

2019年中国房地产市场分析报告- 行业运营现状与发展前景研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国房地产市场分析报告-行业运营现状与发展前景研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/fangdichang/380011380011.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

最近关于房地产行业取消预售制的传闻越来越多，各方说法也都蜂拥而至。商品房预售制度也称“期房买卖制度”，起源于上个世纪50年代的香港，彼时的香港在二战之后面对大量的人口流入叠加经济的快速发展对商业楼宇和住宅的需求急剧增长，在这样的背景下，霍英东成立的立信置业有限公司一改当时的现楼销售政策，提出“预售楼花”并倡导分期付款。随后香港政府于1956年出台了《预售楼花同意书》，正式在法律层面确立和规范了楼花预售制度。我国商品房预售制演变 资料来源：住房建设委

当前预售制度已成为国内商品房销售的最主要方式，根据各地方房管局上报国家统计局的数据显示：全国商品住宅期房销售面积占总销售面积的比重由2005年的63%提升至84%，其中40大中城市期房销售面积占比始终维持在80%以上。商品房预售制的优劣对比 资料来源：住房建设委

网上流传的广东省房协文件中就提到，预售制度存在的风险包括：1、资金链断裂导致的工程烂尾；2、导致市场乱象；3、交易不公平；4、房屋面积管理职能难以厘清；5、不平衡发展和低效率竞争。2017年，广东全省资金链断裂类矛盾总数61宗，其中2016年转存数28宗，2017年新增数33宗，已化解44宗，结余17宗，矛盾化解率72.1%。总而言之，管理风险、消费风险、社会风险、金融风险等，是预售制高杠杆效应所付出的成本。网传广东省房协文件中所提到的预售制带来的风险 资料来源：住房建设委

预售制设计的思路是通过帮助房企降低杠杆成本，加速其资金回笼用于项目的再投资，从而达到加速住房供应的目的。若推行现售制，对房企的不利影响在于：1、零成本的预收款消失，若维持原先杠杆水平，则需用有息负债代替，杠杆成本上升，经营风险亦相应上升；若降低杠杆水平，则规模增速受到制约，无法享受上行周期因加杠杆带来的好处；

2、相较于2年左右的建设周期，预售制下资金回笼周期可以压缩至1年甚至更短，极大地加快了房企的资金周转，若推行现售制，资金回笼周期则会延长至较建设周期更长的时段，资金周转风险也相应增大。

根据A股96家上市房企披露的数据，预收账款（包括新会计准则下的合同负债科目）占总负债比重近五年来稳定在27%-30%之间，占总资产比重在20%-25%之间，若这部分完全由有息负债代替，则房企的杠杆成本势必明显提升。A股上市放弃预收账款（包括合同负债）占负债、资产比重 资料来源：中国报告网整理

中国商品房预售制度诞生于一个特殊的时点，是我国商品房市场化改革的重要设计之一，不可磨灭其在过去解决我国房地产市场供需结构中的重要作用，但是随着我国商品房供给逐步跟上，未来逐步改变预售制度这样的杠杆政策是可以理解的，但是在短期内取消预售制度的可能性或者说基础并不具备。首先是金融端，年初以来房企融资渠道已经从2016年以来持续收紧，房企到位资金的增速在今年出现3年来第一次负增长，如果一刀切取消

预售，意味着房企20-30%左右的资金来源将出现空白，资金链断裂以及由此带来的系统性风险不可轻视。

其次是供给端，近两年以来，全国城市尤其三四线城市在去库存思路下效果明显，截至到2018年8月，全国商品房待售面积同比下降14%，相比于2016年初的高点已下降25%，以80个大中城市可售库存口径，商品住宅可售面积较2015年初的最高点下降30%。在这种环境下，预售制的突然取消意味着原本今年入市的房屋将推后1-2年以上，供给“休克”的风险将使得当前原本就脆弱的供需结构变得恶化，也和“遏制房价上涨”思路不符。（YM）

观研天下发布的《2019年中国房地产市场分析报告-行业运营现状与发展前景研究》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

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。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国房地产行业发展概述

第一节 房地产行业发展情况概述

一、房地产行业相关定义

二、房地产行业基本情况介绍

三、房地产行业发展特点分析

第二节 中国房地产行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、房地产行业产业链条分析

三、中国房地产行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国房地产行业生命周期分析

一、房地产行业生命周期理论概述

二、房地产行业所属的生命周期分析

第四节 房地产行业经济指标分析

一、房地产行业的赢利性分析

二、房地产行业的经济周期分析

三、房地产行业附加值的提升空间分析

第五节 中国房地产行业进入壁垒分析

一、房地产行业资金壁垒分析

二、房地产行业技术壁垒分析

三、房地产行业人才壁垒分析

四、房地产行业品牌壁垒分析

五、房地产行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球房地产市场发展现状分析

第一节 全球房地产业发展历程回顾

第二节 全球房地产市场区域分布情况

第三节 亚洲房地产行业地区市场分析

一、亚洲房地产市场现状分析

二、亚洲房地产市场规模与市场需求分析

三、亚洲房地产市场前景分析

第四节 北美房地产行业地区市场分析

一、北美房地产市场现状分析

二、北美房地产市场规模与市场需求分析

三、北美房地产市场前景分析

第五节 欧盟房地产行业地区市场分析

一、欧盟房地产市场现状分析

二、欧盟房地产市场规模与市场需求分析

三、欧盟房地产市场前景分析

第六节 2019-2025年世界房地产行业分布走势预测

第七节 2019-2025年全球房地产市场规模预测

第三章 中国房地产产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品房地产总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国房地产行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国房地产产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国房地产行业运行情况

第一节 中国房地产业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国房地产行业市场规模分析

第三节 中国房地产行业供应情况分析

第四节 中国房地产行业需求情况分析

第五节 中国房地产行业供需平衡分析

第六节 中国房地产业发展趋势分析

第五章 中国房地产所属行业运行数据监测

第一节 中国房地产所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节 中国房地产所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国房地产所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国房地产市场格局分析

第一节 中国房地产行业竞争现状分析

一、中国房地产行业竞争情况分析

二、中国房地产行业主要品牌分析

第二节 中国房地产行业集中度分析

一、中国房地产行业市场集中度分析

二、中国房地产行业企业集中度分析

第三节 中国房地产行业存在的问题

第四节 中国房地产行业解决问题的策略分析

第五节 中国房地产行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国房地产行业需求特点与动态分析

第一节 中国房地产行业消费市场动态情况

第二节 中国房地产行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 房地产行业成本分析

第四节 房地产行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国房地产行业价格现状分析

第六节 中国房地产行业平均价格走势预测

- 一、中国房地产行业价格影响因素
- 二、中国房地产行业平均价格走势预测
- 三、中国房地产行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国房地产行业区域市场现状分析

第一节 中国房地产行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区房地产市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区房地产市场规模分析
- 四、华东地区房地产市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区房地产市场规模分析
- 四、华中地区房地产市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区房地产市场规模分析

第九章 2016-2018年中国房地产行业竞争情况

第一节 中国房地产行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国房地产行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国房地产行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 房地产行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2019-2025年中国房地产行业发展前景分析与预测

第一节 中国房地产行业未来发展前景分析

一、房地产行业国内投资环境分析

二、中国房地产行业市场机会分析

三、中国房地产行业投资增速预测

第二节 中国房地产行业未来发展趋势预测

第三节 中国房地产行业市场发展预测

一、中国房地产行业市场规模预测

二、中国房地产行业市场规模增速预测

三、中国房地产行业产值规模预测

四、中国房地产行业产值增速预测

五、中国房地产行业供需情况预测

第四节 中国房地产行业盈利走势预测

一、中国房地产行业毛利润同比增速预测

二、中国房地产行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国房地产行业投资风险与营销分析

第一节 房地产行业投资风险分析

一、房地产行业政策风险分析

二、房地产行业技术风险分析

三、房地产行业竞争风险

四、房地产行业其他风险分析

第二节 房地产行业企业经营发展分析及建议

一、房地产行业经营模式

二、房地产行业销售模式

三、房地产行业创新方向

第三节 房地产行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2019-2025年中国房地产业发展策略及投资建议

第一节 中国房地产行业品牌战略分析

一、房地产企业品牌的重要性

二、房地产企业实施品牌战略的意义

三、房地产企业品牌的现状分析

四、房地产企业的品牌战略

五、房地产品牌战略管理的策略

第二节 中国房地产行业市场的重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国房地产行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2019-2025年中国房地产业发展策略及投资建议

第一节 中国房地产行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国房地产行业定价策略分析

第三节 中国房地产行业营销渠道策略

- 一、房地产行业渠道选择策略
- 二、房地产行业营销策略

第四节 中国房地产行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国房地产行业重点投资区域分析
- 二、中国房地产行业重点投资产品分析

图表详见正文

观研天下发布的《》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

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。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国房地产行业发展概述

第一节 房地产行业发展情况概述

- 一、房地产行业相关定义
- 二、房地产行业基本情况介绍
- 三、房地产行业发展特点分析

第二节 中国房地产行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、房地产行业产业链条分析
- 三、中国房地产行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国房地产行业生命周期分析

- 一、房地产行业生命周期理论概述
- 二、房地产行业所属的生命周期分析

第四节 房地产行业经济指标分析

- 一、房地产行业的赢利性分析
- 二、房地产行业的经济周期分析
- 三、房地产行业附加值的提升空间分析

第五节 国中房地产行业进入壁垒分析

- 一、房地产行业资金壁垒分析

二、房地产行业技术壁垒分析

三、房地产行业人才壁垒分析

四、房地产行业品牌壁垒分析

五、房地产行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球房地产行业市场发展现状分析

第一节 全球房地产业发展历程回顾

第二节 全球房地产市场区域分布情况

第三节 亚洲房地产行业地区市场分析

一、亚洲房地产市场现状分析

二、亚洲房地产市场规模与市场需求分析

三、亚洲房地产市场前景分析

第四节 北美房地产行业地区市场分析

一、北美房地产市场现状分析

二、北美房地产市场规模与市场需求分析

三、北美房地产市场前景分析

第五节 欧盟房地产行业地区市场分析

一、欧盟房地产市场现状分析

二、欧盟房地产市场规模与市场需求分析

三、欧盟房地产市场前景分析

第六节 2019-2025年世界房地产行业分布走势预测

第七节 2019-2025年全球房地产市场规模预测

第三章 中国房地产产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品房地产总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国房地产行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国房地产产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国房地产行业运行情况

第一节 中国房地产业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国房地产行业市场规模分析

第三节 中国房地产行业供应情况分析

第四节 中国房地产行业需求情况分析

第五节 中国房地产行业供需平衡分析

第六节 中国房地产业发展趋势分析

第五章 中国房地产所属行业运行数据监测

第一节 中国房地产所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国房地产所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国房地产所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国房地产市场格局分析

第一节 中国房地产行业竞争现状分析

一、中国房地产行业竞争情况分析

二、中国房地产行业主要品牌分析

第二节 中国房地产行业集中度分析

一、中国房地产市场集中度分析

二、中国房地产行业企业集中度分析

第三节 中国房地产行业存在的问题

第四节 中国房地产行业解决问题的策略分析

第五节 中国房地产行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国房地产行业需求特点与动态分析

第一节 中国房地产行业消费市场动态情况

第二节 中国房地产行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 房地产行业成本分析

第四节 房地产行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国房地产行业价格现状分析

第六节 中国房地产行业平均价格走势预测

一、中国房地产行业价格影响因素

二、中国房地产行业平均价格走势预测

三、中国房地产行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国房地产行业区域市场现状分析

第一节 中国房地产行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地房地产市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区房地产市场规模分析

四、华东地区房地产市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区房地产市场规模分析

四、华中地区房地产市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区房地产市场规模分析

第九章 2016-2018年中国房地产行业竞争情况

第一节 中国房地产行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国房地产行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国房地产行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 房地产行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2019-2025年中国房地产行业发展前景分析与预测

第一节 中国房地产行业未来发展前景分析

一、房地产行业国内投资环境分析

二、中国房地产行业市场机会分析

三、中国房地产行业投资增速预测

第二节 中国房地产行业未来发展趋势预测

第三节 中国房地产行业市场发展预测

一、中国房地产行业市场规模预测

二、中国房地产行业市场规模增速预测

三、中国房地产行业产值规模预测

四、中国房地产行业产值增速预测

五、中国房地产行业供需情况预测

第四节 中国房地产行业盈利走势预测

一、中国房地产行业毛利润同比增速预测

二、中国房地产行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国房地产行业投资风险与营销分析

第一节 房地产行业投资风险分析

一、房地产行业政策风险分析

二、房地产行业技术风险分析

三、房地产行业竞争风险分析

四、房地产行业其他风险分析

第二节 房地产行业企业经营发展分析及建议

一、房地产行业经营模式

二、房地产行业销售模式

三、房地产行业创新方向

第三节 房地产行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2019-2025年中国房地产业发展策略及投资建议

第一节 中国房地产行业品牌战略分析

一、房地产企业品牌的重要性

二、房地产企业实施品牌战略的意义

三、房地产企业品牌的现状分析

四、房地产企业的品牌战略

五、房地产品牌战略管理的策略

第二节 中国房地产行业市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国房地产行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2019-2025年中国房地产行业发展策略及投资建议

第一节 中国房地产行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国房地产行业定价策略分析

第三节 中国房地产行业营销渠道策略

一、房地产行业渠道选择策略

二、房地产行业营销策略

第四节 中国房地产行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国房地产行业重点投资区域分析

二、中国房地产行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangdichang/380011380011.html>