的。因此，从生活方式来看，Townhouse 是结合了别墅和公寓优点的完美生活形态。

从硬件条件来看，Townhouse 也是介于别墅和公寓之间的产品。别墅因其低密度、低容积率，私家花园占地很大，价格昂贵，被视为住宅发展的终极方向；城市公寓的特点则是高密度、高容积率。Townhouse 在建筑密度、容积率等方面正好介于二者之间，既属于城市范畴又不在市中心区，既满足了人们亲近自然、实现别墅梦想的愿望，又有较方便的交通条件，为城市边缘地带的住宅，要求密度较低，但又远比别墅集约，一般容积率控制在 0.6—0.8 之间。

Townhouse 要求具备比较严格的先天条件。从国外及北京、上海、广州等城市 Townhouse 发展经验来看，开发 Townhouse 一般应具备以下十大条件：

地段：应在城市边缘地带，距市中心 15—30 分钟车程。

交通：社区周边有完善的交通道路网络，邻近高速公路或城市快速路。

环境：强调社区环境、更强调项目周边的自然景观。

规模：容积率应在 0.8 以内，规模要在 15 万平方米以上。

规划：要有异域风情，同时还需同自然环境结合。

建筑：有天有地有庭院，还要有车位，同时外观还要吸引人。

配套：齐全完善，教育、商业、医疗、休闲缺一不可。

价格：单套不可超过 150 万。

服务：优质、完美，最好是管家服务。

社区文化：要营造出高雅的文化氛围和充满邻里亲情的居住氛围。

二、深圳 Townhouse 发展情况

从 2001 年深圳推出第一个 Townhouse 项目——“万科四季花城”以来，Townhouse 开发的规模、品质和价格都获得了长足的发展，市场认同度很高。

2001 年 5 月，万科四季花城刚推出其“面向平民”Townhouse 的时候，曾引起业界关于 Townhouse 的争议，但物以稀为贵的市场规律，照样使得万科四季花城的“Townhouse”旺销势头不减。随后，中海怡翠山庄以一篇《发现深圳 Townhouse》再次吸引市场的眼睛关注其“排屋”类 Townhouse 的概念，同样引得全城市民争睹为快，其 70-100 万总价的优势，很快在市场中形成热销势头。由于处于试探市场的阶段，2001 年 Townhouse 供应量比较小，且由于集中在关外，均价也相对较低。

随着 2002 年深圳第一个纯 Townhouse 的项目——硅谷别墅二期“城市山谷”正式推出，Townhouse 正式进军关内，且供应量猛增到 300 套左右。而水榭花都和纯水岸的闪亮登场似乎预示着高品质 Townhouse 时代的真正到来，水榭花都 24 套和纯水岸 86 套 Townhouse 虽然也是作为大型住宅项目中的一部分，但是无论是楼盘品质、价格及居住的环境都可同大多数别墅项目相媲美，因此也受到了市场良好的反应。

2003 年继续 2002 年的热闹局面，供应量持续放量，全年供应量不少于 350 套，其价格更是达到了深圳历年 Townhouse 售价的顶峰。其中，香蜜湖片区正式成为市场主角，一鸣惊人，其 Townhouse 更创

造了 14000-30000 元/m² 的天价。同期的中旅·国际公馆、东海岸一期等项目也受到市场追捧。



2004 年，Townhouse 供应量进一步增长，但市场的热点明显向东转移，以东海岸二期、

心海伽蓝、17 英里为代表的东部兵团约占本年度供应量的 2/3。

纵观深圳 **Townhouse** 的发展轨迹，市场供应的重心先从关外移向关内，接着又由关内向沿海转移，而不是向关外城乡结合部的简单回流。在起步的 2001 年主要以城乡结合部的经济型别墅为主，规模小、价格低、产品还不够成熟，其主打卖点是其新颖的生活方式以及高性价比。从 2002 年起，市场重心转移至沙河-华侨城-香蜜湖地带，该地段占有稀缺的城市人文及景观资源，为深圳公认的富人区。以成熟地段、城市人文自然景观及大规模社区为依托的高素质 **Townhouse** 产品大量涌现，**Townhouse** 产品迅速成熟，并赢得市场（主要是高端市场）认可。这说明 **Townhouse** 作为第一居所的特性，对配套、交通等条件的依赖性比较强。

2003 年一个引人注目的变化是，东海岸吹响“向东看”的号角，以山海景观为最大卖点的东部 **Townhouse** 兵团开始崛起。到了 2004 年，由于香蜜湖片区新增供应量减少，向东看的趋势更加明显，东部沿海拥有不可复制的山海景观的楼盘最终确立了市场主导地位。由此可看出，**Townhouse** 产品在注重自身产品的创新和完善之外，对外部景观的关注有不断加强的趋势。这一趋势的转变客观上造成了 **Townhouse** 的度假化、贵族化，与主要的中层消费群体日渐疏离。

数据支撑：

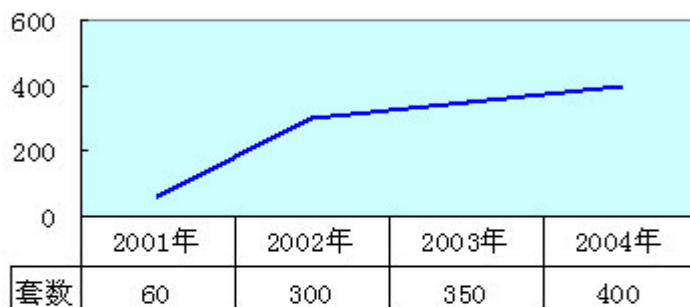
以下是 2001 年至 2004 年，深圳市推出的 **Townhouse** 项目：

2001-2004 年深圳 **Townhouse** 统计表

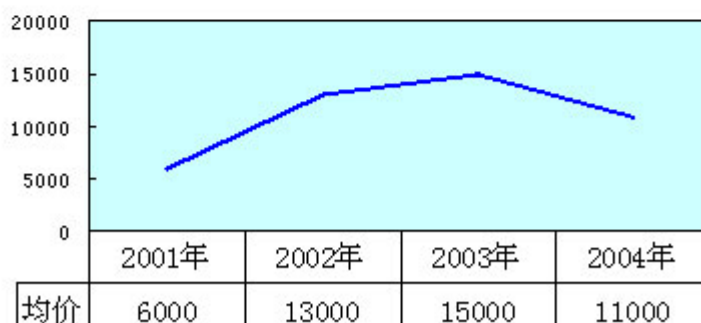
年份	片区分布	楼盘名称	总套数
2001 年	坂田	四季花城	约 100 套
	布吉	中海怡翠山庄	
	葵涌	观海山庄	
2002 年	沙河	城市山谷	约 300 套
	华侨城	纯水岸	
	香蜜湖	水榭花都	
	沙河	名商园	
	横岗	水晶之城	
2003 年	坂田	四季花城	约 400 套
	沙河	城市山谷	
	莲塘	仙泉山庄	
	龙华	假日托乐嘉	
	香蜜湖	熙园	
	香蜜湖	中旅·国际公馆	
	盐田	东海岸一期	
2004 年	盐田	云深处	约 550 套
	坂田	四季花城	
	沙河	城市山谷	
	溪涌	17 英里	
	红树湾	瑞河耶纳	
	盐田	心海伽蓝	
	盐田	东海岸二期	

	坂田	万科城	
	小计		
	横岗	振业城一期	约 607 套
	累计		约 2000 套

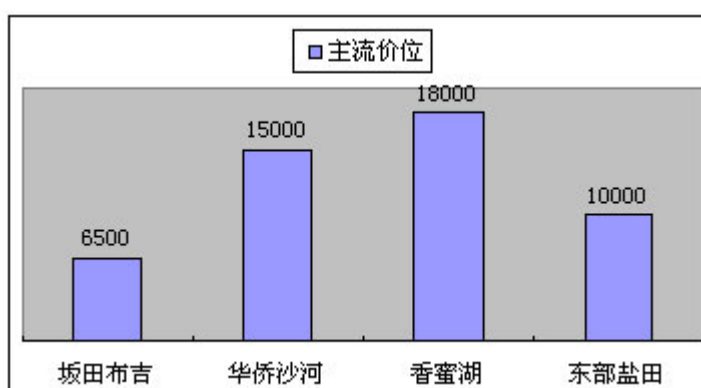
深圳历年 Townhouse 供应比较



深圳历年 Townhouse 均价比较



深圳各主要片区 Townhouse 主流价位比较 (2003 年)



三、深圳 Townhouse 的特点

综合目前的 Townhouse 来看，深圳 Townhouse 呈现以下几个明显不同于普通住宅的特征：

1、规模普遍偏小，多为公寓大盘的点缀

除了硅谷别墅是纯 Townhouse 项目外，深圳至今还没有一个大型的纯 Townhouse 社区。开发商往往将 Townhouse 作为高档楼盘的补充来运用，不论是面积总量、还是销售总额都只是整个项目中的少部分。它们占据了整个项目中最好的景观、空间等资源，成为万绿丛中一点红，喜欢邻水修建，有明显独立别墅情结，但 Town 的体现则较少。数量往往在 50 套以内，超过 100 套者已属凤毛麟角。

2、户均面积较小，均价接近中小别墅

从 Townhouse 的户型面积来看，主要集中在 250-350 平方米之间，关内的价格基本都在 10000 元以上。通过与别墅项目的比较来看，在户均方面相对远小于别墅项目的 300-500 平方米，但是在价格上已经比较接近，例如深圳均价在 2 万元以上的别墅项目不超过 5 个，大多数集中在 1-2 万之间；不过从总价来看，Townhouse 的总价基本接近于中小户型别墅的总价，也体现了两种产品的客户定位之间有一定区别，但界限较小。

3、地域分布以关内和沿海地带为主，关外城乡结合部尚待开发

深圳的 Townhouse 虽然发源于坂田、布吉，但是 Townhouse 类产品真正引领市场风骚的还是在关内香蜜湖片区崛起之后。这说明深圳的 Townhouse 与国外相比已有相当大的变异。究其原因，关外的交通和配套条件太过落后，而其自然景观优势并不明显，因此作为第一居所的条件稍嫌不足。关内土地供应日渐匮乏，新增 Townhouse 供应量有限，东部沿海地带的度假型 Townhouse 针对的客户层面相当狭窄；同时，由于交通、配套、治安等多方面的原因，关外（坂田、龙华、横岗）虽拥有良好自然环境及地价优势，却迟迟未能成为 Townhouse 规模开发的热点。

4、市场供需相当，销售情况良好

首先，特区外的项目主要是以中端客户为主，每套仅在 70-100 万元左右，客户层面广泛，所以消化并不困难；其次特区内主要是在一些高档项目中出现，并且由于套数较少，所以凭借整个项目的高素质都能较好消化。由于国民经济宏观调控及别墅用地停批等因素的影响，深圳地产市场近年来开发的 Townhouse 产品都呈现出供不应求的局面，新开发的 Townhouse 项目都能迅速消化。

5、市场扩张速度缓慢，总体消化量较小

根据我司的不完全统计：从 2001 年到 2004 年深圳市 Townhouse 总供应量约 1110 套，其中近三年的供应量稳定在 300-400 套/年之内，总量相当小。究其原因是因为近年推出的 Townhouse 产品档次、价位等都偏高，与之匹配的客户群过于狭窄。但是，我们认为这并不能说明市场对 Townhouse 的需求量不大。实际上，大量的城市公寓的居民都想拥有一套自己的别墅，体验完全

不同的生活方式，而仅仅因为价格、交通等原因限制了其购买行为。因此，价位相对较低的经济型别墅市场潜力仍然很大，尚待挖掘。

四、深圳 Townhouse 未来发展趋势

深圳市 **宏观经济运行良好**，GDP 增长率连续多年保持在双位数。2003 年深圳市生产总值为 2860.51 亿元，比上年增长 17.3%，创近 8 年新高；深圳居民年平均可支配收入 25936 元，同比增长 4.0%。每百户人家拥有 18.5 辆小轿车，不仅远超过了全国城市每万户居民 114 辆（即每百户 1.14 辆）的平均水平，而且高于国际标准的普及阶段（国际标准的普及阶段为每百户家庭拥有轿车 10 辆），**汽车时代已经来临**。

经济的增长和汽车时代的来临，无疑将刺激 Townhouse 的市场需求逐年扩张。而要想真正唤醒巨大的潜在市场，还需要突破两大困境。首先，目前深圳 Townhouse 消费者集中在金字塔的上层，其数量有限，难以形成巨大的需求市场；第二，开发商普遍把 Townhouse 作为大盘的点缀的开发理念也限制了 Townhouse 的发展。

市场在变，消费者也在变。阶级也好，阶层也罢，总之在深圳已明显出现：大款不会住在八卦岭公寓；买 200 平方米以上房子的客户，不会选择和骑单车的做邻居……。身份的体现，尊贵的要求，使富人们更加追求社区环境的质量，而处在 30 层高楼环视下的 Townhouse 居家生活者总有清醒的一天。Townhouse 的消费者未来必将走出公寓大社区。

深圳市民的收入结构是纺锤形的，主流消费者位于金字塔的腰部，因此，要想有大的发展，Townhouse 就得放下身份，向主流消费群体靠拢。未来的主流客户不只是高端的企业家，还包括越来越多真正的中产阶级。汽车时代的来临以及城市交通基础设施的完善，为 Townhouse 走出围城向关外纵深发展成为可能。

因此，深圳未来 Townhouse 开发只能走两条道路，一条路是继续与传统别墅区的结合，与别墅为邻，充分体现联排别墅的特点，把 Townhouse 作为别墅的丰富和发展。另一条路是大规模、郊区化开发。

深圳未来适合开发 Townhouse 的区域有限，除了现有的几个别墅区以外，东部滨海区域是一个未来别墅和 Townhouse 开发的理想地点，但只要交通问题不解决，其销售瓶颈就很难突破。

而大规模开发之路关键在于区位的选择。整个关外的市政配套与关内差别太大，而发展较好的卫星城镇不是距离中心城区太远（如龙岗中心城），就是土地规模不够或太乱（如布吉）。因此，要想大规模开发 Townhouse 就只能找距离中心城区不太远（15—30 分钟车程以内），同时又具有较好的配套设施，最关键还要有良好的未来发展前景的区域，当然自然环境条件也要达到较高标准。

综上几个因素进行衡量，坂田、龙华、横岗这些拥有良好自然环境、交通便利、配套日趋完善的区域必将成为未来 Townhouse 产品大规模开发的热点区域，而从目前的市场供需情况来看，这一趋势已越来越明显。

深圳市振业（集团）股份有限公司

横岗项目

深圳 townhouse 市场简述

作为在欧美国家比较普遍的一种城市住宅形式，凝聚着浓重的欧洲人文色彩。在有限的城市土地资源约束下，Townhouse 成了最大限度地满足个性化居住需求的住宅建筑。

一、深圳 townhouse 发展情况

2001 年，随着 townhouse 在北京、上海、广州的风行，有全国房地产领头羊之称的深圳也不甘落后，在 2001 年之后，不断有 townhouse 进入市场，到 2002 年也开始了小规模的市场供应。Townhouse 在深圳虽然只有 1 年多的历史，但具体来说，可分为两个明显不同的发展阶段。

1、townhouse 试探入市

深圳推出第一个 Townhouse 的项目“万科四季花城”在 2001 年 5 月，万科四季花城刚推出其“面向平民”Townhouse 的时候，曾引起业界关于 Townhouse 的争议，其不能实现家家有院、户户有车库、独门独院的 Townhouse，算不算真正的 Townhouse？但物以稀为贵的市场规律，照样使得万科四季花城的“Townhouse”旺销势头不减。当中海地产紧随其后推出怡翠山庄的 Townhouse 时，谨慎地提出了“排屋”类 Townhouse 的概念，当其撩开神秘面纱时，同样引得全城市民争睹为快，其 70-100 万总价的优势，很快在市场中形成热销势头。这一类伴随着住宅项目谨慎试探入市的 townhouse 数量少而非项目主流产品，既显示了发展商的对新事物的市场敏锐，又显示了发展商的谨慎。

2、高品质 townhouse 小规模入市

今年推出的 townhouse 项目中，除了在南海玫瑰园与碧海云天等项目为提升整个楼盘形象有少量的 townhouse 入市外，硅谷别墅二期“城市山谷”作为深圳第一个纯 Townhouse 的项目于 2002 年 5 月推出，虽然硅谷别墅二期城市山谷挟着“2002 年深圳最佳 Townhouse”之势出击，其新卖点在于“别墅 + Townhouse”的概念，该项目虽凭借名师的建筑设计，生态车库及文化品味的包装，但其高容积率、高建筑密度算是白玉上的小小瑕疵。而水榭花都和纯水案的闪亮登场似乎预示着高品质 townhouse 时代的真正到来，水榭花都 24 套和纯水岸 86 套 townhouse 虽然也是作为大型住宅项目中的一部分，但是无论是楼盘品质、价格及居住的环境都可同大多数别墅项目相媲美，因此也受到了市场良好的反映。

总体来看，虽然在广州、北京都有几十万平米的 townhouse 项目推出，但深圳的发展商对 townhouse 市场显得仍然比较谨慎，绝大多数都是以住宅项目的一部分推出市场。虽然如此，由于其占居了整个项目中最优的资源品质较高，同时数量又比较稀缺，因此大多都获得了市场的青睐。

二、townhouse 特征分析

综合目前的 townhouse 来看，深圳 townhouse 呈现以下几个明显不同于普通住宅的特征：

1、 townhouse 并非处于城郊结合部，而是城市内与郊外两极分化。从目前的 townhouse 分布的位置来看，除了硅谷别墅项目的地理位置稍有点偏僻，同时又处于特区内，其他几乎没有什么项目是位于城郊结合部，例如波托菲诺纯水岸、碧海云天、南海玫瑰花园等项目的均是处于各区域较好的地理位置，生活配套、交通等设施都相对完善；而万科四季花城、中海怡翠等项目则完全处于郊区，虽然总价较低，但由于配套主要依赖社区内配套，并且距离较远，与一般的 townhouse 有位置上的区别，这主要是由于深圳的二线关对人们的住宅消费理念的影响造成的。

2、 主要以高档住宅项目中的补充为主，占据着整个项目中最好的资源从项目来看，除了硅谷别墅是纯 townhouse 项目外，其他项目的 townhouse 均是作为高档楼盘的补充而出现，不论是面积总量、还是销售总额都只是整个项目中的少部分。但这些 townhouse 却是发展商用来提高整个项目档次的重要手段，于是他们占据了整个项目中最好的景观、空间等资源，例如纯水岸、水榭花都中的 townhouse 都是占据着项目中最好的水景资源。

3、 户均面积较小，均价接近中小别墅 从 townhouse 的户型面积来看，主要集中在 250-350 平方米之间，而价格基本都在 10000 元以上。通过与别墅项目的比较来看，在户均方面相对远小于别墅项目的 300-500 平方米，但是在价格上已经比较接近，例如深圳均价在 2 万元以上的别墅项目不超过 5 个，大多数集中在 1-2 万之间；不过从总价来看，townhouse 的总价基本接近于中小户型别墅的总价，也体现了两种产品的客户定位之间有一定区别，但界限较小。

4、目前市场供需相当，销售情况良好结合目前的市场上几种不同类别的 townhouse 来看，基本上以补充为主的 townhouse 的销售状况都较为理想。首先，特区外的项目主要是以中端客户为主，每套仅在 70-100 万元左右，客户层面广泛，加上推出较早，所以消化并不困难；其次特区内主要是在一些高档项目中出现，并且由于套数较少，一般都在 10 套左右，所以凭借整个项目的高素质都能较好消化。再从硅谷别墅和纯水岸这两个较大的 townhouse 项目来看，虽然硅谷别墅密度稍高、户型设计缺陷较大，但其是纯 townhouse 项目，社区环境及氛围营造较好，销售情况也比较乐观，据了解约超过 80%；而纯水岸由于处于大型高档豪宅中的最优越的位置，且社区配套较完善，环境优美等因素，赢得了较好的市场反馈，虽然总量较多，推出时间较短，销售率也达到了一个较高的水平。

三、townhouse 总价及客户特征在各个项目的推算总价上，明显有着特区内外两极分化的特征，特区外主要在 100 万左右，而特区内基本上与中小面积别墅的价格接近，其中水榭花都更是在每套 500 万元左右，达到了 townhouse 的极限。

从成交客户情况来看，根据总价分析发现几乎都是高端客户而非中产阶级，明显不同于广州的 townhouse 以中产阶级为主的客户群；同时，结合深圳 townhouse 的地理位置及客户购买目的来看，体现了目前深圳的 townhouse 仍是以居家概念为主的住宅物业，客户还是以本地客户居住为主，超过 80% 的比例，香港外销客户的比例较低。

深圳别墅区域盘点

第一代别墅区较早形成的是银湖、蛇口大南山、葵涌-大鹏湾别墅区，这些区域基本都处在距离市中心较远，但周边自然景观资源比较丰富，优于一般住宅物业，吸引了最先富起来的人购买居住、度假。它满足了富人追求身份象征，渴望改善生活环境的心理，填补了市场空白。这个时期的别墅数量不多，但比较集中，别墅风格只是简单的模仿西方别墅，经过时间的推移，这些别墅已经逐渐没落，被新兴的别墅区淘汰。蛇口的别墅因为受外籍人士居住氛围、人文环境的影响，保值情况较好。

【银湖片区】开发始于 90 年代初，90 年代中期最为红火，是深圳较早形成的富人区。银湖别墅区因为其三面环山，山谷中有金银二湖，积聚了金湖山庄、齐明山庄、颐园别墅，后有金碧苑、田园居、棕榈泉别墅和银谷别墅，内外连成一片，成为深圳别墅最集中的片区。

购买银湖别墅的人群大都是深圳第一批富裕起来的人。银湖别墅属于早期建设规划的别墅，容积率偏高，建筑密度也较高，配套少，且其入口处环境较

差，体现不出别墅的气派。但由于其属于早期开发，填补了深圳早期别墅开发的空白，当时的市场反应良好。但片区可供开发的土地不多，区域发展空间受到限制。

【蛇口大南山片区】90年代初期开始出现别墅物业，90年代中期趋向成熟。主要物业被大南山分成两个部分，东南麓有鲸山别墅、龟山别墅、碧涛苑、半山海景别墅等，西麓有月亮湾山庄、青青山庄、御景苑，基本属于居家型别墅。

片区内大部分物业都有较好的山、海景观资源，但由于各种原因，这些别墅出现了截然相反的两种情况，东南麓的物业位于蛇口，区域人文环境好，外部环境好，内部管理好，社区氛围好，使得蛇口别墅物业较好的保值，部分物业还有升值；西麓的物业位于月亮湾，区域人文环境一般，社区居住氛围淡薄，最严重的是环境受到污染，别墅物业普遍贬值。

【葵涌-大鹏湾片区】得益于天然的大鹏湾海景，给当地的别墅创造了良好的外围环境。别墅项目主要发展在90年代中期，有华侨海景山庄、御海湾山庄、金海滩半山海景别墅、名墅海景度假村，新增有万科17英里。片区区域性较强，项目辐射力有局限，主要以度假用途为主。

第二代别墅区第二个阶段是大华侨城、香蜜湖别墅区形成，这些区域距市中心不远，但因为山、湖、城市绿化等外部环境的隔离，同样能够远离喧嚣，享受良好的生活环境，尤其是拥有稀缺景观资源的郊区和市中心湖景为龙头的别墅特别受到青睐。这个时期的别墅风格不再简单的模仿西方，越来越多的建筑、园林、户型设计更加注重生态，营销更加注重社区人文环境的营造，成为近年市场供需热点区域。

【香蜜湖片区】为深圳市中心区二级辐射地带，坐拥有“深圳市绿肺”之美誉的植物园和香蜜湖，远可观安托山山景和深圳湾海景，既可“尽享城市繁华”，又可“远离城市喧嚣”，该片区除拥有别墅物业外，多为高尚人文社区，区域人文环境较好，社区居住氛围浓厚。从2002年开始崛起水榭花都，至今已经有中旅国际公馆、熙园等包含别墅的物业，成为文化层次较高的新一代财富阶层的首选，片区存在待开发土地，未来仍有新增别墅物业。

【大华侨城片区】包括红树湾、沙河、华侨城三个区域，拥有丰富的旅游资源、高尚的人文景观和部分湖景、海景、高尔夫景观优势，与香蜜湖片区类似，同样可以远离城市喧嚣又不脱离城市繁华。大华侨城别墅物业主要从2001年开始出现，沙河片区有高尔夫球场内的名商园、沙河高尔夫别墅，华侨城片区有东方花园、波托菲诺，红树湾片区目前仅有瑞河耶纳，同样成为文化层次较高的新一代财富阶层的首选。

值得注意的是红树湾片区，按政府规划草案，将分成东、中、西三区规划，

东区将以低密度和低强度开发为主，建设成居住环境与旅游功能相结合的居住区；中区将延续华侨城旅游景区的主题公园，开敞湖区空间；西区以高、中、低强度分区开发新型居住区。

未来别墅供应较大的区域

【大小梅沙片区】拥有丰富的旅游资源和丰富的山景、海景优势。区域建设的物业大多与旅游度假有关，主要物业形态有酒店、度假公寓、别墅，别墅功能界于居住和度假之间。片区土地储备雄厚，是别墅物业新增的“主战场”。片区项目主要有近年开发的万科东海岸、天琴湾。

【尖冈山片区】尖冈山为宝安区政府规划的宝安区低密度高尚生活居住区，规划引导发展，如果这一目标顺利实现，那么，该区域将会成为别墅聚集地。另外，由于是规划中的高尚居住区，政府会在配套建设，政策支持等方面加大力度，以期实现其高尚生活居住区的目标。片区环境优美、交通便利，但目前市场不成熟、配套不成熟、关外形象差等诸多问题，片区别墅市场有待培育。整个尖冈山土地出让面积将会达到 2 平方公里，目前招华已经拿下总用地面积 60 万平米，总建筑面积 30 万平米的低密度住宅用地，未来片区值得期待。

【其它片区】其它片区有龙华、福永、布吉、横岗等区域，别墅主要建设在一些山、海资源相对较好的地带，但由于关外环境、距离等因素影响，对市区别墅市场影响很小。但最近横岗振业城认筹踊跃，龙华星河丹堤、圣莫丽斯也受到关注。

2005 深圳 Townhouse 年

【2005 深圳地产 show】之一：2005 深圳 Townhouse 年

- 2005 深圳 Townhouse 井喷
- 豪宅市场空前细分
- 关外 Townhouse 能否成为“第一居所”
- 千座院落一座城
- 好产品自己会说话
- 振业城 Townhouse 挑战高层豪宅
- 2005 深圳 Townhouse 井喷

2005 年，深圳将有多个 Townhouse 项目投入市场：北有振业城，第五

园，星河丹堤、圣莫里斯、中信高尔夫项目，中海育马场项目；西有尖岗山；东有东海岸，天琴湾，联泰大梅沙项目；市中心有香蜜湖“九万三”。在土地稀缺的深圳，独立别墅只能作为豪宅社区的形象点缀，而 townhouse 大行其道，则是吻合深圳市情的妥协选择。铺天盖地的 townhouse 呈现市场，在深圳无疑是空前的“井喷”之势。

据不完全统计，2005 年深圳别墅推盘量在 3500 套左右，超过了深圳现有的别墅总量。随着这些数百亿 townhouse 被市场消化，将对今年深圳楼市均价的推高作出重大影响。在 townhouse 群雄并起的同时，市场也将刀光剑影，硝烟弥漫。如此巨量的 townhouse 推盘，很有可能又将引起一场空前惨烈的 townhouse 大战。

■ 豪宅市场空前细分

(1) 豪宅的客户是全市范围的今年深圳地产有几个热点市场：宝安中心区，龙岗中心区，龙华市场，豪宅市场。在这几个热点市场中，竞争将呈白热化。一般而言，前三个片区多是区域市场，而豪宅市场将是全市市场。无论是自住还是投资，高端客户往往把全市各个片区优质物业都纳入其焦点范围。尤其是资源稀缺的顶级豪宅，其客户更可以扩展到省内外、海内外。

(2) 豪宅更具有投资增值的潜力近年来的深圳房地产市场有两个明显的特点，一小一豪。1) 小户型住宅：尤其是一房单位，由于总价低，租赁市场需求旺盛、转手容易，所以广泛受到投资客的青睐；2) 豪宅：尤其是 Townhouse 和独立别墅，由于资源的稀缺性，换手快，接手后劲足，赢利丰厚。

(3) 豪宅市场空前细分市场对不同片区 Townhouse 产品的心理预期也不相同。九万三 Townhouse 预计销售价格将达 30000-50000；尖岗山 Townhouse 预计销售价格将达 16000-18000；东海岸 3 期 Townhouse 预计销售价格将达 15000-16000；振业城 Townhouse 预计销售价格将达 10000-12000。由于区位的不同，Townhouse 的售价呈现分化，出现了空前的豪宅市场细分，其购楼客户也“物以类聚，人以钱分”地具有富人各阶层的特征。

■ 关外 Townhouse 能否成为“第一居所”

(1) “第一居所”的车程标准“第一居所”作为日常居住的住所，业界一般把车程 30 分钟以内作为“第一居所”的判断指标之一。30 分钟是香港中环到浅水湾半山豪宅的车程距离。以往大梅沙因为车程的 40 多分钟，使得成为第一居所的条件不够成熟。位于横岗六约的振业城，紧邻深惠公路，到地王大厦 18 公里的路程，正常行驶 15 分钟可以到达地王大厦。虽然人们现在对布吉关口的交通拥堵颇有微词，但随着水官高速公路建成使用，尤其是地铁 3 号线育马场站的启用，振业城成为深圳人的第一居所将有可能成为现实。

(2) “第一居所”的配套要求商业配套、学校配套、医疗配套是“第一居所”的基本配套要求。仍以振业城为例，其三所幼儿园，一所九年制学校（据说是北师大附属中学），以及紧邻的正在筹建中的国际学校。加之社区健康中心，2万平方米的商业街街区，可以基本满足“第一居所”的配套要求。

(3) 第N居所向第一居所的转化随着人们生活水平的提高，第二居所（被历以宁教授称之为“小康”的标志之一）、第N居所逐渐出现。有时，第一居所和第N居所会互相转化。比如随着小孩上大学对学校依赖小的家庭，会把第二居所转变为第一居所；比如年老退休后，会把第二居所作为第一居所……

■ 千座院落一座城

振业城号称“深圳首席”、“华南首席”独院住宅社区，拥有1000余套的townhouse（一期607套）形成“七岛一湖”的总体布局。

如果说万科城的townhouse是其提升形象的产品标志的话，振业城的townhouse组成的千座院落，则成了深圳最大规模的townhouse社区。振业城41万平方米的占地，54万平方米的建面，几年后将成为深圳蔚为壮观的townhouse大社区。大社区是小社会。深圳地产的实践证明，大社区是老人集聚的社区，是家庭氛围理想的社区，是邻里关系和谐的社区，是生活配套齐全的社区。

■ 好产品自己会说话

(1) 产品，除了产品，还是产品营销推广宣传的“忽悠”多为吸引眼球的概念，并不代表产品本身。消费者最终买的是商品。住宅产品的品质是直面房地产市场竞争的最好武器。

(2) 对产品的精益求精，提升了产品高附加值和性价比“天下没有免费的晚餐”，所有对产品的努力是需要成本的，这些成本虽然最终要由消费者买单，但对于同等价格，产品在具有高附加值的同时，也提升了产品的性价比。

(3) 振业城“绿色住宅”产品的打造在深圳是史无前例的振业城在产品上的努力有目共睹，不妨一一列出，以作案例。

a)自然通风设计以深圳自然风为特征，进行电脑模拟，分析每栋楼的风环境和每套单位的室内通风情况，以进行住宅小区的规划布局，以确定每户的开门开窗，使得自然风轻松进入每一个家庭。

b)通过减少深色屋顶以减少吸热面，组织自然通风；

c)加强遮阴植被，减少居住区的热岛效应；

- d)采取遮阳构件、LOW-E 玻璃等技术措施；
- e)优化建筑节能设计；
- f)电辅助太阳能热水器提供中央热水；
- g)控制土壤及混凝土放射性元素含量；
- h)控制外装饰和内装饰材料放射性元素含量。

■ 振业城 Townhouse 挑战高层豪宅

2004 年，蛇口半山（如兰溪谷）、红树湾（如中信红树湾）、香蜜湖（如香域中央、香蜜山）的高层豪宅都几近万元大关，而业界已经将前几年的 8500 元/平方米的豪宅标准提升到 10000 元/平方米。独门独院的振业城 Townhouse 的预估价格也在万元左右，其将成为深圳关内高层豪宅最有力的挑战者和竞争者。振业城有可能成为深圳性价比最高、价格最低的 Townhouse——和高层豪宅的总价相近。低容积率的 Townhouse 社区和高容积率的高层豪宅社区，是截然不同的两种居住形式，也成了两种泾渭分明的生活方式，这使深圳乃至国内外的居住者和投资客，可以有了更多的产品和生活方式的比较和选择。

深圳 TOWNHOUSE 市场观察

【题记】

“人宅相扶，感通天地”！独院住宅承载着人类居住文明的宏大叙事，以“有天有地有院落，天地人三位一体”表达形式向人们展示最具想象力和诱惑力的产品。

2001 年，深圳 TOWNHOUSE 元年，TOWNHOUSE 发展呈螺旋式上升发展；2004 年，深圳 TOWNHOUSE 峰年，深圳规模最大的 TOWNHOUSE 升级版社区，深圳首个在规划阶段通过建设部 AAA 住宅性能认定新标准（2004 版）预审的项目，TOWNHOUSE 的高级形态——独院住宅，全面指向深圳居住流变。

自 2001 年 TOWNHOUSE 发端以来，历经城市山谷、水榭花都、波托菲诺、纯水岸、熙园等项目的勃兴与壮大，而振业城则在规模和发展层次上将此类产品推向波峰。但不可忽视的是——国土资源部 2004 年 2 月 28 日关于收紧别墅用地供应的 45 号令出台，终使这类产品高度稀缺而成为深圳城市发展的一大社会经济指标，它更成为新社会阶层——HOUSE 阶层的外在标签。

供求状况：每 1015 户拥有 1 套 TOWNHOUSE

TOWNHOUSE 一般指联排住宅，是在欧美国家比较普遍的一种城市住宅形式，是一种凝聚有浓重的欧洲人文色彩的在有限的土地资源约束下最大限度地满足个性化居住需求的建筑，历史上最早的 TOWNHOUSE 建于古罗马。它由几幢甚至十几幢小于 3 层的低层住宅并联组成，有天有地，有自己的院子和车库。“离繁华不远、离自然很近”，与城市中心保持适度距离，交通便捷。

尊地地产《深圳 TOWNHOUSE 研究》数据显示，2001 年至 2004 年深圳全市共有 TOWNHOUSE 约 1350 套，加上将于 2005 年面市的振业城，其总量不会超过 2000 套。以我国第五次人口普查的深圳总人口 700.84 万和总户数 198 万户计，平均 3594 人才拥有 1 套 TOWNHOUSE，平均 1015 户才拥有 1 套 TOWNHOUSE。如果以深圳 1000 万人口的统计数据来看，这种比例将进一步缩小。

当深圳每百户人口拥有逾 18 辆私家车后，TOWNHOUSE 这种比例显得更为珍贵，高层豪宅还是象征财富阶层的重要指标，但与 TOWNHOUSE 相比，其社会标签意义已明显弱化，因为深圳豪宅数量不是以“套”为最小计量单位，而是以“万套”为最小计量单位。物以稀为贵，深圳 TOWNHOUSE 这种数量关系使其成为最具投资价值和潜力的地产工具。

有学者认为，一个城市的 TOWNHOUSE 发展水平和数量，在相当程度上体现了该城市的经济发展和高尚居住取向。目前 TOWNHOUSE 主要分布区域是华侨城—红树湾—香蜜湖、深圳东部、坂田—布吉和横岗。

从土地资源、交通配套和城市发展战略方向来看，横岗将成为深圳发展 TOWNHOUSE 最具潜力的区域。振业城一期约 600 套独院住宅就占了深圳该产品增量市场和存量市场累计总量的 1/3。仅从规模上看，振业城已足以号令市场。

原作者：刘付志明龚云刘丹

2001-2004 年深圳 Townhouse 统计表

年份	片区分布	楼盘名称	总套数
2001 年	坂田	四季花城	约 100 套
	布吉	中海怡翠山庄 葵涌观海山庄	
2002 年	沙河	城市山谷	约 300 套
	华侨城	纯水岸	
	香蜜湖	水榭花都	
	沙河	名商园	
	横岗	水晶之城	
2003 年	坂田	四季花城	约 400 套
	沙河	城市山谷	

	莲塘	仙泉山庄	
	龙华	假日托乐	
	香蜜湖	熙园	
	香蜜湖	中旅国际公馆	
	盐田	东海岸一期	
	盐田	云深处	
	坂田	四季花城	
2004	沙河	城市山谷	约 550 套
	溪涌	17 英里	
	红树湾	瑞河耶纳	
	盐田	心海伽蓝	
	盐田	东海岸二期	
	坂田	万科城	
	小计约 1400 套		

横岗振业城一期约 600 套

累计约 2000 套

消费体验：TOWNHOUSE 究竟为人们带来什么

据分析，人类居住于房子源于子宫图腾，寻找最基本的安全需要，这也符合马斯洛的需要层次理论。人类居住发端于树巢，但深受风吹雨打、四季变化的影响，以及凶猛野兽的侵害而对人类的安全造成威胁。于是，人类居住进入“洞穴时代”，利用天然洞穴、悬崖陡壁下方进行栖身或者“掘穴而居”，山顶洞人便是穴居时代的典型代表。到以土地为依存进行畜牧和农耕的新石器时代，无论是游牧而居还是村落居住，人类居住历史都在围绕着土地而展开。即使是现代都市的高层建筑，也没有削弱人类对土地的依附情结，反倒越演越烈。这是 TOWNHOUSE 的社会心理学基础。

从严格意义上而言，只有 TOWNHOUSE 和别墅才能真正称得上居住层面的完全房地产。道理很简单，普遍住宅的房产所有权是独立的，但地产的使用权则是共有的，但 TOWNHOUSE 不同，它将土地和房产真正实现了完美结合。威廉配第说：“土地是财富之母”，从另一个层面说明了 TOWNHOUSE 独有的土地价值。

TOWNHOUSE 的最大魅力还在于它同时满足了人们有天有地的庭院情节和邻里交往需要。独立的庭院与一般的普通住宅形成了截然不同的生活方式，而其几户甚至十几户联排的布局使得邻里接触趋于频繁，这又是独栋别墅所不具备的。从生活方式来看，TOWNHOUSE 是结合了别墅和普通住宅的完美生活形态。

以“坡地;溪畔;独院住宅”为表现主题的振业城，更是深圳 TOWNHOUSE 的全新升级版：

其一，规模。它是目前深圳规模最大的独院住宅社区，占地面积 41 万平方米，独院住宅总套数超过 1000 套；

其二，品质。它是目前深圳以至华南地区首个在规划阶段通过建设部 AAA 住宅性能认定新标准（2004 版）预审的项目，建筑质量和性能自不待言；

其三，规划。按照“七岛一湖”的规划思想将建筑与水体紧密结合起来，并且应用北美的成熟技术营造活水系统，大大减少了后期物业管理的维护成本。对开发利用水资源具有广泛借鉴意义；

其四，院落精神。这是振业城独院住宅区别于其他 TOWNHOUSE 的根本所在。振业城的前院、后院和中庭，不仅使天地人三合一的境界进一步深化，更是其对精英阶层心理的深刻洞悉，对人的心灵回归土地的深层次需求的理解。

其五，生态。将太阳能集成模块和屋顶材料统一设计，应用于每栋住宅，成为深圳首个大面积使用太阳能的生态社区。

社会指标：HOUSE 社会阶层正在迅速形成市场

研究人士认为，TOWNHOUSE 的客户来源是原有的别墅和城市住宅的客户群。一种是原有别墅客户的演化，他们看中了 TOWNHOUSE 的城市属性带来的便利交通和繁华的城市生活；另一种是原有购买城市住宅的客户，由于偏好 TOWNHOUSE 低密度和市场稀缺的产品特点，在总价相同的情况下，他们宁可牺牲一定路途时间而选择位置稍远的 TOWNHOUSE 项目。在深圳，后一种趋势将成为重要的市场流向。

在国外，拥有 TOWNHOUSE 这部分人被称为“HOUSE 阶层”。欧洲的住房分三大类：公寓、HOUSE 和别墅。公寓的概念与国内所说的普通住宅和公寓大致相同；别墅必是依山傍水，附带方圆几亩的别墅森林。欧洲的中等住宅是 HOUSE，大致是一种独门独院的概念，有 2 层有 3 层，为一个家庭拥有，也有 2 - 3 个家庭合住一个的，称为多家庭 HOUSE。可见，深圳所说的 TOWNHOUSE 和欧洲的 HOUSE 概念有相同之处。“HOUSE 阶层”具备一定的物质基础，有追求高档住宅的能力与强烈的意愿。他们奋斗在繁忙的都市，事业上对都市有强烈的依赖，同时他们又向往健康、休闲的居家空间，在汽车时代背景下，他们的理想居所指向了位于城市近郊的低密度住房——TOWNHOUSE。最重要的是，TOWNHOUSE 为这个社会阶层贴上了外显标签。出则繁华，入则宁静。

横岗作为深圳东部交通网络最为活跃的城区，距地王大厦 18 公里路程，仅相当于从地王大厦到华侨城的距离。这对于生活在汽车轮子上的人来说，刚好与城市保持着不远不近的距离。除此之外，横岗更有着丰富的自然景观资源。这里是深圳夏季气温最低的地区之一，和罗湖的温差高达 3℃；空气粉尘含量较低。倚靠梧桐山脉天然的大氧吧，可尽情享受含量较高的负离子。世外桃源般的环境，加上不近不远的距离，振业城当是“HOUSE 阶层”逃离喧嚣的城市，

拥挤的城市空间，恶劣的城市空气，而让心灵回归的最佳居所。感性的富裕阶层为了自己喜欢的生活方式，可以不计较付出。而理性的消费者会计算居住的成本。逐步完善的交通体系解决了时间成本，物有所值的性价比更降低了生活成本。振业城的独院住宅的综合性能与香蜜湖片区 TOWNHOUSE 相比毫不逊色，但其价格则更具竞争力，性价比优势非常明显。物以类聚，人以群分。业界人士认为，振业城作为深圳规模最大的独院住宅社区，更适合人居，必将成为 HOUSE 阶层的最大聚居地。

深圳市已售及在售别墅统计

序号	项目	位置	项目规模	规划	相关指标	营销节点	别墅类型	数量	面积区间	单价区间	总价区间
1	银谷别墅二期	银湖	占地面积 10 万 M ² , 总建筑面积 6 万 M ² , 总共 225 户	一期规划共有 20 幢别墅, 设有两幢五层带电梯花园洋房, 共 32 个单位	容积率: 0.60, 绿化率: 64%, 车位比 1.56:1	开盘 1999-9-18 ; 入伙 2001-12-31	独立别墅	20 套	547-628-839	22000	1200-2150
2	颐园	银湖	总占地面积 12.8 万 m ² , 总建筑面积约 15 万 m ² ,	共 53 户联排别墅	容积率: 0.75, 绿化率: 51.4%, 车位比 2:1	开盘 1999-11-30 ; 入伙 2000-3-31	独立别墅	53 套	280-400	13000-15000	
3	翠林别墅	沙头角	占地面积 7700 M ² , 总建筑面积 7500 M ²	一期 23 栋别墅, 由美国著名建筑设计师宾士奈设计, 香港名牌发展商新世界地产开发	容积率: 0.09, 绿化率: 70%, 车位比 1:1.1	开盘 2001-6-30 ; 入伙 2001-12-31	独立别墅	23 栋	270-500	16000-23000	430-1150

序号	项目	位置	项目规模	规划	相关指标	营销节点	别墅类型	数量	面积区间	单价区间	总价区间
4	沙河高尔夫别墅	南山区侨城路	占地面积 59200 M ² , 总建筑面积 18888 M ²	有 39 栋别墅	容积率: 0.3		独立别墅	39 套	217-500	11500	250-575
5	半山海景别墅	蛇口沿山路	项目总占地面积 78000 M ² , 总建筑面积约 24000 M ²	规划兴建 76 幢别墅, 部分为轻钢结构, 买家可按自己的意愿设计	容积率: 0.28, 覆盖率 17.33%	入伙 2002-3-31	独立别墅	76 栋	250-760	17000	425-3000
6	城市山谷二期	南山	占地 57346 m ² , 总建面 53875 m ²	TOWNHOUSE 有 56 套; 30 栋独立别墅	容积率: 0.94	开盘间: 2002-6-22 ; 入伙 2002-12-17	独立别墅 Townhouse	86 栋	250-630	12000-15000	300-1000
7	波托菲诺纯水岸	华侨城	占地面积 46296 M ² , 总建筑面积 937369 M ²	86 栋别墅和 9 栋多层	容积率: 2.02, 绿化率: 60%, 车位比 1:1.1	开盘 2002-7-21 ; 入伙 2003-1-31	Townhouse	86 套	260-330	均价 15000	300-500

序号	项目	位置	项目规模	规划	相关指标	营销节点	别墅类型	数量	面积区间	单价区间	总价区间
8	水榭花都 TOWNHOUSE	香梅路	占地面积 164764 M2, 总建筑面积约 20 万 M2	规划兴建 50 套连排别墅, 其他为多层和小高层, 为市中心罕有湖景大规模低密度豪宅区	容积率: 1.2	一期开盘: 2002-7-18, 入伙 2003-6-6	Townhouse	50 套	256	10600-15000	270-384
9	名商园	南山	占地 24881 m ² , 总建筑面积 13767.55 m ²	别墅	容积率: 0.55	开盘间: 2002-8-31	Townhouse	38 套	335-400	14000-19000	499-1000
10	水晶之城	横岗	占地 262911 m ² , 总建筑面积 375464 m ²		容积率: 1.43	一期开盘 2002-12-30; 三期入伙 2004-9-30	Townhouse	16 套	169-180	4300-4500	70-80
11	仙泉山庄	莲塘	占地 21193 M2, 总建筑面积 32953 M2	多层、TOWNHOUSE	容积率: 1.55	开盘 2003-1-31; 入伙 2003-11-1	Townhouse	87 套	130-260	9000	120-250
12	翠园二期(假日托乐嘉)	梅林关口	占地 615912 m ² , 总建筑面积 58147 m ²		容积率: 1.06, 绿化率: 56%, 车位比 1:0.67	开盘 2003-3-13; 入伙 2003-8-30	Townhouse、独立别墅	43 栋	150-290	6000-11000	90-180
13	宝龙山庄	龙华	占地 4.5 万 m ² , 总建筑面积 2.69 万 m ²	A、B 型双屋别墅和 C、D、E 独立式别墅两大类型	容积率: 0.60, 绿化率: 73%, 车位比 1:1	2003.9 开盘	独立别墅、双拼别墅	74 套	282-402	5000	90-200

序号	项目	位置	项目规模	规划	相关指标	营销节点	别墅类型	数量	面积区间	单价区间	总价区间
19	云深处	盐田梧桐山畔	占地 94438 M2, 总建筑面积 34700 M2	独立别墅 55 户, 花园洋房 6 栋 58 户, Townhouse 3 栋 18 户; 共 131 户	容积率: 0.37, 绿化率: 70.50%	开盘 2003-8-30; 入伙 2004-7-31	独立别墅、花园洋房、Townhouse	131 套	173-523	8500-14000	150-900
20	仙湖山庄	罗湖仙湖植物园	占地 64502.6M2, 总建筑面积 41661M2	一期 28 栋别墅、一栋七层公寓楼 (77 套住宅)	容积率 < 0.65	一期开盘 2003-1-1; 一期入伙 2003-7-28	独立别墅	28 栋	243-367	16000-20000	390-800
21	观澜湖高尔夫大宅	观澜	占地 15.2 万 m ² , 总建面 6.4 万 m ²	独立别墅	容积率: 0.42	2004.5.8 开盘; 2005.6.30 入伙;	独立别墅	估计约 200 套	438-868	成套销售	1300-3000
22	天琴湾	大梅沙	占地面积 29.8 万平方米, 总建筑面积 3.87 万平方米	项目分三期开发, 一、二期为 11 栋低层、联体退台式高档度假公寓和豪华会所, 三期为顶端豪华单体别墅共 48 幢独立别墅	容积率: 0.13, 绿化率: 87%	开盘: 2004-4-18; 入伙 2004-8-1	独立别墅	48 栋	350-1000	20000	700-2000
23	17 英里	溪涌	占地 67571 m ² , 总建面 50687 m ² , 共 107 户		容积率: 0.75	2004 年	Townhouse	107 套	180-300	15000-16000	270-3000
24	瑞河耶纳	南山	占地 78767.20 m ² , 总建面 111400, 共 601	TOWNHOUSE、花园洋房、小高层三	容积率: 1.41, 绿化率: 62%	2004 年	Townhouse	95 套	250	---	---

序号	项目	位置	项目规模	规划	相关指标	营销节点	别墅类型	数量	面积区间	单价区间	总价区间
14	西丽山庄	西丽	占地 41206 m ² , 总建筑面积 23383 m ²	47 栋别墅和 24 套复式房	容积率: 0.57, 绿化率: 50.40%, 车位比 2:1	入伙 2004-11-30	独立别墅	47 套	315-680	22000	600-1500
15	四季花城	坂田		叠拼别墅			叠屋	200 套	140-205	6000	80-130
16	熙园	香蜜湖	占地 127962.6 m ² , 总建筑面积 154035 m ²	15 栋别墅、TOWNHOUSE、多层、小高层、花园洋房	容积率: 1.33, 绿化率: 58%, 车位比 1.52:1	开盘 2003-8-23; 入伙 2004-10-31	Townhouse	53 套	195-390	14000-30000	300-1000
17	中旅·国际公馆	香蜜湖	占地积: 109361.50 m ² , 总建筑面积 281595.52 m ² ; 一期总占地面积 55831.5m ² , 建筑面积 122815.7m ²	分二期建设, 其中一期分为 4 个组团, 43 栋 townhouse, 21 栋 7-12 层的小高层, 4 栋 15-18 层的高层住宅	容积率: 2.14, 绿化率: 51.8%, 车位比 1.52:1	一期开盘 2003-6-7; 入伙 2003-12-20	Townhouse	43 套	191-327	15000-20000	290-700
18	东海岸	大梅沙	占地约 26 万 M ² , 总建筑面积约 21 万 M ²	多层、小高层、独立别墅、联排别墅、公寓等	容积率 < 0.8	一期开盘 2003-7-5; 二期开盘 2004-7-3; 二期入伙 2005-6-30	独立别墅 Townhouse	93 套	249-380	9500-14000	200-500

序号	项目	位置	项目规模	规划	相关指标	营销节点	别墅类型	数量	面积区间	单价区间	总价区间
			户								
25	心海伽蓝	盐田	占地 19602 m ² , 总建筑面积 53944. m ² , 共 307 户	4 栋多层、4 套别墅和 8 套联排别墅组成	容积率: 1.98, 绿化率: 50%, 车位比 2:1	2004-7-19 开盘	独立别墅 Townhouse	12 套			
26	田园居	银湖	占地 5.9 万平方米, 建筑面积 2.4 万平方米。		容积率: 0.4	1997 年	联体	130 套	317	24000 左右	800 万
27	齐明别墅	银湖	占地 75000 平方米, 建筑面积 46000 平方米		容积率: 0.61			110 套	274-356	10000-16000	280-310
28	金湖山庄	银湖					联体	140 套	311-387	9000 (转让价)	220-350
29	康乐花园	横岗					独立		355	3600 (转让价)	130-200
30	梧桐花园	横岗					独立		478	1800-2200 (转让价)	88-
31	翠湖山庄	横岗					独立		245-317	3200-3500 (转让价)	80-110

序号	项目	位置	项目规模	规划	相关指标	营销节点	别墅类型	数量	面积区间	单价区间	总价区间
	合计							套	130-1000 m ²	1800-220 00元/m ²	70-3000 万元/套

一、 个案点评

(一) 半山海景别墅

项目名称	中文	半山海景别墅
	英文	
项目地址	蛇口龟山路与沿山路交汇外东北	
联系电话	0755-26822288	
开发商背景	名称	深圳招商房地产开发有限公司
	主要出资人	深圳招商房地产开发有限公司
	以往业绩	招商海月
项目合作	建筑设计	泛亚易道
	园林/景观设计	泛亚易道、英国罗麦庄马、招商联合设计
	物业管理	招商管理
	物业管理费用	¥6元/m ² 月
	项目策划及销售代理	招商地产
建筑规模	占地面积	12万 m ²
	主要建筑类型	全部 67 幢独立式别墅
	总建筑面积	5.7万 m ²
	容积率	0.475
	覆盖率	——
	绿化率	70%
	总套数	67
	分期及面积	分为两期建设
开发期限	停车位	每户备有 2 私家车库
	开盘时间	2001-5-1
	开工时间	——

	首期交房时间	2002-3-31					
	整体完工时间	已完工					
续上表							
主要户型	类型	A	B	C			
	面积	279-300	300-500	500-900			
	户型	——	占 50%	——			
	结构	混凝土					
	私家配套	私家泳池、私家花园、工人房					
	私家花园面积	70-900，以 300-500 为主					
	户型特点	较大面积的别墅由客户参与设计					
价格水平	最低价格	17000 元/平方米，400 万元/套					
	最高价格	25000 元/平方米，2200 万元/套					
	平均价格	21000 元/平方米，800-1000 万元/套					
	总价范围	400-2200 万元/套					
建筑特征	建筑风格	欧式简约风格					
	层 数	2-2.5 层					
	设 备						
	配套服务设施	会所，以及招商位于蛇口的所有报务设施					
	宅 院	草坪					
	室 内	毛坯					
	外 墙 面	大理石+高级涂料					
	其他/备注	——					
销售情况	销售 46 套						
主要客户群	蛇口经商的人士，以及向往蛇口宁静的居住环境的南头客户						



(二) 名商园

项目名称	中文	名商园
	英文	
项目地址	南山区侨城西路	
联系电话	010-60242096	
开发商 背景	名称	深圳名商室外运动俱乐部
	主要出资人	深圳名商室外运动俱乐部
	以往业绩	名商高尔夫球场
项目合作	建筑设计	深大设计院
	园林/景观设计	香港 LNA 园艺设计室李宝章事务所
	物业管理	球会管理
	物业管理费用	¥ 4.3 元/m ² 月
建筑规模	占地面积	24881.5m ²
	主要建筑类型	4-4.5 层 联体别墅
	总建筑面积	15297m ²
	容积率	0.61
	覆盖率	
	绿化率	90%
	总套数	38
分期及面积	一期全部开发	

	停车位	每户备有 2 私家车库			
开发期限	开盘时间	2002-8			
	开工时间				
	首期交房时间	2002-8			
	整体完工时间	2001			
主要户型	类型	联体别墅			
	面积	335-400 m ²			
	户型	7x3x5			
	结构	框架			
	私家配套	私家中庭院落, 工人房, 双车位			
	私家花园面积	400-500 m ²			
	户型特点	每层只有约 80 m ² , 略为紧凑, 未能体现别墅物业的豪华气派			
价格水平	最低价格	14000 元/平方米			
	最高价格	19000 元/平方米			
	平均价格	17000 元/平方米			
	总价范围	499-2000 万/套 (其中最贵的一幢为两套打通)			
建筑特征	建筑风格	欧式式			
	层 数	4.4.5 层			
	设 备				
	配套服务设施	会所, 酒楼			
	宅 院	设置院落分割, 院内绿化			
	外 墙 面	部分大理石和高级贴面砖			
	室内地面	毛坯房			
	其他/备注	——			
销售情况	目前销售 8 套, 占比例 21%				

主要客户群	1、外地高官子弟；2、高科技行业的年轻新贵；3、香港高尔夫球爱好者
-------	-----------------------------------

(三) 观澜高尔夫别墅

项目名称	中文	观澜高尔夫别墅		
	英文			
项目地址	宝安区观澜高尔夫球会内			
联系电话	28020888			
开发商背景	名称	深圳观澜湖房地产开发有限公司		
	主要出资人	深圳观澜湖房地产开发有限公司		
	以往业绩	——		
项目合作	建筑设计	深大设计院		
	园林/景观设计	美国建筑设计师 Landmark Golf Company		
	物业管理	第一太平戴维斯（顾问）		
	物业管理费用	6.5 元/m ²		
建筑规模	项目策划			
	占地面积	43448m ²		
	主要建筑类型	一期为多层豪宅，二期为别墅，三期为 16-17 层公寓		
	总建筑面积	13051m ²		
	容积率	0.3		
	覆盖率	——		
	绿化率	95%		
	总套数	56		
开发期限	分期及面积	分三期开发		
	停车位	1 车库/户		
	开盘时间			
	开工时间			
主要户型	首期交房时间			
	整体完工时间			
主要户型	类型	夏斯达	卡斯达	

	面积	260.32 m ²	196.73 m ²		
	户型	4房3厅4卫			
	结构	框架			
	私家配套	私家花园、球车房、工人套房、天井			
	私家花园面积	300-1200 m ²			
	户型特点	古堡式设计；阳光浴室、户型方正实用			
价格水平	最低价格	330 万元/套			
	最高价格	590 万元/套			
	平均价格	——			
	总价范围	330-590 万元/套			
建筑特征	建筑风格	西班牙风格			
	层数	2			
	设备				
	配套服务设施	高尔夫球场、会所，酒店			
	宅院	设草坪			
	外墙面	高级涂料			
	室地	毛坯			
	其他/备注				
销售情况	售罄				
主要客户群	1、国内外爱好高尔夫球运动的富有人士；2、国内大型集团公司				
规划图					

深圳市振业（集团）股份有限公司
横岗项目部
2005-4