

案例研究 |

豪宅亦需烟火气，混沌定位不可取

项目印象：近郊低密项目，生态资源好，大户型高总价产品，去化不佳

该项目坐落于南京栖霞区燕子矶板块，拥有一线滨江景观，周边有燕子矶滨江公园和观音门公园相伴。相传，乾隆曾五次登临燕子矶并御笔题写“燕子矶”三个行书大字，可谓是风水宝地。项目占地约 8.7 万方，总建面约 15 万方，容积率 1.06，绿化率 40%，共 235 户。项目是由南京本土企业打造的豪宅项目，项目规划了 22 栋 4-5 层的大平层，涵盖四种户型，建筑面积在 215 m²至 320 m²之间，目前均价在 5.2 万元/m²。

该项目于 2024 年 6 月首次开盘，开盘后找房热度一直不温不火，长期低于 50 以下。从销售情况看，据南京网上房地产网签数据，项目目前已推出两批次共 96 套，总成交 16 套，总认购 33 套，成交去化率约 17%。

项目整体销售情况

入网总套数	96套	今日认购	0套
入网总面积	28116.97m ²	今日成交	0套
未售总套数	47套	总认购套数	33套
未售总面积	15008.18m ²	总认购面积	8772.71m ²
总成交套数	16套	总成交面积	4336.08m ²

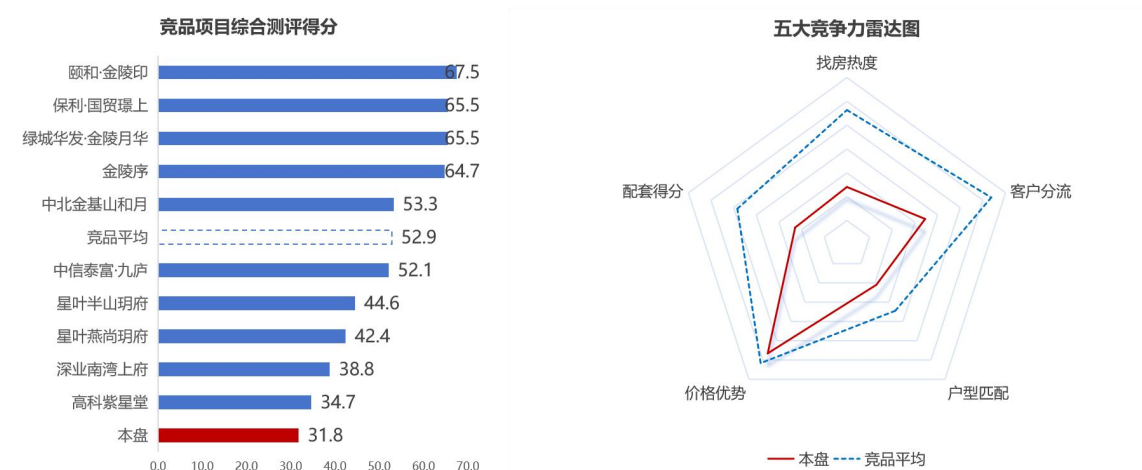
资料来源：南京网上房地产（数据统计截至 2025.10.20）

项目体量并不大，按理来说体量不大更容易打造精品，而且项目还拥有得天独厚的资源条件，为什么一顿操作下来市场却反馈平平，问题到底出在哪里，今天洞察君再次通过我们的项目诊断来全面剖析该项目，探寻其中的奥秘。

■ 综合诊断：综合竞争力排名相对靠后，五大方面均不及竞品均值

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 8 个，其中与本项目客户重合度最高的为玄武区大学城板块的中北金基山和月项目，客户重叠率达 16.2%，即关注本项目的客户中有 16.2%也在关注中北金基山和月。

总体而言，与 8 个竞品相比，本盘综合竞争力排名相对靠后，综合评分为 31.8 分，低于竞品平均水平。进一步结合五大竞争力雷达图分析可知，**本项目在户型匹配、项目配套、项目价格、找房热度和客户分流五大方面均有不足，低于竞品均值水平。**



资料来源：安居客研究院【楼盘洞察】产品数据库

■ 找房热度：项目受关注度较低，找房热度长期在 50 以下，显著低于竞品

找房热度低，意味着潜在找房客户对项目的关注度低。2024 年 6 月，项目首次开盘后，热度即达峰值 47.4，此后一直盘亘在 50 以下，2025 年春节后，项目在 3 月迎来一波关注小高潮，随后又持续回落，目前仅在 30 左右。与同区域、同板块、同价位楼盘相比，本盘表现一般，显著低于竞品找房热度均值（75）。据安居客统计，近 90

天该项目线上看房人数约 49 人，最近 30 天也仅 14 人。

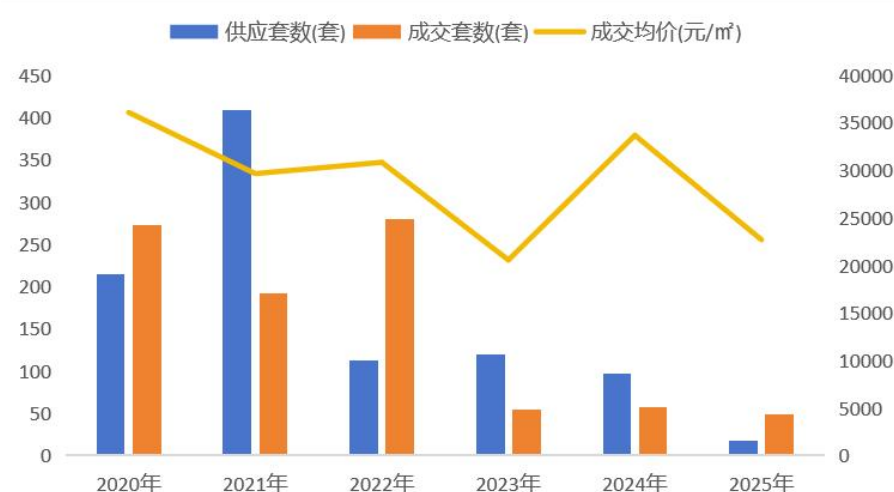


资料来源：安居客研究院【楼盘洞察】产品数据库，数据截至数据截至 2025.10.20

■ 户型匹配：大面积户型产品供需饱和，且区域内该类型产品需求显著减少

根据我们对燕子矶板块各户型面积段产品的供需不匹配度分析，该板块对 90-120 m² 三房需求较高（占 45%），且该类产品在市场上有着明显的供需缺口（-0.06），而对 200 m² 以上的产品需求相对较小，仅 5% 左右，且大户型产品需求在板块内已经基本上饱和。从成交表现来看，栖霞区内 200 m² 以上大户型产品自 2023 年开始需求显著减少，成交均价也较 2022 年有所回落。

栖霞区-200m²以上住宅供应成交情况



资料来源：网上房地产监测统计，2025 年数据截止到 2025.9.30

本盘主推的 215 m²四房、255/260 m²及 320 m²五房均为大户型，与市场需求存在错配。虽在产品打造上下了一番功夫，却未能契合购房者对户型的期望，这是后续成交不理想的主要原因之一。

燕子矶板块-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	25.4%						
2	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%			
3		12.0%	44.9%	7.3%	0.2%		
4			0.1%	2.2%	2.4%	1.9%	
5							1.5%
6							1.9%

燕子矶板块-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	-0.22						
2	0.02	0.04	0.01	0.01			
3		0	-0.06	0.02	0.02		
4			0.03	0.09	0.06	0	
5							0
6							-0.01

资料来源：安居客研究院【楼盘洞察】产品数据库，数据截至2025.10.20

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：生态资源丰富，交通商业医疗等生活配套相对稀缺

在南京人心中，位于城市北郊的燕子矶板块与化工产业密不可分。这里不仅是乾隆曾“打卡”之地，还曾经分布着上百家化工企业。该地块本身具有两面性：既有“临水”的生态优势，又背负着“化工”的负面标签。

2010年，南京市委发布“1号文件”启动燕子矶地区化工企业整治搬迁工程，旨在将该区域从老工业基地转型为宜居宜业的滨江新城。历经十余年发展，板块配套显著改善，包括地铁1号线、7号线及在建6号线3条线路贯通。不过，项目距最近的1号

线笆斗山站、燕子矶站均有 1.5 公里路程；周边商业资源匮乏，仅招商花园城一座大型商业体，距项目近 4 公里，驾车约 15 分钟；教育方面，有南外仙林分校燕子矶校区、南京燕子矶中心小学、晓庄学院附小、南师大附属中学等学校。总体而言，板块配套持续完善，但项目周边资源仍相对稀缺。

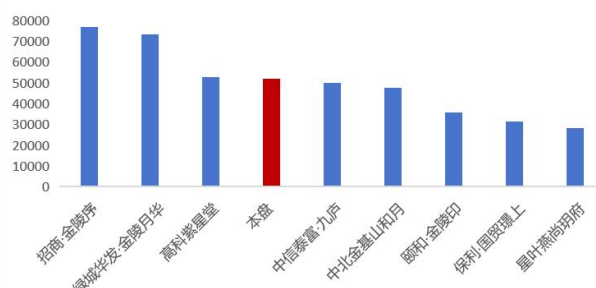
■ 价格水平：销售价格 5.2 万/平，在板块内属于遥遥领先，且高出竞品均值

既然是豪宅定位，项目刚推出时，市场防风价在 5.5 万/㎡，实际开盘后，价格在 4.6 - 5.2 万元/㎡。与竞品相比，该项目单价处于中等偏上的位置，其价格超过 60% 的竞品。目前，板块内新房住宅价格 2.8 - 3.2 万元/㎡，二手房成交均价 1.8 - 2 万元/㎡。显然，无论是 5 万单价还是 1000 万总价，在板块内均属于“贵”的那一类。

核心板块新房价格变化走势



项目及竞品销售均价 (元/㎡)



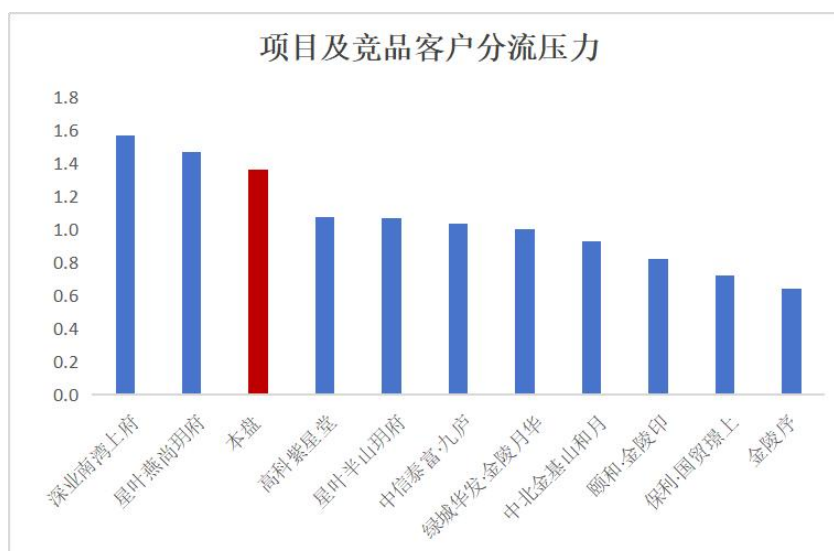
资料来源：安居客研究院【楼盘洞察】产品数据库、安居客小程序

客户分流：分流压力较大，高于竞品均值水平，分流压力主要来自新房

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。

从客户被分流至其他项目的情况来看，该项目整体分流压力值达 1.4。与竞品相比，其分流压力明显偏高，甚至比和本盘客户重叠度最高的中北金基山和月项目还要高出

0.5。与其它竞品相比，本盘二手房分流压力最大，意味着本盘同时受到新房和二手房竞品项目的分流，且二手房分流影响较大。显然，**项目产品错配，配套不足以及价格上的“贵”，导致不少购房者转而投向了其它竞品项目，这给本盘带来了较大的分流压力。**



资料来源：安居客研究院【楼盘洞察】产品数据库

小结：

如果说配套不足是项目的外在“硬伤”，那么户型与市场需求错位、价格定位过高，豪宅形象又难以获得市场认可，则无疑是项目定位上出现了偏差。项目本身生态条件优越，又处于栖霞区热度最高的找房板块，且承载着一帮老化工人的燕子矶情结。若能提前精准定位客群、锁定目标买家，并深度挖掘其需求，做好产品和价格定位，问题自然能迎刃而解。

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。