

2017-2022年中国房地产市场分析预测及战略咨询报告

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

《2017-2022年中国房地产市场分析预测及战略咨询报告》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/X05043OMY5.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

2015年，全国房地产开发投资95979亿元，比上年名义增长1.0%（扣除价格因素实际增长2.8%），增速比1-11月份回落0.3个百分点。其中，住宅投资64595亿元，增长0.4%，增速回落0.3个百分点。住宅投资占房地产开发投资的比重为67.3%。

2015年，房地产开发企业土地购置面积22811万平方米，比上年下降31.7%，降幅比1-11月份收窄1.4个百分点；土地成交价款7622亿元，下降23.9%，降幅收窄2.1个百分点。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国房地产市场分析预测及战略咨询报告》依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第1章：中国房地产行业发展现状分析

1.1 房地产行业市场规模分析

1.1.1 房地产行业投资规模分析

1.1.2 房地产行业销售规模分析

1.2 房地产行业市场竞争现状分析

1.2.1 房地产行业市场发展速度

1.2.2 房地产行业盈利空间分析

1.2.3 房地产行业开发投资热度

1.2.4 房地产行业竞争格局分析

1.3 房地产市场供需平衡分析

1.3.1 房地产行业供给状况分析

- (1) 房地产行业新开工面积分析
- (2) 房地产行业施工面积分析
- (3) 房地产行业竣工面积分析
- 1.3.2 房地产行业销售面积分析
- 1.3.3 房地产行业供需平衡分析
- 1.4 保障性住房投资建设预测分析
 - 1.4.1 保障性住房建设计划分析
 - 1.4.2 保障性住房建设进度分析
 - 1.4.3 保障性住房资金来源与支出分析
 - 1.4.4 保障性住房投资资金需求预测

第2章：中国房地产物业开发与前景预测

- 2.1 中国住宅物业的开发与前景预测
 - 2.1.1 中国住宅用地市场供需形势分析
 - (1) 住宅用地市场供求分析
 - (2) 住宅用地成交价格走势分析
 - 2.1.2 房地产行业商品住宅的投资分析
 - (1) 中国商品住宅的投资分析
 - (2) 中国商品住宅投资结构分析
 - (3) 地区商品住宅投资比较分析
 - 2.1.3 中国商品住宅市场供给情况分析
 - (1) 中国商品住宅的开发分析
 - (2) 地区商品住宅开发比较分析
 - 2.1.4 中国商品住宅市场成交情况分析
 - (1) 中国商品住宅成交情况分析
 - (2) 中国商品住宅成交结构分析
 - (3) 地区商品住宅成交比较分析
 - 2.1.5 中国商品住宅市场价格走势分析
 - (1) 中国商品住宅价格总体走势分析
 - (2) 地区商品住宅成交价格比较分析
 - 2.1.6 未来中国城镇住宅需求预测
 - (1) 城镇住房需求构成结构

- (2) 城镇住宅需求预测模型假设
- (3) 城镇住宅需求规模预测分析
- (4) 居民首次置业需求预测分析
- 2.2 中国商服物业的开发与前景预测
 - 2.2.1 中国商服用地市场供需形势分析
 - (1) 商服用地市场供求分析
 - (2) 商服用地季度成交价格走势分析
 - 2.2.2 房地产行业商服用房的开发与销售分析
 - (1) 商服用房的投资分析
 - (2) 商服用房销售面积分析
 - (3) 商服用房销售金额分析
 - (4) 商服用房销售价格分析
 - 2.2.3 建筑企业各类商服用房建设情况分析
 - (1) 建筑企业各类商服用房竣工面积分析
 - (2) 建筑企业各类商服用房施工面积分析
 - 2.2.4 中国重点城市优质商服物业市场分析
 - (1) 重点城市优质零售物业市场分析
 - (2) 重点城市优质写字楼市场分析
 - 2.2.5 中国商服物业开发商竞争状况分析
 - (1) 主要竞争者市场份额分析
 - (2) 商服物业市场竞争格局分析
 - (3) 商服物业市场竞争层次分析
 - (4) 商服物业市场竞争热点分析
 - (5) 商服物业投资吸引力分析
 - (6) 典型开发商竞争策略分析
 - 2.2.6 中国商服物业开发前景预测

第3章：“互联网+”时代房地产业的机遇与挑战

- 3.1 “互联网+”为房地产业转型发展提供的机遇
 - 3.1.1 提升地产项目运作效率
 - 3.1.2 延伸地产产业服务链条
 - 3.1.3 创造地产营销多样平台

3.2 “互联网+”对房地产行业发展的严重冲击

3.2.1 “互联网+”之后的房地产价值判断

3.2.2 “互联网+房地产”之后关于产品的再思考

3.2.3 “互联网+”下的房地产企业竞争力来源

3.2.4 “互联网+”之后的房地产企业内部管理

3.3 “互联网+”对房地产产业链的全面渗透

3.3.1 项目前期投资：开发商拥抱轻资产

3.3.2 项目营销：借力互联网精准投放

3.3.3 项目运营：O2O+大数据改造运营模式

3.3.4 退出机制下的轻资产运营：资产证券化

3.4 房地产应对“互联网+”时代的对策建议

3.4.1 深度变革互联网地产发展思维

3.4.2 不断创新互联网地产运营模式

3.4.3 始终坚守互联网地产诚信底线

3.4.4 积极健全互联网地产监督管理

第4章：互联网+房地产创新模式深度解析

4.1 开发策划阶段的创新模式

4.1.1 让产品本身拥有互联网思维

(1) 模式分析

(2) 代表作品：you+青年公寓

4.1.2 众筹户型、资金、客户、土地、开发商等一切资源

(1) 模式分析

(2) 代表企业：万通自由筑屋

4.1.3 3D虚拟施工+工程质量追踪系统

(1) 模式分析

(2) 代表企业：龙湖

4.2 产品销售阶段的创新模式

4.2.1 众筹买方共享收益

(1) 模式分析

(2) 代表产品：房宝宝

(3) 代表企业：远洋地产

4.2.2 全新经纪人角色

(1) 模式分析

(2) 代表企业：房多多

(3) 代表企业：平安好房

4.3 后期服务阶段的创新模式

4.3.1 线上整合线下资源，后期服务改变物业形态

(1) 模式分析

(2) 代表企业：途家

(3) 代表企业：万科

(4) 代表企业：蓝光

4.3.2 智慧办公、智慧园区，整合内外资源从中获利

(1) 模式分析

(2) 代表企业：绿地

(3) 代表企业：瑞安房地产

4.3.3 智能家居，提高产品附加值，平台用于后期经营

(1) 模式分析

(2) 代表企业：新城控股

(3) 代表企业：华润

4.3.4 与智慧平台合作，双方粉丝流量互导

(1) 模式分析

(2) 代表企业：当代置业

4.3.5 互联网+增值服务+物业，引入服务商

(1) 模式分析

(2) 代表企业：乐生活

(3) 代表企业：彩生活

4.3.6 自建云、端，打造服务社区

(1) 模式分析

(2) 代表企业：龙湖

4.4 大数据等线上资源挖掘的创新模式

4.4.1 大数据本身产生价值

(1) 模式分析

(2) 代表产品：U元宝

4.4.2 大数据整合线上线下交易

(1) 模式分析

(2) 代表企业：上海容易网

第5章：互联网+房地产营销模式创新分析

5.1 房地产行业网络营销现状

5.1.1 国内房地产服务网站覆盖人数

5.1.2 国内房地产服务网站人均平均浏览页面

5.1.3 房产类媒体的主要服务内容

5.1.4 房产类媒体的主要收入构成

5.1.5 房产类媒体广告投放情况分析

5.2 新常态下互联网思维与房地产营销创新

5.2.1 互联网思维及其本质

5.2.2 房地产互联网转型落地系统

(1) 房地产开发阶段触网分析

(2) 房地产营销阶段触网分析

(3) 客户签约阶段触网分析

(4) 房地产阶段触网分析

5.3 “互联网+房地产营销”模式的研究与探讨

5.3.1 “互联网+房地产营销”模式产生的必要性

5.3.2 “互联网+房地产营销”融合模式

(1) 房地产“O2O”营销模式

(2) “社交平台”营销模式

(3) “大数据”营销模式

5.3.3 关于“互联网+房地产营销”模式的思考

第6章：中国房地产开发商企业经营状况分析

6.1 万科企业股份有限公司

6.1.1 企业发展基本信息

6.1.2 地产业务及区域布局

6.1.3 企业营销及销售分析

6.1.4 企业经营能力分析

6.1.5 房地产转型及创新

6.2 保利房地产（集团）股份有限公司

6.2.1 企业发展基本信息

6.2.2 地产业务及区域布局

6.2.3 企业营销及销售分析

6.2.4 企业经营能力分析

6.2.5 房地产转型及创新

6.3 恒大地产集团有限公司

6.3.1 企业发展基本信息

6.3.2 地产业务及区域布局

6.3.3 企业营销及销售分析

6.3.4 企业经营能力分析

6.3.5 房地产转型及创新

6.4 中国海外发展有限公司

6.4.1 企业发展基本信息

6.4.2 地产业务及区域布局

6.4.3 企业营销及销售分析

6.4.4 企业经营能力分析

6.4.5 房地产转型及创新

6.5 绿地控股集团有限公司

6.5.1 企业发展基本信息

6.5.2 地产业务及区域布局

6.5.3 企业营销及销售分析

6.5.4 企业经营能力分析

6.5.5 房地产转型及创新

6.6 龙湖地产有限公司

6.6.1 企业发展基本信息

6.6.2 地产业务及区域布局

6.6.3 企业营销及销售分析

6.6.4 企业经营能力分析

6.6.5 房地产转型及创新

6.7 绿城房地产集团有限公司

- 6.7.1 企业发展基本信息
- 6.7.2 地产业务及区域布局
- 6.7.3 企业营销及销售分析
- 6.7.4 企业经营能力分析
- 6.7.5 房地产转型及创新
- 6.8 华润置地有限公司
 - 6.8.1 企业发展基本信息
 - 6.8.2 地产业务及区域布局
 - 6.8.3 企业营销及销售分析
 - 6.8.4 企业经营能力分析
 - 6.8.5 房地产转型及创新
- 6.9 世茂房地产控股有限公司
 - 6.9.1 企业发展基本信息
 - 6.9.2 地产业务及区域布局
 - 6.9.3 企业营销及销售分析
 - 6.9.4 企业经营能力分析
 - 6.9.5 房地产转型及创新
- 6.10 北京首都开发控股集团有限公司
 - 6.10.1 企业发展基本信息
 - 6.10.2 地产业务及区域布局
 - 6.10.3 企业营销及销售分析
 - 6.10.4 企业经营能力分析
 - 6.10.5 房地产转型及创新
- 6.11 远洋地产控股有限公司
 - 6.11.1 企业发展基本信息
 - 6.11.2 地产业务及区域布局
 - 6.11.3 企业营销及销售分析
 - 6.11.4 企业经营能力分析
 - 6.11.5 房地产转型及创新
- 6.12 华夏幸福基业股份有限公司
 - 6.12.1 企业发展基本信息
 - 6.12.2 地产业务及区域布局

- 6.12.3 企业营销及销售分析
- 6.12.4 企业经营能力分析
- 6.12.5 房地产转型及创新
- 6.13 融创中国控股有限公司
 - 6.13.1 企业发展基本信息
 - 6.13.2 地产业务及区域布局
 - 6.13.3 企业营销及销售分析
 - 6.13.4 企业经营能力分析
 - 6.13.5 房地产转型及创新
- 6.14 招商局地产控股股份有限公司
 - 6.14.1 企业发展基本信息
 - 6.14.2 地产业务及区域布局
 - 6.14.3 企业营销及销售分析
 - 6.14.4 企业经营能力分析
 - 6.14.5 房地产转型及创新
- 6.15 金地（集团）股份有限公司
 - 6.15.1 企业发展基本信息
 - 6.15.2 地产业务及区域布局
 - 6.15.3 企业营销及销售分析
 - 6.15.4 企业经营能力分析
 - 6.15.5 房地产转型及创新

图表目录：

- 图表1：2009-2015年我国房地产开发投资及同比增速（单位：亿元，%）
- 图表2：2008-2015年我国商品房销售面积及同比增速（单位：万平方米，%）
- 图表3：2008-2015年我国商品房销售金额及同比增速（单位：亿元，%）
- 图表4：2008-2015年我国商品房销售价格及同比增速（单位：元/平方米，%）
- 图表5：2008-2015年我国商品房销售面积增速走势（单位：%）
- 图表6：2008-2015年全国商品房累计销售面积走势（单位：亿平方米）
- 图表7：2008-2015年全国房价与地价的比比例（单位：倍）
- 图表8：2008-2015年我国房地产开发新开工面积及同比增速（单位：万平方米，%）
- 图表9：2008-2015年我国房地产开发施工面积及同比增速（单位：万平方米，%）

图表10：2008-2015年我国房地产开发竣工面积及同比增速（单位：万平方米，%）

图表11：2008-2015年我国商品房销售面积及同比增速（单位：万平方米，%）

图表12：2010-2015年我国房地产开发竣工比走势

图表13：2011-2015年我国保障性安居工程住房新开工建设情况（单位：万套）

图表14：2015年保障性住房资金支出结构（单位：亿元，%）

图表15：2015年中央专项资金用于保障性安居工程支出情况（单位：亿元，%）

图表16：住房保障资金管理措施

图表17：2010-2015年30城市推出住宅用地面积情况（单位：万平方米，%）

图表18：2015年30城市推出住宅用地面积比较（单位：万平方米）

图表19：2010-2015年30城市成交住宅建设用地面积情况（单位：万平方米，%）

图表20：2015年30个城市住宅建设用地成交面积（单位：万平米）

图表21：2010-2015年30城市成交住宅用地金额情况（单位：亿元，%）

图表22：2015年30城市住宅用地成交金额比较（单位：亿元）

图表23：2010-2015年30城市住宅用地及楼面成交价格（单位：元/平方米）

图表24：2010-2015年30城市住宅用地成交价格增长走势（单位：%）

图表25：2015年30城市住宅用地成交均价比较（单位：元/平方米）

图表26：2010-2015年中国房地产开发行业商品住宅投资额与增长情况（单位：亿元，%）

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fangdichan/X05043OMY5.html>