

2017-2022年中国住宅开发市场发展现状及投资规划研究报告

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《2017-2022年中国住宅开发市场发展现状及投资规划研究报告》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/293131293131.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

1 房地产行业现状

2000年以后,房地产行业进入快速扩张阶段。面对快速扩张的开发规模与销售规模,一些房地产企业内部管控模式、信息化等先进的管理手段并未随着规模的扩张而提高。在政策调控及经济增长放缓的背景下,住宅产品销售周期加长,库存压力增大,资金占用量巨大。与此同时,人工、材料、机械成本显著提高,房地产行业告别粗放管理与高利润并存的时代,持续粗放的管理模式将给企业的经营带来灾难性的风险。中小型房地产企业面临淘汰,大型房企面临利润空间压缩,房地产开发企业必须转型并不断寻求管理精细化,从而提升项目操盘能力,提高产品性价比、提高产品利润空间。

在这样的情况之下,作为房地产开发的传统业务板块,成本管控团队,如何快速反应,适应快速扩张,寻找适合自身企业的管控模式,值得深入探讨。

2 住宅产品标准化的可行性

2.1 住宅产品具备标准化的条件

住宅产品是传统、成熟的业态。单纯的住宅产品或者含少部分商业的住宅产品业态比较单一,在长期的开发过程中,不论房地产开发企业是否有明确提出自身的产品分类,实际上其不同区位开发的项目都具有一定的共性。不同定位的住宅产品有其固定的购买群体,根据年龄阶层、家庭构成的不同,其使用习惯、价值关注点有一定的规律。如果刻意强调在每个项目上大范围的推陈出新是得不偿失的。反而是研究竞争产品以及自身产品,在此基础上从客户感受出发,做到局部的小的改进,这样所开发的产品更加容易被客户接受。因此说住宅产品在房地产开发的所有业态中,最具备标准化的条件。

2.2 住宅产品必须实现快速复制

集团化的管控模式下为了确保项目的质量以及整个企业的品质统一,在项目方案阶段会进行细致的管控,城市公司对集团的多轮汇报及审批往往是漫长和低效的。然而土地一旦获取,就必须快速开发,回笼资金,方案应当在拿地测算时即基本确定。然而如果没有成熟的产品标准,即使有一流的设计管控团队,也没有办法适应快速开发的节奏现实当中很多企业往往在拿地之后还要花大量的时间去进行方案的内外部审批,往往是解决一个问题后又发现新的问题,例如刚刚解决容积率超标问题又被发现外立面不符合规划要求。只有通过产品标准化,才

能有效地规避这类问题。

2.3住宅产品成本压力最大

住宅项目销售价格受市场制约较大,不能因产品本身投入高而随意提高售价,而占住宅成本很大比例的土地成本却不断攀升,成为了住宅项目成本的主要风险因素;加之人工、材料成本不断提高,在一些二线城市,住宅项目的净利润率已经下降至5%以内。相较于综合体、写字楼、别墅等项目,同区域住宅产品项目之间的价值差异不大,购买群体往往更偏向于性价比高的项目,因此住宅项目要提高利润,首当其冲的是降低成本而不是提高售价。实现住宅产品标准化,可以降低设计成本、招采成本、运营维护成本、管理成本,是一举多得的举措。

2.4减少人员流动的重复损失

房地产企业人员流动性较高,积极的影响是促进行业内人才的交流与技术的共同进步,不利的影响是在欠缺有效的知识沉淀的情况下,会出现曾经制定的标准无法流传、多次重复失误之处、优秀经验得不到有效利用。有些沉淀下来的纸质经验被存档后甚至没有再次被查阅。往往是换了一个项目负责人,换了一家合作的设计院就重头做起,尤其设计师偏爱根据其喜好来随意调整设计,可能会出现带来重大成本增加的失误例如,异形结构带来的含钢量增加,外立面复杂装饰带来的成本增加。然而,如果将住宅这种简单的开发项目的经验、得失加以总结,形成公司的制度标准,作为新员工的操作指引,那么对公司的开发水平提升将带来不可估量的价值。

2.5产品标准化是住宅产业化的前提

住宅产业化的目的就是实现高效、节能的住宅开发模式。上海市住宅发展局将住宅产业化定义为“住宅产业化用工业化生产的方式生产住宅,以提高住宅生产的劳动生产率,降低成本。它有四个方面的涵义:住宅建筑标准化、住宅建筑工业化、住宅生产经营一体化、住宅协作服务社会化”建筑工业化是住宅产业化的一个实施途径。在建筑工业化中,标准化设计乃是前提。建筑工业化采取设计施工一体化生产方式,从建筑方案的设计开始,从户型的标准化到建筑单体的标准化,从而实现构配件的标准化等,为大规模的加工生产以及施工建造打下坚实的基础。

3住宅产品与成本标准化实施

3.1产品标准化体系的划分

住宅产品标准化不等同于一成不变和简单,而是在结合企业文化、企业特征、市场需求等因素后确定一个最大范围可执行的标准化实施体系。

(1)设计输入条件标准化。

由投资、开发或设计部设专人维护规划标准、外立面标准以及不同区域的特殊的政府审批要求,如建筑面积计算规则在不同的区计算方式都有差异,因此需要形成开发条件的标准数据库,并定期更新。在设计启动之前给予指导,避免在审图等环节浪费时间,增加设计成本。

(2)产品客户定位标准化。

产品定位标准化是根据客户群体不同,对产品进行的分类,由于客户群体决定售价,这也是决定成本管控标准的依据。不同的企业对产品定位有不同的划分,比较常见的是将住宅产品划分为刚需产品、改善型刚需产品、改善型产品、投资性产品等。

(3)产品结构形式标准化。

结构选型对含钢量、墙地比、外墙展开面积等有很大影响,结构成本在建安成本中所占比例最大。结构标准化不能仅从控制含钢量、混凝土含量来实施,应综合户型设置来合理布置结构。在节能、楼间距都满足的前提下,不采用异形结构;尽量不设置转换层;控制立面线条、控制凹凸造型,尽量控制开窗面积等。

(4)产品配置标准化。

产品的配置有很大一部分是受国家规范限制的,可以在不违反国家规范、地方规定的前提下,基于“客户敏感点”研究对产品配置进行标准化梳理。所谓“客户敏感点”,就是对客户而言具备诱惑力的刺激点,要让客户更快地找到你,认知你,接受你。而房地产开发中的“敏感点”是指设计、营销或施工的方案,它们的变化对客户价值、成本与收益、工程质量、物业管理、商业运营等产生显著影响客户敏感点梳理的主要依据是营销部门总结的客户看房过程中的关注点和售后投诉的集中点。一般的住宅开发项目中客户敏感的配置主要有:层高、门窗、栏杆、外立面、园区出入口、大堂装修、电梯品牌、车库地坪、防水效果等;客户不敏感的配置主要有:设备房、设备选型、楼梯间(高层住宅)、一些隐蔽或者用户不常去的地方。

3.2成本标准化的实施

根据以上几个标准化的要求,对产品体系进行分类,同时在分类目录下细化产品配置,从而做到在项目立项时轻松找到对应的成本标准限额。

(1)设置合理的成本限额。

根据过往项目及市场价格水平,对前期工程费、建安工程费进行合理的限额,适合进行分类限额的项目有:设计费、基础工程费、建筑工程费、安装工程费、红线内配套设施费。在合理的限额下,讨论配置标准。对于政府规定性或者无法预计的费用暂不列入限额的范围,如报批报建费等等。这些分项的限额是客观的限额,应当符合企业以及行业的平均水平,且根据利润率的测算进行相应的调整。

(2)细分配置标准及限额。

根据经验总结,有的分部分项工程可以根据经验以及区域划分明确给出限额,例如地下室结构、地上结构、车位专属做法、清水交房的建筑做法、门窗、百叶、栏杆、公共区域装饰、外立面、给排水电气消防配置、电梯配置、景观软硬景比例、水景配置等等,对于刚需产品都易于确定并规范。

不同的分项,成本标准化的因素如下可通过以下形式划分:

地下室结构通过分别对塔楼筏板、独立地下室筏板、地下室一层结构、二层结构、三层结构进行结构指标限额;地上结构可以通过分不同的总高如7层、18层、3层进行结构指标限额;清水交房做法可以通过约定室内抹灰层数、厚度,地坪厚度、是否刮腻子等来进行限额,这些单方成本低但是对总面积大的项目带来的节约不容忽视;门窗栏杆可以通过限定材料品牌、种类、壁厚、样式来进行限额;外立面通过限定外立面展开面积与建筑面积比例来限制外立面复杂程度、限定涂料、面砖、石材的具体使用部位以及材料品牌来限定单方造价;装修通过明确墙地天棚的做法来限额;室内给排水通过限定点位的布置数量来限额;景观工程通过限定软硬景比例、铺地材料、树种来限额。

表:结构指标限额表示例 资料来源:公开资料,中国报告网整理

(3)刚需产品成本标准化体系示例。

实际实施当中还需要根据各企业的产品特征进行细分可以看出,通过分别限定墙地天棚的主材价格,限定展开面积投影指标来限定设计的档次与复杂程度,从而做到对大堂装修成本实施建筑面积单价的限额。通过限定给排水点位能有效控制管线长度及安装工程量,从而节约给排水单方造价。

图:刚需产品成本标准化体现形式示例 资料来源:公开资料,中国报告网整理

4小结

通过分析明确了住宅产品标准化的必要性和可实施性,并给出了住宅产品成本标准化实施的基本思路。

在房地产项目开发过程中,决不能将知识沉淀以及管理的梳理看作是额外的负担,如果实现了住宅成本标准化,房地产企业将在拿地测算、方案设计、施工图设计、过程管控及结算审核中节约很多人力物力,所带来的收益将远超过知识沉淀所花费的时间和成本。

中国报告网发布的《2017-2022年中国住宅开发市场发展现状及投资规划研究报告》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。

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。

目录

第一章住宅开发行业发展概况

第一节住宅开发相关概述

- 一、住宅界定及分类
- 二、住宅建筑面积界定
- 三、住宅地产类型分析
- 四、住宅产品市场定位

第二节住宅产业化概述

- 一、住宅产业化简介
- 二、住宅产业化标准
- 三、住宅产业化作用
- 四、住宅产业化建议

第三节住宅开发行业发展特征分析

- 一、住宅开发行业垄断程度分析
- 二、住宅开发市场供求状况分析
- 三、住宅开发行业的产业链分析
- 四、住宅开发行业技术水平及趋势

第二章住宅开发行业发展环境分析

第一节住宅开发行业宏观经济环境

- 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、全社会消费品零售总额
- 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

第二节住宅开发行业政策环境分析

一、中国住宅开发土地政策分析

- (一) 主要土地政策回顾
- (二) 主要房地产政策回顾
- (三) 土地管理制度需更深层次改革

二、中国保障性住房政策分析

- (一) 保障性住房主要政策分析
- (二) 住建部关于做好城镇保障性安居工程工作的通知
- (三) 保障房建设支持政策分析
- (四) 房屋租赁税政策情况分析
- (五) 主要地方性相关政策分析

三、中国房地产限购政策分析

- (一) 新“国四条”与新“国十条”
- (二) 新“国五条”限购政策出台
- (三) 新“国八条”房地产限购政策
- (四) 住建部公布新增限购城市五项标准
- (五) 各地城市限购政策

四、中国住宅开发其他政策分析

- (一) 住房公积金余额应投向风险最小地方
- (二) 港澳“印花税”模式效果明显
- (三) 积极推进扩大房产税改革试点范围

第三节中国住宅开发行业社会环境分析

- 一、人口规模及结构分析
- 二、中国城镇化进程分析
- 三、中国人均住房面积情况

四、家庭人均居住支出情况

五、居民住房观念的改变

第三章房地产行业发展状况分析

第一节全球房地产行业发展分析

一、全球房地产商投资额分析

二、全球房地产市场发展状况

三、全球房地产市场发展形势

四、港台房地产市场发展分析

（一）香港房地产市场发展分析

（二）台湾房地产市场发展分析

（三）台企有望投资大陆房地产

第二节中国房地产行业发展分析

一、房地产景气度情况分析

二、房地产土地开发及购置

（一）土地购置与开发

（二）土地购置与开发

三、房地产投资情况分析

（一）房地产开发投资

（二）房地产开发投资

四、房地产投资资金来源分析

（一）房地产资金来源

（二）房地产资金来源

五、房地产供给情况分析

（一）房屋施竣工面积

（二）房屋施竣工面积

六、房地产市场供给结构分析

（一）房地产供给结构

（二）房地产供给结构

七、房地产需求情况分析

（一）房地产需求分析

（二）房地产需求分析

八、房地产市场价格分析

（一）销售价格指数变动情况

（二）房地产年均销售价格走势

（三）房地产市场价格变动情况

第三节房地产开发企业主要经济指标

一、房地产开发企业规模分析

二、房地产开发企业从业人员

三、房地产开发企业资产负债

四、房地产开发企业经营情况

第四节中国房地产开发企业发展分析

一、房地产企业销售业绩分析

二、房地产企业拿地情况

三、房地产企业品牌价值分析

四、房地产企业集中度继续提升

第四章中国住宅开发行业发展分析

第一节住宅开发行业发展状况

一、住宅开发历程及设计情况

二、住宅开发进入全配套时代

三、三线市场住宅开发供过于求

四、城市住宅发展潜力影响因素

五、村镇住宅开发模式趋势探讨

第二节住宅开发行业运行分析

一、住宅开发行业投资情况

二、城市居住用地供给分析

三、住宅开发行业供给分析

（一）住宅开发施工面积情况

（二）住宅开发竣工面积情况

四、住宅开发行业需求分析

（一）住宅开发销售面积情况

（二）住宅开发销售金额情况

（三）住宅开发销售均价情况

五、住宅开发产品市场价格分析

（一）住宅市场价格情况

（二）住宅市场价格情况

第三节住宅开发企业发展分析

一、住宅开发企业投资分析

二、住宅开发企业施工情况

三、住宅开发企业竣工情况

四、住宅开发企业销售情况

第五章中国住宅开发细分市场分析

第一节商品住宅市场发展分析

一、商品住宅与商品房区别

二、商品住宅投资规模分析

三、商品住宅建筑面积分析

四、商品住宅销售情况分析

五、商品住宅市场需求分析

六、商品住宅建筑工程需求

第二节保障性住宅市场发展分析

一、保障房投资建设分析

二、保障性住房配给模式

三、公租房市场发展状况

四、公租房项目领先地区

(一) 天津公租房项目

(二) 济南公租房项目

(三) 沈阳公租房项目

五、公租房市场发展建议

六、廉租房市场发展状况

七、各地廉租房建设情况

八、廉租房建设供地情况

九、各地配建廉租房情况

十、廉租房建设成本费用

十一、保障房投资建设预测

十二、保障房资金需求预测

十三、保障房市场走势预测

第三节别墅及高档公寓市场分析

一、别墅及高档公寓市场状况

二、别墅及高档公寓市场需求

三、别墅及高档公寓消费群体

四、酒店式公寓客户消费分析

五、别墅建筑工程造价分析

六、别墅市场定价影响因素

七、别墅市场营销特殊性分析

第四节养老公寓市场分析

一、养老公寓需求环境分析

- (一) 中国老年人口情况
- (二) 养老服务机构情况
- (三) 养老公寓消费群体
- (四) 老年人养老消费行为

二、老年住宅市场供需分析

三、中国养老地产市场规模

四、养老公寓项目定价目标

五、养老公寓项目市场定位

六、养老公寓开发经营分析

- (一) 一线城市养老公寓开发
- (二) 发达城市养老公寓经营
- (三) 中小城市养老公寓效益

七、中小城市养老公寓开发案例

- (一) 荣成老年公寓
- (二) 嘉善老年公寓
- (三) 颐园老年公寓

第六章中国房屋建筑工程承包与监理分析

第一节中国房屋建筑修建过程与造价

- 一、房屋建筑流程和造价分析
- 二、地基处理与基础工程施工
- 三、房屋建筑主体工程工期和造价
- 四、建筑装修装饰阶段工期及造价
- 五、房屋建筑建安成本的综合分析

第二节中国房屋建筑工程承包情况分析

- 一、房屋建筑工程设计主要企业
- 二、房屋工程施工承包企业资质
- 三、房屋建筑工程承包主要企业
- 四、不同资质承包工程范围与内容
- 五、房屋建筑对外承包工程发展分析

第三节房屋建筑工程监理行业需求分析

- 一、房屋建筑工程监理行业状况

- 二、房屋建筑工程监理企业分析
- 三、建筑工程咨询市场规模分析
- 四、建筑工程咨询资质单位分析

第七章中国住宅开发重点城市分析

第一节北京市

- 一、北京市住宅开发投资情况
- 二、北京市住宅开发土地市场
- 三、北京市住宅市场供给分析
- 四、北京市住宅市场需求分析
- 五、北京市住宅市场价格分析

第二节上海市

- 一、上海市住宅开发投资情况
- 二、上海市住宅开发土地市场
- 三、上海市住宅市场供给分析
- 四、上海市住宅市场需求分析
- 五、上海市住宅市场价格分析

第三节深圳市

- 一、深圳市住宅开发投资情况
- 二、深圳市住宅开发土地市场
- 三、深圳市住宅市场供给分析
- 四、深圳市住宅市场需求分析
- 五、深圳市住宅市场价格分析

第四节广州市

- 一、广州市住宅开发投资情况
- 二、广州市住宅开发土地市场
- 三、广州市住宅市场供给分析
- 四、广州市住宅市场需求分析
- 五、广州市住宅市场价格分析

第五节南京市

- 一、南京市住宅开发投资情况
- 二、南京市住宅开发土地市场
- 三、南京市住宅市场供给分析
- 四、南京市住宅市场需求分析
- 五、南京市住宅市场价格分析

第六节 苏州市

- 一、苏州市住宅开发投资情况
- 二、苏州市住宅开发土地市场
- 三、苏州市住宅市场供给分析
- 四、苏州市住宅市场需求分析
- 五、苏州市住宅市场价格分析

第七节 杭州市

- 一、杭州市住宅开发投资情况
- 二、杭州市住宅开发土地市场
- 三、杭州市住宅市场供给分析
- 四、杭州市住宅市场需求分析
- 五、杭州市住宅市场价格分析

第八节 重庆市

- 一、重庆市住宅开发投资情况
- 二、重庆市住宅开发土地市场
- 三、重庆市住宅市场供给分析
- 四、重庆市住宅市场需求分析
- 五、重庆市住宅市场价格分析

第九节 成都市

- 一、成都市住宅开发投资情况
- 二、成都市住宅开发土地市场
- 三、成都市住宅市场供给分析
- 四、成都市住宅市场需求分析
- 五、成都市住宅市场价格分析

第十节 武汉市

- 一、武汉市住宅开发投资情况
- 二、武汉市住宅开发土地市场
- 三、武汉市住宅市场供给分析
- 四、武汉市住宅市场需求分析
- 五、武汉市住宅市场价格分析

第八章 中国住宅开发重点企业经营分析

第一节 万科企业股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第二节保利房地产（集团）股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第三节合生创展集团有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第四节北京首都开发股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第五节恒大地产集团有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第六节中国海外发展有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第七节碧桂园控股有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第八节绿城房地产集团有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第九节 武汉南国置业股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第十节 金地(集团)股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第十一节 招商局地产控股股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第十二节 佳兆业集团控股有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第十三节 广州富力地产股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第十四节 深圳华侨城股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第九章 中国住宅开发投资前景及机会分析

第一节 中国住宅开发前景分析

- 一、促进住宅开发长期繁荣因素
- 二、住宅开发企业转型升级契机
- 三、轻型钢结构住宅建筑市场前景
- 四、房地产业中长期发展目标分析
- 五、“十三五”保障房建设发展规划
- 六、住宅开发市场预测
- 第二节中国住宅开发投资机会分析
 - 一、小户型住宅开发市场投资机会
 - 二、大户型住宅市场投资升值潜力
 - 三、高端及泛CBD别墅投资机会
 - 四、保障性安居住宅开发投资机会
- 第三节中国住宅开发风险及工程防范分析
 - 一、住宅开发工程承包风险及管理方法
 - (一) 工程承包风险的定义
 - (二) 工程承包风险的分类
 - (三) 工程承包风险管理概述
 - (四) 工程承包风险管理方法
 - 二、住宅开发工程承包商风险分析
 - (一) 政治风险分析
 - (二) 法律风险分析
 - (三) 经济风险分析
 - (四) 技术风险分析
 - (五) 管理风险分析
 - 三、住宅开发工程承包企业风险防范对策
 - (一) 工程承包资金风险防范措施
 - (二) 工程承包合同风险防范措施
 - (三) 工程承包汇率风险防范措施
 - (四) 国际工程承包风险防范对策

第十章中国住宅开发企业投融资及IPO上市策略指导

- 第一节住宅开发企业融资渠道与选择分析
 - 一、住宅开发企业融资方法与渠道简析
 - 二、利用股权融资谋划企业发展机遇
 - 三、利用政府杠杆拓展企业融资渠道
 - 四、适度债权融资配置自身资本结构

五、关注民间资本和外资的投资动向

第二节住宅开发企业境内IPO上市目的及条件

一、住宅开发企业境内上市主要目的

二、住宅开发企业上市需满足的条件

（一）企业境内主板IPO主要条件

（二）企业境内中小板IPO主要条件

（三）企业境内创业板IPO主要条件

三、企业改制上市中的关键问题

第三节住宅开发企业IPO上市的相关准备

一、企业该不该上市

二、企业应何时上市

三、企业应何地上市

四、企业上市前准备

（一）企业上市前综合评估

（二）企业的内部规范重组

（三）选择并配合中介机构

（四）应如何选择中介机构

第四节住宅开发企业IPO上市的规划实施

一、上市费用规划和团队组建

二、尽职调查及问题解决方案

三、改制重组需关注重点问题

四、企业上市辅导及注意事项

五、上市申报材料制作及要求

六、网上路演推介及询价发行

第五节企业IPO上市审核工作流程

一、企业IPO上市基本审核流程

二、企业IPO上市具体审核环节

三、与发行审核流程相关的事项

部分图表目录

图表1中国国内生产总值及增长变化趋势图

图表2国内生产总值构成及增长速度统计

图表3规模以上工业增加值及增长速度趋势图

图表4中国全社会固定资产投资增长趋势图

图表5中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图

图表6中国主要消费品零售额及增长速度统计

图表7城镇居民人均可支配收入及增长趋势图

图表8中国农村居民人均纯收入及增长趋势图

图表9中国居民消费价格月度变化趋势图

图表10中国进出口总额增长趋势图

图表11主要保障性住房政策

图表12房地产调控“新国四条”与“新国十条”主要内容

图表13房地产调控政策“国五条”主要内容

图表14“新国八条”主要内容

(GYZJY)

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangdichang/293131293131.html>