

案例研究 |

这个盘的“隐性价值”为何让买家果断下单？

没有项目生来就尽善尽美，地块条件既带来机遇也带来局限。房企品牌作为基础保障，精准定位项目客户，在地段优势的基础上，进一步打磨项目自身的“瑜”，放大项目“隐性价值”，去掩盖户型上的“瑕”，从而让客户在户型产品、项目配套及生活方式间自主权衡取舍。

项目表现：核心板块豪宅项目，一期售罄，二期 8 成去化，三期最新加推中

今天，洞察君要介绍的项目坐落于静安区不夜城板块核心区域，属内环内成熟居住区，紧邻西藏北路与中山北路。项目占地约 4.38 万平方米，容积率 5.75，建筑面积达 38.8 万平方米，规划 500 户，精装修交付。主推小户型改善产品，涵盖 98-104 m² 两房、180-204 m² 三房、250-280 m² 四房及 338-355 m² 五房产品，单价约 14 万/m²，总价 1300 万起。其中，100 m² 两房（1300-1500 万）和 180 m² 三房（2300-2500 万）较受购房者青睐，338-355 m² 五房总价超 4000 万。

前段时间，网上围绕该项目的认筹数据争议不断，我们暂不做评论，一切以官网数据为准。据网上房地产信息，项目分三期推售：一期于 2024 年 9 月开盘，共推出 186 套，一个月内全部售罄；二期 2024 年 11 月开盘，推出 83 套，去化率超八成；三期作为最后一批房源，于 2025 年 7 月推出 231 套，涵盖 100 m² 两房、180 m² 三房以及 338/355 m² 楼王户型，目前去化近三成。从整体去化情况来看，无论认筹数据如何，该项目实际成交还是取得了不错的成绩。

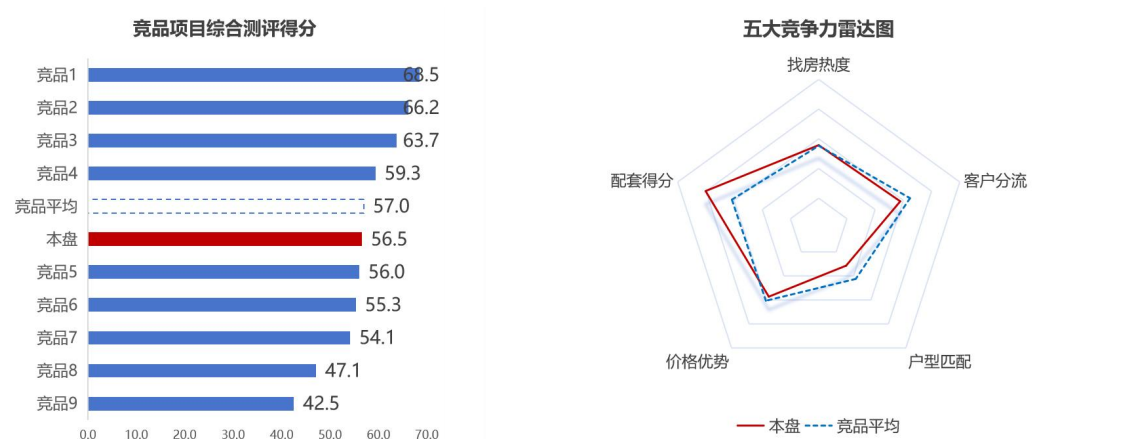
销售信息							
销售信息							
总套数:	500	总面积:	97272.4	住宅套数:	500	住宅面积:	97272.4
可售总套数:	194	可售总面积:	37863.19	可售住宅套数:	194	可售住宅面积:	37863.19
预定总套数:	0	预定总面积:	0	预定住宅套数:	0	预定住宅面积:	0
已售总套数:	306	已售总面积:	59409.21	已售住宅套数:	306	已售住宅面积:	59409.21
已登记总套数:	170	已登记总面积:	34265.6	已登记住宅套数:	170	已登记住宅面积:	34265.6
合同撤销总套数:		定金逾期总次数:					

开盘单元							
编号	预售许可证/房地产权证	开盘日期	总套数	住宅套数	总面积	住宅面积	销售状态
025654	静安房管(2025)预字0000202号	2025-07-27	171	171	20218.86	20218.86	在售
025653	静安房管(2025)预字0000201号	2025-07-27	60	60	20727.68	20727.68	在售
025112	静安房管(2024)预字0000336号	2024-11-24	83	83	16725.39	16725.39	在售
024977	静安房管(2024)预字0000259号	2024-09-28	186	186	39600.47	39600.47	在售

资料来源: 网上房地产

项目诊断: 综合竞争力接近均值水平, 配套优势突出, 户型略显不足

总体来看, 当前在售新房竞品主要集中在静安、黄浦、普陀等核心区域, 购房者普遍重视地段与周边配套。在本盘客户重合度 TOP10 项目中, 静安区项目占 3 个 (30%), 其中与本项目客户重合度最高的为同板块的静安玺樾项目, 客户重叠率达 15%, 即 15% 关注本项目的客户也在关注静安玺樾。相比竞品, 本项目综合竞争力处于平均水平, 雷达图显示配套优势显著, 但户型适配性稍弱且价格偏高, 面临一定客户分流压力。



资料来源: 安居客研究院【楼盘洞察】产品数据库, 数据截至 2025.08.20

找房热度: 项目找房热度持续在 70 以上, 与竞品相比, 处于中间水平

从项目找房热度来看, 2024 年 9 月项目开盘后热度飙升至 120 以上高位, 10 月

起回落但稳定维持在 70 以上。2025 年 7 月三期开盘带动热度回升至 100 左右的小高峰，8 月回落至 80 上下。这一热度表现在当前市场环境下相当亮眼，超过同区域 81%、同板块 73%、同价位 56% 的楼盘。即便与竞品相比，**在客户重合度最高的 10 个项目**中，**该项目热度也基本处于中游水平。**

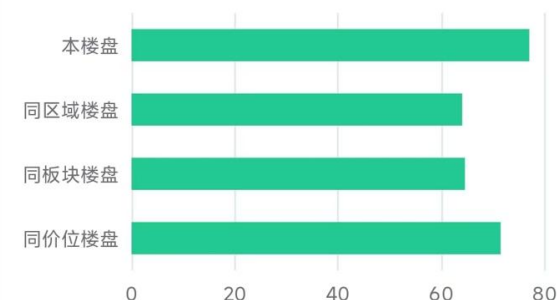
—— 楼盘热度走势

本楼盘热度峰值在 09/07 左右，比当前热度高 63.0%



—— 楼盘热度对比

本楼盘热度指数，超过同区域 81.3% 的楼盘，超过同板块 72.7% 的楼盘，超过同价位 56.3% 的楼盘①



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 2025.08.05

项目配套：地段优势+特色公区，配套优势遥遥领先，形成“隐性价值”

项目坐落于静安区核心板块，地段优势显著。交通上，汇集 4 条轨交与 2 条高架，距 8 号线中兴路站步行 200 米，2 站即达人民广场；距 1 号线中山北路站约 1.5 公里，3、4 号线宝山路站 1.1 公里，骑行 3 公里可至外滩。商业配套丰富，1.5 公里内有苏河湾万象天地、大悦城，3 公里生活圈覆盖人民广场、南京西路商圈。优资教育资源丰富，汇聚闸北三中心、市北初级中学、民办扬波中学等名校。医疗条件优越，3 公里范围内有上海市第一人民医院、上海第十人民医院等 5 家三甲医院。

项目一大亮点在于，既有优越的周边配套，又精心打造了特色公区配套。目标客群以年轻高知单身人士或小夫妻为主，多数有留学背景，注重生活品位。为此，项目在配套细节上颇费心思：2000 m²会所内设女性友好健身房、上海首个植物园泳池、CO-life 黑金店等专属服务；4200 m²公区涵盖会客厅、化妆间、图书馆、私人画廊、游戏室等，业态丰富且年轻化，强化业主间的身份认同感。有意思的是，每栋楼架空层均设化妆间，

满足女业主随时补妆需求，同时规划 e 人会客厅与 i 人独处空间，兼顾不同性格业主的社交偏好。此外，小区绿色生态也极具特色，项目南侧紧邻 3.5 万㎡中兴公园，内部还打造了约 6000 ㎡高线公园，形成立体公园体系。

产品&价格分析：高容积率限制，产品户型存不足，但灵动三房确实很香

本项目容积率 5.75，由 1 栋小高层+1 栋中高层+3 栋高层+1 栋超高层，共 6 栋底商+住宅的楼栋组成，产品涵盖 98-104 ㎡两房、180-204 ㎡三房、250-280 ㎡四房及 338-355 ㎡五房。

项目在户型设计上可圈可点。**先说不足**，受高容积率影响，产品存在一些瑕疵：两房和三房均仅一个卧室朝南，房型面宽窄、进深长，影响日照；电梯厅过大，公摊占比高，狭长过道导致空间利用率低；作为豪宅项目，部分户型卫生间为暗卫，采光通风欠佳，或存卫生隐患。**亮点方面**，如两梯两户设计，给予住户专属私密与尊贵体验；270°观景阳台，可直瞰城市景观与绿色花园；LDK 一体化设计，拓展社交空间尺度；全屋飘窗设计，增加室内使用面积等。

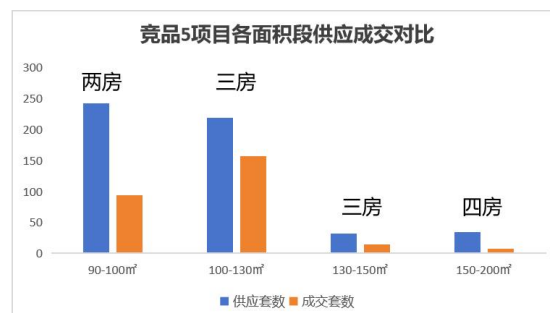
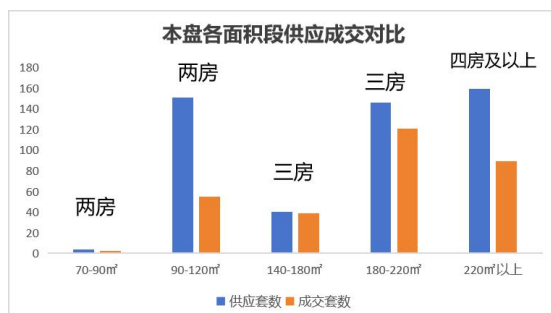
尽管项目产品设计存在不完美之处，但其推出的 2000 万+功能灵动三房精准命中了市场需求缺口。从板块内二手房市场情况看，面积 180 平方米以上、总价 2000 - 2500 万的产品市场缺口较大；同时，从本盘及竞品成交情况来看，具备灵活空间功能的三房产品更受青睐。

静安区不夜城板块二手房市场面积价格供需不匹配度情况

价格区间	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
200万以下	-0.08	0					
200-400万	0	-0.03	-0.01	-0.01	0		
400-600万	0.01	0.03	0.01	0	0	0	0
600-1000万	0	0.02	0.09	0.02	0.01	0	0
1000-1500万		0.02	0.01	0.02	-0.01	0	0
1500-2000万		0	0	0.01	-0.01	0	0
2000万以上					0	-0.02	-0.09

资料来源：安居客研究院【楼盘洞察】产品数据库，负值意味着供 < 求

项目户型多样，涵盖两房至五房，但最受关注的仍然是 180 m²左右、总价 2000 - 2500 万的三房。尽管两房总价更低，但带有 X 空间的灵动三房显然更得市场欢心。当下年轻人亲情、社交和独处需求并存，住所承载了新的功能，除自身“休憩”房间外，还需“社交”与“独处”空间，三个房间恰好能满足这一需求。



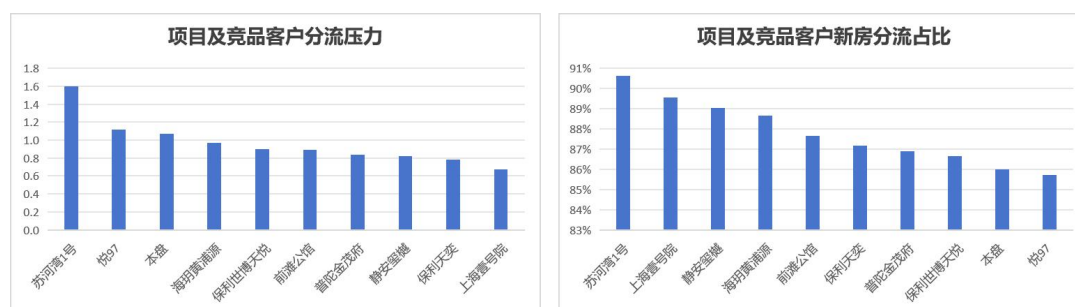
资料来源：网上房地产

客户分流：产品上“中间受捧，两头承压”，客户分流略高于竞品均值

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。与竞品相比，本盘该指标略高于竞品均值，表明本盘面临的客户分流压力相对更大。另外，新房分流占比超 85%，该项目主要面临来自新房项目的竞争。

在板块内，两房产品成交表现欠佳，明显不如三房产品。大户型改善产品，如总价

超 4000 万的五房户型，因总价较高，去化承压，还受到板块内及其他核心区域项目客户的分流，比如板块内某竞品 165 m² 的四房、黄浦区人民广场板块竞品项目 275 m² 的四房等。总体而言，项目中间面积段产品（如 180 m² 三房）受购房者热捧，弥补了户型方面的不足；而两端产品，要么功能无法满足需求，要么价格超出预期，形成了“中间受捧，两头承压”的态势。



说明：客户分流压力=Σ新房客户重叠度+Σ二手房客户重叠度；新房分流占比=Σ新房客户重叠度/项目客户重叠度，反映新房竞品对项目的分流程度，值越大，意味着项目受新房分流影响越大，通常：50%以上意味着新房分流占主导，50%以下意味着二手房分流影响占主导。

资料来源：网上房地产，安居客研究院整理

小结：

项目位于核心城市的核心区域核心板块，周边配套资源丰富且品质高。不过，地块高容积率给项目产品打造带来不小挑战，导致产品户型存在一定瑕疵。在此条件下，项目重点通过打造公区与特色景观，让预算 2000 万的客户也能拥有社交空间，获得身份认同感与归属感，且有种该价位段，市场上很难找到替代品的感觉。

【想知道你的项目是否“更胜一筹”，立即扫码，让数据告诉你答案】