

华盛国际商务花园营销报告

前言

华盛国际商务花园位于上海市普陀区西北角的桃浦镇，是上海近期来交通市政建设的重心，桃浦将在原先工业基地的基础上规划发展成上海都市型工业园区中心。

本报告从上海房地产市场总体状况出发，逐步分析到桃浦区域房地产市场、厂房市场，阐述了围绕华盛国际商务花园进行了一系列的市场调查结果，对本案进行总体的分析，提出根据本案的自身特点和市场的需求所制定的系统化的营销策略，以达到顺利销售的结果。

我公司将以我们在厂房招商方面的经验与公司在东南亚地区的人脉为本案进行有效的宣传，实现双方共同盈利的良好局面。

、第一章 市场篇

壹、 一、 上海房地产市场总体现状和趋势

2002年的申城楼市在一片热卖和年末申博成功的热闹中间落下帷幕，上海楼市依然呈现出一路上扬的态势。

市场法则告诉我们，供求是决定房价涨跌的主要依据。8月份，浦东价格顶部继续向上，而且高、低价位盘呈全面活跃态势；中心城区中，卢湾北部太平桥地区新添高价盘；北部各区，中低价盘房价普遍上涨，个别低价盘初遇价格阻力线。

去年以来，随着上海土地使用权出让方式由协议改为招投标和商品房实施内外销并轨以及我国加入 WTO 的重大利好，人们对房地产发展充满着预期。因此，上海掀起了一股声势不小的圈地运动。在上海的松江、青浦等郊区，已经很少有土地可供出让，而通过转手交易得到的地块价格涨幅惊人，几乎翻一倍。去年松江大学城附近的地价为 40 万元一亩，而如今已经达到 80 万元一亩。又如闵行在浦东地区的浦江镇，是“一城九镇”建设的重点镇，随着卢浦大桥建设和浦江两岸开发的利好推动，使得这个镇的土地价格猛涨。不仅上海本地开发商，全国各地开发商也纷纷涌入上海，甚至不少实力非凡的海外房地产巨子也开始抢滩上海，不惜在上海市中心繁华地段重金圈地。尤其是申办 2010 年世界博览会和浦江两岸开发的实质性启动，使中外各地投资者更是涌动。

从宏观上看，2002 年上海房地产市场上暖风频吹：浦江两岸综合开发进入实质性的启动、央行第八次降息、十大轨道的建设引发新一轮房产投资热；从政策上看，取消蓝印户口政策并没有对市场造成太大的冲击；从市场上看，100 万平方米的重点工程配套商品房的正式启动，指导性房价控制在每平方米 3500 元左右，最近新成立上海地产(集团)有限公司和上海大盛资产有限公司对土地一级市场进行调控性经营，建立政府主导型土地储备供应机制，这些都表明了政府宏观调控的态度，使住宅开发纳入健康、持续发展的轨道。

在产业竞争中，预计 2003 年将是国内房产企业走向联合之路的一年，目前外资房地产企业加快了进军上海的步伐，来自上海市工商局的统计数据表明在 2002 年上半年，注册资金超过 3000 万美元的房地产企业达到了 15 家，由和黄地产、新世界、新鸿基、瑞安地产等香港地产商掀起的“投资潮”将再度上演“升级版”，同时，据摩根斯坦利公布的海外基金投资中国房地产市场的一项研究显示：在未来 2-3 年中间，将有 3-10 亿美元的海外资金进入上海市场，

他们凭借着雄厚的资金实力、先进的物业管理模式、营销网络和更加专业化、人性化的服务理念逐鹿市场，而国内的房地产商的政府背景优势和天然的地区优势将逐步弱化、势必需要走联合之路，扩大融资渠道、更新经营理念，重新打造核心竞争力。

二、桃浦区域房地产市场发展现状和趋势

1. 桃浦区域市场大环境概述

根据“十五”上海城市交通发展规划，上海下一步将致力于本市道路货运的发展。位于上海西北部的普陀区桃浦镇将建成西北综合物流中心和工业园区。这个中心规划用地 4.2 平方公里，在建设实施中采取“自由起步、尽快升级，有点到线，形成街市，纵深推进，形成园区”的步骤。今年 5 月前主要完成基础设施建设部分，即货运交易所、中心停车场、公用型仓储区、配载一条街的建设以及网上货运交易系统。

在市政建设重点规划的推动下，带动该区域工业的飞速发展，而房地产业也会随着本区域各类型工业的发展进入一个全新的领域。

2. 桃浦区域房地产市场发展现状

桃浦由于地处上海西北角，属城乡结合部，与市区交通不通便捷，又是老的工业城镇，污染较为严重，不能形成大规模的住宅小区。

桃浦镇的永汇新苑，是 2002 年 6 月上市的新盘，10、11 月售价随即上调了 50—90 元/平方米，虽然该盘有上扬趋势，但 3、4 楼的高价位房源目前还有剩余；和永汇新苑相似，宝山呼兰路、虎林路上的富浩花园，沿马路的低价房和比较经济的两房、三房基本已售罄，所剩房源售价多在 2900—3600 元/平方米。在真南路上还有一些独体、三联、四联别墅，但是社区内配套设施简

单，绿化率低。

总体说来，桃浦目前的房地产市场随着该区域的发展，处于一个尚未完全启动的阶段，区域市场内的楼盘无论从品质、价格还是去化率来看，与市区的商品房市场还是有较大差距的。

3. 桃浦区域房地产市场发展趋势

随着近期市政重点的转移，桃浦将发展成为上海都市型工业基地，上海西北物流园区中心。在这种形势的推动下，将刺激桃浦区域各行业跟进工业的发展，形成一体化的配套系统。而房地产业也将随着该区域工业建设的速度，进入一个全新的阶段。随着该区域都市型工业园区的——成立，众多外商集团的进入，势必要求周边的配套设施日趋完善。而住，作为人的基本物质需要，是日后市场发展的重头戏。今后的桃浦房地产市场将一改过往高价位房源滞销的现状，会针对外来高技术人员、高层管理人员这一目标消费群，将住宅形式定位于更独立化，即独体商务别墅；更品质化，即智能化的住宅小区；更人性化，即讲求居住环境，特别是绿化环境的高档小区。桃浦区域房地产市场的飞速发展指日可待。

三、桃浦区域厂房市场发展现状和趋势

1. 桃浦区域工业园区现状概述

上海都市型工业基地的前身是桃浦工业区，是上海市最早的市级工业区之一，从 20 世纪 50 年代发展至今，成为上海市基础设施最完善、配套最齐全的

工业区。90年代末期，在全市率先进行市区联手，发展都市型工业。

桃浦位于普陀区西北角，314国道横贯其中，距内环线3公里，两侧为外环线，距沪宁高速2公里，距虹桥机场约6公里，沿着外环线南可达沪杭高速、浦东新区，北可达吴淞集装箱码头、张华浜集装箱基地。优越的地理位置，吸引中外客商纷至踏来，使基地成为展示上海都市型工业的窗口。从镇政府经外环线至虹桥国际机场只需10分钟。至吴淞集装箱码头仅20分钟。目前，真南路拓宽工程已结束，55米宽的祁连山路延伸段工程即将付诸实施。搭乘62、117、832、213等7条公交线均可从市内各个角落赶赴镇内。铁路沪宁线、沪杭环围线、南河支线穿越本镇，上海西站、南翔站、桃浦站均在镇区域边缘。便利的交通状况使桃浦在原先工业基地的基础上，上升为都市型的工业园区，成为上海市区西北部陆、海、空交通的一个结合点。

桃浦工业园区北靠沪嘉高速东倚祁连山路，南至真南路，西傍外环线，占地面积4.2平方公里，地理位置极其优越，成为上海市环保型精细化工的基地和都市型工业的基地。桃浦的水、电、气、通讯、道路、排污等基础设施十分齐全，上海长桥水厂与桃浦水厂可提供充足的生活用水和生产用水、在建的大场水厂竣工在即；污水由南大路南侧九号支管排污，进入桃浦污水厂进行处理；区域内建有一个22万伏、三个3.5万伏的变电站，供电余量很大；六万门电话局和邮电支局的建设是桃浦的市政配套条件更加完善。

园区内拥有国家投资近10亿元形成的雄厚的基础设施，在园区敦煌路西侧1.8平方公里内可主导发展医药加工产业，先后引进了上海方大制药有限公司、上海中药二厂、上海制药六厂、上海兽业三维制药有限公司、上海大众制药厂等医药加工企业，形成了医药加工的集中地，在“十五”期间将建设成为上

海的"小药谷"，吸引众多海内外医药投资者的目光。

桃浦区域内现有上海英雄金笔股份有限公司、上海 APW 通讯设备有限公司、上海克勤克拜油墨有限公司、上海拜尔染料有限公司、上海兽业三维制药有限公司、上海西北物流园区、上海北方停车场等各类企业。

2. 桃浦区域厂房市场现状

在敦煌路东侧 1.7 平方公里，区域现已利用市属存量空地、空房建造了 12 万平方米的标准厂房，引进了近百家各类科技型、都市型工业企业，今后还将建造 40 万平方米各类标准、房型合理、规格齐全的厂房。

目前，区域内的厂房市场尚未形成规模化，主要是租赁形式，销售市场处于停滞不前的状态，这和整个区域尚未形成规模化是密切相关的。

3. 桃浦区域厂房市场发展趋势

桃浦作为上海今后的都市型工业基地，建设高标准、高配套的新型厂房吸引外来企业的落户势在必行。随着区域内各市政设施、配套设施的完善，投资企业对于厂房的要求也愈来愈高。

对于厂房本身的品质来说，周到的物业管理、人性化的绿化景观、整个工业园区规划的整体性，这些都是投资企业的基本要求。另外，由于厂房目标客源层的特殊性，注重入驻厂房的快捷性要求投放市场的厂房最好是现房，证照齐全，为投资企业带来最为便利的入驻方式。随着市场的日趋完善，厂房市场将由目前的租赁市场向销售市场过渡，一次性的投资能为希望在该区域长期落户的企业带来更大的效益。同时，今后投放市场的厂房将不再是独立的，工业园区内的各项相关生活配套设施更是投资企业所要考虑到的。综合的考虑，形成系统的工业生活一体化的工业园区，可为投资企业解决后顾之忧。

总体说来，今后桃浦区域的厂房市场将随着桃浦的发展，更注重产品个案

基础设施的完善性、规划的整体性、功能的齐全性，整个市场也会更完善，更具可操作性。

四、同等区域个案分析

1. 上海外高桥

厂房地址：上海外高桥保税区

厂房面积：1000 平方米

楼层：4 米，第 3 层

楼层承重量：0.50 吨/平方米

配电容量：50KVA

价格：0.60 元/天·平方米

2. 全隆实业

厂房地址：浦东北蔡、莲园路

交通状况：临近沪南公路、十余条公交线

厂房面积：2500 平方米

楼层：3 米，第二层

车间面积：1200 平方米

建筑结构：框架

楼层承重：2 吨/平方米

柱网跨度：4.5 米

楼层承重：2 吨/平方米

配电容量：200KVA

水/气：通

价格：0.70 元/天·平方米

其他配套设施：厂区环境优美，厂房整齐，大院可停 20 辆小车，有独立办公小楼。二楼 1200 平方米车间可供出租，新瓷砖装修，铝合金窗，特别适合食品、工厂电子行业生产。

3. 上海电子有限公司

厂房地址：浦东金桥地区

交通状况：573、581 等十余条公交线路

厂房面积：1396 平方米

楼层：4.5 米，四层

柱网跨度：10m×10m

楼层承重：2 吨/平方米

配电容量：200KVA

水/电：通

价格：0.90 元/天·平方米

其他配套设施：a.全装修，配套空调（柜机，挂机，吸顶式）；

b.部分铝合金隔断，矿面板吊顶，高 2.8 米；

c.环氧地坪和塑料防静电地坪；可适用办公、电子、工厂类加工企业。

4. 东升企业：

厂房地址：普陀区

厂房面积：1300 平方米

厂房占地面积：10000 平方米

车间面积：1300 平方米

空余场地：1500 平方米

楼层：6.5 米，单层

柱网跨度：20 米

楼层承重：5 吨/平方米

配电容量：1500KVA

水/电：通

价格：0.70 元/天·平方米

其他配套设施：本厂房是新厂房，适合用于印刷、机械五金加工、电线电缆等生产设备的安放，更适合精密仪器的生产。

5. 上海普陀区政府海外联谊会

厂房地址：普陀区真南路

交通状况：十余条公交线路到达市中心

厂房面积：80000 平方米

车间面积：80000 平方米

厂房占地面积：120 亩

楼层：6 米，三层

柱网跨度：24 米

楼层承重：1 吨/平方米

价格：0.45 元/天·平方米

其他配套设施：上海市都市型工业示范区，坐落在普陀区真南路，交通方便，园区占地 120 多亩，建筑面积 80000 多平方米，有引栋三层楼花园式标准厂房，栋栋分隔，户户独立。园区内绿化、道

路、水、电、通讯设备齐全；园区旁食堂、快餐、住宿、洗澡、理发配套完善。园区内每栋厂房的面积从 2100—4600 平方米不等，园区内设有招商引资办公室，提供办证办照一条龙服务。

第二章 产品篇

一、本案总体分析

上海华盛投资有限公司在桃浦镇投资开发的项目共占地 29 公顷，约 435 亩，建筑面积 25 万平方米，投资额高达 4.5 亿人民币。

目前本案为已建成总约 6300 平方米的都市型标准厂房，均为三层混凝土框架结构。厂房底层层高 4.5 米，荷载 800kg/m²，二、三层高 3.9 米，荷载 600 kg/m²，单体面积约 3000—8000 平方米不等，均配有 2T/台的运载货梯。

二、本案优势分析

1. 1. 地段 本案地处上海市区，处于上海陆路辐射长江三角洲和内陆省份的物流枢纽中心——西北综合物流园区内，又是该地区的开发标志——未来岛的中心地段，中心地段的地理位置给本案的去化带来诸多便利。
2. 2. 交通 本案处于上海陆上交通最发达的地区，它毗邻外环线，依托沪嘉、沪宁高速公路，连接 204、312 国道，距上海张华浜集装箱货运中心仅 15 分钟车程，距虹桥机场、上海火车西站仅一箭之遥，可谓面向世界、辐射

全国。

3. 3. 物业管理 本案从整体效果出发关注建筑空间与环境的有机联系，为入驻的业主提供多样化的实用空间。厂区内 24 小时的闭路电视监控系统、楼宇对讲系统，另有巡逻、消防报警系统配备的周全管理及无微不至的细心呵护，能满足客户未来发展的灵活需求。
4. 4. 绿化及景观 合理的交通布局使每一幢厂房之间形成了安静的院落，庭院内风格各异的绿化景点，为厂房营造了轻松宜人的室外环境，是工作人员业余休闲的良好场所。厂区内东西延伸的宽幅绿化带与南北走向的庭院形成垂直轴线，大大增加了园区主入口的景观效果，而各小庭院组织成集中的中央休闲景观空间，则丰富了厂区的空间层次，增加了厂区的凝聚力。
5. 5. 现有厂房及产证齐全 厂房不同于许多住宅公寓房，厂房的目标消费群更注重时间就是金钱的观念，比起其他开发中的工业园区，已建成的厂房更能吸引目标消费群的目光。另外，当本案的目标消费群进行大笔投资购买厂房时，产证的齐全使本案在周边同类区域市场内脱颖而出。
6. 6. 园区规划整体性 “华盛国际商务花园”不仅仅只建造单一的厂房，更是从人性化的角度考虑业主的各方面的需求，后期开发的国际商城、物流仓储、18 层酒店公寓楼及公寓楼南边的沿人工湖所建的 28 幢独体商务别墅，都形成了该园区的规划理念一体性，成为本案进行销售的最大亮点。

三、本案劣势分析

1. 1. 目标客源层单一 本案由于产品的特殊性，决定了本案的目标客源层是具有一定生产规模的企业，而在选择消费的过程中，起到决定性作用的是这些企业的导航人，他们的企业主。另外，由于本案是整体性规划园区，后期开发的诸多项目都与已建成的厂房销售息息相关，所以如何使目标客源层接收到有效的信息是本案的最大困难点。在大众媒体上进行本案的广告宣传，对于本案的市场推广是毫无作用的，如何寻求有效的广告媒体也就成了本案在进行市场推广时的难点。
2. 2. 同类市场竞争激烈 由于现阶段长江三角洲经济前景大好，整个江、浙两省各地区都在进行积极地招商引资，这对于本案来说，同类市场选择面太广当然使本案所处的市场竞争更为激烈。同时，同类产品中有许多地区对于外商投资给予的不仅有本案所包含的企业工商注册登记等，更有本案所欠缺的税费优惠政策，对于入驻长江三角洲投资的企业主来说，这是一个很大的吸引点，正是这一点造成本案在同类市场上缺乏一定的竞争力。

四、本案的目标客源层分析

1. 1. 境外投资性企业主 目前，由于整个长江三角洲地区的经济发展前景大好，吸引了众多境外华人及非华人厂商来此地进行投资。其中，由于大陆地区劳动用工成本较低，当地政府众多优惠的税费政策，吸引了有意来大陆投资厂商的目光。上海，作为长江三角洲区域熠熠闪光的明珠，良好的经济大环境，便利的地理交通位置，更是外商投资建厂的首选。本案所处的地理位置得天独厚，空港、海港、物流近在咫尺，现有的厂房证照齐全，注重绿化景观布局，物业管理完善，园区规划的系统性对于外商来说都是选择投资建厂的重要考虑因素。

- a. a. 台湾省生产型企业业主 在亚洲金融风暴后，台湾经济受到极大的冲击，长期陷入低迷状态，由于劳工费用高居不下，使很多生产型企业的顺利运作遭到阻力。而大陆良好的投资环境，以及之前众多企业来大陆投资的成功经验，增强了在台湾本省的企业主来大陆投资的信心。上海，作为国际化的大都市，带动了整个长江三角洲区域乃至全国的经济的发展。台商在选择投资地点时，上海自然是首选。
 - b. b. 菲律宾生产型企业业主 菲律宾由于长期的政治动荡，政局不稳定，排华现象严重，都加速了菲律宾华商想要回大陆投资的意愿。
 - c. c. 日本生产型企业业主 日本常年的泡沫经济，通货膨胀严重，物价日益飞涨，都使部分中小性生产企业举步维艰。大陆飞速发展的经济环境，使精明的日本厂商关注已久。而上海由于地理位置上的优势，是日本最先接触到的大型城市。投资建厂自然首选上海。
2. 2. 江浙两省台商协会 进入江浙两省投资的台商早已形成一定的规模，就江苏省的昆山市而言，整个昆山的发展、城市建设都是台商的投资所带动的正面效应。在参加台商协会的这些台湾人里，有本案潜在的目标消费群体，想进一步在上海拓展业务的，扩大生产规模的人不是少数。
 3. 3. 江浙两省本地投资企业业主 在江浙两省中，有众多中型生产型企业将产品销售到国外。当规模发展到一定阶段时，希望进入一个更大的市场，那么上海就是他们的首选。进驻上海是他们多年的夙愿，而本案正是给他们提供了这样一个机会。
 4. 4. 广东东莞、中山、深圳迁厂企业业主 广东沿海厂区分由于早期受到香港、台湾的大力炒作，地价快速飚涨，当地工资节节高升，造成部分有扩厂计划之企业业主，纷纷把目光移转到长江三角洲。本案属标准型现有厂房，正

可为沿海企业主提供最具时效性扩迁厂计划中的落脚地。

第三章 营销方案建议

在目前的市场中，无论什么类型的产品投放市场时，都离不开行之有效的营销方案。同样在房地产市场中，营销策略的选择显得尤其重要，由于这类产品属长期保存品，使消费者在对产品进行抉择购买时尤为谨慎，从多方面去考量产品的综合价值。而对于产品的生产者，即开发商来说，如何切入目标消费群的潜在消费心理，在何种区域市场内进行针对性产品宣传，利用何种传播媒介把产品信息有效地传递给目标消费群，在实施营销策略时应注意到的各类细节问题，都是在以下的章节中要一一阐述的。

一、营销总体策略建议

1. 1. 东南亚及日本联合销售策略 根据本案目标客源层的主力构成，建议在境外，包括台湾、菲律宾、日本在内的广大区域建立一定规模的销售平台。利用本公司固有的人脉关系，将本案的具体情况有目的地宣传，形成境外联合销售平台。
2. 2. 江浙沪台商协会销售策略 联系在江浙沪的台商协会，为本案进行定期的展示，情况的介绍，向在江浙沪的台商传达有效信息。
3. 3. 江浙沪工商业展示会销售策略 针对江浙沪本地的生产厂商，参加他们举办的工商业产品展示会，进入几个重点区域进行本案的定点展示。
4. 4. 东南沿海针对性企业主销售策略 针对东南沿海欲迁厂的企业，由于他们这一目标客源层的特殊性，将派专人在广东省内进行单一联系，组织他们对本案进行考察。

二、广告宣传策略建议

1. 1. 宣传单片发放 宣传单片的制作，是对一个产品采用的最普通的一种做法。建议针对本案制作内容明朗、直击重点的宣传单片，配合上述销售策略，进行有目的地发放，有效地将本案信息传递给潜在消费群。
2. 2. 《移居上海》杂志稿 由于本案主力消费群的身份特殊性，针对台商来江浙沪投资，在为这群台商办的区域媒体——《移居上海》杂志上定期刊登本案宣传信息，直指目标客源层。（附：《移居上海》为两岸联合发行，在进入江浙沪地区的台湾人圈内有相当大的影响。）
3. 3. 定点展示 针对本案的目标客源层，建议将由专人进入江浙、广东三省的重点生产型企业集聚地，进行定点展示，将本案推向这三省市场。

附件

我司于 2002 年 6 月开始代理江苏省兴化市张郭镇高新技术园区土地招商引资合作项目，成功引进台商入驻张郭镇，帮助张郭镇招商引资走出成功的第一步，目前该项目尚在合作进行中。我司采用固有人脉关系取得台湾全省生产型企业名单，对重点企业进行有目的地发放，将张郭镇成功介绍给有意向来大陆投资的台商，在台湾本岛造成一定的影响。（附《江苏省兴化市张郭镇高新技术园区土地招商引资》宣传单片资料一份）

我司在为开发高新技术园区，厂房招商方面有成功操作的经验，在境外有行之有效的销售手法与销售平台。我司为各类土地招商、厂房、商品房、别墅等多种物业类型提供专业系统的代理服务，包括深入市场调研、进行产品定位、实施全方位的广告宣传策略、组织强势销售等系统性的房地产项目全程策划代

理，我们将以专业房产策划及销售能力，辅助贵公司在错综复杂的房地产市场寻找更高的市场利益点。