



25°



碧桂園营销



碧桂园·贵安府复盘分享(四) 如何做好双享策划?

从营销的视角看双享策划



贵安销售中心 2017.10.01



目录

CONTENTS

- 1 政策及市场背景
- 2 项目背景及双享制度要求
- 3 产品定位阶段双享策划
- 4 推广及蓄客阶段双享策划
- 5 定价阶段双享策划
- 6 开盘阶段双享策划



政策及市场背景

《《《01》》》



政策及市场背景

项目位于福州市连江县贵安板块潘渡乡贵安村

- 2017年连江当地限价限签，部分区域限购
- 连江预售价格**11000元/m²**，网签价格**8145元/m²**



政策及市场背景

福州市区房价高企、限购限贷限价限签已长达数月之久，大量（鼓楼、晋安为主）刚需及改善被迫外溢；直接利好城市周边板块（闽侯、长乐及贵安），其中贵安板块属于价格洼地，**随着福州同城化扩张，作为市区北外溢首站，未来板块升值潜力巨大。**目前板块主要竞品以福州温泉城为主，贵安新天地已开发多年至2017年上半年已基本售罄，**贵安府入市的最佳时机。**





项目背景及双享 制度要求

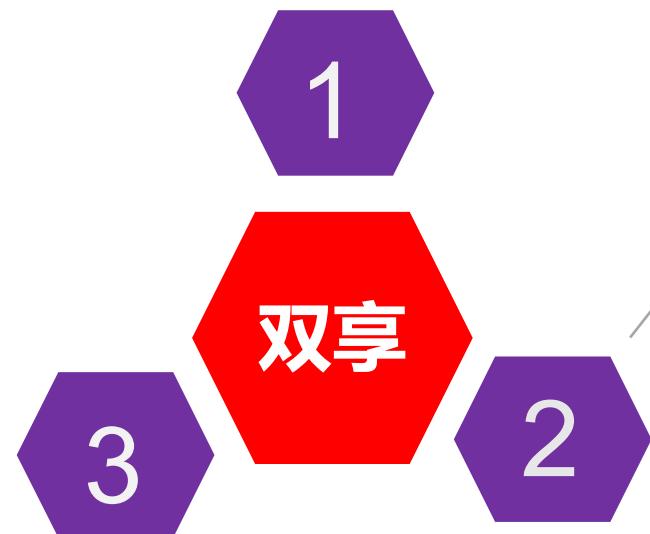
《《02》》



项目背景及双享制度要求

开盘三个月及期满回正
前累计签约回笼率不低
于50%

期满前，累计签约回
笼率达80%，额外奖
励总奖金的2.5%



溢价额外奖励=溢价奖金*20%
(上限为成就共享总奖金的5%)



产品定位阶段 双享策划

《《03》》



产品定位阶段双享策划

项目与福州市区直线距离16公里，行驶距离28公里到达主城区，属于福州市后花园，承接福州城区外溢客群，城郊宜居板块。项目处于近郊板块价格洼地，有2条快速通道连通市中心，自然环境优越容积率低；结合市场、项目自身优势抓住外溢客群机遇，**客户定位刚需刚改。**





产品定位阶段双享策划

①做适销对路的产品

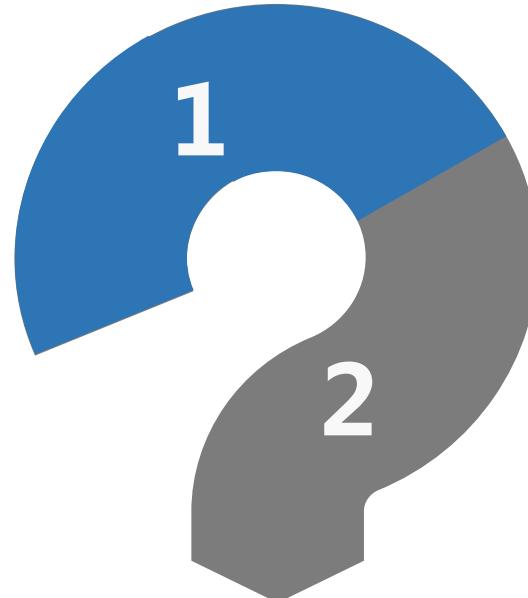
- 刚需型产品90m²以下3房/3房半（套数878 面积72895m²）
刚需型产品去化速度快，不足为利润率较低
入门级联排别墅（套数396 面积47110m²）
- 利润率高，货量适中，去化速度较快



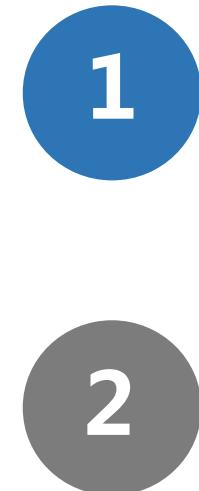


产品定位阶段双享策划

②根据区域及福州市场为判断依据



难去化



商铺

(贷款利率高 投资回报率低)

车位

(外溢型市场，别墅配有车位，
需求量少，价值低)



碧桂园
初心·良心·匠心



结论

少做或不做价值低，去化速
度慢的产品 占比1%



推广及蓄客阶段 双享策划

《《《04》》》



推广及蓄客阶段双享策划

降低营销成本

- 项目前期依托城市展厅，以点带面，快速建立营销生态链，在有限的营销费用下，扩大营销队伍
- 价格口径释放，高开低走，提高客户心理预期



25th

碧桂园
Country Garden

初心·良心·匠心

碧桂园营销

Country Garden Marketing

碧桂园

定价阶段双享策划

《《05》》



25°

碧桂园
初心·良心·匠心

定价阶段双享策划

保利润**高回款****重去化****1**

突破现有备案均价 (11000元/m²突破至12480元/m²) 备案价格作为客户成交价格

① 通过高低配方式测算利润率

	测算价格方案1	测算价格方案2	测算价格方案3
洋房	9200	8800	8300
别墅	15025	17800	19893
合计	11300	12045	12480
利润率	16.84%	18.96%	20.08%



25°

碧桂园营销
初心·良心·匠心

定价阶段双享策划

保利润**高回款****重去化****1**

突破现有备案均价 (11000元/m²突破至12480元/m²) 备案价格作为客户成交价格

②

根据付款方式测算筹货比 价格输出口径：洋房均价10000元/m²，别墅均价20000元/m²

筹货比

产品	首推	自付一个月	自付五个月	自付一年	自付综合	按揭	综合
高层洋房	878套	0.23 : 1 (202筹)	0.1 : 1 (88筹)	0.22 : 1 (193筹)	0.55:1 (483筹)	5.76:1 (5862筹)	6.23:1 (6345筹)
别墅	124套	0.6 : 1 (75筹)	0.41 : 1 (51筹)	0.35 : 1 (43筹)	1.36:1 (169筹)	2.3:1 (286筹)	3.67:1 (455筹)
综合	1002套	0.28 : 1 (277筹)	0.14:1 (139筹)	0.24:1 (236筹)	0.65:1 (652筹)	6.14:1 (6148筹)	6.78:1 (6800筹)

碧桂园
初心·良心·匠心

定价阶段双享策划

保利润**高回款****重去化****2****价格测算**

① 通过价格及付款方式交叉测算回预计款率

	测算价格方案1	测算价格方案2	测算价格方案3
洋房	9200	8800	8300
付款方式	自付 (10%) +按揭 (90%)	自付 (30%) +按揭 (70%)	自付 (50%) +按揭 (50%)
别墅	15025	17800	19893
付款方式	自付 (100%)	自付 (100%)	自付 (100%)
预计回款 (18年3月31日)	40%	60%	80%



25°

碧桂园
初心·良心·匠心

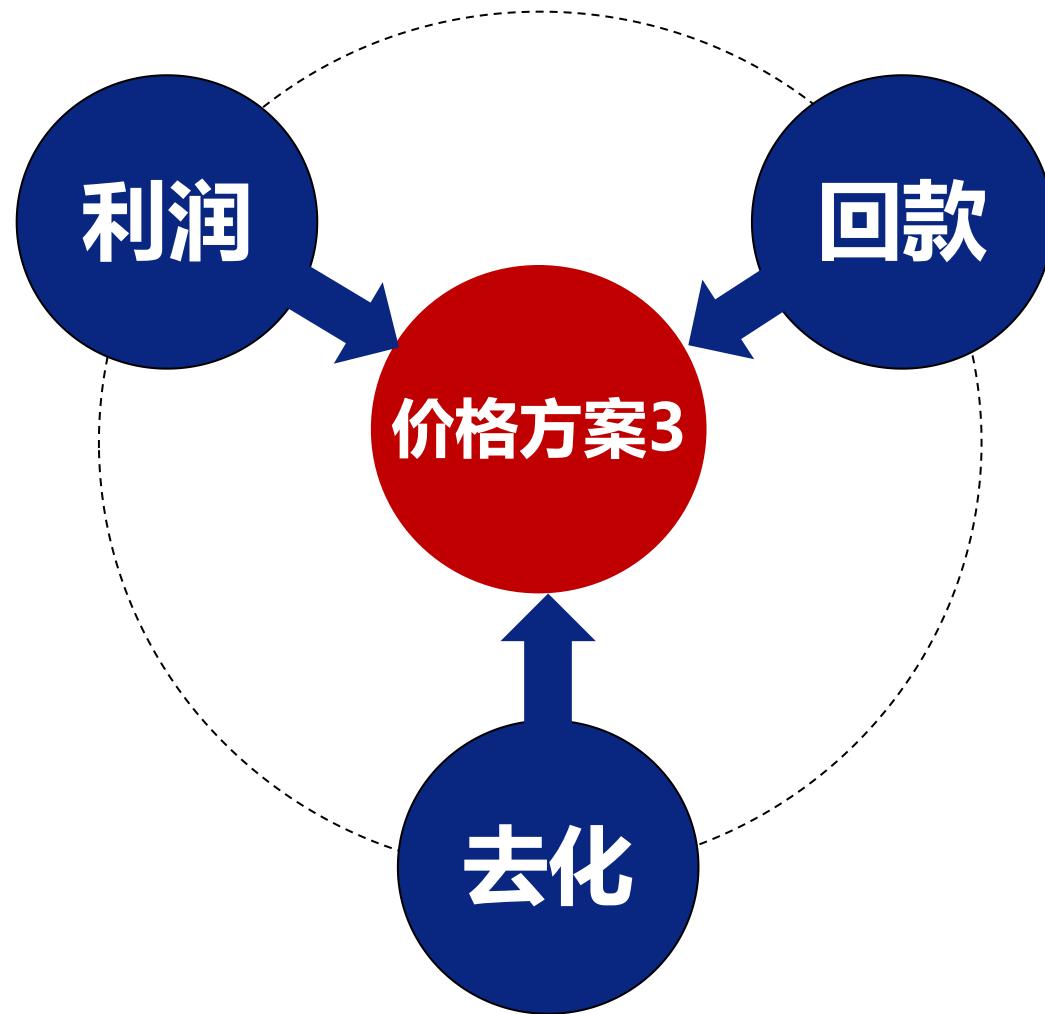
定价阶段双享策划

保利润**高回款****重去化****2****价格测算****②****通过筹货比及客户落位部分房源锁定付款方式**

	自付方式 筹货比	自付房源	自付房源占比
洋房	0.55:1	429套	48.86%
别墅	1.36:1	124套	100%
合计	0.65:1	553套	55.19%



定价阶段双享策划



结论：

通过利润、回款、去化三个纬度，

确定使用价格方案3——洋房均价

8300元/m²，别墅均价19839元/m²



25°

碧桂园
初心·良心·匠心

定价阶段双享策划

保利润**高回款****重去化****3**

产品价差及付款方式灵活运用，确保利润、回款、去化

- 高层均价8300元/m²，不同楼栋价格不做拉差，保证均衡去化
- 保证回款，意向客户较多的单元与付款方式绑定（01、06、07、11为自付1个月及自付5个月）
- 别墅位置间差异较大，放大优势户型与普通户型价格拉差（即端套与中间套拉差60万~100万）
- 网签价格8145元/m²，别墅网签可能性低，故别墅产品锁定一次性付款方式，通过付款时间设定折扣

别墅**自付一个月****自付五个月****自付一年**

88折

9折

92折



碧桂园
初心·良心·匠心



首开
数据

	去化套数	去化金额(万)	自付比例	去化率
洋房	864	59443	70%	99%
别墅	124	27479	100%	100%
综合	988	86922	80%	99%



25th
初心·良心·匠心



碧桂园营销
Country Garden Marketing



开盘阶段双享策划

06



碧桂园
Country Garden Marketing
初心·良心·匠心



开盘阶段双享策划

内解+微信开盘

- 自付客户优先落位，提前一天优先内解选房，保证回款
- 自付客户集中内解，现场充分挤压客户
- 少量按揭50%房源微信选房
- 不进行线下集中开盘，减少客诉风险



谢谢聆听！