

2005 年重庆别墅市场分析

别墅市场分析 (1) 重庆市场别墅供应量较大，从宏观市场分析看，未来别墅市场竞争激烈。据我们不完全统计，当前亮相和潜在别墅项目占地已达 16000 亩，其中亮相项目约占地 6700 亩，已明确表示作别墅的潜在项目占地约 9300 亩。从市场统计情况分析，目前已亮相的别墅项目约 14 个，已推出别墅约 1500 套；预计下半年亮相并在未来 5 年内完成开发的别墅项目约 8 个，加上已亮相的，预计 22 个项目将一共推出 17500 套。从别墅供应分析，下半年新推出别墅项目不多，而在售别墅项目的新推产品仍将是市场供应的主力。17500 套（还不包括新开别墅盘）5 年要消化掉，这意味着每年要消化 3000 多套。同时，按照以往的销售情况看，一个销售情况特好的中高档别墅楼盘，其一年的销售量顶多在 150 套，即使重庆市场每年出现 10 个这样的楼盘，消化 1500 套，那么每年也还有 1500 多套空置。事实上，个别别墅盘，一年仅售 10 余套。未来别墅竞争有多激烈由此可见一斑。

(2) 投放地段北部新区渐成热土 目前从区域的角度而言，主要分布在以下几大板块：一是北部新区板块目前的主要项目有大川水岸、蓝湖郡、棕榈泉、比华利、青河湾、佰富高尔夫别墅等。二是北碚板块，主要项目有中安翡翠湖、水天花园鹭岛和沙坪坝的美茵河谷等。三是南岸板块，主要项目有天池林海、高山流水、长青湖别墅等。

从在售项目分布区域看，渝北、北碚、南山、含谷都有别墅项目在售，还没有形成一个明显的别墅集中供应区。相比之下，北部新区逐渐成为重庆别墅市场的热土。受地势较为平坦的优势和政府战略规划的支持，北部新区成为重庆市

别墅市场的重要热土。金开大道沿线，一个总占地超过 1 万亩，汇集顶尖开发商，汇集众多高尚大盘的庞大新城已开始浮出水面。龙湖、金科、保利、棕榈泉等八家开发商将共舞北部新区，总体量超过 600 万方（含大量别墅），估计在 5 年内全部推出。

(3) 产品细分中高档别墅为主流 从在售项目档次分析，高、中、低档别墅数均有销售。供应量中高档别墅为最，经济型别墅供应量相对有限。市调发现，目前重庆市别墅项目主要分为以下几类：

顶级别墅总价在 260 万以上，单价在 7000 元/平方米以上的独立别墅：如：香樟林别墅、龙湖蓝湖郡独立别墅、比华利豪园、中安翡翠湖、佰富高尔夫等部分别墅。这类别墅市场有效需求有限，但销售情况不错。 中高档别墅总价在 120-260 万，单价在于 4500--7000 元/平方米的独立别墅或连排别墅。此类项目有独特、稀有的景观资源做支撑，项目自身环境配置好、户型合理，走势看好。如龙湖·蓝湖郡的连排别墅、大川水岸、天池林海、中安翡翠湖部分别墅等。 经济型别墅单价在 3800 至 4500 元/平方米，总房款在 80 万至 120 万之间如清河湾别墅、华立天地豪园、天龙部分别墅等。

[4]如果按别墅对外部景观资源的稀缺性作为划分的依据，重庆市目前的别墅又可分为以下类：

湖景别墅 依湖而建，以中大型天然湖泊作为项目自然资源。如龙湖蓝湖郡、天湖美镇、中安翡翠湖、海兰云天纯水岸等。 江景别墅 主要以长江、嘉陵江为主要资源，如大川水岸

山地别墅 主要以山景为项目的外部资源，如天池林海等。 高尔夫别墅 依靠与高尔夫球场的联合开发，享受高尔夫球场的资源。目前有佰富高尔夫别墅、保利高尔夫别墅。 无外景别墅 依靠产品自身的规划、品质、设计差异化优势取胜。主要有比华利豪园、金科中华坊。

[5]别墅市场呈现新趋势 趋势 1：产品从早期的单一的外部借景开始向规模、产品综合质数取胜。重庆早期的别墅，

规模较小，内部环境与配套较差，主要以外部自然资源（如江景、湖景）为主要支撑，产品自身的规划与功能定位缺乏品质。进入 2002 年以来，以龙湖香樟林别墅为代表，重庆别墅产品开始依靠规模与综合质数取胜。目前龙湖·蓝湖郡、棕榈泉、天池林海为代表的千亩大盘将相继推出，整体规模的优势毫无疑问将促进项目配套、环境和产品规划方面的优化。比如蓝湖郡规划 200 亩的体育中心，棕榈泉联姻知名学校，比华利以豪宅形象为诉求，充分表明了市场的逐步成熟和产品依赖规模、综合质数取胜的趋向。

趋势 2：经济型别墅将大行其道。从别墅市场的发展情况看，经济型-中高级别墅放量将大幅增加，代表性的项目有青河湾、大川水岸、天龙别墅等，这类别墅主要以连排形式出现，其建筑面积集中在 200 至 300 平米之间，总价以 80 至 120 万为主，介于独立别墅与花园洋房之间，经济型别墅将是未来几年重庆别墅市场供应的重角。

趋势 3：高尔夫球场开始成为顶级别墅的砝码。目前，重庆市别墅产品联合高尔夫球场开发的项目有佰富高尔夫别墅。号称贵族运动的高尔夫，将是目前至下一阶段重庆市顶级别墅的标志。重庆金字塔尖的贵族们，在习惯了山水熏陶以后，将追求更为高尚和更能体现身份的高尔夫运动。

【6】别墅消费主力- 私营业主不论别墅档次高低，其主力目标客户多为私营企业主。特别是高档别墅和中档别墅私营企业主是最主要的消费群体。此外一些双知阶层，如大学教授、高级专业技术人员、金融界人士也成为中高档别墅的重要消费群，这部分消费者更重视环境与品质，自然条件较好的别墅项目是他们置业首选。在别墅消费人群中还出现一种低龄化的趋向，二十来岁就成为别墅业主的也不在少数。

顺驰·美兰溪谷 1

项目可行性报告

一、项目概况

1、项目概况

项目位于新规划的宝山区罗店新镇的西北部，紧临新镇规划的核心风貌区和教育配套集中区域

2、宗地现状

四至范围：东至抚远路；南至美丹路、学苑路；西至罗迎路；北至规划路。地块方正，目前基本平整，区内主要道路在拓宽修建中。

3、规划控制要点

总占地面积：212467.8 平方米；

净用地面积：207140 平方米；

容积率：1.2；

建筑面积：254926 平方米；

建筑密度：≤25%，建筑限高 20 米

1.3 交通

宝山区对外交通骨架规划为“四纵二横三线”：

“四纵”即逸仙路高架、江杨路、蕴川路、沪太路；

“二横”即外环线、郊区环线；

“三线”即地铁一号线、明珠三号线延伸以及轨道 7 号线。

罗店位于宝山西面，距人民广场 28 公里，距虹桥机场车行 30 分钟，

罗店镇与罗南镇合并以后，成为宝山最大的镇，面积达 50 平方公里。

经济

罗店镇是宝山产业经济大镇，其乡镇工业销售产值占全区的 20%。

2.4 罗店新镇规划

依据瑞典 SWECO 集团等设计的规划，建成具有典型北欧城镇居住、交通和环境特色的现代化生态新镇；

罗店新镇规划面积 6.8 平方公里，1.2 平方公里北欧核心风貌区，规划人口 3 万人。新镇内建有高标准的学校（上海财经大学浦江学院）、医院等公共服务设施以及具有北欧特色的居住区。居住区分为现代城、花园城和生态城，以 2—5 层公寓、联排或独立别墅为主。3.4 平方公里的生态林区，建设一个集森林、湖泊、山坡等特色风貌的生态居住区、五星级宾馆和会所。

2.5 罗店新镇开发现状

公建配套：罗店新镇核心风貌区包括会议中心、3 万平米的商业街、美兰湖在内的公建配套已基本建设完毕，高尔夫会馆、高尔夫球场南 18 洞已建成。

整个罗店新镇将于 3 年内基本建成。

结论

宝山区政府开发罗店新镇的举措十分坚决，新镇规划良好,启动速度快，实施力度大。随着后期招商和人口导入力度不断加大，市场前景乐观。

三、市场分析

(二) 罗店市场分析

1、参照市场的界定及分析

罗店以基础设施的建设带动房地产业发展，目前，罗店新镇核心风貌区包括会

议中心、商业街、美兰湖在内的公建配套已建设完毕，高尔夫会馆、高尔夫球场南 18 洞也基本建成。

罗店镇商品房上市最早时间将 05 年年中。因此，我们选取了附近几个市场进行参考分析，包括有西城、顾村、上大、月浦板块。

个案基本情况：

地区	项目	位置	开发商	规模	建筑形态	容积率
均价	主力面积	开盘时间	销售状况			
西城区	四季花城	江杨北路 1185 号	万科	17 万	多层	
1.07	6000 (毛坯)	6900 (精装)	二房 98M2 三房 125-131M2			
2003 年 3 月	已开盘 21 万方已售罄					
	康桥水都	天馨花园对面	康桥	17.8 万	多层、小高层	
1	6300 元	二房：90M2 三房：120M2		04 年 4—5 月		
04 年共推 10 万方。已售 95 %						
月浦	翡翠园	绥化路 265 弄	月浦房地产	2 万	多层	
1.4	5500 元	二房：100M2 三房：120M2		2004 年 12 月		
/						
	宝莲湖景园	绥化路 260 弄	月浦房地产	7.4 万	小高层	
1.8	6000 元	三房 120-130M2		2003 年 10 月	90%	
上大	经纬城市绿洲	沪太路	经纬置地	100 万	多层、小	
高层	1.01	6300	二房：100 M2 三房：120 M2		2004 年	
12 月	一期 2 万平方售完					

产品分析

以多层项目为主，产品品质偏低。

知名开发商（如万科、康桥）的进入提升了区域市场的知名度。

目前，区域市场仍以普通住宅的平层房型为主，其中二房、三房所占比重最大；主力房型以“紧凑性”为主，二房主打面积控制在 100 平方以下，三房主打面积控制在 120 平方左右。

价格分析

宝山区房地产价格区域特征非常明显，各板块依托发展的对象不同，相互间价格差异较大。西城、上大板块在整体规划、环境、配套等方面综合素质较高，区域价值逐渐提升。各板块市场价格分析如下：

区域	目前	05 年预期	备注
城西区	5800-6300	7500 左右	04 年 1-12 月份区域价格月涨幅在 1% - 1.2%，05 年预计价格涨幅会有所放缓，月涨幅大约在 0.6-0.8% 之间
月浦	5500 ~ 5800	6800 左右	
顾村	5800 ~ 6000	7000 左右	
上大	5800 ~ 6300	7500 左右	

客源分析

04 年以前区域内部客源占绝对主导。受规划及轨道交通利好影响，04 年统计分析市区客源比例迅速放大，达到了 3-4 成，市场认可度大幅提升。作为上海北部重点建设区域，市区人口导入力度会进一步加大，未来 2-3 年市区客源比例还会持续攀升。

区域客源具有以下特征：

年龄：以 30-45 岁的中、青年为主。

职业：以在宝山各企事业单位工作的职员、市区工薪阶层动,迁迁入人口，此外还包括一些当地改善居住环境的农民。

购房用途：当地客源和市区导入人口以自住为主，少量投资客以区外客源为主。

2、罗店与各参照区域市场的比较分析

罗店 VS 顾村

指标	顾村	罗店
地段	邻近外环线	宝山北郊，地段较偏
市场影响力	较大	无知名楼盘，市场接受度低
配套设施	小学、中学、公园、商业	3 万平米商业中心建成，处在招商中
交通条件	沪太路、外环线交通主干道、明年年中新开通两条公交线路直到	
基地	主要依赖沪太路，交通条件较差	
区域规划	规划合理、完善，中低价“四高”示范居住区	规划前景看好
环境	周边环境不成熟	新镇环境较好
综合评价	顾村的地段、交通优于罗店，罗店新镇在规划及环境方面占优。	
综合比较顾村一定程度占优。		

罗店 VS 月浦

指标	月浦	罗店
地段	靠近宝钢	宝山北郊，地段较偏

市场影响力	宝冶、宝钢客户比较认可	无知名楼盘，市场接受度低
配套设施	生活、商业配套设施比较齐全	3 万平米商业中心建成，处在招商中
交通条件	公交线路众多	主要依赖沪太路，交通条件较差
区域规划	没有完善的规划	规划前景看好
环境	周边环境成熟	新镇环境较好
综合评价	月浦与罗店距离较近，但更接近宝钢、宝冶，具有产业支撑，配套方面比罗店完善；相对罗店市场，月浦略微占优，但月浦市场未来放量不大。	

结论：

罗店新镇在整体规划、环境等方面起点较高，为提升区域市场价值起到了非常积极的作用，区域房地产市场的启动具备了较好的平台。同时，罗店在综合素质上要稍逊于附近区域，尤其是发展迅速的西城、上大板块，市场价值同附近区域比较仍有一定差距。考虑到罗店属于新镇开发，首批物业宜低价入市，快速销售，迅速汇聚人气，并支持后期开发。

3、罗店市场预判

3.1 价格预判

通过罗店与周边参照市场的对比分析，我们对罗店 05-06 年市场价值做如下预判：

罗店市场价值将低于周边区域，我们判断罗店市场单价低于顾村、西城、上大板块 700-1000 元时，能有一定的价格竞争优势，保证罗店市场的顺利启动，我们判断顾村、西城、上大板块 05-06 年市场单价在 7000-7500 元左右。

因此，预计罗店 05-06 年市场价值预计在 6000-6800 元/平米左右

3.2 供需预判

供应：

罗店新镇 2003 年已出让的三块土地均为别墅用地，容积率 0.5。2004 年将推出的土地，即本项目地块。因此，新镇内部市场并无直接市场竞争。

项目面临的竞争，主要来自于附近区域市场，包括西城区、顾村以及上大、月浦。预计以上三个区域总供应量预计为 179 万平方米左右。

2005 年项目竞争市场市场供应量

供应地区 供应量（平米）

西城区 912900

顾村 300000

上大 400000

月浦 150000

总计 1792900

4、结论

综合供求两方面分析，2005 年区域市场供求关系基本平衡，虽然，罗店市场面临一定的市场竞争，但良好的市场环境、大量的市场需求对项目快速销售形成有力支撑，前景看好！

四、项目分析

2、项目 SWOT 分析

项目优势

“三城九镇”作为市政府主导的开发项目，得到了政府部门的全力支持和重视，

保证了项目未来的发展前景是较好的。

罗店新镇的建设改善了区域环境，完成了先期商业配套的建设，为区域高起点的房地产开发打下了基础。

原在罗店和罗南境内的许多工厂企业，在新镇建设开始后将陆续迁出罗店镇的辖区，使新镇区内自然环境有逐渐改善的趋势，同时，地块东侧高尔夫球场的建设也使项目所处环境有所改善。

罗店镇作为一个老镇，有一定的人文积淀，原有“金罗店”之称。

项目劣势

目前，罗店新镇的配套设施还不完善，商业配套在招商过程中；

区域周边公共交通条件较差，与市中心及其他成熟居住区域车行距离较远，对临近区域的客源的导入有相当大的抗性；

项目机会

到 2020 年，按市政府的规划，将有 100 万市中心的居民迁出，对项目而言，在近几年中，远郊市场的逐步成熟将在一定程度上提高区域的市场容量，引致大量需求；

罗店对外交通主干道沪太路为一级公路，南北贯穿宝山全境，连接内外环线，规划到明年年中完成道路拓宽为六车道，并将限制和分流重型车辆对交通的影响。这将在一定程度上吸引更多的注意力；

随着上海其他区域的房产市场的日益成熟，市中心及其他区域的房产价格渐次上涨，投资机会减少，价格优势为罗店项目提供了了增殖空间和投资潜力；

罗店当地缺乏高品质的住宅产品和类似的置业目标；

4、项目定位

考虑到罗店本身较高起点的市场定位，结合本公司打造品牌以及容积率的考虑，将本案定位于

中高档精品多层社区

本案将以精品多层公寓为主，其中有少量多层电梯房来，同时安排少量叠加，提升产品档次。

产品类型	面积 (平米)	所占比例 (%)
多层公寓 (6层)	203942	80%
叠加 (5层)	43338	17%
配套商业 (含会所)	6373	2.5%
其他	1273	0.5%

会所功能定位：会所功能主要以满足小区内居民为目的，设有：

洗衣房： 80 平米左右 健身中心： 200 平米左右

棋牌室： 400 平米左右，约 20 - 30 间，单包间的形式

小超市： 50 平米左右 美容美发： 80 平米左右

办公室： 80 平米左右 物业用房： 80 平米左右

价格定位：

定价依据之一：目标客户市场调研，客户预期

调查中，目标客户群一致认为罗店区域的房产产品价格会比较便宜，考虑到罗店未来规划并未被被访者充分了解，以及访问区域的市场情况，市场能接受的罗店区域房产价格比宝山其他成熟区域的平均价格差会在 700 ~ 1000 元/平方左右。目前附近几个较为成熟的市场，多层房产均价在 7000 - 7500 元/平方，

按此推断，罗店新镇的同类多层公寓产品，实现 6200 – 6700 元/平方是有可能的。

更高级的物业产品选择上，罗店的区域地级差并不明显，而且其未来规划的前景更被选择别墅类物业的购房者所关注，在价格接受上并没有明显的抵触。参考目前宝山市场上为数不多的别墅类物业销售价格，可以实现 8000 元/平方的均价。

定价依据之二：竞争区域比较，市场发展预期

通过对宝山及罗店区域市场分析，我们判断价格将是项目未来与宝山其他区域竞争的主要优势，项目也必须具有价格优势才能在未来集中放量的市场中，实现快速去化。在充分考虑到市场现状及未来发展前景的基础上，前面竞争区域比较分析，预计罗店市场价值在 6000 – 6500 元/平米之间。

定价依据之三：分期开发，提高项目综合均价

一期 10 万平米 05 年推出，实现销售均价 6500 元/平米

二期 15.9 万平米 06 年推出，实现销售均价 7400 元/平米

结合我们对项目本身优劣势的分析，我们拟定项目未来价格预期：

一期：100000 平米高档公寓，实现销售均价 6500 元/平米

二期：103942 平米高档公寓，实现销售均价 7000 元/平米

43338 平米叠加，实现销售均价 8000 元/平米

6373 平米商业，实现销售均价 10000 元/平米

整体销售均价约在：7045 元/平米

户型配比：

在整个调查中发现，整个区域市场客户选择比较倾向于紧凑型经济型住宅，既

能满足功能上的需要，又不超过其经济承受能力。我们同时考虑到产品舒适度，花园洋房面积配比拟定为：

房型	面积比例	面积范围 (M2)	户型比例
小二房	20%	80~90	24.4%
大二房	25%	95~105	26%
小三房	30%	105~120	28.6%
大三房	20%	120~135	16.9%
四房	5%	140~160	4.1%
总计	100%	/	100%

叠加面积配比拟定为：

房型	面积比例	面积范围 (M2)	户型比例
房型一	45%	160~180	47.5%
房型二	55%	180~200	52.5%
总计	100%	/	100%

5、项目经济测算

项 目	控制指标	(元/m ²)	经济指标	计算
基数	总投资	(万元)		
一、土地及大配套费——TD		2,529.07		2,529.07
253,652.38	64,150.46			
二、前期工程费——QQ		142.93		142.93
253,652.38	3,625.40			
三、建安工程费——JA		1,173.09		1,173.09
253,652.38	29,755.72			
四、区内基础设施配套费——JP		403.11		403.11
253,652.38	10,225.01			
五、公用设施配套费——GP		53.91		53.91

253,652.38	1,367.32		
六、贷款利息——DK		139.82	139.82
253,652.38	3,546.53		
七、直接成本小计(一至六相加)		4,441.92	4,441.92
253,652.38	112,670.43		
八、销售费用——XS		100.00	100.00
253,652.38	10,146.10		
九、管理费用——GL		100.00	100.00
253,652.38	1,268.26		
十、集团分摊费用及其它	-	-	253,652.38
-			
十一、营业税及附加	387.49	178,703.84	5.50%
9,828.71			
十二、完全成本(七至十一相加)			5,279.41
133,913.50			
十三、销售收入	7,045.23	178,703.84	
13.1 不含车库销售收入		178,703.84	
13.2 车库销售收入	-		
十四、利润总额(不含车库)			1,765.82
44,790.34			
十五、毛利率(不含车库)	36.95%		
十六、销售利润率(不含车库)		25.06%	
十八、利润总额(含车库)	1,765.82		44,790.34

十九、毛利率(含车库)	36.95%
二十、销售利润率(含车库)	25.06%

6、项目开发节奏

发布土地招标公告 -- 2004 年 10 月 29 日

土地招投标 -- 2004 年 12 月 7 日

签订土地出让合同 -- 2004 年 12 月首付 40%地款。

付清余款，取得国有土地使用权证 -- 2005 年 2 月

建设用地规划许可证 -- 2005 年 2 月

建筑工程规划许可证 -- 2005 年 3 月

施工许可证 -- 2005 年 4 月

销售许可证 -- 2005 年 7 月

一期销售周期——05 年 7-12 月

二期销售周期——06 年 1-10 月