

中海某某别墅项目营销策划报告

目录

市场篇

壹、	一、	别墅大市场研判	04
贰、	二、	板块市场研究	12
参、	三、	市场篇大结论	24

策略篇

壹、	一、	SWOT 分析	25
贰、	二、	定位系统	27
参、	三、	营销策略	31

销售篇

壹、	一、	价格策略	35
贰、	二、	推案策略	37
参、	三、	客源销控	39
肆、	四、	开盘条件	40
伍、	五、	现场售楼处及样板段	40
陆、	六、	现场售楼处	40

广告企划篇

壹、	一、	案名	43
贰、	二、	广告总精神	43
参、	三、	广告总口号	43
肆、	四、	广告推广主题	44
伍、	五、	媒体计划	44
陆、	六、	阶段性营销推广	45

附件

销售管理程序及流程	51
广告投放流程	63

【市场篇】

- ➤ 上海的别墅市场在近两到三年呈现**供大于求**的现状，而由于目前全国和上海对于别墅用地的停止供应和上海经济的快速增长使得个人收入较大增长，别墅购买群扩大，在未来 5 到 10 年成为**稳定的购房热点**；
- ➤ 随着上海经济的飞速发展，别墅的客户群也正在不断发展壮大，本地客户和外地来沪发展的实力阶层、海外归国创业人群将逐步形成新的别墅购买人群——**新上海富裕阶层**，该阶层将成为上海中高档别墅的最大购买群，但千万以上的顶级别墅仍然以外籍人士和外地高端企业主为主要客源；
- ➤ 从别墅的分布来看，随着一城九镇的开发和上海中心土地资源的日渐稀少和私家车的大量普及，上海别墅的外延将由目前的西郊和浦东移向自然原生态景观更为理想而距离市区半径更大的松江、嘉定、上海远郊、昆山、苏州等地，并形成**规模化、集中化**的别墅大盘；
- ➤ 以佘山为中心正在形成一个上海最大的、资源最好的高档别墅区——**大佘山富人区**；
- ➤ 沪青平公路沿线别墅经过将近 10 年的发展，已经成熟。别墅档次已由原有的中低档，发展为中高档别墅的聚集区；
- ➤ **西区的泗泾、松江、新桥、青浦**是四个同质竞争的别墅板块，其供应的别墅多为 200-300 万总价的楼盘。对于现今“两头俏，中间冷”的别墅市场而言，200-300 万的市场处于最为尴尬的境地。而各板块各有特点。

关键词：“供大于求”、“新上海富裕阶层”、“集中开发”、“佘山富人区”、“松江新城板块”、“泗泾板块”、“新桥板块”和“沪青平板块”。

第一部分、别墅大市场研判

壹、 一、 上海别墅市场的大势分析

1、上海的经济稳定快速发展将成为上海未来别墅的最有力支撑。

- (1) 上海经济连续快速增长，已连续 11 年保持两位数增长态势；
- (2) 上海 GDP 的增加，城市空间的扩大、私家车的大量进入家庭、人们对于空气、绿色和健康的要求不断提高，使得白领阶层中的精英人士、成功的私营企业主、海归创业人士将逐步转化为**新上海富裕阶层**；
- (3) 申博成功、中国入关、浦江两岸开发等利好消息将吸引更多的外资进入上海，更多的外资企业和国际 500 强企业将地区总部迁至上海，也带来了新一批别墅的租赁阶层和购买阶层；
- (4) 上海为增强整体城市竞争力。扩大吸引外资，决定启动“173 计划”，即将松江、嘉定、

青浦三区 173 平方公里的范围划为新的低成本外商投资基地。

2、上海停止别墅类项目土地的批租将在很大程度创造了未来别墅市场的稀缺性，随着上海土地资源越来越珍贵，容积率在 0.3 以下的独立别墅项目将会更加稀缺；

3、随着上海经济的发展，上海即将成为一个新的百万富翁制造中心，将诞生一个新上海富裕阶层，他们具有以下特点：

- (1) 有一定的收入，月收入在 3 到 5 万元，年收入在 50 万以上；
- (2) 年龄在 35—45 岁，并且有越来越年轻的趋向；
- (3) 是企业的管理、技术核心阶层，是企业福利、资源的最大掌握者和获利人；
- (4) 其中的相当一部分人有留洋经历，是融汇中西文化的现代经营管理专家。

二、上海别墅的历史和现状：

1) 1) 上海别墅的发展——三次浪潮：

- A、 A、 第一次浪潮——九十年代初的房地产开发热，形成了外销别墅的出现，主要集中在西郊虹桥地区，主要客户群为外国驻沪领事、外企老总，截止到 1996 年底，有别墅楼盘 62 个，以租赁为主，一部分也上市销售，但租赁情况不理想；**
- B、 B、 第二次浪潮——九十年代中后期，由于中国经济抵御了亚洲金融风暴，一枝独秀，经济的发展带动了居民收入的提高，加上日益完善的市政、交通设施，吸引了众多国内外的投资者，在这阶段，随着 1997 年锦秋加州花园的推出，使得联排等经济型别墅成为新的销售热点；**
- C、 C、 第三次浪潮——2001 年到今天，随着房地产市场再次迅猛发展进而带动了别墅市场的复苏，随着家用轿车普及率的提高，上海大市政建设的发展，新财富阶层、中产阶级、白领阶层等市场的形成，别墅市场的春天真正到来，别墅市场进入一个百花齐放，百家争鸣的局面，从花语墅、康桥半岛为代表的联排别墅，到亿豪名邸、艺墅学苑为代表的叠加别墅，再到云顶别墅、长岛别墅为代表的中高档独立式别墅，别墅风格也层出不穷，从传统的欧美别墅，到中式庭院、澳洲风情、高尔夫别墅等，而西郊庄园、鼎邦丽池的出现，一下子把别墅总价从百万提升到了千万，而上海紫园的横空出世，则代表了上海在豪宅方面已经同世界同步，开始打造属于自己的富人区，上海作为国际大都市正在创造更好的居住环境，迎接来自世界各地的精英人士。**

三次别墅浪潮造成上海别墅市场开发规模化、开发区域范围扩大，别墅种类增多，而中高档别墅成为开发的热点，供应量一直占据了别墅市场最大的份额。上海别墅的竞争焦点也将集中在中高档的别墅。将逐步进入更加激烈的产品竞争和品牌竞争之中。

2) 2) 2002 年上海别墅的供求状况：

A、 A、 2002 年别墅供应主要集中在 5 个行政区，即浦东、闵行、松江、青浦和长宁；供应量达到全市总量 95%，同时需求较为旺盛的主要集中在闵行、浦东和松江三个行政区。2002 年上海市在售别墅楼盘约 180 个，2002 年推出别墅共 580 万平方米，销售约 130 万平方米，其中闵行（包括奉贤，49 个）、浦东（包括南汇，45 个）、松江（43 个）、青浦（22 个）、长宁（17 个）、其他（4 个）。具体比例如下图：

B、 B、 宏观调控将为现有项目带来市场机遇

2003 年 2 月 18 日国土资源部发出紧急通知，要求停止别墅类用地的土地供应。这将会减少别墅的增量，促进现有项目的消化，同时土地供应的限制将会使现有别墅的价格上升，这对已经拿到地的项目面临着很大的机遇。

C、 C、 非典在一定时期一定程度上影响了境外人士来华投资置业的需求，另一方面却对别墅为代表的生态住宅、环保住宅、健康绿色住宅的发展提供了契机；同时这种被抑制的需求，在未来的一段时间内会得到释放。

D、 D、 别墅的销售来看，整体情况并不是非常理想，目前别墅的销售为两头高，中间低，顶级别墅如上海紫园、西郊庄园、紫都·上海晶园都有不错的销售，而低端的叠加、联排等准别墅销售如美墅、丽水华庭等经济性别墅销售也不错，而恰恰是中高端的楼盘由于目前整体的盘量最大，而产品同质化比较严重，所以反而卖不动。

附：2002 年第四季度和 2003 年第一季度别墅成交情况比较：

2002 年第四季度				2003 年第一季度			
类型	面积	均价	占总量比重	类型	面积	均价	占总量比重
别墅	万 M ²	元/ M ²	%	别墅	万 M ²	元/ M ²	%
	13.07	6278	2.12		13.52	6236	3.26
分析结论	1、成交面积增加；2、成交价格微降；3、占上海商品房成交总量的比重有较大提升。						

供求研究结论：

- 1、 1、 目前的上海别墅区域主要集中在松江、浦东、闵行三大区域，而中高档的别墅主要集中在松江和浦东，松江将形成以佘山为中心的上海富人区；
- 2、 2、 别墅用地的停止批租，将会在未来两三年里对市场产生影响，造成资源较好的独立别墅提供了上涨空间；
- 3、 3、 面对 SARS 后的住宅发展必然会更多的倾向于绿色住宅、生态住宅，相对于原生态低容积率别墅创造更多的市场机会；
- 4、 4、 今年别墅成交量较去年有一定上升，但成交价格有所下调，主要由于目前别墅供大于求，加上联排等类别墅市场供应量有所增长产品同质化严重，造成别墅实际成交价格出现阶段性盘整。

式、 二、 上海别墅的消费者研究：

1、 1、 目前上海别墅购买族群。

根据有效调查显示：

- 1) 1) 从地域区属来看：上海籍人士仅占 37.08%，国内其它地区的占 26.89%，港澳台占 28.35%，该三部分客群占市场主体，占 92.32%，其余少量为外籍人士购买，占总体比例的 7.68%；
- 2) 2) 从职业分布来看：中高级管理人员比例最高，占到 43.92%，专业技

术人员占 27.85%，私营业主占 15.36%，自由职业者占到 6.10%，其余有 6.77%（注：由于中国人忌讳“露富”，许多企业主和老板将自己的身份归入中高级管理人士之中，造成中高级管理人员比例最高）；

- 3) 3) 从年龄段来看：35—40 岁与 45—50 岁两个年龄段是别墅购买意向最为集中的段落，尤其值得注意的是 **35-45 岁** 年龄段在近两年来增长最快，这一年龄段的人群大多事业有成，家庭稳定，其中有很大比例已开始自己创业，购买力最强，同时对生活的品质有更加成熟的理解。

2、 2、 别墅购买用途。

- 1) 1) 依据别墅的功能与用途分类：

A、 A、 自住类——一般以客户自住，作为第一居所，如用于自己居住的别墅，一般的特征是距离市区车程在半小时以内，周边生活配套比较齐全，大多数近郊别墅都可以作为第一居所；

B、 B、 度假类——主要是在风景比较好的远郊区，主要作为第二居所，是 5+2 式居家，用于双休日小住，如目前佘山的一些高档别墅，主要提供给成功商务人士周末与家人享受；

C、 C、 旅游类；主要是位于著名旅游风景区，分时度假居住，如苏州太湖之星、太阳湖别墅。

D、 D、 办公类：主要指一些都市别墅、老洋房，处于较好的地段，便于进行商务活动，主要出租给跨国公司作为公司办公地点。

- 2) 2) 依据别墅的购买动机：

A、 A、 自用型；

B、 B、 投资型；

C、 C、 混合型。

别墅消费者研究结论：

- 1) 1) 别墅购买者的年龄集中在 **35-45** 岁之间，且目前有年龄有下降的趋势；
- 2) 2) 目前别墅市场呈现两头热，中间凉的消费现状，主要原因是目前上海的真正具有极品品质的豪宅并不多，而经济别墅也显得供不应求，而处于两者之间的中高档别墅由于量体最大，且产品同质化情况严重，所以竞争最为激烈，市场风险也最大；
- 3) 3) 目前上海的别墅市场尚处于初级阶段，无论别墅的产品还是别墅的消费者，都处于一个成长的时机，目前上海 **2/3** 以上的别墅消费者都是第一次住别墅，经验客户的严重缺乏也是目前别墅市场不成熟的表现之一；
- 4) 4) 随着新上海富裕阶层的形成将使得中高档别墅的本地客户购买力提高、所占客户比重提高，同时随着客户需求的提高对别墅产品品质的要求更加苛刻。

参、 三、 别墅的价格走势：

- 1) 1) 上海中房指数系统 3 月 12 日别墅指数报告显示，上海别墅指数达 **1012** 点，比一月基期上涨 **12** 点，上涨比例为 **1.2%**；
- 2) 2) 别墅指数研究得出如下预测结论：
 - 1、 1、 别墅价格在未来几年里仍会呈稳步上升趋势，主要是受别墅需求强有力支撑以及土地供应的受限；
 - 2、 2、 经济型及高端别墅需求旺盛，中端别墅市场竞争将更加激烈；主要由于本地客户需求放量将在很大程度上刺激经济型别墅的成交，而随着上海城市的快速发展，部分追求享受的外来和本地及外籍超高收入者将对为数不多而资源稀缺的顶级别墅带来旺盛需求。而相对市场供应量最大，而产品同质竞争最激烈的中档别墅，则要面临更为惨烈的竞争；
 - 3、 3、 从别墅未来发展区域来看，浦东和松江最为看好，浦东的四大产业带就为别墅的开发准备了极为丰富的粮仓；而随着松江新城的开发，松江大学城的兴建，R4 轨道线路的即将通达，佘山、月湖等上海独一无二的天然原生态资源，都使得这里成为别墅最好的风水宝地。

——结论——

- ◆ ◆ 上海别墅市场正在由初级阶段逐步进入成熟期，产品力不强的别墅将被淘汰。
- ◆ ◆ 别墅购买者的结构逐步发生变化，新上海富裕阶层所占比重逐步加大。
- ◆ ◆ 浦东和松江将成为未来高档别墅的最大聚集领地。
- ◆ ◆ 短时间的供大于求并不能改变远期上海别墅作为长期居住热点的前景。别墅市场呈现两头热，中间凉的现状，供应量最大的中高档别墅市场风险加大。

第二部分、板块市场研究

一、地块基本情况。

1、地理位置：

地块位于青浦区某某镇特色居住区，上海西区沪青平高速公路与方松路交会处，距离市区（人民广场）约 27 公里，距离规划中上海“一城九镇”中的旅游度假区朱家角及淀山湖约 18 公里。

2、四临。

北至：沪青平高速公路，距离沪青平公路 500 米；

南至：松江区界（淀浦河及三泾塘）；

西侧：方松路以东，新通波塘以东

3、地块资源。

景观河道：淀浦河东西贯通、新通波塘南北贯穿。淀浦河为上海市政府目前重点规划的连接淀山湖和黄浦江 46 公里长的景观水系，政府将加快淀浦河水上旅游业的发展，培育游艇休闲产业。

大型绿化：本地块与方松公路之间的地块，规划为大型绿化广场，是本项目可以利用的生态引擎。

4、地块技术经济指标。

占地面积：388430M²

容积率：0.224

总建筑面积：86700M²

可销售建筑面积：8200M²

公建配套面积：4700M²

总户数：238 户

二、沪青平公路（徐泾）板块研究。

1、板块提示。

徐泾别墅区是对古北住宅区的一个延伸，也被看作虹桥别墅区的附属，本身具有良好的地理优势和理想的交通状况。

沪青平公路沿线在开发初期，由于其作为公路给人造成很大的心理距离。随着沿线云都、舒友等大型海鲜楼兼洗浴、娱乐一体化场所的出现，吸引了很多市区的消费人群。沪青平公路逐步被人所认识和接受，同时大家发现其离市区的实际距离远没有想象中那么远。

1995年左右，沪青平公路沿线出现的如海天花园等楼盘，在当时出现过滞销。2000年到2001年开始，别墅市场由于其供应量相对于需求量来说，相对得不足，显得市场异常的火热。同时随着沪青平公路的地理优势逐步体现，其别墅市场呈现乐观场景。

2、楼盘简介。

项目名称	地址	价格	特别说明
海天花园 (叠翠别墅)	沪青平公路 1481 号	7000- 10000	多期开发，现期占地 86567 平方米，总建筑面积 29732 平方米，容积率 0.34，绿化率 65%，共 88 栋独立别墅，现剩余少量大户型。
湖畔佳苑	沪青平公路 1515 号	9000- 14000	占地 40 万平方米，分二期开发，共建 300 多户独立别墅，一期 173 户，销售良好。现正开发二期。
西郊美林馆	高泾路、沪青平公路	8000- 10000	二期西班牙风格。
西郊景园	高泾路 1001 号	7500- 10000	占地 12 万平方米，总建 8 万平方米，由 400 户联体别墅组成。
居礼	高泾路 555 弄	9500- 14000	占地 10 万平方米，总建 2.3 万平方米。由 72 户独立别墅组成，每户配露天泳池。现代立面风格。
九溪十八岛	高泾路 399 弄	300-1200 万/套	占地 22 万平方米，共建 142 户独立式别墅，平均每户占地 2.5 亩，建筑面积 300-1000 平方米。
长堤花园	沪青平公路 2056 号	250-1200 万/套	湿地坡景别墅。占地 22 万平方米，分三期开发，第一期 2.7 万平方

			米，由 56 栋别墅组成。
银涛高尔夫别墅	沪青平公路 2222 号	11000-15000	18 洞高尔夫球场，200 户独立别墅分四期开发。一期占地 6.8 万平方米，共有别墅 48 户。绿化率 70%，容积率 0.3。
绿波花园别墅	前云路 222 弄会所	160-400 万/套	占地 20 万平方米，绿化率 68.5%，容积率 0.294，分三期开发，一期 15515 平方米，由 44 栋别墅组成。

3、板块内竞品分析。

(1) 沪青平公路别墅已经成熟，许多项目都进入二期开发，一期成为后期开发的样板段，优势明显。本项目会面临阻击；

(2) 在档次上主要分为两段，单价在 7000-10000 元/M² 和 10000 元/M² 以上的，总价 200-500 万/套，500-12000 万/套。单套主力面积在 300-400 平方米；

(3) 建筑风格由原来的单调的欧美风格，向多样化发展，如湖畔佳苑的日式风格，居礼的现代简约风格为特征代表；

(4) 沪青平公路沿线别墅逐步向西发展，由徐泾向某某扩散。

4、消费者特征分析。

(1) 港台人士偏多。

由于沪青平公路与虹桥、古北的距离，该板块受到港台人士的追捧。

(2) 年龄层次结构。

主力消费年龄在 40-45 之间。

(3) 购买用途。

一般作为第一居所，自用为主。也有用以投资。

(三) 竞争板块研究。

竞争市场主要为两大板块——松江和闵行，其中又分为多个板块。

1、松江别墅市场简介

松江是上海市“十五”期间重点建设的新城，近年来别墅市场发展较快，是上海别墅项

目最多的区县之一。依托市郊中心城镇或城市快速干道，已经形成了**佘山、莘闵、新桥、九亭、泗泾（含洞泾）五大板块**。

(1) 佘山板块。

目前松江乃至上海、全国的顶级别墅最大聚集地，凭借上海独一无二山水宝地，佘山国家森林公园旅游度假区，东西佘山、薛山、凤凰山和月湖的水景都是其它人工景观所无法比拟的，高达 65% 的区域绿化面积，规划中 2005 年通车的 R4 轻轨，加上直达市区的方松公路、泗陈公路、沈砖公路，从早期开发的天马花园到天邻别墅，再到创下记录的天价别墅——上海紫园，这里已经形成一个顶级富人聚居区；

(2) 莘闵板块。

松江和闵行在地理上有着密切联系，莘庄以及其延伸地带闵行松江交界地带，统称为莘闵板块，该板块紧靠莘庄地铁站，距徐家汇商业区 14 公里，正在修建直达的交通干道，该地块河道密布，自然绿化好，**是目前上海经济性别墅的聚集地，与本案不形成直接竞争；**

(3) 新桥板块。

代表的别墅楼盘主要有绿洲比华利花园、绿洲长岛别墅、云间水庄、孔雀王朝等，该区域由于价格相对比较实惠，产品也比较出色，是上海本地富裕阶层和落户上海的一些成功人士青睐的经济型别墅社区，目前，该板块也开始出现 1 到 2 个顶级别墅，目前即将开盘的四季草堂声称要做中国最好的别墅，仅有 13 套别墅，定价 1200-1400 万元，目前已售出 3 套，该案的出现将不会改变目前板块的定位，**该板块目前由于别墅整体档次不高，加上地段等距离形成差异，不会形成直接竞争；**

(4) 九亭板块。

与泗泾板块相邻，区域内别墅比较集中，早期是以联排别墅为主，随着九州大唐花园、夏洲花园、爱伦坡等中高档独立别墅社区出现，档次也随之有了一定提升，但目前沪松公路沿线的环境比较差，目前交通也比较拥堵，但由于该板块是目前松江距市区最近的别墅区域，到市区车程 15-20 分钟，随着以后沪松公路的整改拓宽，未来的升值前景比较看好，但该板块以双拼、联排别墅为主，**与本案不构成竞争；**

(5) 泗泾板块。

形成于近两年，原来只有丽茵别墅等几个别墅物业，由于开发较早，密度较高、产品卖点不突出，销售并不理想，随着 2001 年下半年，云顶别墅、佘山银湖别墅等的推出，尤其是云顶别墅的现代式别墅风格创新，堆土成坡，半地下室私家会所空间等核心卖点，吸引了更多的市区客户乃至两外客户的购买，带动了整个板块的启动，形成了依托大佘山

概念，追求自身核心优势的新高档别墅领地，目前该板块的价格在 7000-12000 元/M²。

附件：松江目前在售别墅项目列表：

■ □ 根据上海市房地产交易中心资料显示，今年一季度，松江没有新的地块出让。

区域	项目名称	地址	类型	售价	销售情况
新 桥 板 块	浅水湾花园	莘松路 999 弄	独立、联体	7500-11000 元/平方米	一、二期已售完，三期独立别墅销售 11%，联体销售 80%
	同润别庄	新南路 555 号	独立、联体	独立 162-300 万/套， 联体 97-130 万/套	独立销售 85%
	绿洲比华利花园	明华路 366 弄	独立	250-650 万/套	销售 70%
	绿洲长岛花园	莘松路 1288 弄	双拼	6100-6800 元/平方米	销售 70%
	丽水华庭（二期）	新南路 1088 弄	叠加、联体、双拼	3600-4300 元/平方米	销售 54%
	乔爱别墅	新桥春九路 88 弄	独立	166-340 万/套	一期售完，二期销售 78%
	四季草堂	新站路 666 号	独立	1200-1400 万/套	销售 23%
	云间水庄	新南路、场西路	独立	200-400 万/套	销售 50%
	盛世香樟园	新站路 589 弄	独立	1400 美圆/平方米	销售 18%
九 亭 板 块	嘉富丽花园	九亭沪亭南路 85 号	独立、叠加、联体	3775-4500 元/平方米	一期售完，二期销售 70%
	夏州花园	沪松公路 1801 号	独立	180-380 万/套	销售 68%
	爱伦坡艺墅	九亭大街、涑亭南路	联体、独立	双联 100-150 万/套、 独立 180-300 万/套	一期预售 90%
	九州大塘花园	沪松公路 1801 号	独立、双拼	180-380 万/套	销售 70%
泗 泾	云顶别墅	泗陈公路、方泗公路	独立	233-380 万/套	一期销售 85%

板 块	佘山银湖别墅	泗陈路 888 号	独立	300-500 万/套	一期销售 95%
	泗泾颐景园	泗陈路	独立	180-300 万/套	一期销售 80%
佘 山 板 块	佘山月湖山庄	佘山林荫大道 1888 号	独立	1000 万以上/套	目前推出 68 套据称已售罄
	佘山天邻别墅	沈砖公路 3899 号	独立	均价 12000 元/平方米	销售 50%
	天马花苑	赵昆公路 3918 弄	独立	50-100 万美圆/套	一期售完，二期在售
	紫都·上海晶园		独立	500-1200 万/套	首期 65 套，销售 70% 以上
	上海紫园	西佘山环山路 9 号	独立	1500 万-1.3 亿元/套	销售不理想，据称即将被收购
	佘山高尔夫		独立、联排	总价 1000 万以上/套	未开盘，目前高尔夫球场正在招募创始会员

■ □ 松江今年即将推出别墅项目列表

序号	项目名称	地址	体量	类型	开盘日期	特点
1	皇琪爱丽舍	大学城东南侧	共 182 栋，联体为主，另有 4 幢独立别墅	联体、独立	未定，4 月中旬接受预定	松江大学城首个纯别墅社区。步行至 2005 年通车的轨道 9 号线中央公园站仅 10 分钟。
2	明月清泉	新桥镇新南街 368 号	18 栋双拼、7 栋叠加	双拼、叠加	未定，4 月中旬接受预定	位于新桥镇中心有利位置，周遍商业配套完善，房型设计以实用简洁为主，利用率较高。
3	丽茵别墅(三期)	泗陈公路、沪松公路	四期共 223 户	独立	一、二期已售完，三期预售中	占地 20.74 万平方米，容积率 0.3，绿化率 70%
4	泗泾颐景园(二)	泗陈公路	三期共 258 户	独立	一期销售 80% 以上，二期预计	总占地 525 亩，容积率 0.264，绿化率 70%，整

	期)				年底开盘	体布局以人工湖为中心，江南园林为景观特征。
5	云顶别墅 (二期)	泗陈公路、方泗公路	一、二期共 225套	独立	一期剩余 20%，二期 2003年下半年 开盘	以坡为特色，别墅依坡而建。每套别墅都建有一个“功能层”
6	紫都上海晶园	佘北公路、泗陈公路	350套	独立	2003年5月	佘山国家旅游度假区内，自然生态环境优越，占地1300亩，0.2以下超低容积率，户户临水，配有生活服务、休闲体育双会所。
7	天马花苑 (三期)	赵昆公路 3918弄	36套	独立	即将推出	占地184公顷，28公顷野生湖泊，27洞国际级高尔夫球场，2000平方米户外运动场。

通过对上述列表分析，我们发现：

- 1、 1、 独立别墅为松江别墅的主流产品，占到了 90%以上，并且竞争将愈演愈烈。
- 2、 2、 从在售楼盘的售价来看，单价主要集中于 3000-5000 元/平方米（主要在松江新城）和 6000-9000 元/平方米之间，分别占该区域楼盘的 41%、37%，单价 10000-15000 元/平方米及 15000 元/平方米以上的楼盘（主要集中在佘山附近）也占了一定比例。
- 3、 3、 别墅的竞争呈现为交通的竞争、生态环境的竞争、配套竞争。

2、闵行别墅市场。

闵行的别墅板块主要就是颛桥别墅区，其是上海 TOWNHOUSE 开发最为成功的区域。如君临天下花园、剑桥景苑、花语墅、樱园等，都火极一时。但当这些项目结束时，联排别墅也逐渐淡出市场了，开发商不约而同地将目光转向独栋别墅的开发。其中剑桥景苑一期和二期的变化可以说就是该区域开发对象变化的一个缩影，该案二期为纯独栋小区。同时在价格和所针对的客户群上有了很大变化，联体别墅一般总价不超过 100 万，而目前所开发的独栋别墅总价都是在 200 万左右。

除了上述变化以外，颛桥别墅区的开发重点向南发展，地段已经不是决定性因素。由

闵行区政府牵头开发的鑫都新干线，据说是上海最大的别墅区，总计包括四家别墅项目，除了已经在售的天籁别墅外，其余几家为湖山在望，圣得恒业花园和金铭-文博水景，进期进入市场。

附件：主要项目。

项目名称	地址	价格	特别说明
虹山半岛二期	虹梅南路 2121 号	270-550 万/套	二期占地 9 万平方米，纯独立式别墅 59 户，面积 410-430 平方米。
随园	春申路 2728 号	7000-8000	全案总规划占地面积 40 万平方米，随园属于三期，共 85 栋独立别墅，面积在 300 多平方米，内庭式花园设计。
天籁	向阳路 1683 号	200-280 万元/套	总占地 28 万平方米，一期首推 108 户已经售罄。绿化率 50%。
剑桥景苑	金都路	150-250 万元/套	占地 13 万平方米，分二期开发，由 134 户联排、43 户双拼和 100 户独立别墅组成。

三、典型个案产品基准竞争研究分析：

1、针对水景特色：

项目	位置	价格	容积率	规模	客户特点	户型面积
佘山银湖别墅	泗陈路、方松路	8500-9000 元/M ²	0.2	一期占地 27 万 M ² ，共建独立别墅 130 栋		面积 299M ² —500M ²
<p>竞争力分析：</p> <p>优势：1、地处佘山附近，自然景观独特；2、社区景观好，引进天然河流，户户临水；3、房型面积控制得当，面积从 299-500，属于该区域的低总价别墅。</p> <p>劣势：1、别墅种类比较单一，基本上都是美式；2、小区除水景外，缺乏比较突出的景观卖点；3、生活配套不足。</p>						

九州大唐 花园	沪松公路 1789弄	6000- 12000元/M ²	0.36	规模为158 栋（其中除 26套联体别 墅外，其余 均为独栋别 墅）		
竞争力分析： 优势：1、地处松江九亭，距市区近；2、社区景观好，引进天然河流，户户临水；3、交通便捷，规划中的R4线距离社区较近。 劣势：1、容积率较高，栋距过近；2、混合别墅社区，档次受到一定影响。						

2、针对原生态特色；

项目	位置	价格	容积率	规模	客户特点	户型面积
九溪十八 岛	高泾路 399弄	9000-12000 元/M ²	0.2	总栋数 142套， 全独立别 墅		
竞争力分析： 优势：1、原生态别墅社区，先造景，再造房，有3000棵原生大树、300余种丰富植物；2、典型的中式内庭院设计；3、位于成熟别墅聚集区域。 劣势：1、房型面积较大，总价较高；2、建筑风格比较平常，立面颜色不美观。						
佘山月湖 山庄	佘山旅游 区林荫大 道1888 号	总价在1000 万以上	0.17	68栋	上海乃至全 国的顶级富 豪	

<p>竞争力分析：</p> <p>优势：1、原生态别墅社区，采用国际“树”形规划理念，有千种原生大树、近百种名贵植物，拥有2条活水河，近万米水岸线，营造出岛、半岛、水湾的独特布局；2、独特的私家高尔夫果岭设计；3、由开发商划出地块范围，允许客户自己在规定的容积率范围内进行个性化房型规划设计。</p> <p>劣势：1、总价过高，只能针对金字塔顶端成功人士。</p>						

3、针对现代简约建筑风格：

项目	位置	价格	容积率	规模	客户特点	户型面积
云顶别墅	位于泗泾泗陈路、方泗公路	7000-8000元/M2	0.3	28万M2 大型原生态独栋别墅社区	据调查，海外归国人士占6成，温州等外地投资客占2成，上海本地占2成	一期目前剩余房源为359-600M2
<p>优势：1、地理位置好，离佘山5分钟距离；2、社区独特的坡地景观，底层作为家庭小会所；3、小区与目前上海别墅市场崇尚欧美的风气不同，推出现代简约的别墅；</p> <p>劣势：1、社区密度相对较高；2、</p>						
湖畔佳苑	位于沪青平公路1515号	9000-10000元/M2		300栋左右	主要以港台人士为主，和一部分海外归国人士	
<p>优势：1、非常有创新的产品设计（一层半中式别墅设计，内庭院水景）；2、位于成熟别墅聚集区；3、交通便利。</p> <p>劣势：1、目前周边配套缺乏</p>						
居礼	位于高泾路	8500-	0.3	73栋	主要以港	一期销售

	555 弄	9000 元/M2			台人士为主，和一部分海外归国人士	80%以上
<p>优势：1、独特的西方现代简约风格别墅，空间大气，尊贵，空中走廊；2、地理位置好，地处西郊沪青平别墅聚集区；3、每家都有私家游泳池。</p> <p>劣势：1、社区密度比较大；2、景观做的比较平、没有特点。</p>						

4、针对低总价别墅竞争对手：

项目	位置	价格	容积率	规模	客户特点	户型面积
泗泾颐景园	位于泗泾鼓浪路 315 号	6000-7000 元/M2	0.264	11.5 万 M2 独栋别墅社区	据调查，海外归国人士占 6 成，温州等外地投资客占 2 成，上海本地占 2 成	296-400M2
<p>优势：1、地理位置好，离佘山 5 公里距离，距离市区半小时车程；2、超低容积率；3、总价较低。</p> <p>劣势：1、景观一般；2、社区配套相对比较匮乏。</p> <p>据称目前推出一期别墅已销售 80%，剩下少量 300M2 以上的较大面积别墅。</p> <p>二期预计在年底开盘，届时将对本项目形成直接竞争</p>						

云间水庄	位于新南路、春莘路	7800元/M2		总占地 14 万 M2，共 200 套 独栋社区	据调查，海外归国人士占半数以上（包括港、澳、台胞）	230-400M2 多种房型
<p>优势：1、房型面积控制好，总价低；2、房型经济实惠，每户一卫，附送半地下室；3、原生态岛居风光；4、高科技智能、节能建材设施。劣势：一期正在推广，目前内部推出 30 套</p>						

市场篇大结论

- 1、1、 别墅大市场在未来 2 到 3 年会存在供大于求的现实，尤其是高档别墅（总价在 200-300 万）由于供应量最大、产品同质化严重，竞争将更加激烈；
- 2、2、 由于别墅市场土地批租的控制，在未来一个 5 年周期后期，面对成长中的别墅购买人群，别墅市场将会出现可喜的景象；
- 3、3、 产品同质化严重的问题同样出现在别墅市场，产品创新规划成为制胜的关键；
- 4、4、 竞争板块各具优势，尤其是松江的松江新城是“一城九镇”中率先启动的板块，其竞争力显著。