

2017-2023年中国商品房市场研究与投资前景预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2023年中国商品房市场研究与投资前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/fangdichan/559165DW4W.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

商品房在中国兴起于80年代，它是指在市场经济条件下，具有经营资格的房地产开发公司(包括外商投资企业)通过出让方式取得土地使用权后经营的住宅，均按市场价出售。其价格由成本、税金、利润、代收费用以及地段、层次、朝向、质量、材料差价等组成。另外，从法律角度来分析，商品房是指按法律、法规及有关规定可在市场上自由交易，不受政府政策限制的各类商品房屋，包括新建商品房、二手房(存量房)等。商品房根据其销售对象的不同，可以分为外销商品房和内销商品房两种。

商品房在中国兴起于80年代，它是指在市场经济条件下，具有经营资格的房地产开发公司(包括外商投资企业)通过出让方式取得土地使用权后经营的房屋，均按市场价出售[1]。

其价格由成本、税金、利润、代收费用以及地段、层次、朝向、质量、材料差价等组成。另外，从法律角度来分析，商品房是指按法律、法规及有关规定可在市场上自由交易，不受政府政策限制的各类商品房屋，包括新建商品房、二手房(存量房)等。商品房根据其销售对象的不同，可以分为外销商品房和内销商品房两种。

商品房只是特指经政府有关部门批准，由房地产开发经营公司开发的，建成后用于市场出售出租的房屋，包括住宅、商业用房以及其他建筑物，而自建、参建、委托建造，又是自用的住宅或其他建筑物不属于商品房范围。它是开发商开发的供销售的房屋，能办产权证和国土证，可以自定价格出售的产权房。

商品房分类 内销商品房 指房地产开发企业通过实行土地使用权出让形式，经过政府计划主管部门审批，建成后用于在境内范围(不包括香港、澳门特别行政区和台湾)出售的住宅、商业用房以及其他建筑物。 外销商品房 指房地产开发企业按政府外资工作主管部门的规定，通过实行土地批租形式，报政府计划主管部门列入正式项目计划，建成后用于向境内、外出租的住宅，商业用房及其他建筑物。

智研数据研究中心发布的《2017-2023年中国商品房市场研究与投资前景预测报告》共十四章。首先介绍了商品房行业市场发展环境、商品房整体运行态势等，接着分析了商品房行业市场运行的现状，然后介绍了商品房市场竞争格局。随后，报告对商品房做了重点企业经营状况分析，最后分析了商品房行业发展趋势与投资预测。您若想对商品房产业有个系统的了解或者想投资商品房行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据

主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 商品房行业发展综述

1.1 商品房行业定义及分类

1.1.1 行业定义

1.1.2 行业产品/服务分类

1.1.3 行业主要商业模式

1.2 商品房行业特征分析

1.2.1 产业链分析

1.2.2 商品房行业在产业链中的地位

1.2.3 商品房行业生命周期分析

(1) 行业生命周期理论基础

(2) 商品房行业生命周期

1.3 最近3-5年中国商品房行业经济指标分析

1.3.1 赢利性

1.3.2 成长速度

1.3.3 附加值的提升空间

1.3.4 进入壁垒 / 退出机制

1.3.5 风险性

1.3.6 行业周期

1.3.7 竞争激烈程度指标

1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 商品房行业运行环境（PEST）分析

2.1 商品房行业政治法律环境分析

2.1.1 行业管理体制分析

2.1.2 行业主要法律法规

2.1.3 行业相关发展规划

2.2 商品房行业经济环境分析

2.2.1 国际宏观经济形势分析

2.2.2 国内宏观经济形势分析

- 2.2.3 产业宏观经济环境分析
- 2.3 商品房行业社会环境分析
 - 2.3.1 商品房产业社会环境
 - 2.3.2 社会环境对行业的影响
 - 2.3.3 商品房产业发展对社会发展的影响
- 2.4 商品房行业技术环境分析
 - 2.4.1 商品房技术分析
 - 2.4.2 商品房技术发展水平
 - 2.4.3 行业主要技术发展趋势

第三章 我国商品房行业运行分析

3.1 我国商品房行业发展状况分析

3.1.1 我国商品房行业发展阶段

3.1.2 我国商品房行业发展总体概况

2016年以来商品房销售面积累计增速资料来源：公开资料整理

一、二、三线城市商品房成交面积同比增速（%）资料来源：公开资料整理

3.1.3 我国商品房行业发展特点分析

3.2 2014-2016年商品房行业发展现状

3.2.1 2014-2016年我国商品房行业市场规模

3.2.2 2014-2016年我国商品房行业发展分析

3.2.3 2014-2016年中国商品房企业发展分析

3.3 区域市场分析

3.3.1 区域市场分布总体情况

3.3.2 2014-2016年重点省市市场分析

3.4 商品房细分产品/服务市场分析

3.4.1 细分产品/服务特色

3.4.2 2014-2016年细分产品/服务市场规模及增速

3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测

3.5 商品房产品/服务价格分析

3.5.1 2014-2016年商品房价格走势

3.5.2 影响商品房价格的关键因素分析

- (1) 成本
- (2) 供需情况
- (3) 关联产品
- (4) 其他

3.5.3 2017-2023年商品房产品/服务价格变化趋势

3.5.4 主要商品房企业价位及价格策略

第四章 我国商品房行业整体运行指标分析

4.1 2014-2016年中国商品房行业总体规模分析

4.1.1 企业数量结构分析

4.1.2 人员规模状况分析

4.1.3 行业资产规模分析

4.1.4 行业市场规模分析

4.2 2014-2016年中国商品房行业运营情况分析

4.2.1 我国商品房行业营收分析

4.2.2 我国商品房行业成本分析

4.2.3 我国商品房行业利润分析

4.3 2014-2016年中国商品房行业财务指标总体分析

4.3.1 行业盈利能力分析

4.3.2 行业偿债能力分析

4.3.3 行业营运能力分析

4.3.4 行业发展能力分析

第五章 我国商品房行业供需形势分析

5.1 商品房行业供给分析

5.1.1 2014-2016年商品房行业供给分析

5.1.2 2017-2023年商品房行业供给变化趋势

5.1.3 商品房行业区域供给分析

5.2 2014-2016年我国商品房行业需求情况

5.2.1 商品房行业需求市场

5.2.2 商品房行业客户结构

5.2.3 商品房行业需求的地区差异

5.3 商品房市场应用及需求预测

5.3.1 商品房应用市场总体需求分析

(1) 商品房应用市场需求特征

(2) 商品房应用市场需求总规模

5.3.2 2017-2023年商品房行业领域需求量预测

(1) 2017-2023年商品房行业领域需求产品/服务功能预测

(2) 2017-2023年商品房行业领域需求产品/服务市场格局预测

5.3.3 重点行业商品房产品/服务需求分析预测

第六章 商品房行业产业结构分析

6.1 商品房产业结构分析

6.1.1 市场细分充分程度分析

6.1.2 各细分市场领先企业排名

6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例

6.1.4 领先企业的结构分析（所有制结构）

6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

6.2.1 产业价值链的构成

6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

6.3 产业结构发展预测

6.3.1 产业结构调整指导政策分析

6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

6.3.3 中国商品房行业参与国际竞争的战略市场定位

6.3.4 商品房产业结构调整方向分析

6.3.5 建议

第七章 我国商品房行业产业链分析

7.1 商品房行业产业链分析

7.1.1 产业链结构分析

7.1.2 主要环节的增值空间

7.1.3 与上下游行业之间的关联性

7.2 商品房上游行业分析

7.2.1 商品房产品成本构成

7.2.2 2014-2016年上游行业发展现状

7.2.3 2017-2023年上游行业发展趋势

7.2.4 上游供给对商品房行业的影响

7.3 商品房下游行业分析

7.3.1 商品房下游行业分布

7.3.2 2014-2016年下游行业发展现状

7.3.3 2017-2023年下游行业发展趋势

7.3.4 下游需求对商品房行业的影响

第八章 我国商品房行业渠道分析及策略

8.1 商品房行业渠道分析

8.1.1 渠道形式及对比

8.1.2 各类渠道对商品房行业的影响

8.1.3 主要商品房企业渠道策略研究

8.1.4 各区域主要代理商情况

8.2 商品房行业用户分析

8.2.1 用户认知程度分析

8.2.2 用户需求特点分析

8.2.3 用户购买途径分析

8.3 商品房行业营销策略分析

8.3.1 中国商品房营销概况

8.3.2 商品房营销策略探讨

8.3.3 商品房营销发展趋势

第九章 我国商品房行业竞争形势及策略

9.1 行业总体市场竞争状况分析

9.1.1 商品房行业竞争结构分析

(1) 现有企业间竞争

(2) 潜在进入者分析

(3) 替代品威胁分析

(4) 供应商议价能力

(5) 客户议价能力

(6) 竞争结构特点总结

9.1.2 商品房行业企业间竞争格局分析

9.1.3 商品房行业集中度分析

9.1.4 商品房行业SWOT分析

9.2 中国商品房行业竞争格局综述

9.2.1 商品房行业竞争概况

(1) 中国商品房行业竞争格局

(2) 商品房行业未来竞争格局和特点

(3) 商品房市场进入及竞争对手分析

9.2.2 中国商品房行业竞争力分析

(1) 我国商品房行业竞争力剖析

(2) 我国商品房企业市场竞争的优势

(3) 国内商品房企业竞争能力提升途径

9.2.3 商品房市场竞争策略分析

第十章 商品房行业领先企业经营形势分析

10.1 万科企业股份有限公司

10.1.1 企业概况

10.1.2 企业优势分析

10.1.3 产品/服务特色

10.1.4 2014-2016年经营状况

10.1.5 2017-2023年发展规划

10.2 中国恒大集团

10.2.1 企业概况

10.2.2 企业优势分析

10.2.3 产品/服务特色

10.2.4 2014-2016年经营状况

10.2.5 2017-2023年发展规划

10.3 大连万达集团股份有限公司

10.3.1 企业概况

10.3.2 企业优势分析

10.3.3 产品/服务特色

10.3.4 2014-2016年经营状况

10.3.5 2017-2023年发展规划

10.4 绿城房地产集团有限公司

10.4.1 企业概况

10.4.2 企业优势分析

10.4.3 产品/服务特色

10.4.4 2014-2016年经营状况

10.4.5 2017-2023年发展规划

10.5 中海地产集团有限公司

10.5.1 企业概况

10.5.2 企业优势分析

10.5.3 产品/服务特色

10.5.4 2014-2016年经营状况

10.5.5 2017-2023年发展规划

第十一章 2017-2023年商品房行业投资前景

11.1 2017-2023年商品房市场发展前景

11.1.1 2017-2023年商品房市场发展潜力

11.1.2 2017-2023年商品房市场发展前景展望

11.1.3 2017-2023年商品房细分行业发展前景分析

11.2 2017-2023年商品房市场发展趋势预测

11.2.1 2017-2023年商品房行业发展趋势

11.2.2 2017-2023年商品房市场规模预测

11.2.3 2017-2023年商品房行业应用趋势预测

11.2.4 2017-2023年细分市场发展趋势预测

11.3 2017-2023年中国商品房行业供需预测

11.3.1 2017-2023年中国商品房行业供给预测

11.3.2 2017-2023年中国商品房行业需求预测

11.3.3 2017-2023年中国商品房供需平衡预测

11.4 影响企业生产与经营的关键趋势

11.4.1 市场整合成长趋势

11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

11.4.3 企业区域市场拓展的趋势

11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展

11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2017-2023年商品房行业投资机会与风险

12.1 商品房行业投融资情况

12.1.1 行业资金渠道分析

12.1.2 固定资产投资分析

12.1.3 兼并重组情况分析

12.2 2017-2023年商品房行业投资机会

12.2.1 产业链投资机会

12.2.2 细分市场投资机会

12.2.3 重点区域投资机会

12.3 2017-2023年商品房行业投资风险及防范

12.3.1 政策风险及防范

12.3.2 技术风险及防范

12.3.3 供求风险及防范

12.3.4 宏观经济波动风险及防范

12.3.5 关联产业风险及防范

12.3.6 产品结构风险及防范

12.3.7 其他风险及防范

第十三章 商品房行业投资战略研究

13.1 商品房行业发展战略研究

13.1.1 战略综合规划

13.1.2 技术开发战略

13.1.3 业务组合战略

13.1.4 区域战略规划

13.1.5 产业战略规划

13.1.6 营销品牌战略

13.1.7 竞争战略规划

13.2 对我国商品房品牌的战略思考

13.2.1 商品房品牌的重要性

- 13.2.2 商品房实施品牌战略的意义
- 13.2.3 商品房企业品牌的现状分析
- 13.2.4 我国商品房企业的品牌战略
- 13.2.5 商品房品牌战略管理的策略
- 13.3 商品房经营策略分析
 - 13.3.1 商品房市场细分策略
 - 13.3.2 商品房市场创新策略
 - 13.3.3 品牌定位与品类规划
 - 13.3.4 商品房新产品差异化战略
- 13.4 商品房行业投资战略研究
 - 13.4.1 2016年商品房行业投资战略
 - 13.4.2 2017-2023年商品房行业投资战略
 - 13.4.3 2017-2023年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议（ZYPX）

- 14.1 商品房行业研究结论
- 14.2 商品房行业投资价值评估
- 14.3 商品房行业投资建议
 - 14.3.1 行业发展策略建议
 - 14.3.2 行业投资方向建议
 - 14.3.3 行业投资方式建议

图表目录：

- 图表1：商品房行业生命周期
- 图表2：商品房行业产业链结构
- 图表3：2014-2016年全球商品房行业市场规模
- 图表4：2014-2016年中国商品房行业市场规模
- 图表5：2014-2016年商品房行业重要数据指标比较
- 图表6：2014-2016年中国商品房市场占全球份额比较
- 图表7：2014-2016年商品房行业工业总产值
- 图表8：2014-2016年商品房行业销售收入
- 图表9：2014-2016年商品房行业利润总额

- 图表10：2014-2016年商品房行业资产总计
- 图表11：2014-2016年商品房行业负债总计
- 图表12：2014-2016年商品房行业竞争力分析
- 图表13：2014-2016年商品房市场价格走势
- 图表14：2014-2016年商品房行业主营业务收入
- 图表15：2014-2016年商品房行业主营业务成本
- 图表16：2014-2016年商品房行业销售费用分析
- 图表17：2014-2016年商品房行业管理费用分析
- 图表18：2014-2016年商品房行业财务费用分析
- 图表19：2014-2016年商品房行业销售毛利率分析
- 图表20：2014-2016年商品房行业销售利润率分析
- 图表21：2014-2016年商品房行业成本费用利润率分析
- 图表22：2014-2016年商品房行业总资产利润率分析
- 图表23：2014-2016年商品房行业集中度

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fangdichan/559165DW4W.html>