



# 以低密度资源型大盘，持续领跑中心区 保利乐从文化公园南侧地块前期策划

佛山中原事业五部

Foshan.03.2013

# 地块价值初印象——

- 双中心：佛山新城核心区第一圈层接壤区域；乐从中心（规划属乐从中区，乐从中心定位）
- 双公园：北向文化公园，南向沙良河公园
- 乐从传统高端居住区：低密度、大盘、全配套、中心融城交通优势（快速路、轨道交通）
- 强品牌：保利在中心区的规模优势（见下图项目布局标注）



地块价值初印象



开发方向初判断



品牌战略项目布局优势



佛山新城中心标杆价值



大品牌·强中心·大项目



# 分析结构

本轮报告主要回答——

- 是否适合大盘
- 多大规模
- 产品方案是什么

价值度

吸纳量

产品差

# Chapter 1 - 价值度解析

- 地块条件梳理
- 佛山新城价值分析及成长周期
- 佛山新城中心价值驱动力与乐从的关系
- 核心区周围片区潜在的价值竞争板块比较

Part 1.A

地块条件梳理及属性界定



地块位于佛山新城范围内、乐从文化公园南侧，沙良河及沙良河公园以北、并零距离接壤

地块条件

地理位置

地块四至

交通条件

景观资源

配套条件

产业环境

地产开发



# 地块四至

地块条件

地理位置

地块四至

交通条件

景观资源

配套条件

产业环境

地产开发



项目北靠旧厂房及乐从文化公园，该公园是以水景为主，突出休闲特色的具有亚热带水乡风光的现代园林



东临佛山奥园、佛奥湾和星光广场；乐从最大的成熟高档社区，目前开发至尾声；环境及配套对本案能形成一定的价值支撑



西面现状多为厂房，临近“家具十里长街”



南面临近沙良河，沙良河公园正在建设施工，建成后与乐从文化公园共同构成了项目双公园配套，景观优势明显



城市主干道、快速路、城轨汇集周边，实现地块交通上中心融城  
5分钟车程CBD核心区；15分钟禅桂中心；30分钟辐射佛山各区

地块条件

地理位置

地块四至

交通条件

景观资源

配套条件

产业环境

地产开发



#### 交通现状

- 公交线路较为便利；
- 乐从“六纵六横”道路网络系统已经形成，但支路少，不够密集；
- 道路路况较好，主干道基本为4车以上车道；广佛线是指小涌~广州沥滘，途经桂澜路、南桂东路、兆祥路、城门口路、汾江路，联系佛山中心组团与广州市区。一期广州东延线预计2014年底建成通车，二期预计2015年底建成通车

#### 交通规划

- 地铁3号线预计2018年前建成通车，6号线2018年前动工；
- 有轨电车近期规划为2009-2015年，到2020年，在“都市圈”交通方面，顺德将实现与广州、佛山中心区之间30分钟可达，顺德与广佛都市圈内主要区域1小时可达。

公园景观资源条件较好：南北向双公园、滨河景观；周边低密度建筑物、住宅区为主，视野开阔

地块条件

地理位置

地块四至

交通条件

景观资源

配套条件

产业环境

地产开发



项目地块周边多达8个公园，自身环境素质极其优越，尤其是在佛山这种以工业为主要产业的工业化城市。对生态环境的追求是成功人士的生活态度，南北双公园的搭配同时背靠沙良河水系生态更让业主足不出户便可领略自然风光，从客观程度上提高了产品档次，使得本项目更具有竞争力。



# 传统乐从高端、中高端居住区域；配套成熟、生活便利，档次相比较乐从其余区域较高

地块条件

地理位置

地块四至

交通条件

景观资源

配套条件

产业环境

地产开发

教育配套

葛岸幼儿园、北村幼儿园、西村幼儿园、乐从中心幼儿园、**乐从中学**、沙滘小学 等

医院配套

**乐从医院**、岑炽扬中医诊所、路洲社区卫生服务站、郑燎口腔诊所、李德辉全科诊所、友好医疗门诊部等二三十个配套

商业配套

沙滘中心市场、**威斯广场商业步行街（乐从最大的商业广场）**、**星光广场**、**天佑城**、跃进路商业街、华南（国际）钢铁物流交易中心、乐从国际家具博览中心、**顺联北区家具城**、塑料市场等近百个商业配套

交通配套

**交通干道：佛山一环、325国道等**，十分钟直上佛山高速和珠二环高速，东平河、顺德水道夹镇而流，325国道贯穿南北

行政配套

镇财政局、镇国土城建和水利局、镇卫生和人口计划生育局、区市场安全监管局乐从分局、区环境运输和城市管理局乐从分局、乐从派出所、乐从地税分局

休闲娱乐配套

**乐从文化公园**、**沙良河公园**、英雄河、乐从陈家祠、威斯广场、世纪莲体育中心、五星级**财神酒店**、佛山公园、滨江湿地公园等已投入使用

•**财神酒店**：佛山财神酒店是澳门财神酒店于国内的第一间姊妹酒店，酒店拥有406间豪华客房，是以五星级标准建筑设计，位于佛山市顺德区与禅城区的交汇处。

•**乐从文化公园**：位于佛山市顺德区乐从镇乐从大道南侧。公园设计运用现代园林与传统园林相结合的手法，结合原有地形，营造出一个以水景为主，突出休闲特色的具有亚热带水乡风光的现代园林。

•**乐从中学**：乐从中学是一所公办高级中学，位于中国家具商贸之都——顺德区乐从镇，毗邻佛山奥园，创办于1957年，占地240亩，是一所气势恢宏、环境优美、设备一流的现代化学校，现有68个教学班，在校学生3400多人，教职工266人。

•**乐从医院**：佛山市顺德区乐从医院是一家按二级甲等医院和广东省基本现代化医院标准建设，顺德西北部目前最大的集医疗、科研、教学、预防、康复保健于一体的二级甲等综合性医院，是广东省医学院校教学医院，广州医学院第一附属医院协作医院，广东省创伤骨科临床基地，2009年被评为“顺德区花园式医院”。



# 乐从作为全国家具、钢铁、塑料专业商贸重镇，产业基础发展好 产业升级带来新的活力，加速产业化带动城市化作用

地块条件

地理位置

地块四至

交通条件

景观资源

配套条件

产业环境

地产开发



➤ **家具市场**——经销家具商镜总面积达300万平方米，商户3450多家，市场规模堪称世界之最，在国际家具业内有着广泛影响力，被国家有关行业权威组织授予“中国家具商贸之都”荣誉称号；

➤ **钢铁市场**——乐从是全国最大钢铁贸易集散地，拥有钢贸公司2700多家，乐从钢材市场占地面积220万平方米，年促成钢材贸易总量超过2000万吨，销售网络辐射全国各地；

➤ **塑料市场**——乐从塑料市场占地面积60多万平方米，驻点经销的商户600多家，年促成塑料贸易总额达200多亿（含商贸分流部分），居华南同类市场之冠，也被行业权威组织授予了“中国塑料商贸之都”的称号。



## 乐从传统的中高端居住中心区域，目前片区地产开发较成熟， 低密度的片区居住印象

地块条件

地理位置

地块四至

交通条件

景观资源

配套条件

产业环境

地产开发



规模低密度大盘、文化公园、综合体星光广场等，早期的开发使得片区形成中高端居住氛围  
至今价值印象依然留存市场



# 地块属性。界定

城市中心资源型飞地，乐从的最居住中心

价值印象关键词：中心融汇；景观性；低密度；成熟配套

1 低密度中高端居住片区印象，成熟区域里的资源型飞地；

2 双中心地段（佛山新城核心区+乐中心）；尤其与佛山新城核心区的接壤关联度，使得区域价值的成长性较为可观；

3 交通通达融汇性佳，使得区域地块的外向辐射性较好，内外区域的置业流动性牵引力具备。

## Part 1.B

# 佛山新城中心价值分析及成长周期 中心驱动力与乐从的关系

## “大佛山战略”实施推动中心崛起：2003年东平新城规划立项 2008年更名东平新城，2011年更名佛山新城

- 2003年初，佛山市行政区划调整；
- 2003年4月，中共佛山市第九次党代会和佛山市第十二届人民代表大会召开。为加快佛山城市化建设，实施佛山现代化大城市发展战略，佛山市中心组团新城区项目立项；
- 2003年9月，中心组团新城区建设协调领导小组及其办公室，以及中心组团新城区开发建设有限公司成立；
- 2004年，新城区建设正式启动，并陆续完成了东平大桥、世纪莲体育中心、新闻中心及绿化生态环境等重点基建项目；
- 2007年4月，市政府将中心组团新城区正式更名为“佛山市东平新城”
- 2011年，实施强中心战略，更名为“佛山新城”



## “2+5” 组团式城市发展模式 佛山新城领享其优

### 狮山组团

- 全市重要的新兴产业基地和区域性科研教育基地
- 全市重要的客运铁路枢纽
- 区域性休闲度假、会议基地

### 西南组团

- 广佛都市区西部的交通枢纽和旅游、会议、培训基地
- 三水区的行政与文化中心

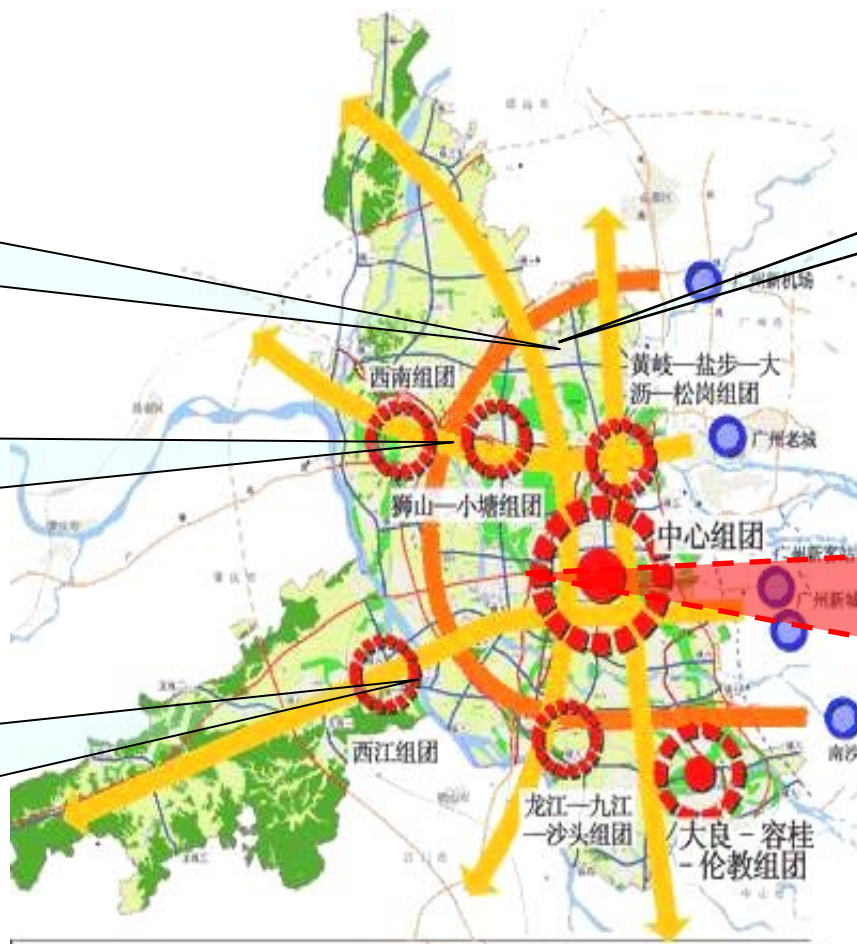
### 西江组团

- 市域西部地区的行政、文化、商业中心
- 重要的制造业基地
- 区域性生态旅游基地

### 大沥组团

- 重要的制造业基地
- 区域专业市场与物流中心
- 具有优良生态环境的新城区

- 中心组团—100万人口
- 区域内地区性主中心
- 全市行政中心、商贸服务中心、文化体育中心
- 全市重要的制造业、高新技术产业基地与物流基地
- 具有高品质生活环境的城市生活区
- 具有悠久历史人文环境的地区



2003年6月，佛山市提出了建设现代化大城市的奋斗目标，正式确立了“2+5”为主体的组团式现代化大城市发展模式。即建设2个100万以上人口和5个30-50万人口的新城区

## 历经10年 建设，佛山新城成型，中心的中心价值确立

- 2003年6月，佛山市提出了建设现代化大城市的奋斗目标，正式确立了“2+5”为主体的组团式现代化大城市发展模式，“中心组团新城区”全面启动建设。
- 2007年4月，顺应佛山城市发展需要，为更好的实施“强心”战略，市政府将“中心组团新城区”更名为“东平新城”，东平新城跃然成为佛山市“中心组团”中最重要核心区域，佛山的市级强核心，担负着开启佛山市建设发展新纪元的历史重任。
- 2013年 佛山新城10周年，已经发展成为佛山市中部，跨禅城、顺德两区，佛山的市级强核心区。



## 佛山新城 城市定位 唯一性市级中心区 价值

- 佛山市的中心城区
- 中央商务区
- 总部经济发展区
- 公共服务配套区
- 具有浓郁岭南风貌的绿色新城



- 作为佛山的市级强核心，“佛山新城”五大主体定位和“强中心战略”指导下，未来发展轨迹更为清晰，更为完善

# 佛山新城 核心区 商业居住是用地占比最大的分区功能



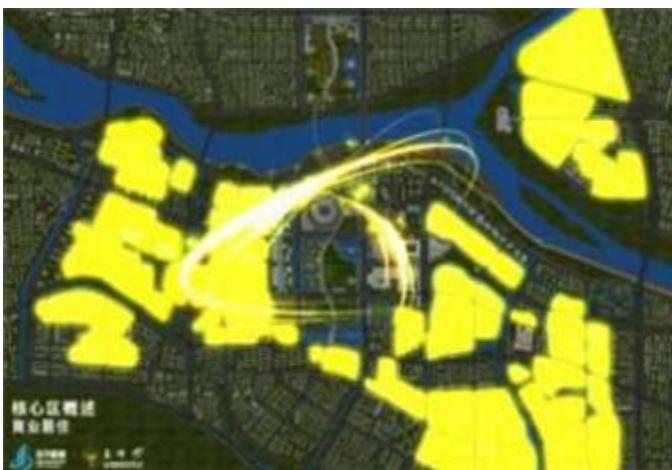
核心区 - 规划总览



核心区 - 文化娱乐



核心区 - 行政服务



核心区 - 商业居住



核心区 - 金融商贸



核心区 - 总部经济

# 按规划实施及建设进度，佛山新城（核心区）进入开发成熟期 在规划范围扩容的背景下，加强中心承载力、吸引力及凝聚力

■ **核心区开发时序：**根据5年初现、10年基本建成的战略目标，新城核心区开发分为“三步走”

[1]启动期：2004年至2006年；[2]发展期：2007年至2010年；[3]成熟期：2011年至2014年

■ **启动期（2004-2006年）**

**发展策略：**规划框架确立，基础建设+重点工程项目

主要依靠政府对基础设施的投入，为东平新城的开发建设提供基本条件，在此基础上，推进首批重点项目建设，初步树立区域形象，培育区域土地价值。主要完成项目：

基础设施：道路工程、110KV变电站工程、优质供水工程、公用电房、综合管沟工程、水利工程、绿化生态环境工程。

首批重点项目：东平大桥、世纪莲体育中心、新闻中心。

■ **发展期（2007年-2010年）**

**两大战略：**“南延、北连、东拓、西优”战略与“市级公共服务功能定位并以此为新城建设的牵引力”战略，CBD1期完成

主要在启动期开发建设的基础上，通过政府的政策性倾斜和引导市场资金进入，在较易成熟的区域形成大规模开发的局面，使区域朝着规划的目标协调发展。

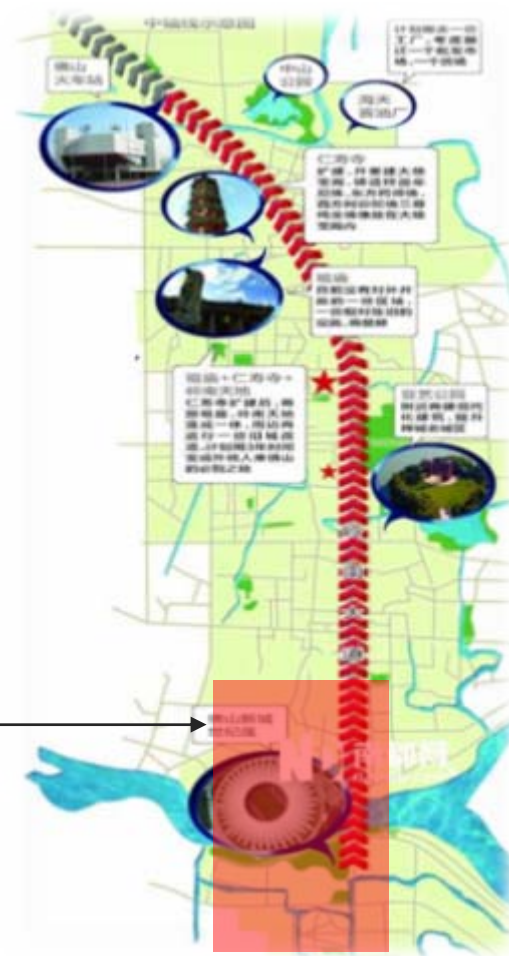
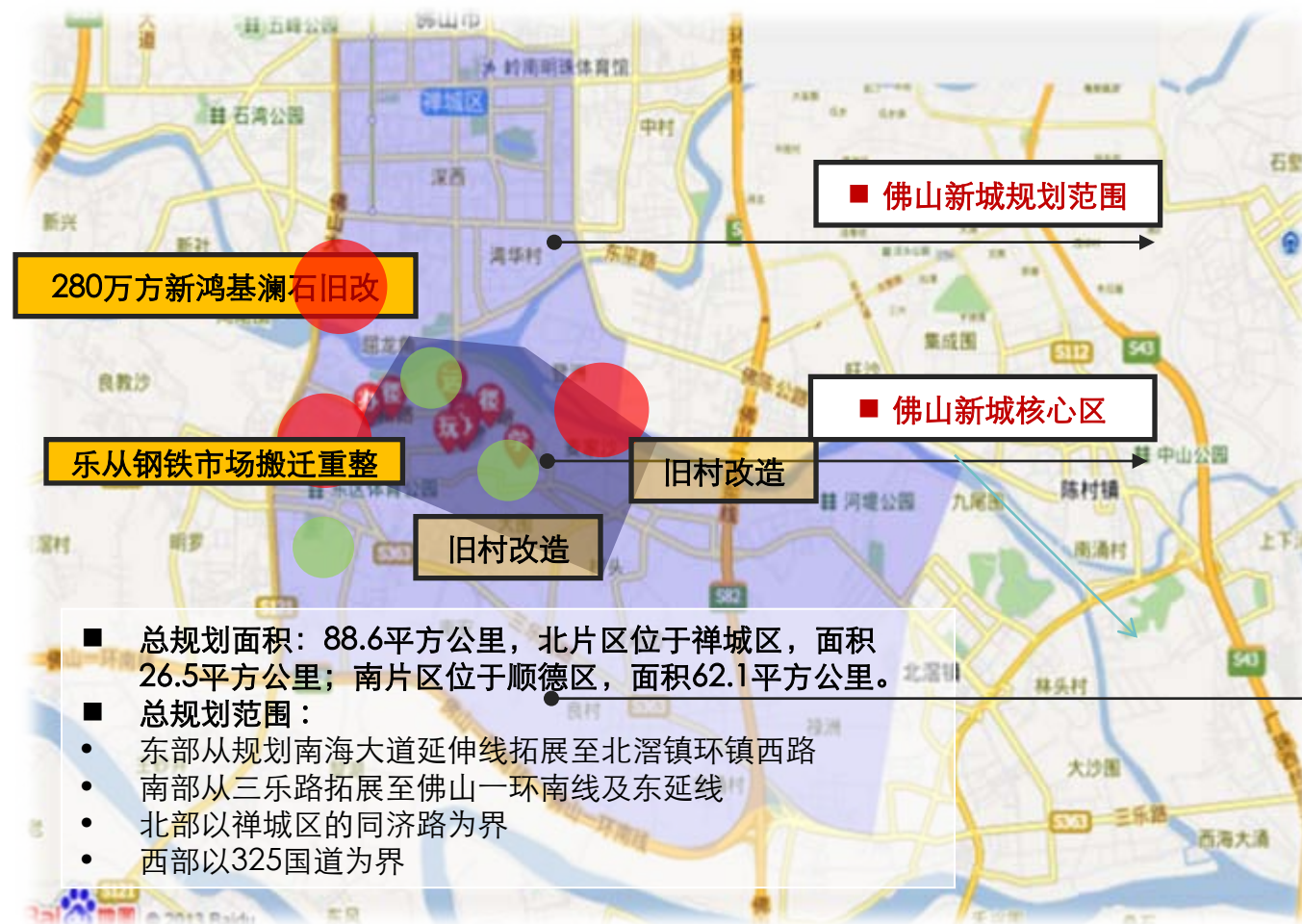
■ **成熟期（2011-2014年）**

**发展战略：**“强中心”“城市中轴线”加强中心聚合作用；新城CBD建设进入二期，产业升级加强招商引资

2013年是推进城市升级三年行动计划的第二年，为落实“强中心”战略，城市中轴线的打造成为重中之重。佛山城市中轴线规划建设范围北起海八路，南至佛山新城三乐路，全长约14公里。将以岭南大道为骨架的中轴线分为北门户区段、佛山老城区段、深村一两园（文华公园、亚艺公园）区段、佛山公园北园区段、佛山新城区段五个区段来分别打造，从而增强佛山市中心地区的城市承载力、吸引力及凝聚力“什么是强中心？就是一老三新。”老就是禅城区的老城区；一新就是佛山新城，是佛山新的中央商务区 and 工业服务区，正在加快建设之中；二新就是沥桂新城；三新是在是禅西新城，都市型产业聚集区和智慧新城。



城市中轴线规划下“南延东拓”使中心的的城市功能加强；尤其重整原有区域内的居住功能升级（产业用地整理、规模旧改等）



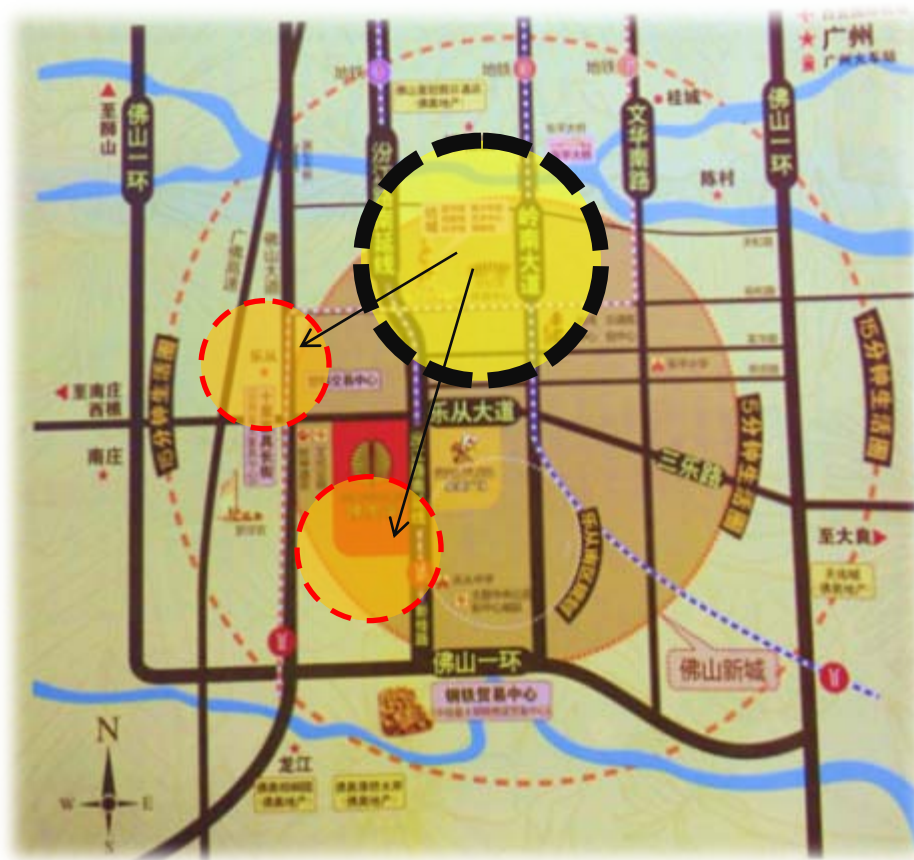
交通网络完善支撑中心区域外拓，使被纳入中心的新片区价值提升  
但也使得居住功能在不同片区多元分散承载，加大商住开发竞争

- “三横五纵”方格道路网（五纵：佛山大道、汾江南路、岭南大道北、文华南路与南海大道，三横：裕和路、富华路与荷岳路）在南延东拓下，横线拓展至乐从大道-三乐路（地块所在）及魁奇路
- 城际轨道交通网（轨道交通1、3、6号线）和佛山一环使得对外辐射力大大加强





南延东拓新城规划框架下，乐从纳入佛山新城区域范围  
成为南延方向上、可供新增开发土地的最重要承载力区域之一



# 中心价值周期及关联度。小结

区域价值属性界定及成长周期

中心驱动力与乐从的关系

1 属性定位：具备唯一性价值的佛山城市中心；分散的组团式空间发展之下最重要的中心聚合节点；城市中轴线上的最重要发展节点

2 核心区发展建设进入成熟期；扩容后的佛山新城进入快速发展期（表现为毗邻核心区的区域土地规划整理、规模开发；如乐从镇加速了对佛山新城核心区接壤区域土地利用的规划整理——乐从钢铁市场搬迁、2013年6月可能落定开发方向；中区土地整理，如沙良河两侧用地如公园建设、地产开发等）

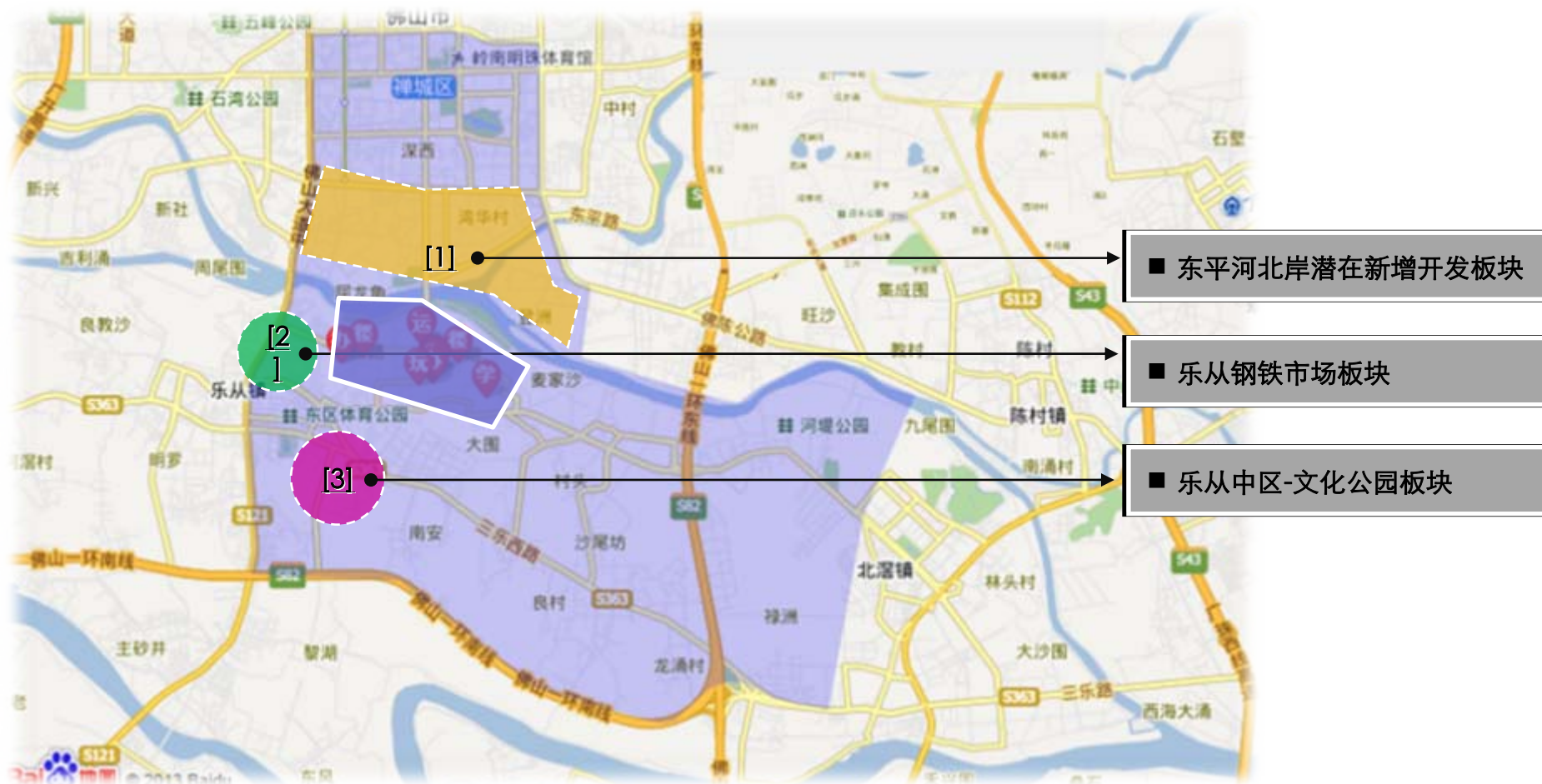
3 在新的开发成长周期起点上，对于扩容区的房地产开发，资源条件 + 开发基础（①开发规模；②市场基础；③开发主体；④与核心区接壤度）成为形成竞争差异重要的KPI要素

## Part 1.C

# 核心区周围片区 潜在的价值竞争板块之比较

# 核心区周边片区 潜在的价值竞争板块 圈定

圈定原则：1) 接壤关系；2) 资源能力；3) 可供新增土地





# 潜在竞争板块KPI体系比较：从核心资源和开发基础来看，价值竞争度 ①北岸潜在新增板块>②乐从文化公园板块>③乐从钢铁市场板块

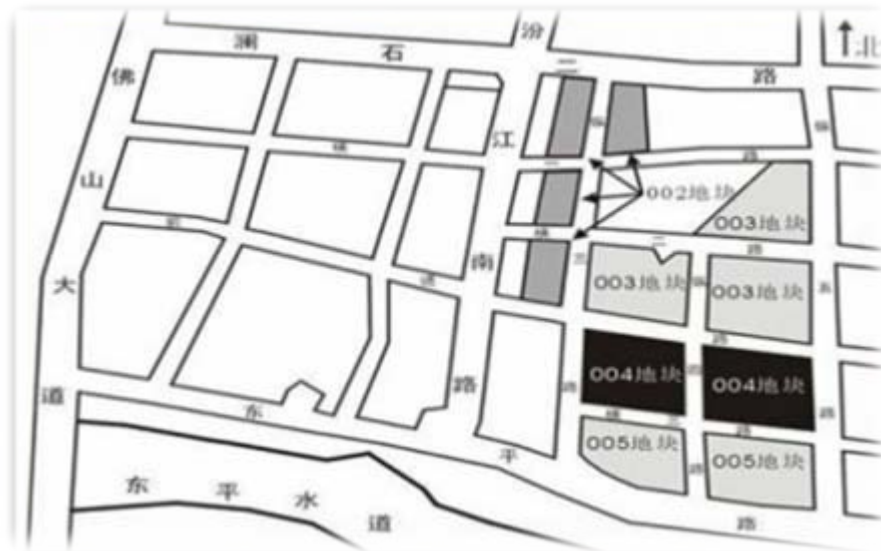
	北岸潜在新增开发板块	乐从钢铁市场板块	乐从文化公园板块
① 与核心区接壤关系	<ul style="list-style-type: none"> <li>隔河毗邻，关联度受交通形式及状况影响</li> </ul> <p>4+</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>无缝对接，道路融入已经成形；如招商依云水岸紧邻该片区</li> </ul> <p>5-</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>近距离毗邻，但目前道路接连方式及城市空间开发关联连续性较弱</li> </ul> <p>4-</p>
② 资源条件 ➢ 景观条件 ➢ 配套能力	<ul style="list-style-type: none"> <li>南向东平河景观</li> <li>禅城旧区原有配套成熟；部分旧村区域配套等级较低</li> </ul> <p>5</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>无景观资源</li> <li>乐从原有配套，完整、便利但等级较低</li> </ul> <p>4-</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>乐从最好的景观资源板块</li> <li>双公园、沙良河景观再造</li> <li>低密度规模成熟居住区</li> <li>乐从原有配套，完整度和级别较好</li> </ul> <p>4</p>
③ 土地开发条件 ➢ 土地价格可能 ➢ 开发主体	<ul style="list-style-type: none"> <li>旧城改造用地较多，开发成本略高</li> <li>开发主体混杂：品牌（如新鸿基/万科等）+本土A档（如星星/三英等）</li> <li>规模开发较多：新鸿基澜石280万；万科水晶城；星星三英百万方项目等</li> </ul> <p>4+</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>旧改，开发成本略高</li> <li>开发主体：规划开发方向未定、政府尚无推出土地供应，未知</li> </ul> <p>3+</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>未开发土地略多</li> <li>开发主体：奥园等</li> </ul> <p>4</p>
④ 交通条件	<ul style="list-style-type: none"> <li>三横五纵路网框架内</li> <li>部分城市轨道交通</li> </ul> <p>4</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>三横五纵路网框架内</li> <li>城市轨道交通便利度好</li> </ul> <p>4+</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>三横五纵路网框架内</li> <li>城市轨道交通便利度好</li> <li>佛山一环快速接连度好</li> </ul> <p>5-</p>
⑤ 市场基础 ➢ 地产开发成熟度 ➢ 价值认知基础	<ul style="list-style-type: none"> <li>成熟</li> <li>价值认知基础混杂；</li> </ul> <p>4+</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>原有产业用地，商住开发较少</li> <li>产业用地区域，不宜居</li> </ul> <p>3</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>较完整的城市功能开发区（行政、产业、居住、城市休闲等）</li> <li>低密度居住区；乐从传统认知的高端居住区</li> </ul> <p>4</p>



# 竞争板块指标性项目分析：①新鸿基澜石旧改

## 竞争力：南向东平河景观；开发规模区域带动力；开发商品牌

- 澜石旧城改造一期“佛禅(挂)2009-013、014、015地块”，总占地面积33万余平方米，总建筑面积逾120万平方米，成交价34.6亿
- 澜石旧城改造项目二期“佛禅(挂)2010-002、003、004、005地块”，净用地面积逾42万平方米，总建筑面积约160万平方米，地块成交价为47.05亿元。地块有着优越的江景资源及便利的交通条件，为地铁上盖项目
- 全期合并总成交额达人民币81.65亿元，总建筑面积逾280万平方米，规划建设大型商场、写字楼、优质住宅组成的大型城市综合体
- 佛山澜石旧城改造项目是迄今为止，规模全国数一数二的旧城改造项目，是企业参与重点城市中轴线核心区域建设的单个最大规模项目，也是目前新鸿基地产在国内投资的规模最大单个项目，刷新多个记录



- 2013年6月首期启动产品：东平河景观地块300+平层（一线南向东平河）、230+平层；腹地分期180-220+平层；90-160平层

# 竞争板块指标性项目分析：②万科水晶城

## 竞争力：开发商品牌；景观资源；产品能力

- 产品方案：高尔夫公园、东平河景观部分地块大平面+ 次级景观地块主流90-160平高层 + 别墅
- 细分景观资源细分产品线的价值最大化开发模式
- 区域（配套）不成熟、与佛山新城核心区融入关系略差等，非景观资源主流产品成交量速表现稍差

项目地址	顺德陈村街道登洲村区域内 佛陈公路佛陈大桥脚西侧东平河岸
发展商	万科
占地面积	29万㎡
总建筑面积	71万㎡
容积率	2.5
绿化率	35%
总户数	总共3300户
项目规模	双拼别墅、高层洋房组成
建筑风格	现代简约
园林景观	现代风情





# 竞争板块指标性项目分析：②万科水晶城

## 竞争力：开发商品牌；景观资源；产品能力

- 产品方案：高尔夫公园、东平河景观部分地块大平面+ 次级景观地块主流90-160平高层 + 别墅
- 细分景观资源细分产品线的价值最大化开发模式
- 区域配套不成熟、与佛山新城核心区融入关系略差等，非景观资源主流产品成交量速表现稍差

座数	预售时间	总套数	户型	面积 (m²)	推售套内均价 (元/m²)	消化率 (%)
32-46号楼	2010-10	30	联排别墅	355-364	32000	100
47-53号楼	2010-10	14	联排别墅	355-364	33000	100
9号楼	2010-12	124	5房	203-230	17000	93
11号楼	2011-1	118	5房	173-180	13800	100
10号楼	2011-2	122	5房	202-208	14500	98
8号楼	2011-8	124	5房	220-228	14500	85
7号楼	2011-11	63	5房	173-180	13800	84
12号楼	2011-12	170	3、4房	118-130	9500	100
13号楼	2012-8	312	3、4房	118-154	13300	41



# 潜在板块竞争 · 小结

- **核心竞争条件**：区域运作力（规模+资源+品牌相关）；成熟度
- **拿地开发启示**：从区域运作角度拿地，从竞争角度考虑产品差异优势
- **竞争优势形成**：依赖区域的粗作，转向拿地能力+产品能力的深耕

**1** 佛山新城核心区开发建设进入价值成熟期，在扩容发展的首阶段，中心价值作用片区，呈“多元”“分散”状态；路网的成熟加速了这一“分散承接”

**2** 核心区第一幅射关联片区/板块的现有及潜在开发来看，开发的品牌集中度在提升，在中心价值驱动片区发展呈现“分散”趋势下，单盘的区域运作力（土地规模+资源+开发品牌）起竞争决定作用

**3** 拿地开发除传统的区域价值挖掘之外，细分市场产品差异能力非常重要



# Chapter 2 - 吸纳量观察

- 城市解读
- 土地市场的理解
- 商住市场供求格局、消化能力分析
- 客户分析

## Part 2.A

## 城市解读

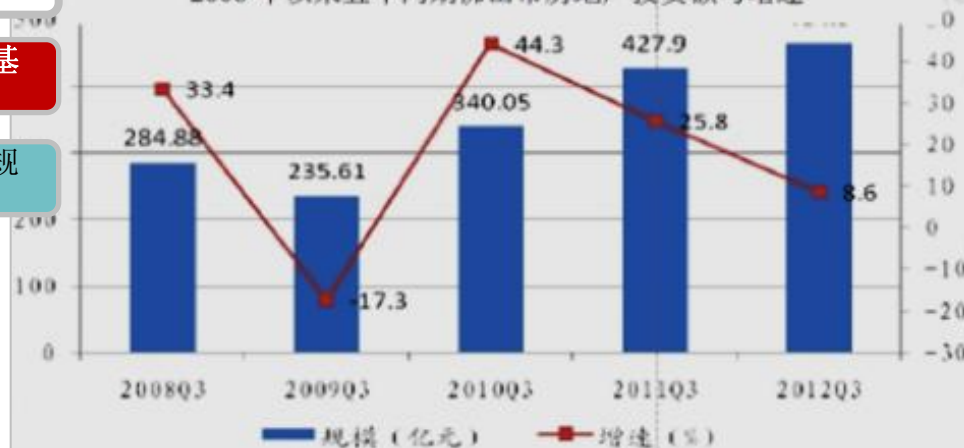
# 佛山经济：与全国经济形势相似，发展转型期投资虽略有回升但仍陷入内外需求不足，2012年各项经济指标处于五年来最低水平

条件分析

经济基础

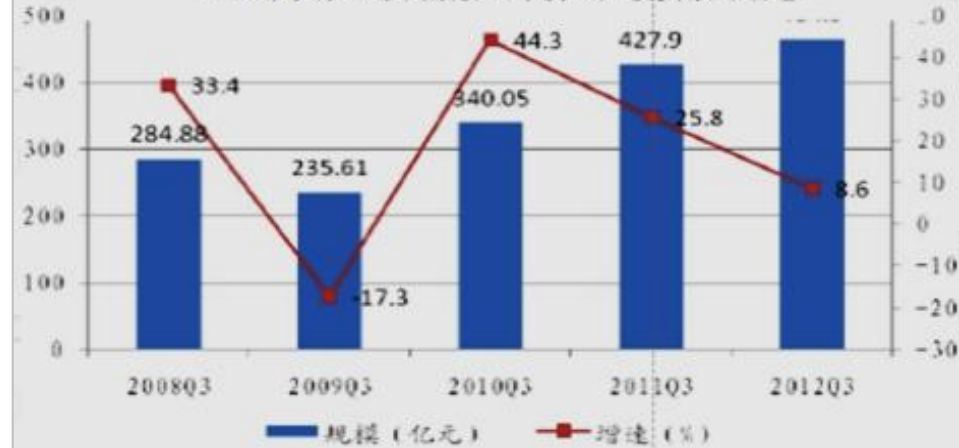
城市规划

2008年以来五年同期佛山市房地产投资额与增速



- 从1-3季度数据看，除地方公共财政预算收入外，其他主要指标均低于年初预期目标，且处于五年来的最低水平，主要包括地区生产总值（增长7.3%，低于全年目标2.7个百分点）、固定资产投资（增长8.5%，低于全年目标1.5个百分点）、社会消费品零售总额（增长10.3%，低于全年目标5.7个百分点）和进出口总值（1-8月增长2.7%，低于全年目标4.3个百分点）等

2008年以来五年同期佛山市房地产投资额与增速



- 固定资产投资增速下降至各位数，除了因为经过多年的高速增长，已经拥有较大的投资基数外，还由于用地供需矛盾突出、征地拆迁协调困难等，令部分重点项目进度偏慢，1-9月省重点项目完成年度投资计划的68.7%；国家加强房地产市场政策调控影响房地产和相关行业投资，房地产开发投资继2009年下半年负增长后，去年5月、6月再次出现负增长，7月开始扭负为正逐月上升，1-9月增速8.6%仍低于上年同期17.2个百分点。

点。

# 经济回落压力下，转型期的佛山进入了以“城市升级+产业升级”双驱动经济发展的阶段

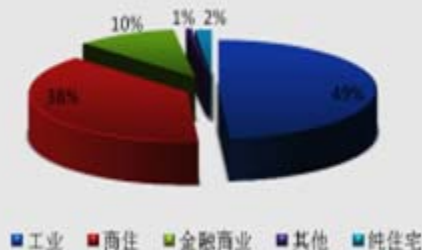
条件分析

经济基础

城市规划

## 产业升级的主要表征

2012年佛山各类土地成交面积占比

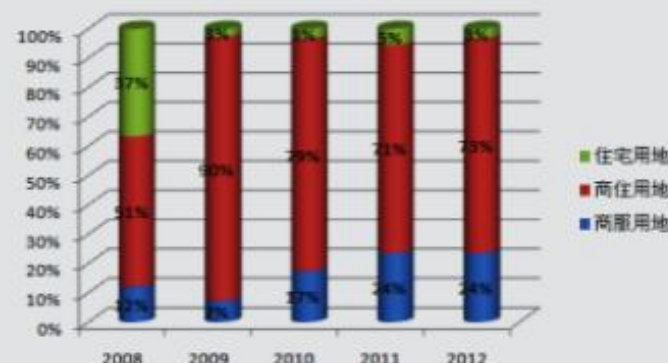


- > 工业用地的供应在土地供应结构中占比近半
- > 佛山5区均对产业园布局开发重新整理，软硬件升级以及加强对广州产业带的上下游联动
- > 围绕新交通体系对原有产业带的整理，如乐从

## 驱动因素1：产业升级

### 经济增长的双驱动

## 驱动因素2：城市升级



- > 十二五开局之年“强中心”的规划定位
- > 2013进入三旧改造关键之年
- > 公建配套、交通设施建设全面开工及加速
- > 规模综合体地块供应增加，加强商服功能

城市升级的主要表征。



# 乐从镇经济基础：人口、经济增长表现与产业结构概况

条件分析

经济基础

城市规划

## 分析指标项

## 具体表现

1

### 社会人口总量及结构

- > 面积约78平方公里，下辖4个居委会，19个村委会
- > 常住人口约23万，祖籍在佛山的华侨和港澳同胞有103.4万多人，其中港澳同胞达63万多人

2

### 产业结构及支柱产业

- > 十一五期间一、二、三产业结构比：1.72：31.17：67.11，第三产业税收占比均超过70%
- > 乐从拥有全球最大的家具市场、华南最大的钢铁、塑料市场，顺德“两家（家电、家具）一花（花卉）”的名片。2011年为例，乐从实现贸易业销售收入793.34亿元，同比增长15%，其中三大市场销售合计746.87亿元，同比增长14.22%；税收入库26.26亿元，同比增长38.10%

3

### 经济增长表现

- > 十一五期间地区生产总值年均增长12%，2010年为10.20%，2012年约为8%左右
- > 2010年地区生产总值116.53亿元；全社会固定资产投资35.73亿元，同比增长17.51%；贸易业销售收入689.86亿元，同比增长17.92%，其中钢铁、家具、塑料三大市场销售合计653.90亿元，同比增长16.96%；2010年地方财政收入10.49亿元，增长18.05%

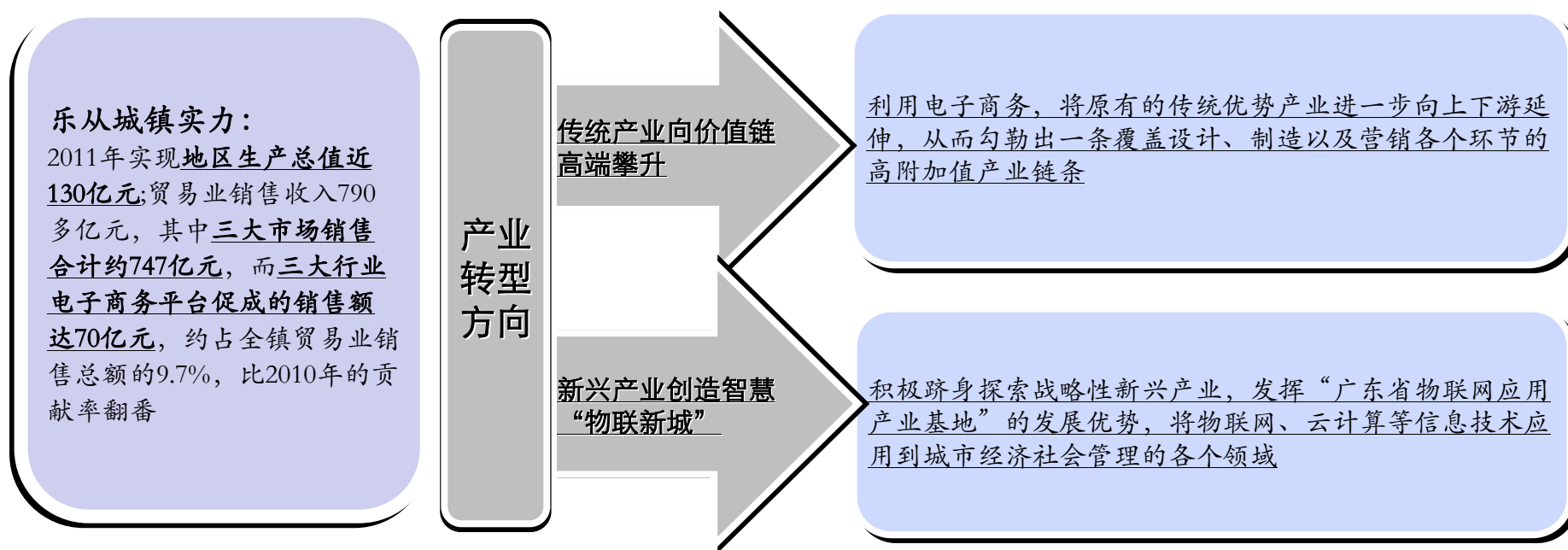
4

### 居民购买力

- > 两度入选全国千强镇：乐从镇现有户籍人口10万人，按2010年生产总值计算，人均GDP超过17000美元，已超过世界发达国家人均GDP标准70%。
- > 顺德区最丰厚的居民资金积累：乐从人均储蓄余额是广东人均储蓄余额（3万元）的4.8倍，按乐从户均人口3.43人，乐从户均储蓄达49.4万元。

## 经济增速乏力下，乐从积极推动产业升级

作为一个仅有78平方公里弹丸之地，乐从曾经成就了世界最大家具市场、全国最大的钢铁交易市场、华南最大的塑料交易市场的经济奇迹。珠三角以制造业为主导，顺德素以工业立区，唯乐从独辟蹊径以商贸业立镇



## 乐从：产业支撑城市、城市提升产业

- **打造商贸总部基地。**围绕佛山新城建设中央商务区、总部经济区的战略部署，以区重点扶持项目的“罗浮宫家居总部大厦”和以钢铁贸易总部基地为主攻方向的置业广场为突破口，依托主导产业，发展商贸业的总部经济和创意经济
- **打造物流和电子商务基地。**以电子商务与公共技术平台为主攻方向，积极发展现代货运物流业。大力提升塑料市场的竞争力，在乐从设立塑料期货交割站。加快乐从件杂货码头的建设，加强乐从镇港口与珠三角大港口的联通，壮大港口经济，带动乐从镇物流业的发展
- **打造商住基地。**重点建设南区商住区，与东平新城形成联动，掀起南区商住区建设高潮，努力将南区打造成为具有商业氛围的高尚住宅区，推动房地产业上新台阶。配合广佛地铁、汾江路南延，加快路州留用地的开发建设，完善东区的商业功能
- **打造文化休闲娱乐基地。**加快发展现代服务业，提升商贸之都的品位。

### 专业市场南移



# 乐从产业升级带动城市化，对原有产业带土地利用的重新整理（搬迁及向产业链高附加值部分调整），将释放乐从新的土地空间

条件分析

经济基础

城市规划

- 影响之1：改变乐从过去半城半镇半厂的城市面貌，使得核心区的城市土地开发效率更高、更宜居
- 影响之2：产业带向乐从大道与佛山一环等外向区域转移，带来产业人群增量扩容的可能

钢材

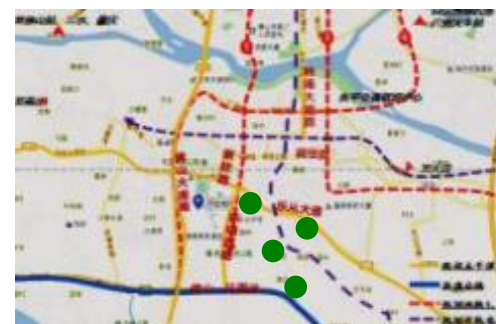
- > 升级策略：做聚合、做示范
- > 广东乐从钢铁世界：按照中国钢铁专业市场示范区的标准进行规划建设，首期占地3000亩，分为现货区、加工区、仓储区和商务区等四大功能区，总投入超过100亿元，由政府和民间资本共同开发建设。

家具

- > 升级策略：做自主品牌和大品牌；力图实现“中国的家具商贸之都”升级为“世界家具设计之都”
- > 上马罗浮宫家居总部大厦、星光广场和红星美凯龙等多个重大项目

塑料

- > 升级策略：整体搬迁，做强自主品牌和大品牌，由商贸市场向研发端同步转移
- > “中国塑料商贸之都”，现有国家级品牌达到5个





乐从产业升级带动城市化外，除被纳入佛山新城扩容范围的利好  
乐从也在重整原有城区规划，打造自己的城市中心（中部片区）

条件分析

经济基础

城市规划

■ 北部片区：

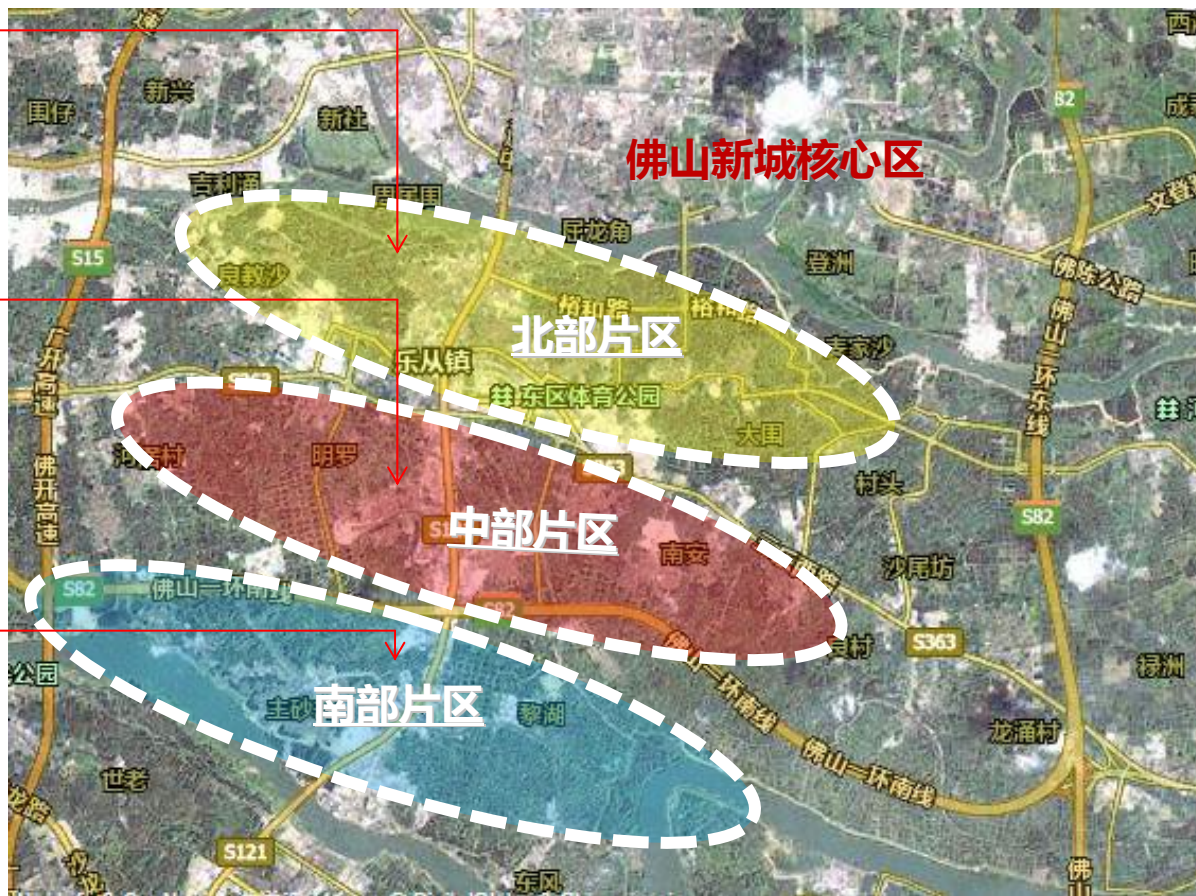
主要是325国道以东和三乐路以北这个区域。利用佛山新城落户乐从镇的优势，协助佛山新城建设，全面推进北入口的改造和大敦村的整村改造，以及岳步村的开发

■ 中部片区：

三乐路以南、佛山一环以北的区域，以沙良河两岸作为轴心，将建成乐从今后的城市中心，功能定位为多元化的国际商贸中心。目前已规划有物联网应用园区、罗浮宫家具总部大厦、沙滘特色步行街以及星光广场商业谷

■ 南部片区：

主要是产业带，以佛山一环以南的区域打造我们的商贸物流产业的核心区。承接三大市场的搬迁，解决乐从长期以来因为城市功能和产业布局混杂，导致产城不协调、不融合的问题



# 城市解读 。 小结

- 城市化作用力，加强区域联结、促进产业升级
- 改变乐从的2重力量

1

从经济层面看佛山城市规划，与过去“产业化带动的城市化”特征不同，今天的大佛山，正在积极通过城市化（城市功能空间的聚合重整）去推动产业升级和经济增长

2

改变乐从的2重力量：①内外的“中心化”合力（佛山新城中心的成熟价值放推动；以及乐从整理规划、加速自有中心区的功能）；②乐从产业升级与城市升级并举、同步整理

## Part 2.B

## 土地市场/商住市场/消化能力

# 近5年佛山房地产投资增幅与固定资产投资增幅为正相关；佛山市场对调控高敏感度，但地产投资额占比固定资产投资额相对稳定

土地市  
场

基本面

拿地比  
较

2007-2012年佛山市固定资产投资于房地产投资情况对比

指标名称	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年
房地产行业投资额	3820820	4929094	4571715	5683868	6827057	7304951
同比增长	—	29%	-7%	24%	20%	7%
固定资产投资完成额	10896883	12587479	14705603	17196295	19339593	21283300
同比增长	—	16%	17%	17%	12%	10%
房地产业在固定资产投资的占比	35%	39%	31%	33%	35%	34%

- 对比近5年佛山固定资产投资额、年增幅与房地产投资额、年增幅的数据，可以看到，二者呈现正相关；
- 从2008年-2009年以及2011-2012年两段市场调控周期下的房地产投资额、增幅的变化数据，可以看到，佛山市场对政策调控高敏感度（如08年增幅29%、至09年跌幅7%；2011年增幅20%，2012年增幅仅为7%）；
- 对比近5年佛山房地产投资额占比固定资产投资额数据，可看到相对较稳定状态，从某程度上反映佛山市场整体稳健特征。



# 土地市场（1/4） 2012年商住用地供求接近2009年历史高值，市场开发投资信心恢复，可能助力未来市场商品房供求量的增长

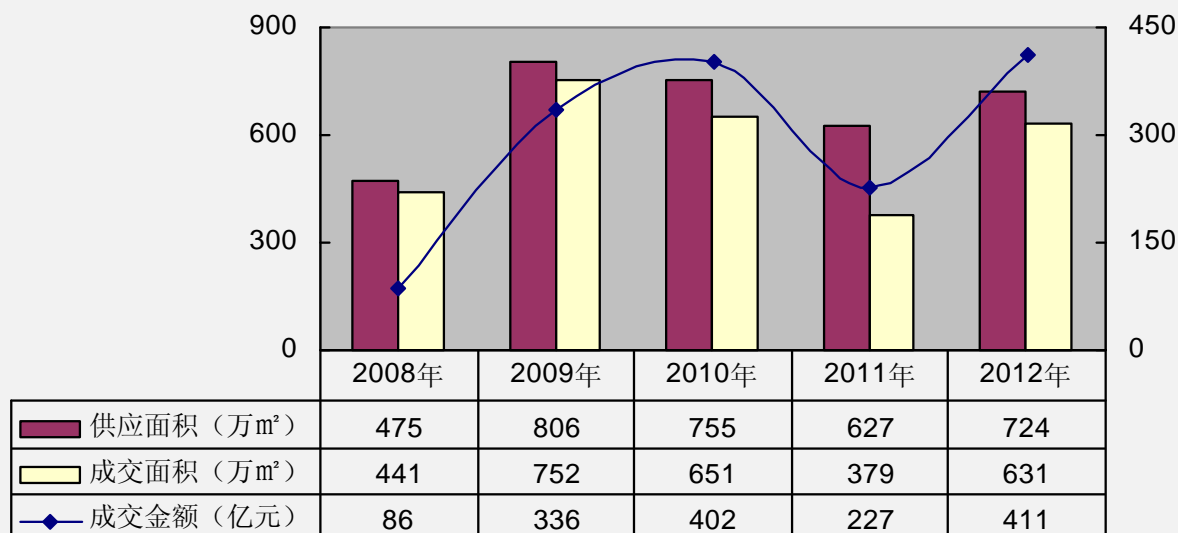
土地市  
场

基本面

拿地比  
较

从近五年土地市场供求情况来看，土地市场可经历了“一波三折”，从“09年的春天（供求达高峰）-到11年的冬天（成交量价跌至谷底）-再到2012年复春（量价齐升）”。可见，土地市场已逐渐打破受限购影响的僵局

佛山08-12年年度商住用地供求走势



# 土地市场（2/4）近5年商住土地溢价率回调，市场良性竞争，在未来1-2年调控基调不变情况下支撑售价趋于理性、稳定

土地市场

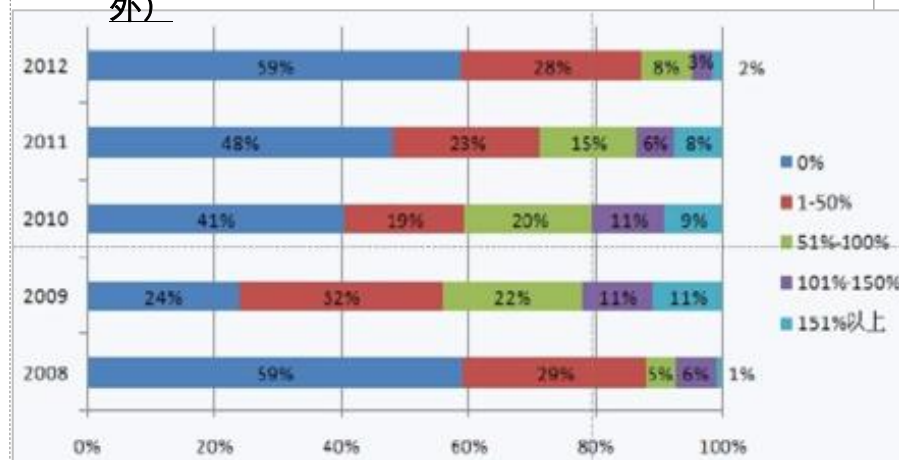
基本面

拿地比较

各年度地块溢价率对比（除工业及公建用地外）

	0%	1-50%	51%-100%	101%-150%	151%以上
2008	64	31	5	7	1
2009	40	55	38	19	19
2010	54	25	27	15	12
2011	57	28	18	7	9
2012	96	46	13	4	3

各年度地块溢价率对比（除工业及公建用地外）



■ 2009及2010年的土地溢价率是近5年内的高位，溢价率在50%以上的地块占比均超过4成，而之后的2010年及2011年，佛山二级市场的销售价格均创下新高。对比之下，2012年土地市场溢价率的回调，是未来1-3年内二级市场上售价趋向理性的基础。

# 土地市场（3/4） 对比2011年、2012年各区特别是南海禅城土地成交面积/金额，主城中心价值显现，支撑市场量价走稳

土地市场

基本面

拿地比较

年份	区域	禅城	南海	顺德	三水	高明
2011年	成交面积（万m <sup>2</sup> ）	105.55	209.04	247.35	228.01	207.48
	成交金额（亿元）	48.94	93.9	62.37	27.26	15.8
2012年	成交面积（万m <sup>2</sup> ）	80.88	273.08	169.16	47.99	60.19
	成交金额（亿元）	44.19	208.46	128.81	19.89	9.98

- 南海区为本年度土地成交量价最高的区域，成交量环比上升30%，成交金额环比大幅度上升122%。本年出让土地的数量有所增多，优质的大规模地块多位于核心区域桂城和千灯湖板块，具有无限商机和升值潜力，吸引众品牌开发商竞逐。而随着房产市场的回暖，土地市场竞价现象回归，导致区域土地成交量价的大幅度上升。
- 顺德区成交169.16万m<sup>2</sup>合计128.81亿元。顺德政府正按部就班地推进五年城市升级的步伐，本年度适时地重点推出顺德新城创智区、德胜商务区的纯商服地块。
- 禅城区成交80.88万m<sup>2</sup>合计44.19亿元，其中佛山新城成交63.96万m<sup>2</sup>合计41.35亿元。年初佛山政府提出加快推动佛山新城崛起战略，固大举推地。

# 土地市场（4/4）中轴线上，主城区区域开发或三旧改造，规模、综合体地块已经成为主流，除政府推力外也反映对后市的信心

土地市场

基本面

拿地比较

品牌		占地 (万方)	建面 (万方)	总价 (万元)	综合楼面地价 (元/方)	商业面积 (万方)	住宅面积 (万方)	区域
新鸿基	2	38.08	284.12	816500	2873	86.77	186.25	澜石旧改
保利	2	56.5	122.2	281500	2031	40.5	81.7	佛山新城、桂城三山
中海	2	31.18	98.98	429630	4340	17	81.98	千灯湖
万科	2	16	80.7	223000	2763	51.2	29.5	千灯湖、德胜新城
碧桂园	3	22.7	69.7	105180	1509	43	26.7	北滘
龙光	3	28.68	64.63	118479	183	11.63	53	南庄、罗村
中旅	2	59.7	61.4	49100	799	26.33	32.52	西樵西岸
绿地	2	12.9	57.91	102887	1777	36.9	21.01	季华路、陈村
万达	1	9.7	53.3	203600	3818	37.3	16	千灯湖
王府井	2	13.4	48.32	154459	3197	42	6.32	季华路
香港太平洋	1	14.31	48.12	30788	640	32.89	15.23	陈村
敏捷	1	13.5	36.7	136000	3712	0.7	36	大良
佳兆业	1	11.2	33.7	179500	5327	3	30.7	千灯湖
苏宁	1	10	32.4	61880	1909	32.4	0	佛山新城
和记黄埔	1	10	18.7	80080	4276	7.49	11.21	南庄
雅居乐	2	7.34	18.4	44915	2441	--	--	三水新城
时代	1	4.93	17.1	18029	1054	3.4	13.7	朝安
招商	1	2.1	10.4	19260	1855	10.4	0	佛山新城

用地总建筑面积超 40 万方的未入市项目分布图





# 保利、万科、中海在佛山的拿地开发策略差异比较：清晰可观保利的2种中心化（新城中心+传统成熟区域中心）拿地开发策略

土地市场

基本面

拿地比较

■ 保利：中心化的拿地策略；尤其新兴的城市中心尤为重点，往往是规模/综合体项目；传统的中心区域则快速复制保利既有成熟产品线为主，如香槟系列、公馆系列住宅

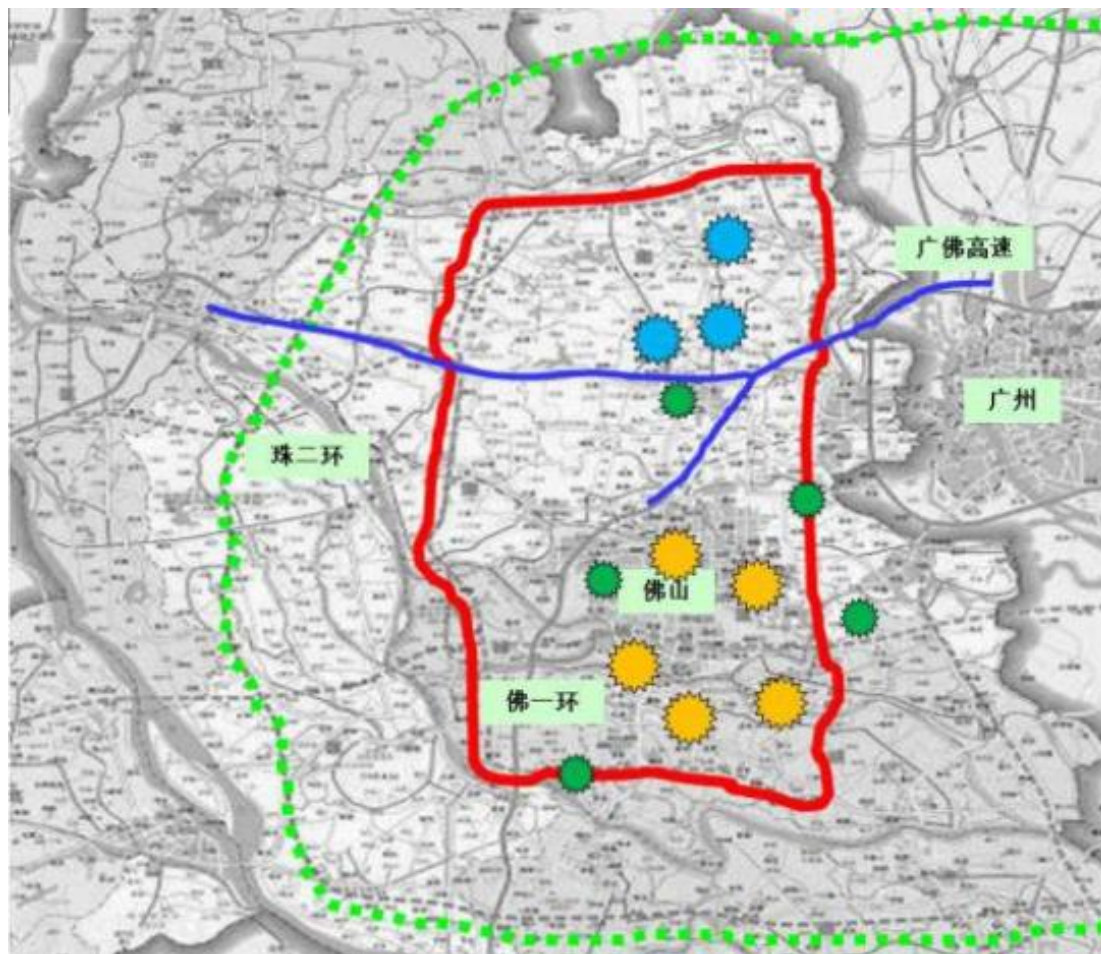
- 新城中心：保利东湾
- 顺德中心：保利中环广场、外滩一号
- 乐从中心：保利拉菲、文化公园南侧地块
- 禅桂中心：保利水城、香槟花园
- 其余：中央公园、三山新城项目等

■ 万科：拿地策略的3大表征要素：交通；产业带；中心区域（边缘）

- 顺德中心：天傲湾、F06地块、新城湾畔、兰乔圣菲等
- 产业带：缤纷四季、沁园、万科城等
- 禅桂中心：万科广场、金域华府、金域蓝湾、水晶城等

■ 中海：中心+广佛结合部（只在南海）

- 千灯湖1号、万锦豪园、锦城等



# 万科产品策略差异比较：高度细分，实现最大溢价与稳健出货的平衡。相近容积率地块不同产品方案，同一地块细分不同容积率产品

土地市场

高品牌价值，主流市场细分产品线，成熟营销管控体系

基本面

拿地比较

项目	所在区域	占地面积	建筑面积	容积率	楼面地价	产品
金色溪谷	南海里水	6.65万	10.4万	1.2	--	洋房、别墅
金域蓝湾	南海桂城	22万	58万	2.6	2370	洋房
万科城	禅城南庄	39.4万	104万	2.1	652	洋房、别墅
水晶城	顺德陈村	29万	71万	2.5	3028	洋房、别墅
缤纷四季	顺德陈村	15.69万	43万	2.5	1000	洋房
沁园	顺德伦教	8万	24万	3	993	洋房
天傲湾	顺德大良	3.03万	7.7万	2.5	6846	洋房
佛山万科广场	禅城祖庙	13万	56万	1-9.43	1289	洋房、商业
南海万科广场	南海桂城	8.9万	37万	1.5-4.2	4333	洋房、商业
万科顺德新城地块	顺德大良	11.32万	45万	3.4-5.6	3489	洋房、商业
万科佛平路地块	南海桂城	4.73万	35.44万	5.0-7.5	1834	--



# 保利产品策略差异比较：主流产品快周转；新中心以区域升值、综合体配套能力支持快周转、大走量；老城中心成熟产品线快速复制

土地市场

基本面

拿地比较

项目	所在区域	占地面积	建筑面积	容积率	楼面地价	产品
香槟花园	禅城张槎	12.4万	34万	2.5	2536	洋房、公寓
东湖林语	南海狮山	11.71万	42万	2.8	1845	洋房、别墅
中环广场	顺德大良	22.82万	81.62万	3.9	1800	综合体
百合花园	顺德容桂	5.8万	23万	3.7	1166	洋房
外滩一号	顺德容桂	12.05万	36.16万	2.7	3042	洋房、别墅
保利东湾	顺德乐从	47.88万	103.75万	3.5	3221	综合体
拉菲公馆	顺德乐从	4.7万	14.1万	3	4963	洋房
中央公馆	南海大沥	17.06万	61.43万	1.9-3.6	2894	洋房
紫山花园	南海里水	27.33万	30.52万	0.57	——	别墅
三山新城地块	南海桂城	19.91万	59.72万	1.8-3.0	1561	——

实力央企，快速运作能力





# 中海产品策略差异比较：稳健精耕，以品牌、成本控制能力及稳健型区域深耕（只在南海），实现市场容量突破，实现快速走量

土地市场

基本面

拿地比较

高品牌价值，成熟稳健经营能力，最早进入佛山的第一品牌发展商之一



■ **代表案例：中海千灯湖1号**是中海地产继中海万锦豪园、中海万锦东苑、中海文华熙岸之后，在佛山市南海区打造的又一高端房地产物业。项目位于佛山市中心组团环境最优美、配套最完善、区位优势最突出的区域南海千灯湖核心区（南海区RBD（休闲商务区）核心区），项目总用地面积15.5万 $\text{m}^2$ ，规划总建筑面积58万 $\text{m}^2$ ，容积率为3.8，由26栋超高层建筑围合而成。项目东侧为佛山市最大的水体景观公园千灯湖公园；北向佛山水道及金融高新区城市景观，南拥南海实验小学名校、大型商业休闲购物中心及五星级酒店配套。项目紧邻广东金融高新服务区，距广州地铁金融高新区站800米，距广州车程仅10分钟。



■ **代表案例：中海锦城**占地19.95万 $\text{m}^2$ ，总建筑面积72.6万 $\text{m}^2$ （地上建筑面积：57.6万 $\text{m}^2$ ，），位于五丫口大桥北侧，隶属广东省金融高新技术服务区B区，东接广州荔湾区，为广佛同城的咽喉要地。项目分三期开发，总户数约5000户，户型涵盖70-140平方米的两房至四房，规划有30000 $\text{m}^2$ 风情商业街、双泳池设计、配备社区服务中心，充分满足业主多样化生活需求。作为豪宅专家的最新力作，中海地产将该项目打造成为佛山首个“低碳绿色”概念豪华精品住区，有望成为广佛核心区又一品牌标杆住区代表。



# 港资开发公司拿地开发模式差异比较：特殊进入背景（港资品牌政府运作）区域化再造运作、吃透土地红利，一般只在老城中心

土地市  
场

基本  
面

拿地比  
较

- 瑞安 禅城中心规模旧改 岭南天地
- 新鸿基 澜石规模旧改 280万平方米



# 从近5年供求比、价格变化来看，佛山市场政策高敏感度，调控基调下2012年市场量价走稳，反映市场主流需求

商住市场

基本面

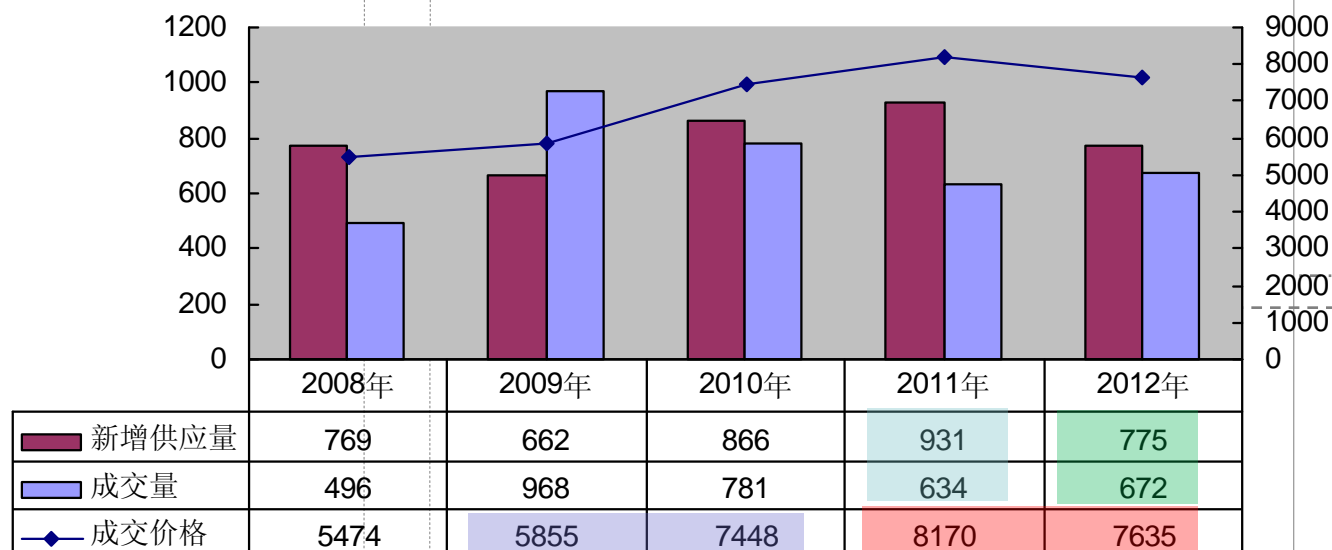
消化能力

■ 近5年，价格的2段走势特征：1阶段-2009-2010年价格爆发期（由5855跳升至7448）；2阶段-2011-2012年价格调整期（由8170跌至7635）

■ 近5年，每年的供求比关系除2011年调控影响略高外，其余均为较稳定状态，其实反映出佛山市场处于健康状态

■ 近3年，市场年均需求量稳定在600-700万方水平

面积：万m<sup>2</sup> 2008-2012年佛山市供求关系走势 价格：元/m<sup>2</sup>



# 对比2012年3大主城区市场供求及价格，禅城南海稳定站住8000元线，贴合中心价值规律；顺德则以价换量实现最好供求比表现

商住市场

基本面

消化能力

■ 2012年主城3区与全市表现成正相关，反映稳定需求及以价换量特征

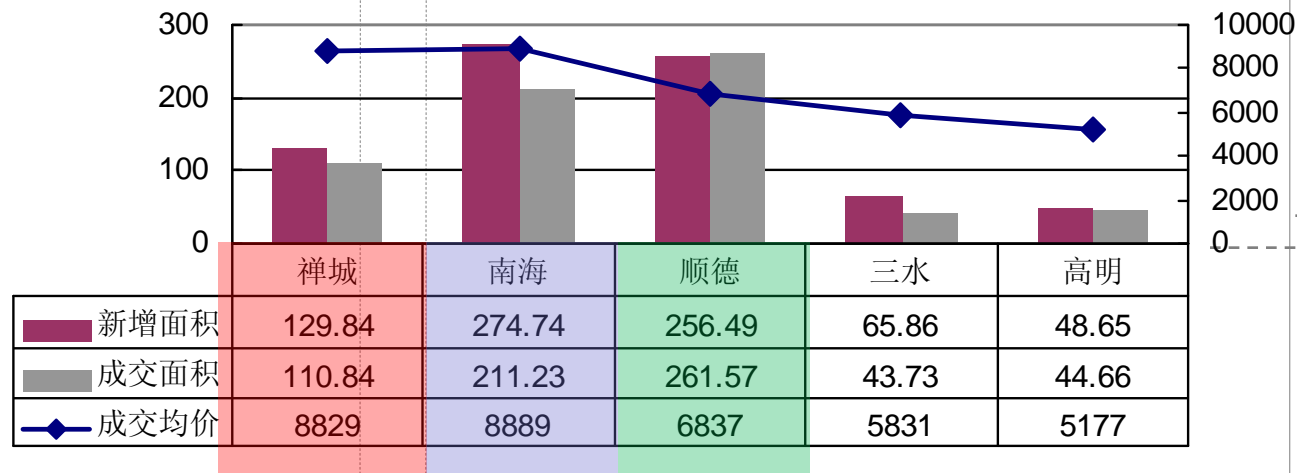
■ 在整体均价跌破8000元线的水平上，禅城、南海依然站住了8500以上水平，贴合中心价值规律；尤其南海广佛融城区域的需求、千灯湖板块价值高认同，使得南海均价接近8900水平，全市最高

■ 顺德均价和供求比表现，反映区域市场内部高度竞争

面积：万m<sup>2</sup>

佛山2012年各区供求对比

价格：元/m<sup>2</sup>



# 从2012年供求产品结构看，首次置业、首次/中间改善需求是主流

商住市场

基本面

消化能力

存量/成交	单间	一房	两房	三房	四房	五房及以上	复式	别墅	合计	全年消化率
50m²以下	4517/2409	1078/419	266/103	16/6	--	--	--	--	5877/2937	33%
50-70m²	807/146	2309/829	1391/1310	19/19	--	--	--	--	4526/2304	34%
70-90m²	--	80/227	7543/6608	5502/8197	21/0	--	24/97	--	13170/15129	53%
90-110m²	--	--	575/754	10070/16741	127/64	--	0/1	--	10772/17560	62%
110-130m²	--	--	151/255	7003/9236	563/1403	2/0	34/53	1/4	7754/10951	59%
130-150m²	--	--	--	2260/2263	3466/4511	0/3	44/20	5/0	5775/6797	54%
150-180m²	--	--	--	283/263	5114/4034	291/190	44/12	10/0	5742/4499	44%
180-250m²	--	--	--	132/88	1669/1496	1685/1511	221/84	108/114	3815/3293	46%
250-400m²	--	--	--	--	239/361	1306/527	342/76	794/284	2681/1248	32%
400m²以上	--	--	--	--	--	205/75	143/55	699/242	1047/372	26%
合计	5324/2555	3467/1475	9926/9030	25285/36813	11199/11869	3489/2306	852/398	1617/644	61159/65090	52%
全年消化率	32%	30%	48%	59%	51%	40%	32%	28%	52%	--



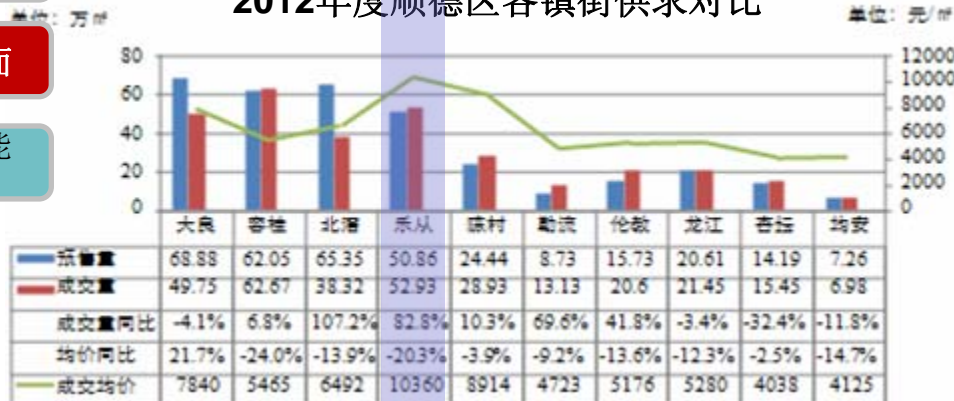
乐从是顺德供求主力镇区之一，但成交均价相比各镇街表现最好（佛山新城中心带动作用），以90-130最热销

商住市场

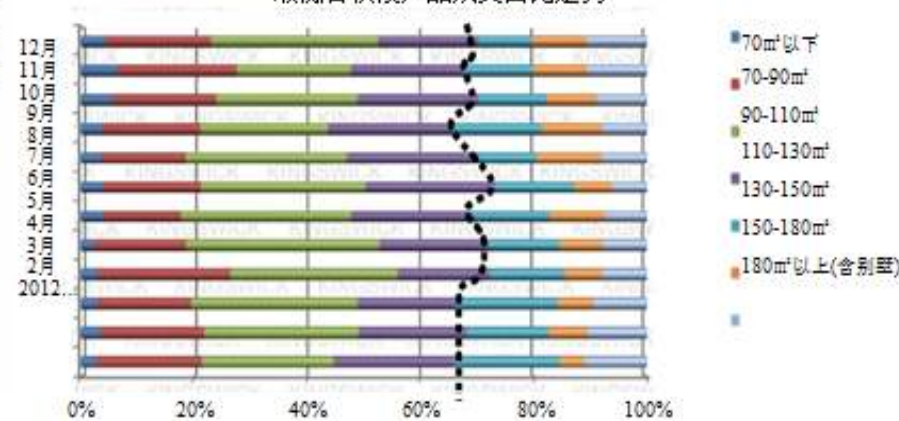
基本面

消化能力

2012年度顺德区各镇街供求对比



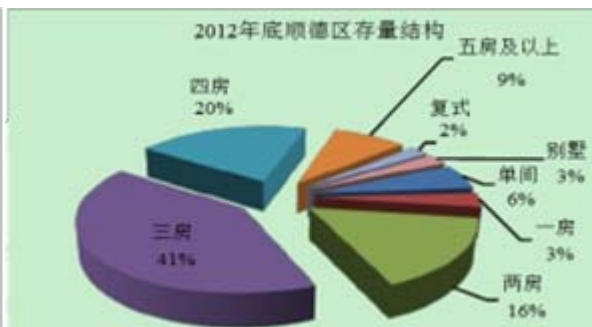
顺德各积段产品成交占比走势



2012年顺德区成交结构



2012年底顺德区存量结构



2012年顺德区新增预售供应结构



近3年商品住宅供应稳定在40-50万方左右，年成交量在26-50万方左右，市场需求及购买力较稳定

商住市场

基本面

消化能力



- 2012年乐从供求状况基本持平，全年消化52.93万㎡，供求比约为1:1.04
- 09至2012年，乐从整体年均供货量约41.84万㎡，年均成交量约40.97万㎡，单盘年均消化约在8.81万㎡，供求比整体看基本呈平衡状态，市场需求及购买力稳定

# 3大板块代表项目比较，单盘消化量价能力“2极分化”：

## 南区中区单盘年均去化约3.5-6万，新城约10万

消化能力	栋数	面积段	户型	总套数	总建面	已售套数	已售面积	去化率	成交均价	推售时间	月均消化面积	月均消化套数	消化周期	年均消化
佛奥湾	佛山奥园（佛奥湾1、2号楼）	88-200	3-4房	370	48780.15	361	42707.07	97.57%	10508.15	2011-01	2809	25	2.2	34475
	佛山奥园（佛奥湾5号楼）	88-185		222	21306.93	176	17400.00	79.28%	8951.15	2012-05				
	佛山奥园（佛奥湾6、7、8号楼）			459	60739.64	130	15133.32	28.32%	9192.64	2012-09				
合计				1051	125832.72	667	75844.84	63.46%	#REF!	——				
乐从雅居乐	2#、6#、7#、8#	235-170	3-4房	234	59851.43	99	26617.13	0.4231	11556.22	2012-06	3650	27	1.7	38642
	2#、13#、14#、15#	97-170	3-4房	544	62502.36	371	39075.11	0.682	10591.11	2011-09				
合计				778	122356.79	470	65692.24	60.41%	11073.67	——				
金威郛都	4#、7#、8#、13#、14#	77-113	2-3房	552	46758.43	352	29553	0.6377	7571.65	2012-06	5475	64	2.7	62865
	2#	80-111	2-3房	140	11362.96	106	8471.92	0.7571	6797.56	2012-04				
	1#	77-113	2-3房	102	8181.64	91	7248.97	0.8922	6879.32	2012-04				
	3#、18#			226	18483.63	225	18401.42	0.9956	9249.22	2010-10				
	6#、17#			239	19914.63	234	18489.95	0.9791	8254.9	2010-09				
	9#			105	10424.83	105	10424.83	1	9319.2	2010-08				
	7#、2#			221	18439.25	221	18439.25	1	9611.87	2010-11				
	4#、5#、20#			335	30205.46	332	29941.71	0.991	8510.36	2012-03				
	9#、10#、15#、21#、22#			552	51708.5	303	27767.44	0.5489	8052.94	2011-12				
合计				2472	215479.33	1969	169735.89	79.65%	8249.67	——				
保利拉菲	3-6#	97-146	3-4房	255	25212.55	93	8667.79	0.3647	11163.81	2013-01	2889	31	——	——
合计				255	25212.55	93	8667.79	36.47%	11163.81	——				
保利东湾	保利东景花园8#	90-173	8-11房	87	10967.4	82	10336.84	0.9425	16449.34	2013-02	10084	83	2.5	116977
	保利东景花园9#、10#			174	21931.3	167	21039.33	0.9598	14274.76	2012-05				
	保利东景花园3#			140	13222.72	136	12841.06	0.9714	11911.74	2012-08				
	保利东景花园1#、2#			232	24662.69	222	23476.84	0.9569	12193.15	2012-02				
	保利东景花园4#、5#	193-420	4房以上	224	20424.88	221	20145.11	0.9866	13884.34	2012-10				
	保利东嘉花园1#			70	15609.17	68	15181.41	0.9714	21914.46	2011-03				
	保利东嘉花园2#			66	12354.99	66	12354.99	1	24302.39	2010-12				
	保利东嘉花园3#			66	12354.99	66	12354.99	1	23188.67	2010-11				
	保利东嘉花园4#、5#			104	17802.38	104	17802.38	1	20185.53	2010-10				
	保利东悦花园3#、19#	141-181	4房以上	104	13388.73	103	11851.3	0.9904	17183.6	2012-06				
	保利东悦花园4#、5#			174	22370.6	171	21984.9	0.9828	15543.18	2012-06				
	保利东悦花园6#、7#	102-157	3-4房	160	16616.4	160	16616.4	1	12708.87	2012-05				
	保利东悦花园1#、2#	123-173	4房以上	174	20200.82	174	20200.82	1	14195.87	2011-11				
	保利东悦花园8#、9#	102-157	3-4房	160	16616.4	158	16412.18	0.9875	12183.1	2011-09				
	保利东悦花园15#、14#	123-173	4房以上	174	20200.82	170	19713.05	0.977	15598.7	2011-08				
	保利东悦花园12#	141-176	4房以上	87	11185.3	87	11185.3	1	14824.83	2011-07				
	保利东悦花园10#、11#、13#			247	27801.7	245	27552.43	0.9919	14251.04	2011-05				
合计				2443	297711.29	2400	292443.3	0.9824	16164.33	——				

## 3大板块代表项目比较，产品结构主流化：南区中区90-120平3房；新城90-120平3房、130-140平左右4房

消化能力	栋数	面积段	户型	总套数	总建面	已售套数	已售面积	去化率	成交均价	推售时间	月均消化面积	月均消化套数	消化周期	年均消化
佛奥湾	佛山奥园（佛奥湾1、2号楼）	88-200	3-4房	370	48786.15	361	42707.07	97.57%	10508.15	2011-01	2809	25	2.2	34475
	佛山奥园（佛奥湾5号楼）	88-185		222	21306.93	176	15401.49	79.28%	8951.15	2012-05				
	佛山奥园（佛奥湾6、7、8号楼）			459	60739.64	130	15133.32	28.32%	9192.64	2012-09				
合计				1051	125832.72	667	75844.84	63.46%	#REF!	——				
乐从雅居乐	2#、6#、7#、8#	235-170	3-4房	234	59851.43	99	26617.13	0.4231	11556.22	2012-06	3650	27	1.7	38642
	2#、13#、14#、15#	97-170	3-4房	544	62502.36	371	39075.11	0.682	10591.11	2011-09				
合计				778	122356.79	470	65692.24	60.41%	11073.67	——				
金威郛都	4#、7#、8#、13#、14#	77-113	2-3房	552	46758.43	352	29553	0.6377	7571.65	2012-06	5475	64	2.7	62865
	2#	80-111	2-3房	140	11362.96	106	8471.92	0.7571	6797.56	2012-04				
	1#			102	8181.64	91	7248.97	0.8922	6879.32	2012-04				
	3#、18#			226	18483.63	225	18401.42	0.9956	9249.22	2010-10				
	6#、17#			239	19914.63	234	18777.35	0.9791	8254.9	2010-09				
	9#	77-113	2-3房	105	10424.83	105	10424.83	1	9319.2	2010-08				
	7#、2#			221	18439.25	221	18439.25	1	9611.87	2010-11				
	4#、5#、20#			335	30205.46	332	29941.71	0.991	8510.36	2012-03				
	9#、10#、15#、21#、22#			552	51708.5	303	27767.44	0.5489	8052.94	2011-12				
合计				2472	215479.33	1969	169735.89	79.65%	8249.67	——				
保利拉菲	3-6#	97-146	3-4房	255	25212.55	93	8667.79	0.3647	11163.81	2013-01	2889	31	——	——
合计				255	25212.55	93	8667.79	36.47%	11163.81	——				
保利东湾	保利东景花园8#	90-173	8-11房	87	10967.4	82	10336.84	0.9425	16449.34	2013-02	10084	83	2.5	116977
	保利东景花园9#、10#			174	21931.3	167	21039.33	0.9598	14274.76	2012-05				
	保利东景花园3#			140	13222.72	136	12841.06	0.9714	11911.74	2012-08				
	保利东景花园1#、2#			232	24662.69	222	23476.84	0.9569	12193.15	2012-02				
	保利东景花园4#、5#	193-420	4房以上	224	20424.88	221	20145.11	0.9866	13884.34	2012-10				
	保利东嘉花园1#			70	15609.17	68	15181.41	0.9714	21914.46	2011-03				
	保利东嘉花园2#			66	12354.99	66	12354.99	1	24302.39	2010-12				
	保利东嘉花园3#			66	12354.99	66	12354.99	1	23188.67	2010-11				
	保利东嘉花园4#、5#			104	17802.38	104	17802.38	1	20185.53	2010-10				
	保利东悦花园3#、19#	141-181	4房以上	104	13388.73	103	11911.74	0.9904	17183.6	2012-06				
	保利东悦花园4#、5#			174	22370.6	171	21984.9	0.9828	15543.18	2012-06				
	保利东悦花园6#、7#	102-157	3-4房	160	16616.4	160	16616.4	1	12708.87	2012-05				
	保利东悦花园1#、2#	123-173	4房以上	174	20200.82	174	20200.82	1	14195.87	2011-11				
	保利东悦花园8#、9#	102-157	3-4房	160	16616.4	158	16412.18	0.9875	12183.1	2011-09				
	保利东悦花园15#、14#	123-173	4房以上	174	20200.82	170	19713.05	0.977	15598.7	2011-08				
	保利东悦花园12#	141-176	4房以上	87	11185.3	87	11185.3	1	14824.83	2011-07				
	保利东悦花园10#、11#、13#			247	27801.7	245	27552.43	0.9919	14251.04	2011-05				
合计				2443	297711.29	2400	292443.3	0.9824	16164.33	——				



# 乐从文化公园板块指标性项目：佛山奥园。总建约80万方，分期开发销售10年，整盘消化率计93.61%，年平均去化量约为8.05万方

商住市场

基本面

消化能力

地理位置	佛山市顺德区乐从镇的文化公园旁乐从大道	占地面积	940亩
开发商	佛山市奥园置业投资有限公司	建筑面积	80万 m²
物业类型	联排别墅、独立别墅、高层洋房	代理公司	合富辉煌
所属板块	乐从板块	物业费	1.50元/平方米/月
绿化率	40%	容积率	1.40
主力户型	别墅洋房		
项目配套	<ul style="list-style-type: none"> <li>生活配套齐全：有银行、超市、便利店、商业街、中西餐厅、美容美发、酒吧、影视厅等。教育设施配套有艺术幼儿园、市北师大实验学校（小学、中学），成人继续教育；</li> <li>文化公园里有科技中心、博览中心、历史典故博览馆、奥林匹克文化广场（泛博物馆）；</li> <li>与乐从至大shopping mall 星光广场仅一路之隔，私属SPA，恒温泳池，真沙滩泳池，影视室，高温瑜伽，舞蹈室，健康咨疗中心，红酒屋，雪茄室等</li> </ul>		



# 市场分析 。 小结

需求稳定；分片区市场供求量价、消化能力个盘分化加剧  
预计2013年后乐从年吸纳量可至60-70万方；品牌大盘8-10万方

1

2012年土地市场供求接近2009年历史高值，增加2013年年后潜在新增供应；参考2012年供求比关系，预计乐从市场在40-50万方/年的吸纳能力之上，2013年后随佛山新城中心发展周期、乐从城市化作用力量，吸纳量可至60-70万方/年

2

乐从内部个盘消化能力分化表现，主要影响因素为：地段、资源、产品线档次；本案地块所在的文化公园板块，现有价值认知度、市场消化水平案例及未来价值成长因素综合考虑，预计品牌大盘单盘年吸纳量可至8-10万方/年

## Part 2.C

## 客户分析



## 佛山新城 - 乐从客户分布：现状格局

刚需客户更多集中在乐从南区公园板块，中高端改善及豪宅客户在东平新城板块和乐从文化公园板块比例更大，但新城内三大板块之间的客户群体流动性趋强。





# 目标客户购买力分层状况解析

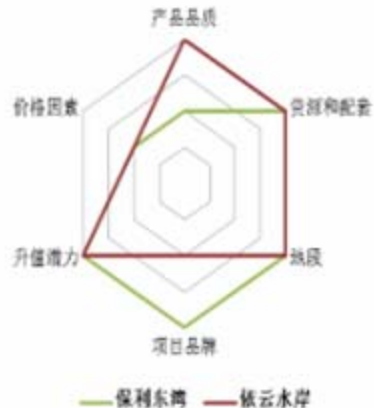
- 一/二线中高端的客户对资源、居住环境、配套和区位要求十分高；地块所在的乐从片区，属于佛山新城的辐射范围，客户初步判定属于二线上游客户

[客户价值认同点：城市/地段、稀缺资源、品质、服务、配套]

一线客户（高端豪宅客户）



二线客户（高端改善型客户）



三线客户（一般改善型或首次置业客户）



一线客户：偏好别墅产品  
代表项目：岭南天地、佛山奥园

二线客户：偏好区位优势优越的豪宅产品  
代表项目：保利东湾、依云水岸

三线客户：一般选择非中心地段产品  
代表项目：金河水岸、金威郛都

## 细分产品线目标客户类型特征

客户类型	产品线	典型项目	客户分布	需求敏感点
一线客户 (高端豪宅客户)	独栋别墅	佛山奥园凯旋湾 /威尼水岸	乐从及周边客户为主，禅城客户亦占一定比例	<ul style="list-style-type: none"> <li>追求模拟自然生态式景观，如水景、休闲配套、外部景观等</li> <li>追求绝对私密性</li> <li>高品质</li> <li>大面积私有花园为标准配置</li> </ul>
	联排别墅	岭南天地东华轩	客户以禅桂、乐从为主，部分香港客户，乐从产业顶端客户	<ul style="list-style-type: none"> <li>追求设计风格特殊性</li> <li>不求大空间，需精细，重视感觉，比如比较注重泳池、架空层配置之类的</li> <li>要有私家花园</li> </ul>
二线客户 (高端改善型客户)	100-102m²房2厅1卫 120-160m²3房2厅2卫 170m²3房2厅3卫 258-275m²4房2厅3卫	保利东湾	禅城客户为主，其次为乐从高端及中高端客户	<ul style="list-style-type: none"> <li>区位的优越性</li> <li>对自然景观资源要求高，绿化整体感好</li> <li>社区功能齐全，如追求儿童老人的活动空间</li> <li>社区资源的要求高，高品质大面积的公共绿地</li> <li>社区的安全感和便利性</li> </ul>
	80-90m²2房2厅一卫 130-151m²3房2厅2卫 180-196m²3房2厅3卫 220-240m²4房2厅3卫	依云水岸	50%以上的顺德客户为主，其中以乐从客为主力客户群，辅以禅城、南海客户	<ul style="list-style-type: none"> <li>区位的优越性</li> <li>对自然景观资源要求高，绿化整体感好</li> <li>功能齐全，如追求儿童老人的活动空间</li> <li>社区资源的要求高，高品质大面积的公共绿地</li> <li>社区的安全感和便利性</li> </ul>
三线客户 (一般改善型或首次置业客户)	80-85m²2室2厅1卫 110-112m²3室2厅2卫 150-159m²4房2厅3卫	金威郦都	乐从本地和在乐从工作的外地人	<ul style="list-style-type: none"> <li>有社区，对门口的建设</li> <li>有中心绿地、车行道路</li> <li>满足基本生活配套，有活动配套</li> </ul>
	90m²2房2厅1卫 96m²2房2厅2卫 112-140m²3房2厅2卫 176-200m²4房2厅2卫	金河水岸	禅城客户与乐从客户相当	<ul style="list-style-type: none"> <li>有社区，对门口的建设</li> <li>有中心绿地、车行道路</li> <li>满足基本生活配套，有活动配套</li> </ul>

## 细分产品线目标客户类型特征

	产品线 户型类别	基本 特征	非常 看重的	独特价 值追求	定性 描述
<p>权利阶层</p> <p>财富阶层</p> <p>稳定资产阶层</p> <p>新资产阶层</p> <p>富裕市民阶层</p> <p>市民阶层</p>	94-113 三房	25~35岁\青年\两口青年 首次置业	户型功能 交通便利成熟 内外部配套 (生活、幼儿园)	<ul style="list-style-type: none"> <li>•传统居住</li> <li>•配套便利</li> <li>•品牌个性体现</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 具有城市中心区情节，无法远离城市居住；</li> <li>• 社区的个性身份识别感追求；</li> <li>• 保利品牌的追随者；</li> <li>• 城市的新生精英</li> </ul>
	120-130 三房	25~35岁\青年\两口青年\自住 首次置业\首次改善	户型功能 内外部配套成熟 (生活、幼儿园、小学) 城市中心距离 交通便利成熟	<ul style="list-style-type: none"> <li>•舒适居住</li> <li>•配套便利</li> <li>•个性体现</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 在传统、舒适居住追求之外，希望通过社区身份建立圈子标签，面子需求同样存在</li> </ul>
	140-160 四房	35-40岁\学龄三代\自住 首次改善\再次改善	户型功能 主题生活社区 城市中心距离 交通成熟便利	<ul style="list-style-type: none"> <li>•中心距离</li> <li>•交通便利</li> <li>•个性体现</li> <li>•资源占有</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 城市中心区情节、品牌情节</li> <li>• 个性特征鲜明、城市中坚的稳定人群，希望通过对社区、空间的个性追求，强化圈子的标签识别、面子满足</li> <li>• 功能空间满足家庭结构及享受性</li> </ul>
	180 四房	35-45\学龄三代\中年家庭 自住\二次或以上\中高端改善	主题生活社区 城市中心距离 交通便利成熟 物业管理 区域升值潜力	<ul style="list-style-type: none"> <li>•社区身份</li> <li>•空间享受</li> <li>•资源占有</li> <li>•升值性</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 向往第一阵营豪宅的居住模式；</li> <li>• 一定资源与城市距离的占有者；</li> </ul>
	220以上 四房	学龄三代\中学家庭\中年家庭 自住\二次或以上\高端改善	景观资源占有 社区环境 中心地段配套成熟 物业管理 区域升值潜力	<ul style="list-style-type: none"> <li>•资源占有</li> <li>•升值性</li> <li>•社区身份</li> <li>•空间享受</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 通过品牌物业、社区个性体现身份差别</li> </ul>

# 目标客户类型对应产品线需求分析

客户类型		客户特征	需求	需求面积	主要来源
高端客户群体	大私企业主	乐从本地人居多，年龄多在35-50岁之间，企业主大多在乐从有生意往来	自住：独立/联排别墅	≥ 250 m <sup>2</sup>	① 乐从 ② 新城核心区外溢客户（产品导向外溢） ③ 佛山一环牵引力外区域客户，如顺德各区
	政府高管				
中高端客户群体	中小私企业主	中小私企业主创业不久，多为本地人，企业中管及高级公务员中有部分外地人年龄多在30-40岁之间，文化层次相对较高	自住：叠拼/复式/大平面洋房	120~200 m <sup>2</sup>	① 乐从 ② 新城核心区外溢客户（产品+价格挤压导向外溢） ③ 佛山一环牵引力外区域客户，如顺德各区
	高级公务员 泛公务员				
	中高管/生意人				
中端客户群体	中高级公务员	年龄跨度平均化，30-40岁均有，普通公务员多居住于城镇中心，企业白领部分住在工业区周边，本地人换房选择东区或新城	自住：普通居家的2-3房，多购买生活配套便捷的楼盘	100~130 m <sup>2</sup>	① 乐从 ② 新城核心区外溢客户（价格挤压导向外溢）
	小生意人				
	本地原著民				



## 地段牵引、交通牵引、产品差异牵引、新城核心区价格挤压溢出



# Chapter 3 - 产品差异方向的可能性

- 潜在竞争板块的产品模式比较
- 同板块内大盘案例：佛山奥园
- 潜在竞争板块大盘案例：万科水晶城

潜在竞争板块的产品模式比较：指标性项目产品模式趋同  
差异点在不同物业类型的在整盘中占比关系

	北岸潜在新增开发板块	乐从钢铁市场板块	乐从文化公园板块
① 与核心区接壤关系	<ul style="list-style-type: none"> <li>隔河毗邻，关联度受交通形式及状况</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>无缝对接，道路融入已经成形；如招商依云水岸紧邻该片区</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>近距离毗邻，但目前道路接连方式及城市空间开发关联连续性较弱</li> </ul>
② 资源条件 <ul style="list-style-type: none"> <li>景观条件</li> <li>配套能力</li> </ul>	<p><b>规模综合体</b> <b>低密度+主流高层+商业</b></p> <p>■代表案例：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>瑞安新天地</li> <li>新鸿基澜石旧改</li> <li>万科水晶城</li> </ul> <p>■低密度产品</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>别墅</li> <li>低覆盖率改善型高层</li> </ul> <p>■主流高层90-140平</p> <p>■商业突出区域带动力</p>	<p>5-</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>无景观资源</li> <li>乐从原有配套，完整、便利但等级较低</li> </ul>	<p><b>规模综合体</b> <b>低密度+主流高层+商业</b></p> <p>■代表案例：佛山奥园</p>
③ 土地开发条件 <ul style="list-style-type: none"> <li>土地价格可能</li> <li>开发主体</li> </ul>	<p>4-</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>旧改，开发成本略高</li> <li>开发主体：规划开发方向未定、政府尚无推出土地供应，未知</li> </ul>	<p>4-</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>旧改，开发成本略高</li> <li>开发主体：规划开发方向未定、政府尚无推出土地供应，未知</li> </ul>	<p>4-</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>旧改，开发成本略高</li> <li>开发主体：规划开发方向未定、政府尚无推出土地供应，未知</li> </ul>
④ 交通条件	<p>3+</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>三横五纵路网框架内</li> <li>城市轨道交通便利度好</li> </ul>	<p>3+</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>三横五纵路网框架内</li> <li>城市轨道交通便利度好</li> </ul>	<p>3+</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>三横五纵路网框架内</li> <li>城市轨道交通便利度好</li> </ul>
⑤ 市场基础 <ul style="list-style-type: none"> <li>地产开发成熟度</li> <li>价值认知基础</li> </ul>	<p>4+</p>	<p>4+</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>原有产业用地，商住开发较少</li> <li>产业用地区域，不宜居</li> </ul>	<p>4+</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>原有产业用地，商住开发较少</li> <li>产业用地区域，不宜居</li> </ul>
	4+	3	4

## 案例1：佛山奥园

**项目区位：**佛山市顺德区乐从镇乐从大道

**开发启动期区域背景：**

- ① 区域形象不高（环境差、人群杂乱）消费者对该区的第一认识为：是制作家具的地方，但不适合居住
- ② 区域的生活配套和交通体系都比较差，无公交车直达。

**项目指标：**

- 1. 总占地面积为940亩，总建筑面积约80万平方米
- 2. 洋房与别墅各占500亩，分为五期进行开发

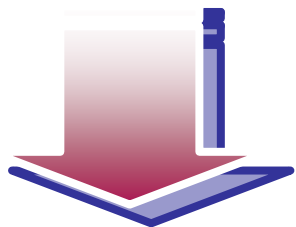


# 案例1：佛山奥园

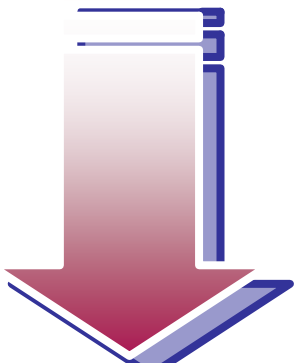
地理位置	佛山市顺德区乐从镇的文化公园旁 乐从大道	占地面积	940亩
开发商	佛山市奥园置业投资有限公司	建筑面积	80万㎡
物业类型	联排别墅、独立别墅、高层洋房		
所属板块	乐从板块	物业费	1.50元/平方米/月
绿化率	40%	容积率	1.40
主力户型	别墅洋房		
项目配套	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 生活配套齐全：有银行、超市、便利店、商业街、中西餐厅、美容美发、酒吧、影视厅等。教育设施配套有艺术幼儿园、市北师大实验学校（小学、中学），成人延续教育；</li> <li>■ 文化公园里有科技中心、博览中心、历史典故博览馆、奥林匹克文化广场（泛博物馆）；</li> <li>■ 与乐从至大shopping mall 星光广场仅一路之隔，私属SPA，恒温泳池，真沙滩泳池，影视室，高温瑜伽，舞蹈室，健康咨疗中心，红酒屋，雪茄室等</li> </ul>		



机会



总体战略



战略实施

规划力量借势，良好的区域前景：2003年体育中心、新闻中心、金融中心等多项重大市政项目建设将环绕其左右；一环路开通

独有的生态环境：230亩的乐从文化公园，拥有6万平方米的水资源面积

项目本身具备作为区域运营项目的条件

战略定位："领跑复合地产、运营城市未来"

形象定位："国际化的、汇聚五大洲建筑、园林精华的高尚生活社区"

推广重点："公建配套先行、开发一片，成熟一片"

解决形象不足：以独有的景观资源为卖点，打造15000平方米奥林匹克社区理念，面向整个大佛山开放，体现出极强的城市参与性。

解决配套不足：以“房地产+体育（健康）+教育+商贸”的方式来进行解决，并通过高级商务酒店营造国际氛围。

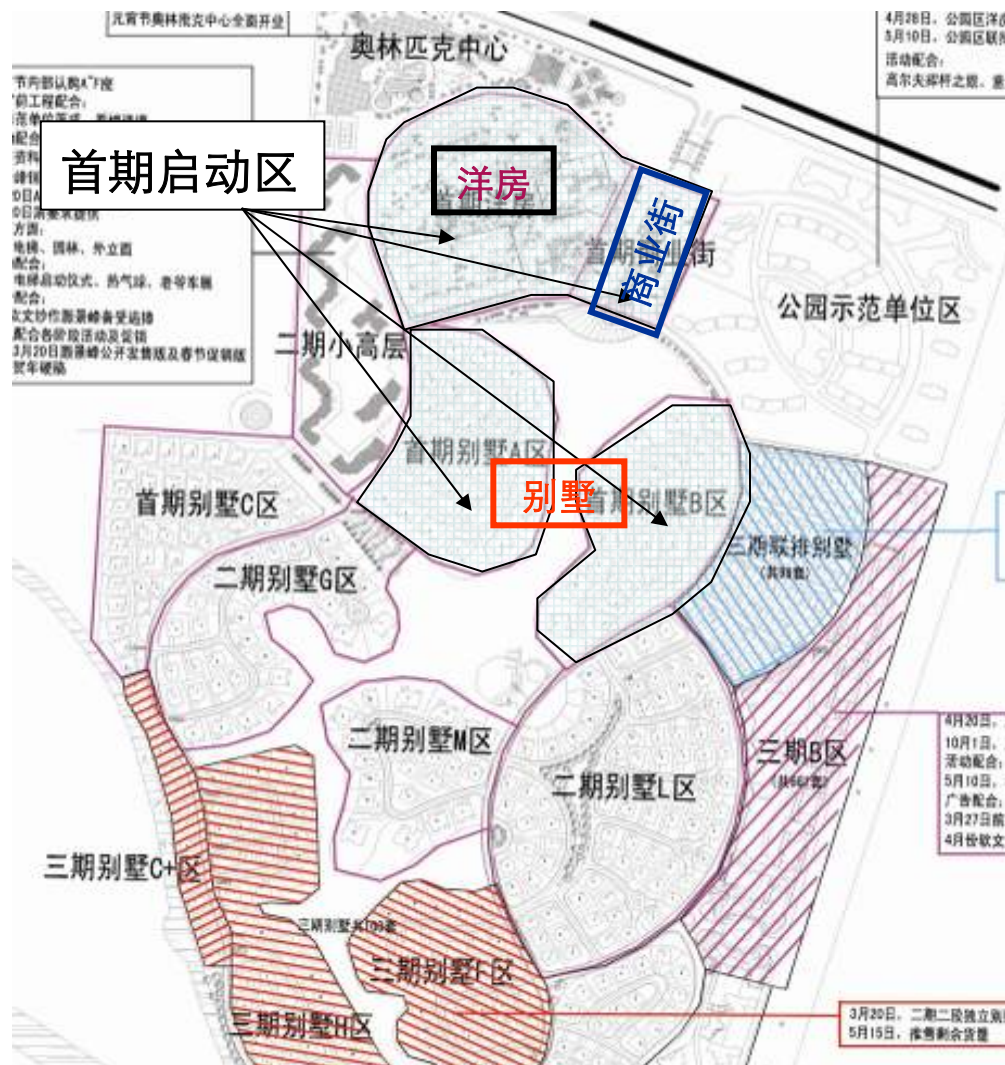
- 主动城市化
- 开放的社区规划
- 利用城市机理克服新区客户支撑不足的问题

# 佛山奥园前期战略定位与实施

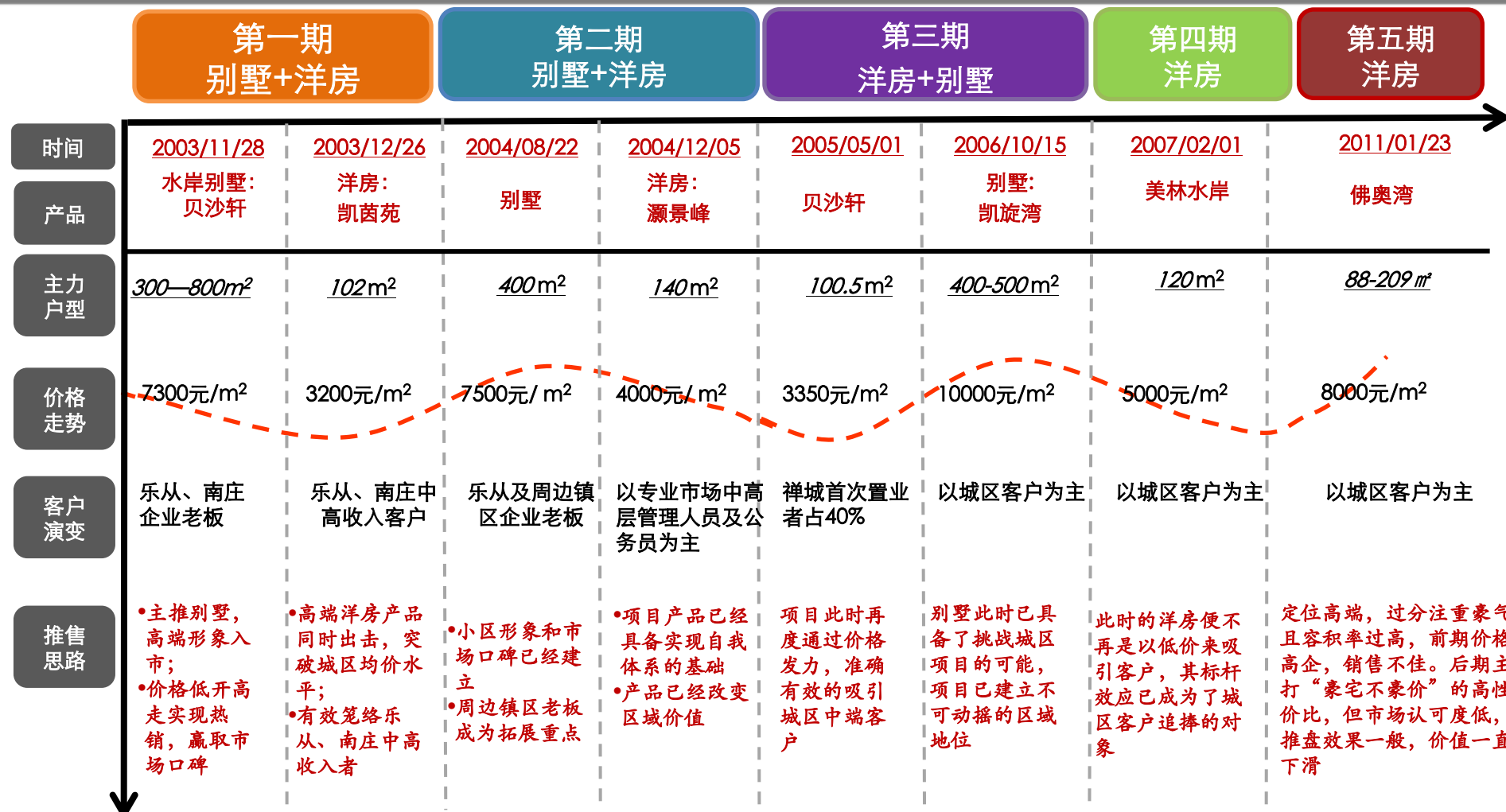
- **客户定位：**主要针对家私、钢材、塑料、陶瓷四大产业的老板，集中在乐从、南庄两地

- **产品定位：**首期启动首推水岸别墅产品，同时启动项目内部景观资源最优的高端洋房

- **营销定位：**在商业配套启动的基础上，以活动营销为主，全面吸纳本地客户



# 整盘开发策略：前期主推别墅和高端洋房，拔高项目形象、赚取口碑；后期以主流产品为主实现快速去货、回流资金





# 佛山奥园前期营销回顾

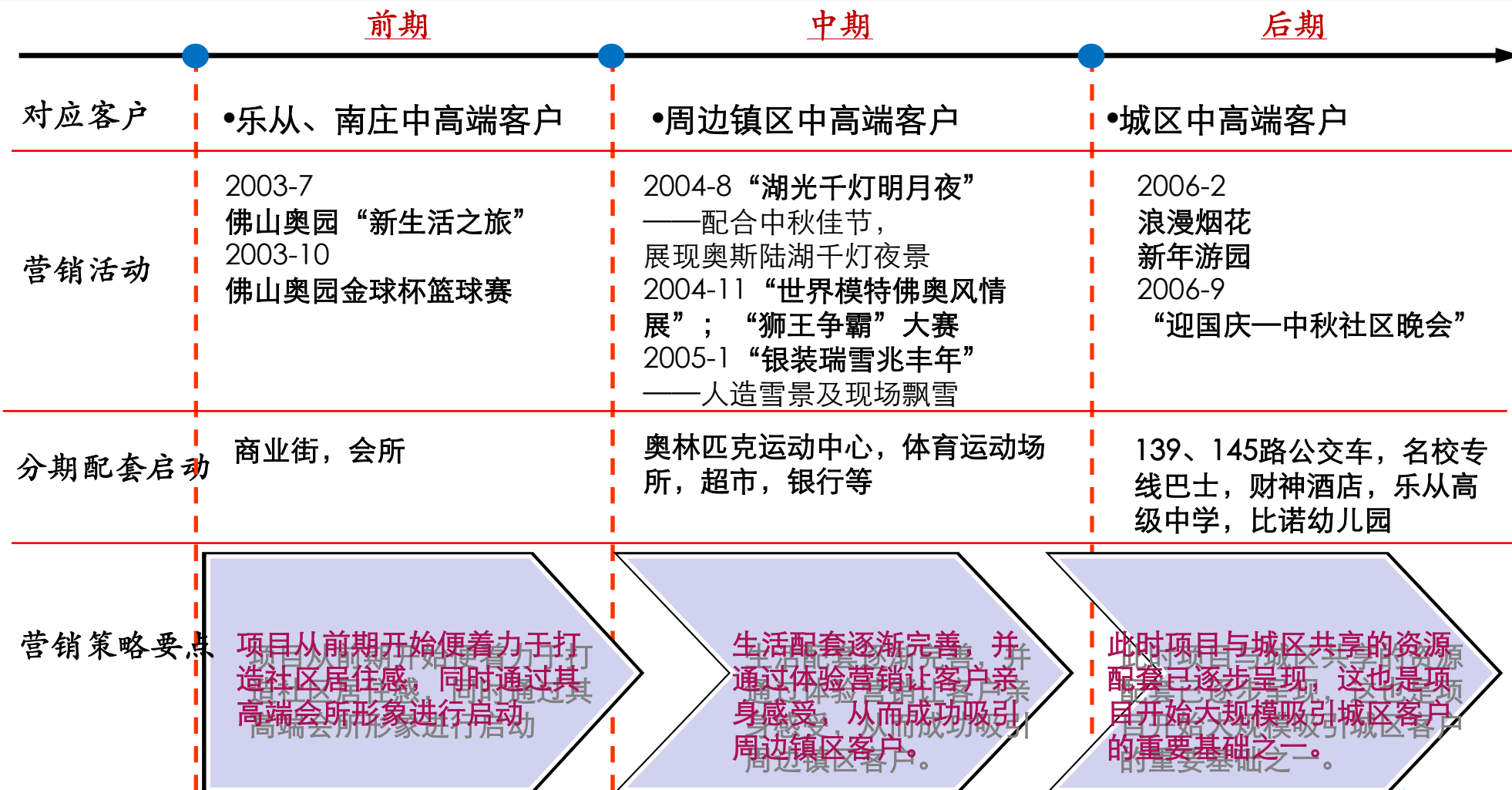
## 针对乐从本地动作

- 03年开工典礼：奠基仪式上动用直升飞机空运"五大洲圣土"，引起市场关注；
- 03年4月：通过与乐从政府合作，在"国际家私博览会"上吸纳客户；
- 佛山奥园招聘会：以"体验式招聘会"的方式进行，提高项目形象；

## 进攻城区市场动作

- 03年8-9月份内：面向社会散客、专业团体、行业协会开展"健康新生活之旅"活动，通过参观南国奥园，对买家进行潜移默化的"情景营销"；
- 定位：国际生活新坐标
- 3年5月黄金周期间：通过"国庆房展会"系列在大佛山正式亮相，期间同时参加了"家天下房展会"、"体育馆房展会"、"大良房展会"，以"立体式的展览营销"方式对佛山市场进行全面发动；并同时在体育馆展场派发资料。

# 佛山奥园营销回顾：分期价值切入与客户契合方式



# 佛山奥园前期形象回顾



成就国际生活新高度



内部景观打造



大型沙盘制造口碑传播



水边的奥林匹克



外部资源充分展示

# 佛山奥园客户分析

## 核心客户:

### 乐从、南庄中高端客户

初期为树立项目形象，先推出300-800平米别墅，吸引周边精英顾客，赢得市场口碑；同时为保障现金流，紧接着推出102平米洋房，以价格为竞争主导，笼络乐从周边中高收入人群。

## 核心客户:

### 周边镇区中高端客户

中期产品形象已经建立，持续推出自身价值体系的产品，针对中端市场，影响力逐步提高，禅桂老城区客户增加。

## 核心客户:

### 城区中高端客户

该阶段项目已经确立了区域标杆的地位，推出大面积段别墅及多面积段洋房产品，不再是单纯以低价来吸引客户。

## 项目前期

## 项目中期

## 项目后期

时间轴

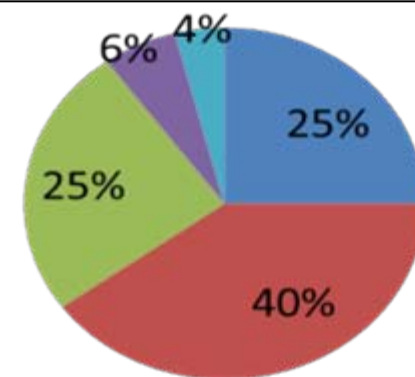
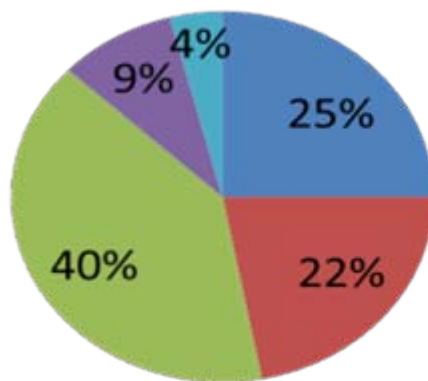
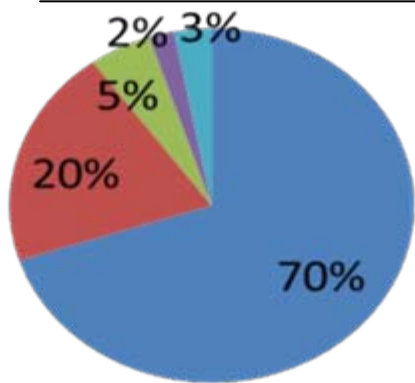
分期配套启动

商业街，会所

奥林匹克运动中心，体育运动场所，超市，银行等

139、145路公交车，名校专线巴士，财神酒店，乐从高级中学，比诺幼儿园

## 成交客户来源情况





# 佛山奥园大盘案例。总结

1 区域运营，与城市共享资源体系（如230亩的乐从文化公园，6万平方米的水资源面积；体育中心、新闻中心、金融中心等多项重大市政项目建设将环绕其左右；佛山一环路环绕等等），将自身纳入城市体系，借助城市机理，吸纳人气，克服新区不足。

2 价值标杆的启动策略，以独有的景观资源为卖点，打造15000平方米奥林匹克社区理念，面向整个大佛山开放，体现出极强的城市参与性。启动期以高端产品为主，以回现为目标；高端物业主要是展示和拉动。

3 项目商业配套与一期产品同时打造，从一开始就渲染社区氛围，以“房地产+体育（健康）+教育+商贸”的方式来进行解决，并随着项目的不断发展，实现与城区之间的资源共享，

4 最后一期佛奥湾定位过于高端，过分注重豪气且容积率过高，推出期价格高企，销售不佳。虽后期调低价格，主打“豪宅不豪价”的高性价比，但为之已晚，市场认可度低，推盘效果一般，价值一直下滑

## 案例2：万科水晶城。2.5容积率、70万平方米大盘的产品线细分溢价策略——景观资源型高端产品定调整盘，主流产品快速回现

- 产品方案：高尔夫公园、东平河景观部分地块大平面+ 次级景观地块主流90-160平高层 + 别墅
- 细分景观资源细分产品线的价值最大化开发模式
- 区域（配套）不成熟、与佛山新城核心区融入关系略差等，非景观资源主流产品成交量速表现稍差

项目地址	顺德陈村街道登洲村区域内 佛陈公路佛陈大桥脚西侧东平河岸
发展商	万科
占地面积	29万㎡
总建筑面积	71万㎡
容积率	2.5
绿化率	35%
总户数	总共3300户
项目规模	双拼别墅、高层洋房组成
建筑风格	现代简约
园林景观	现代风情



## 案例2：万科水晶城。TH与资源型高层价差2：1；与非资源型主流高层产品价差3：1；高品质与高性价比去化均好

- 别墅与资源型高层价格差2：1（别墅3万/高层1.5万），与普通高层价格差3：1（别墅3万/高层1万）
- 从分产品线消化率看，高品质与高性价比的消化表现均好
- 单次推盘别墅消化水平：产品44套面积1.6万平米
- 高层产品差异策略：总价控制情况下功能上送：如124平米做5房

座数	预售时间	总套数	户型	面积（㎡）	推售套内均价（元/㎡）	消化率（%）
32-46号楼	2010-10	30	联排别墅	355-364	32000	100
47-53号楼	2010-10	14	联排别墅	355-364	33000	100
9号楼	2010-12	124	5房	203-230	17000	93
11号楼	2011-1	118	5房	173-180	13800	100
10号楼	2011-2	122	5房	202-208	14500	98
8号楼	2011-8	124	5房	220-228	14500	85
7号楼	2011-11	63	5房	173-180	13800	84
12号楼	2011-12	170	3、4房	118-130	9500	100
13号楼	2012-8	312	3、4房	118-154	13300	41



# 产品差研究。启发

趋同潜在竞争板块指标性项目的产品开发模式



资源型大盘，具备区域驱动力



但突出2种产品线差异方向



强化低密度

- 1) 定制独栋  
乐从本地私企业主终极置业需求
- 2) 创新平层House  
分流新城中心/潜在竞争板块指标项目需求中大户型高层客户



强化主流高层

- 3) “豪宅”的标准做主流改善  
城市中心高端居住价值  
片区配套档次及社区配套能力  
社区档次定位  
超宽楼间距/优化户型/空间尺度



# 地块开发方向 - 建议

- 拿地规模
- 产品方案
- 价格预估

# 规模拿地的前提条件回顾——为什么要做大盘

主要指标因素	条件要点阐述
<div>1</div> <div>区域价值趋势</div>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; 毗邻佛山新城核心区（第一价值辐射圈层），位处乐从中心核心地段（乐从自身城市化向好未来开发成长性）；地块区域价值成长空间巨大</li> <li>&gt; 具备较好的景观资源条件（乐从片区中最好的资源板块）</li> <li>&gt; 区域本身的低密度居住、中高端居住价值印象基础</li> </ul>
<div>2</div> <div>市场竞争格局趋势</div>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; 调控抗性形成，主城区整体市场走势趋稳</li> <li>&gt; 新城核心区开发成熟价值分散承载，进入大盘谋求区域话语权开发时代</li> <li>&gt; 中心区域垄断性开发加剧来临</li> <li>&gt; 区域运作能力和开发成熟度决定客户吸纳能力和价格定义权</li> </ul>
<div>3</div> <div>限购时代客户争夺 需求全产品线覆盖能力</div>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; 潜在竞争板块指标项目产品模式趋同</li> <li>&gt; 规模大盘对客户聚焦能力加强</li> <li>&gt; 全产品线产品编网利于价值最大化实现以及销售安全</li> </ul>

## 在前提条件之下，对拿地规模的建议

### 市场分析。小结

需求稳定；分片区市场供求量价、消化能力个盘分化加剧  
预计2013年后乐从年吸纳量可至60-70万方；品牌大盘8-10万方

**1** 2012年土地市场供求接近2009年历史高值，增加2013年年后潜在新增供应；参考2012年供求比关系，预计乐从市场在40-50万方/年的吸纳能力之上，2013年后随佛山新城中心发展周期、乐从城市化作用力量，吸纳量可至60-70万方/年

**2** 乐从内部个盘消化能力分化表现，主要影响因素为：地段、资源、产品线档次；本案地块所在的文化公园板块，现有价值认知度、市场消化水平案例及未来价值成长因素综合考虑，预计品牌大盘单盘年吸纳量可至8-10万方/年

### 按市场参考

■ 10万/年消化量

■ 开发周期5-6年计

按2015年佛山新城核心区开发成熟完全，2018年佛山新城核心区第一辐射圈层区域开发步入成熟期

整盘建筑面积约为60万左右

从开发周期及吸纳量，结合产品差异策略，考虑拿地规模约在39万平方米左右，综合容积率约为1.5左右

## 按市场参考

- 10万/年消化量
- 开发周期5-6年计

按2015年佛山新城核心区开发成熟完全，2018年佛山新城核心区第一辐射圈层区域开发步入成熟期

整盘建筑面积约为60万左右

## 产品差异研究·启发



## 产品差异策略

- 10%独栋 (R约0.3-0.4)
- 35%平层House (R约1.5-1.8)
- 50%主流高层产品 (R约3)
- 5%商业 (R约6)

用地面积约39万平米左右  
综合容积率约1.5左右

以上为未考虑低覆盖率条件解决内部景观优势及产品品质能力之下的用地面积

- 对比佛山奥园，综合容积率约为1.4；别墅与高层用地各50%，别墅用地面积约28万平方米，按容积率0.6（独栋+双拼），约450-500套别墅产品
- 按现有方案，本案地块项目约130-150套别墅、1000套平层House、2500套高层；按5年开发周期，每年730-800套左右/10-11万方左右（未考虑3万方左右商业）



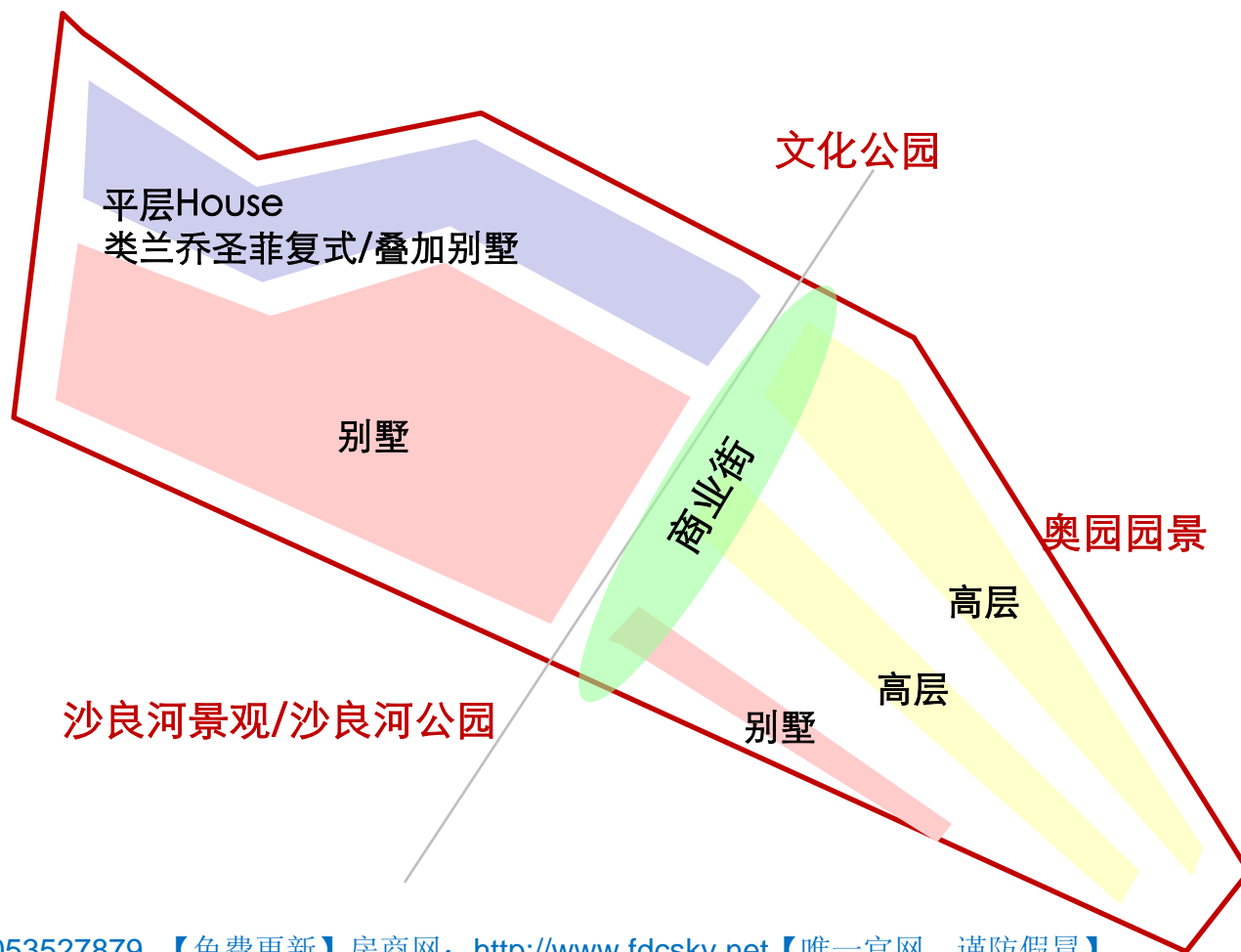
## 分产品线面积配比、对应目标客户特征及销售价格预估

类型建筑面积占比	产品类型	面积段	面积占比	面积小计	静态价格预估	价格小计
10%	别墅	380	60%	60000	60000	3,600,000,000
		450	40%			
35%	平层House	220	60%	210000	16000	3,360,000,000
		180	40%			
50%	高层	90-100	20%	300000	13000	3,900,000,000
		120	50%			
		140	30%			
5%	商业	——	——	30000	10000	300,000,000
						11,160,000,000

备注：考虑对2013年及后市场走势难以看清，参考地块价值及竞争对比，重点以佛山奥园1、2手（别墅）价格作为对比，不考虑年价格涨幅、进行分产品线均价保守预估；按产品类型配比方案，结合静态价格预估，全案销售金额预计在110-120亿左右

客户类型	客户特征	需求	需求面积	主要来源
高端客户群体	大私企业主 政府高管	乐从本地人居多，年龄多在35-50岁之间，企业主大多在乐从有生意往来	自住：独立/联排别墅 ≥250㎡	① 乐从 ② 新城核心区外溢客户（产品导向外溢） ③ 佛山一环牵引力外区域客户，如顺德各区
中高端客户群体	中小私企业主 高级公务员 泛公务员 中高管/生意人	中小私企业主创业不久，多为本地人，企业中管及高级公务员中有部分外地人年龄多在30-40岁之间，文化层次相对较高	自住：叠拼/复式/大平面洋房 120~200㎡	① 乐从 ② 新城核心区外溢客户（产品+价格挤压导向外溢） ③ 佛山一环牵引力外区域客户，如顺德各区
中端客户群体	中高级公务员 小生意人 本地原著民	年龄跨度平均化，30-40岁均有，普通公务员多居住于城镇中心，企业白领部分住在工业区周边，本地人换房选择东区或新城区	自住：普通居家的2-3房，多购买生活配套便捷的楼盘 100~130㎡	① 乐从 ② 新城核心区外溢客户（价格挤压导向外溢）

## 产品方案下对布局的初步设想



Thanks for your attention

Wish you a good day!