

案例研究 | 远郊新城改善盘突围术：用“需求精准打击+价值深挖”破局红海市场

项目表现：热度较低的奉贤区首开几乎售罄

2025 年 1—8 月，上海奉贤区新房楼市交易热度低于全市平均水平，而该项目在 2025 年 7 月开盘推出 100 套房源，主要为 115 平方米和 119 平方米的三房，认筹率达 157.0%，开盘就几乎售罄。

该项目由奉贤新城公司打造，总规划为一个 18.6 万平方米的中大型社区，容积率 2.2，规划 12 栋 16—25 层高品质住宅，总规划户数 778 户。主力户型有 107—119 平方米的小户型，以及 140、160、180、235、288 平方米等大户型，均价 3.9 元/㎡左右。



资料来源：安居客研究院【楼盘洞察】产品数据库



资料来源：安居客研究院【楼盘洞察】产品数据库

从安居客找房热度周度数据来看，该项目在2月春节过后找房热度快速升温到60，之后在60上下波动，开盘前3周热度快速提升至80以上。

整体来看，该项目在推盘期热度较好，接下来我们将尝试从五个维度来对该项目进行全方位的扫描，试图找到该项目的成功密码。

■ 项目诊断步骤一：识别项目竞品

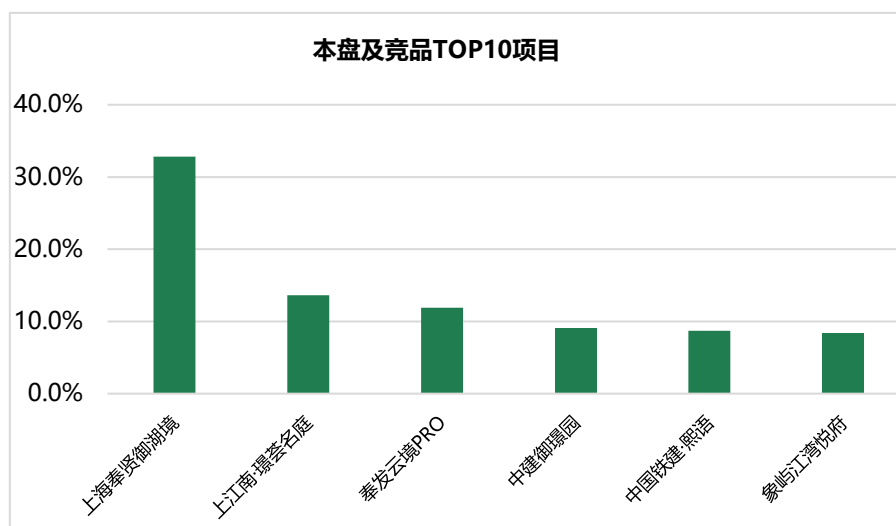
我们通过分析两个项目间的客户重叠情况来判定竞品关系，客户重叠度越高，意味着两个项目对客户的争夺就越激烈。我们挑选出该项目90天内客户重合度最高的6个项目，从这6个项目的位置来看：

上海奉贤御湖境距离本案3公里以内；

上江南·璟荟名庭、奉发云境 PRO、中建御璟园距离本案 4-5 公里；

中国铁建·熙语、象屿江湾悦府距离本案 6-10 公里。

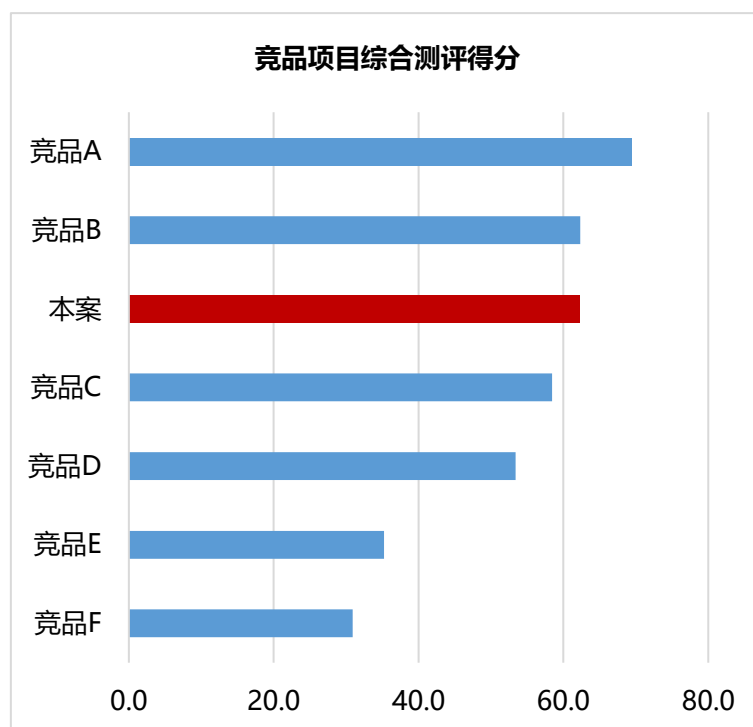
可见本案的竞品项目主要为奉贤区新城周边的项目。



资料来源：安居客研究院【楼盘洞察】产品数据库

■ 项目诊断步骤二：项目综合竞争力比较

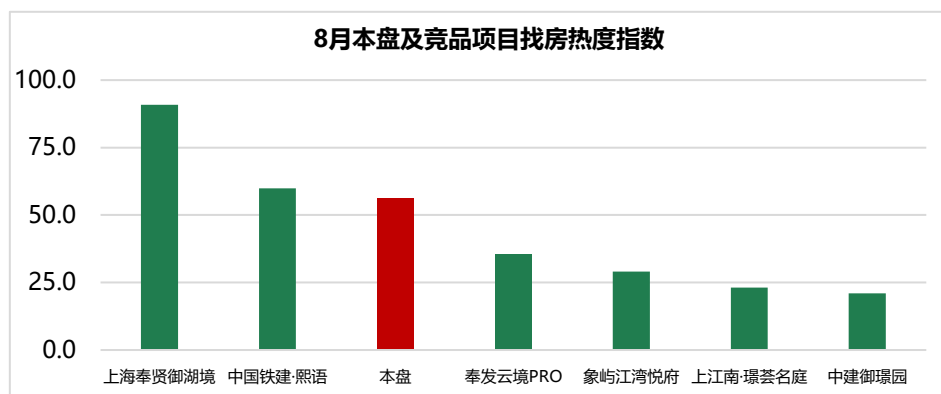
我们将该项目与竞品进行对比分析，围绕找房热度、产品与市场需求的契合度、受其他项目的分流影响、周边配套完善程度、价格水平等几个核心维度展开，总体测评显示，该项目在与竞品的比较中，综合竞争力处于中等偏上水平，显著高于竞品均值水平。



资料来源：安居客研究院【楼盘洞察】产品数据库

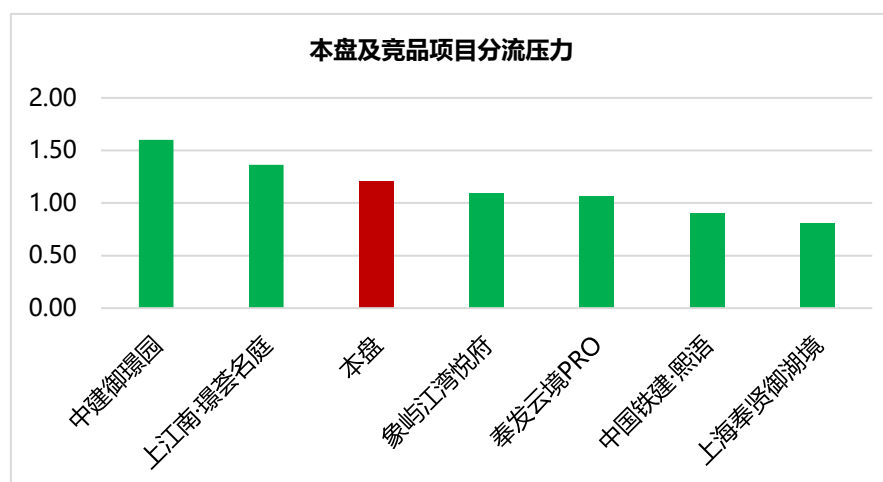
■ 项目诊断步骤三：细项分析，找到核心影响因素

(1) 找房热度：项目线上找房热度中等偏上，但仍有较大提升空间。与竞品项目相较，该项目的找房热度在中等偏上水平。据安居客平台统计的项目数据显示，本盘近 90 天内线上看房人数约 800 人，最近 30 天看房人数超约 400 人，有待进一步提升。



资料来源：安居客研究院【楼盘洞察】产品数据库

(2) 客户分流：分流压力较大，需加强精准营销。从项目客户被其他项目分流的情况分析，该项目分流压力值为 1.21，处于众多竞品的中等偏上位置。这种情况表明，该项目需警惕客户流失风险，建议通过差异化服务或精准营销强化竞争力，以缓解分流压力并巩固市场地位。



资料来源：安居客研究院【楼盘洞察】产品数据库

(3) 周边配套：配套资源丰富，可满足生活需求。在交通方面，1 公里左右有 5 号线奉贤新城站，并且有 BRT 南桥汽车站公交站，自驾 2 公里内可以上沪金高速；商业配

套方面，3公里内有龙湖上海奉贤天街、新世界休闲生活广场（奉贤店）等；医疗方面，3公里内有古华医院、上海交通大学医学院附属新华医院（奉贤院区）等；教育资源较为丰富，在3公里范围内有上海市奉贤中学附属小学、弘文学校、上海市奉贤中学附属初级中学、奉贤区实验中学（崇实校区）、上海市奉贤中学等；生态环境方面，在3公里内有市民公园、五一公园、上海之鱼等丰富的生态资源。

(4) 户型匹配：填补市场需求，以高品质空间尺度提高产品竞争力。根据我们的产品供需分析，项目所在的奉贤区，90~120平方米的三室，140~180平方米的四室明显有略微的供不应求，供需不匹配度指数为-0.08和-0.05。该项目在7月首次开盘时，推出的户型为115和119平方米的3室2厅，契合区域内购房者的产品需求，未来规划的140平方米以上的大户型，也正好满足该区域的需求。

图：上海奉贤区户型产品供需不匹配度

户型产品供需不匹配度 △+

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	● 0.02	● 0					
2	● 0	● 0.02	● 0.04				
3		● 0.03	● -0.08	● 0.03	● 0	● 0.02	● 0.01
4			● 0	● -0.03	● -0.05	● -0.03	● 0.01
5					● 0	● -0.01	● 0
6							● 0.01

数据说明：通过对比目标项目和所在板块在产品类型（户型+面积）上的供需差异，汇总所有产品类型匹配值得出的综合评分。数值为正，表示项目产品与市场需求缺口不匹配，数值越大则供大于求的情况越严重；数值为负，表示项目产品契合市场需求缺口，数值越小则反映该产品类型供不应求

资料来源：安居客研究院【楼盘洞察】产品数据库

另外，从户型设计来看，该项目也有很多亮点。在奉贤区域，115 和 119 平方米面积户型可能会兼顾功能性而做成四室，而本案照顾到空间的舒适性，都做成了舒适的三室。

例如 115 平方米的 3 室 2 厅，做到了四开间朝南（餐厅+客厅+2 个卧室），超大阳台+2 飘窗增强空间感。入户门连通厨房设计，方便入户放置物品的便捷性。



(5) 价格水平：合理定价，错位竞争：项目所在的奉贤新城板块是 8 月奉贤区找房热度第 1 的板块。当前，该板块商品住宅销售均价约 4.4 万元/m²，明显高于本案。相较于竞品，本盘单价约 3.9 万元/平方米的价格，在竞品中属于中等偏低。

与本案价格接近的上海奉贤御湖境，同属于奉贤新城板块，地段配套优势与本案相似，主要推售产品为 107 平方米的三室和 123、140、175 平方米的四室，与本案 7 月推售的产品同质化较低。

另外同板块的中建御璟园，近期推售的为 99 平方米的小三房和 133 平方米的大三房，其他产品为 150-230 平方米的联排别墅，户型虽然与本案有相似度，但重合度较低。

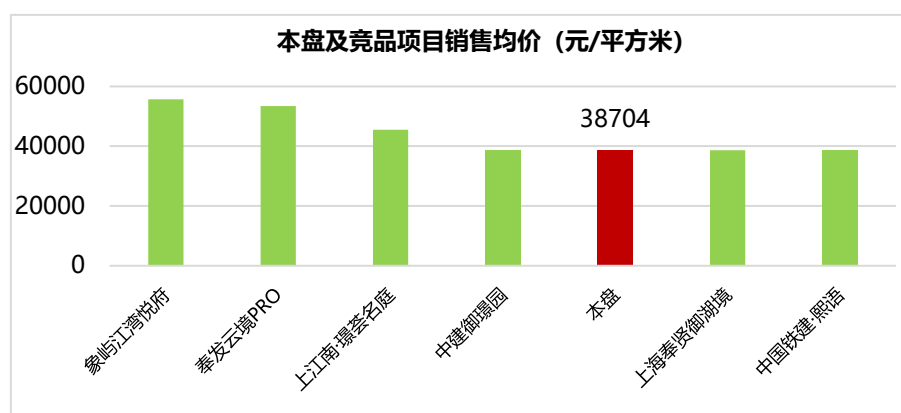
价格较高的象屿江湾悦府，同属于奉贤新城板块，均价 5.56 万元/平方米，主力产品为 123、138 平方米的叠墅，76、93、97 平方米的三室，143 平方米的四室，与本案的户型产品差异性较大。

价格低于本案的中国铁建·熙语，位于奉贤区西渡板块，地段相对本案要差一点，并且三室户型主要为 100 平方米、91 平方米的小户型，产品差异性明显。

奉贤区板块购房热度排行·新房



资料来源：安居客小程序



资料来源：安居客研究院【楼盘洞察】产品数据库

综合分析下来，本案热销可归纳为以下三点：

其一，精准需求匹配：项目通过市场调研，推出 115 m²、119 m²三房户型，填补奉贤新城 90-120 m²三室供不应求的空白（供需不匹配度指数-0.08），并创新设计四开间朝南、超大阳台等空间，提升居住舒适性。

其二，价格错位竞争：均价 3.9 万元/m²，显著低于板块均价 4.4 万元/m²，与竞品形成差异化定价（低于象屿江湾悦府的 5.56 万，高于地段较差的西渡项目），吸引价格敏感型购房者。

其三，全维配套支撑：1 公里内地铁、BRT 覆盖，3 公里内汇聚龙湖天街等商业、新华医院等医疗资源，以及奉贤中学等优质教育资源，生态资源丰富，形成“15 分钟生活圈”。