

2019年中国房地产行业分析报告- 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年中国房地产行业分析报告-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/398085398085.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

【报告大纲】

第一章 全球房地产市场发展状况

第一节 全球宏观经济环境分析

- 一、世界经济运行主要特点
- 二、世界经济运行影响因素
- 三、世界经济前景预测分析
- 四、外部环境对中国经济的影响

第二节 全球房地产发展分析

- 一、全球房地产市场投资分析
- 二、全球房地产市场形势分析
- 三、世界房地产发展三大趋势

第三节 世界部分国家房地产发展分析

- 一、美国房地产市场发展分析
- 二、德国房地产市场发展分析
- 三、法国房地产市场发展分析
- 四、英国房地产市场发展分析
- 五、日本房地产市场发展分析

第四节 港台地区房地产市场分析

- 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、台湾公司有望直接投资大陆房地产

第五节 世界房地产泡沫及其影响分析

- 一、世界房地产泡沫概述
- 二、房地产泡沫特征分析
- 三、房地产泡沫的影响

第二章 中国房地产市场环境分析

第一节 2018年中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 中国房地产政策环境分析

一、中国房地产土地政策分析

（一）土地市场调控政策

（二）房地产市场调控政策

（三）土地管理制度深层次改革

二、中国保障性住房政策分析

（一）保障性住房主要政策

（二）保障性住房建设政策

（三）保障性住房地方性政策

三、中国房地产其他政策分析

（一）住房公积金政策全

（二）《不动产登记暂行条例》正式颁布

（三）关于央行推进住房金融服务政策解读

（四）央行降息对短期内房地产市场的影响有限

（五）三部委下发《关于做好住房救助有关工作的通知》

（六）住房公积金政策全

第三节 中国房地产发展社会环境分析

一、人口规模及结构分析

二、中国城镇化进程分析

三、家庭人均居住支出情况

四、居民住房观念的改变

第三章 中国土地市场供应开发及价格分析

第一节 中国建设用地供应情况分析

一、国有建设用地供应规模

二、商服用地供应规模分析

三、住宅用地供应规模分析

四、工矿仓储用地供应规模

五、基础设施等其他用地规模

第二节 房地产企业土地开发与购置

一、房地产企业待开发土地面积

二、房地产企业土地购置面积

三、房地产企业土地成交规模

四、房地产企业土地购置费用

第三节 中国土地价格体系分析

一、土地基准地价

二、土地标定地价

三、土地交易地价

四、土地拍卖地价

第四节 2018年中国主要城市地价分析

第四章 中国房地产市场运行分析

第一节 2015-2018年房地产景气指数分析

第二节 2015-2018年房地产开发投资分析

第三节 2015-2018年房地产开发资金来源

第四节 2015-2018年房屋施竣工面积与价值

一、房地产开发企业房屋施工面积

二、房地产开发企业房屋竣工面积

三、房地产开发企业房屋竣工价值

四、房地产开发企业房屋竣工造价

第五节 2015-2018年商品房销售情况分析

一、商品房销售面积分析

二、商品房现房销售面积

三、商品房期房销售面积

四、商品房销售金额分析

五、商品房现房销售金额

六、商品房期房销售金额

第六节 2018年中国房地产市场价格分析

一、2018年新建住宅销售价格指数

二、2018年新建商品住宅价格指数

三、2018年二手住宅销售价格指数

第五章 中国房地产开发企业发展分析

第一节 房地产开发企业数量及结构分析

一、国有房地产开发企业分析

二、集体房地产开发企业分析

三、内资房地产开发企业分析

四、港澳台房地产开发企业分析

五、外商投资房地产企业分析

第二节 房地产开发企业人员规模分析

一、国有房地产开发人员规模

二、集体房地产开发人员规模

三、内资房地产开发人员规模

四、港澳台房地产开发人员规模

五、外商投资房地产人员规模

第三节 房地产开发企业经营规模分析

一、房地产开发企业资产总额

二、房地产开发企业负债合计

三、房地产开发企业营业收入

四、房地产开发企业利润总额

五、房地产开发企业营业利润

第四节 房地产开发企业收入结构分析

一、房地产企业土地转让收入

二、房地产企业房屋销售收入

三、房地产企业房屋出租收入

四、房地产企业其他销售收入

第五节 房地产开发企业经营效益分析

一、房地产企业偿债能力分析

二、房地产企业盈利能力分析

三、房地产企业资产利润率分析

第六章 中国房地产品品牌价值研究分析

第一节 2015-2018年房地产品品牌价值分析

一、2015年房地产企业品牌价值

二、2018年房地产企业品牌价值

三、2018年房地产企业品牌价值

四、2018年房地产企业品牌价值

第二节 中国房地产公司品牌价值分析

一、房地产公司品牌价值分析

二、国有房地产公司品牌价值

三、商业地产公司品牌价值分析

四、商业地产公司项目价值分析

第三节 中国房地产特色地产品品牌价值

一、住宅地产项目品牌价值

二、产业园区品牌价值分析

三、地方项目品牌价值分析

四、专业领先品牌价值分析

五、专业新锐品牌价值分析

第四节 中国区域房地产公司品牌价值

一、华东房地产公司品牌价值

二、华南房地产公司品牌价值

三、华北房地产公司品牌价值

四、华中房地产公司品牌价值

五、西部房地产公司品牌价值

第七章 中国房地产企业住宅开发投资分析

第一节 住宅开发相关概述

一、住宅的界定及分类

二、住宅建筑面积界定

三、住宅地产类型分析

四、住宅产业化的作用

第二节 住宅开发市场特征分析

一、住宅开发行业垄断程度

二、住宅开发市场供求状况

三、住宅开发行业的产业链

四、住宅开发技术水平趋势

第三节 住宅开发市场发展现状分析

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、三线城市房价降幅扩大

四、城市住宅发展潜力影响因素

第四节 中国住宅投资开发规模分析

一、城市居住用地供给

二、住宅建设投资金额

三、住宅施工面积分析

四、住宅竣工面积分析

五、竣工住宅价值分析

第五节 房地产企业住宅开发销售分析

- 一、住宅投资规模分析
- 二、住宅新开工情况分析
- 三、住宅竣工情况分析
- 四、住宅销售情况分析

第六节 商品住宅投资开发分析

一、商品住宅投资开发规模分析

- (一) 商品住宅施工面积分析
- (二) 商品住宅竣工面积分析

二、商品住宅销售需求规模分析

- (一) 商品住宅销售面积分析
- (二) 商品住宅销售金额分析
- (三) 商品住宅期房销售面积
- (四) 商品住宅期房销售金额
- (五) 商品住宅现房销售面积
- (六) 商品住宅现房销售金额
- (七) 商品住宅市场需求分析

五、北京市别墅市场分析

- (一) 北京别墅区域分布情况
- (二) 北京别墅产品特色分析
- (三) 北京别墅市场需求特征
- (四) 北京别墅开发重点企业
- (五) 北京别墅市场供求分析

六、上海市别墅市场分析

- (一) 上海高端别墅需求特征
- (二) 上海别墅市场成交分析
- (三) 上海别墅市场价格分析
- (四) 上海别墅成交面积排名

七、广州市别墅市场分析

- (一) 广州别墅设计发展特点
- (二) 广州别墅市场供需两旺
- (三) 广州别墅区域分布情况
- (四) 广州别墅市场需求特征
- (五) 广州别墅市场需求类型

八、深圳市别墅市场分析

- (一) 深圳别墅市场成交分析
- (二) 深圳别墅建筑风格分析
- (三) 深圳别墅发展主要区域
- (四) 深圳别墅市场产品分析
- (五) 深圳别墅市场主要客户
- (六) 深圳别墅市场需求特征

第八节 保障性住房市场分析

- 一、2018年保障房投资建设
- 二、2018年保障房投资建设
- 三、安居房建设供地情况
- 四、保障性住房配给模式
- 五、公租房市场发展建议
- 六、廉租房市场发展状况
- 七、廉租房建设成本费用
- 八、保障房投资建设预测

第八章 中国商业地产开发市场分析

第一节 办公楼投资开发市场分析

- 一、写字楼市场开发特征与条件
 - (一) 写字楼投资开发特性
 - (二) 写字楼投资开发背景
 - (三) 写字楼投资开发条件
 - (四) 写字楼投资技巧分析
- 二、中国办公楼投资建设分析
 - (一) 办公楼投资规模分析
 - (二) 办公楼施工面积分析
 - (三) 办公楼开工面积分析
 - (四) 办公楼竣工面积分析
- 三、中国办公楼销售情况分析
 - (一) 办公楼市场景气度
 - (二) 办公楼销售面积分析
 - (三) 办公楼销售金额分析
 - (四) 写字楼销售价格分析
- 四、中国写字楼投资收益分析
 - (一) 写字楼投资建设成本

- (二) 写字楼运营管理成本
- (三) 写字楼投资者类型情况
- (四) 写字楼盈利模式分析
- (五) 写字楼盈利模式因素
- (六) 写字楼投资回报率分析

五、写字楼市场投资前景分析

- (一) 写字楼投资前景分析
- (二) 大城市投资潜力分析
- (三) 中城市投资潜力分析
- (四) 小城市投资潜力分析

第二节 购物中心投资开发分析

一、大型购物中心开发流程分析

- (一) 购物中心调研与论证
- (二) 购物中心立项与决策
- (三) 购物中心选址与选型
- (四) 购物中心规划与设计
- (五) 购物中心融

二、购物中心投资建设情况

- (一) 购物中心发展阶段分析
- (二) 购物中心数量增长分析
- (三) 购物中心体量变化趋势
- (四) 购物中心商铺数量分析

三、购物中心分布及城市竞争力

- (一) 购物中心区域分布情况
- (二) 购物中心分布特点分析
- (三) 购物中心各城市竞争力

四、重点城市购物中心分布特征

- (一) 上海购物中心分布特征
- (二) 成都购物中心分布特征
- (三) 郑州购物中心分布特征
- (四) 南宁购物中心分布特征

五、三四线购物中心发展现状

- (一) 三四线购物中心发展优势
- (二) 三四线购物中心供应格局
- (三) 三四线购物中心开发模式

(四) 三四线MALL短培育周期

六、购物中心投资收益分析

(一) 购物中心盈利模式选择

(二) 购物中心投资成本构成

(三) 购物中心业态租金分析

(四) 购物中心的投资回报率

七、购物中心市场投资前景

(一) 购物中心业态发展趋势

(二) 购物中心投资前景分析

(三) 大城市投资潜力分析

(四) 中城市投资潜力分析

(五) 小城市投资潜力分析

第三节 商铺地产及商业街投资开发研究

一、商铺地产开发背景分析

二、商铺地产经营特点分析

三、商业街的主要类型分析

四、商业街投资收益分析

(一) 商业街投资成本构成

(二) 商业街投资回报率

(三) 商业街盈利模式分析

(四) 商业街运作成功策略

五、商铺地产投资技巧分析

六、商铺地产投资收益因素

七、产权式商铺的投资优势

八、产权式商铺投资风险预警

第九章 房地产企业中央商务区开发前景分析

第一节 中央商务区发展活力分析

一、中央商务区功能演化阶段

二、中央商务区空间布局模式

三、中央商务区空间扩展方式

四、中央商务区开发强度分析

五、中央商务区发展活力分析

(一) 中国城市CBD已建程度

(二) 中国城市CBD在建程度

（三）中国城市CBD可建程度

第二节 中央商务区建设投资现状

一、中央商务区开发运作特点

二、中央商务区建设现状分析

三、中央商务区发展模式分析

四、中央商务区成功关键因素

五、中央商务区的投资回收期

第三节 重点城市中央商务区建设分析

一、香港中央商务区建设分析

二、上海中央商务区建设分析

三、北京中央商务区建设分析

四、深圳中央商务区建设分析

五、广州中央商务区建设分析

六、重庆中央商务区建设分析

七、武汉中央商务区建设分析

第四节 中央商务区写字楼市场分析

一、中央商务区写字楼经济价值

二、中央商务区写字楼容量分析

三、中央商务区写字楼供求情况

四、中央商务区写字楼重点案例

五、中央商务区写字楼价格租金

第五节 中央商务区住宅市场分析

一、中央商务区住宅主要标准

二、中央商务区住宅供求特点

三、中央商务区住宅市场走势

四、中央商务区住宅市场分析

第六节 中央商务区商业楼分析

一、中央商务区商业地产的案例

二、中央商务区商业楼市场走势

三、中央商务区商业楼市场分析

第十章 房地产企业养老地产开发前景分析

第一节 国外养老地产开发经验及启示

一、美国养老地产开发经验及启示

（一）美国养老模式运行机制

(二) 美国养老地产市场现状

(三) 美国养老地产项目分析

(四) 美国养老地产开发经验

(五) 美国养老地产开发启示

二、日本养老地产开发经验及启示

(一) 日本社会的老龄化趋势

(二) 日本的多样化养老模式

(三) 日本养老地产发展现状

(四) 日本养老地产项目分析

(五) 日本养老地产发展经验

三、欧洲国家养老地产开发经验及启示

(一) 英国养老地产开发经验

(二) 荷兰养老地产开发经验

(三) 法国养老地产开发经验

(四) 丹麦养老地产开发经验

(五) 德国养老地产开发经验

第二节 中国养老地产行业发展现状

一、养老地产处于摸索阶段

二、养老地产需加强医疗服务

三、养老地产项目土地运作方式

四、养老地产项目开发十大难题

五、养老地产项目盈利模式

六、中国养老地产开发特点

第三节 中国老年住宅市场分析

一、老年人的主要居住模式

二、老年住宅开发的特殊性

三、老年住宅开发模式分析

四、老年住宅市场发展现状

五、老年住宅市场供给分析

六、老年住宅市场需求分析

第四节 中国养老公寓市场分析

一、养老公寓市场发展分析

(一) 养老公寓发展基本现状

(二) 养老公寓市场需求分析

(三) 养老公寓市场供给情况

(四) 养老公寓建设运营模式

(五) 养老公寓发展存在问题

二、一线城市养老公寓开发运营分析

(一) 一线城市养老公寓需求分析

(二) 一线城市养老公寓开发现状

(三) 一线城市养老公寓市场情况

三、中小城市养老公寓开发运营分析

(一) 中小城市养老公寓经营现状

(二) 中小城市养老公寓融

(三) 中小城市养老公寓成本控制

(四) 中小城市养老公寓经营效益

(五) 中小城市养老公寓投资风险

四、养老公寓开发创新分析

(一) 养老公寓产品创新分析

(二) 养老公寓融

(三) 养老公寓设计创新分析

第五节 中国养老地产客户群体分析

一、企事业单位老年退休人群

二、收入学历较高的中年子女

三、追求安逸老年生活退休者

四、休闲度假养生的老年客流

五、养老地产的潜在客户分析

六、养老地产客户群消费特征

第六节 养老地产消费者行为分析

一、中国居民养老意愿调查

二、老年人的养老消费观念

三、消费者对养老地产认识

四、不同老年人关注度调查

五、养老地产设施服务需求

六、养老地产入住方式调查

第七节 房地产企业投资养老地产可行性分析

一、房地产企业养老地产开发可行性

(一) 房企开发方向养老地产

(二) 房企开发养老地产优势

(三) 房企开发养老地产前提

(四) 房企投资养老地产效益

(五) 房企开发养老地产战略

二、房地产企业养老地产项目开发策略

(一) 养老地产开发核心战略

(二) 养老地产开发成功要素

(三) 养老地产开发策划特点

(四) 养老地产项目定位分析

(五) 养老地产客户市场细分

(六) 养老地产项目选址分析

(七) 养老地产项目建设程序

第十一章 房地产企业旅游地产开发前景分析

第一节 旅游地产开发企业运作模式

一、旅游地产开发企业的定位

二、旅游地产的商业运作模式

三、旅游地产开发的运作流程

四、房企旅游地产项目的前景

第二节 不同类型旅游地产项目开发分析

一、滨湖类旅游地产

(一) 滨湖类旅游地产优势

(二) 滨湖类度假项目选址

(三) 滨海类度假项目创新

(四) 滨湖类项目开发模式

(五) 滨湖类项目客户定位

二、滨海类旅游地产

(一) 滨湖类旅游地产优势

(二) 滨湖类项目开发趋势

(三) 滨海类旅游地产现状

(四) 滨海类旅游地产营销

(五) 滨海类旅游地产前景

三、温泉类度假项目

(一) 温泉类度假项目概述

(二) 温泉度假项目的特征

(三) 温泉度假项目竞争力

(四) 温泉度假项目的客源

(五) 温泉类度假项目运营

四、主题公园项目

(一) 主题公园发展阶段分析

(二) 主题公园项目开发要素

(三) 主题公园项目盈利模式

(四) 主题公园开发趋势分析

五、高尔夫度假项目

(一) 高尔夫度假项目的特征

(二) 高尔夫度假项目竞争力

(三) 高尔夫度假项目的形式

(四) 高尔夫地产建设影响因素

(五) 高尔夫地产项目发展模式

(六) 高尔夫地产项目营销战略

六、古镇古村类项目

(一) 古村镇旅游发展历程现状

(二) 古村镇旅游项目开发背景

(三) 古村镇旅游项目产品设计

(四) 古村镇旅游项目开发模式

(五) 古村镇旅游项目成功要素

第三节 房地产企业旅游地产开发前景规划

一、旅游地产项目投资趋势

二、旅游地产项目投资前景

三、旅游地产项目情景规划

四、旅游地产行业前瞻规划

五、旅游地产行业完善规划

第四节 房地产企业旅游地产开发策略分析

一、以资产价值提升为基石

二、以功能价值创新为源泉

三、以品牌价值塑造为核心

四、以文化价值彰显为支点

五、以情感价值融入为纽带

第十二章 房地产企业科技地产项目开发前景分析

第一节 科技地产商业规划开发

一、科技地产发展优势分析

(一) 科技地产开发运营特点

(二) 科技地产主要客户定位

(三) 科技地产项目业态定位

二、科技地产开发模式分析

(一) 园中园开发模式

(二) 市场化开发模式

(三) 行政特区开发模式

(四) 官助民办开发模式

第二节 科技园区地产开发分析

一、科技园地产开发现状

二、科技园区的开发模式

三、科技园地产开发定位

四、科技园地产开发策略

第三节 科技新城开发运营分析

一、科技新城发展阶段及模式

(一) 要素聚集阶段及模式

(二) 产业主导阶段及模式

(三) 创新突破阶段及模式

(四) 财富凝聚阶段及模式

二、科技新城地产开发分析

(一) 科技新城地产开发现状

(二) 科技新城地产开发模式

(三) 国外科技新城地产经验

(四) 科技新城地产开发策略

第四节 国内典型科技地产项目分析

一、中关村国家自主创新示范区

(一) 项目投资情况分析

(二) 园区建设规模分析

(三) 园区总体规划分析

(四) 园区科技产业布局

(五) 项目成功因素分析

二、嘉兴长三角创新园

(一) 项目投资情况分析

(二) 园区基础设施建设

(三) 园区总体规划分析

(四) 园区科技产业布局

(五) 园区产业服务分析

三、天津滨海高新技术产业开发区

(一) 项目主要情况分析

(二) 园区建设规模分析

(三) 园区总体规划分析

(四) 园区科技产业布局

(五) 项目成功因素分析

四、上海张江高科技园

(一) 项目投资情况分析

(二) 园区建设规模分析

(三) 园区总体规划分析

(四) 园区科技产业布局

(五) 项目成功因素分析

五、广州高新技术产业开发区

(一) 项目投资情况分析

(二) 园区建设规模分析

(三) 园区总体规划分析

(四) 园区科技产业布局

(五) 项目成功因素分析

六、深圳高新技术产业开发区

(一) 项目投资情况分析

(二) 园区基础设施建设

(三) 园区建设规模分析

(四) 园区发展特色分析

(五) 园区总体规划分析

第五节 房地产企业科技地产项目开发策略

一、科技地产投融资

(一) 科技地产投资环境分析

(二) 科技地产投资影响因素

(三) 科技地产融

二、科技地产投资潜力分析

(一) 科技地产投资价值分析

(二) 科技地产的投资回报率

(三) 科技地产区域投资潜力

三、科技地产投资开发策略

- (一) 科技地产市场开发前景
- (二) 科技地产开发运营策略
- (三) 科技地产区域开发策略

第十三章 房地产企业其他地产项目开发机会分析

第一节 文化地产开发机会分析

一、文化产业园发展现状分析

- (一) 文化产业园发展规模
- (二) 文化产业园经济效益
- (三) 文化产业园发展前景
- (三) 文化产业园竞争阶段

二、文化创意产业园区模式分析

- (一) 按园区形成主导力量划分
- (二) 按园区资源利用情况划分
- (三) 按产业园区集聚要素划分

三、文化地产项目营销策略分析

- (一) 文化地产定位影响分析
- (二) 文化地产产品策略分析
- (三) 文化地产价格策略分析
- (四) 文化地产渠道策略分析
- (五) 文化地产促销策略分析

四、国内文化地产典型案例分析

- (一) 北京789艺术区建设项目
- (二) 淮海文化科技产业园项目
- (三) 武陵山民族文化园区项目
- (四) 兰州创意文化产业园项目

五、文化地产开发运营前景分析

- (一) 文化地产项目发展模式
- (二) 文化地产开发机遇分析
- (三) 文化地产业迎来新契机
- (四) 文化地产开发运营前景

第二节 体育地产开发运营分析

一、体育地产的开发运营

- (一) 体育地产的发展意义

- (二) 体育地产的发展现状
- (三) 体育地产的运营分析
- 二、体育地产发展模式分析
 - (一) 商务型体育地产模式
 - (二) 休闲型体育地产模式
 - (三) 中心体育区发展模式
- 三、体育地产开发案例分析
 - (一) 中奥体育城建设项目
 - (二) 长沙体育新城建设项目
 - (三) 广州南国奥园建设项目
 - (四) 昆明新亚洲体育城项目
- 第三节 教育地产开发运营分析
 - 一、教育地产开发现状分析
 - (一) 教育地产项目主要分类
 - (二) 教育地产发展阶段分析
 - (三) 教育地产开发前提条件
 - (四) 教育地产运营模式分析
 - 二、教育地产开发经典案例分析
 - (一) 广州大学城建设项目
 - (二) 重庆大学城建设项目
 - (三) 沈北大学城建设项目

第十四章 房地产开发标杆企业项目案例分析

第一节 华润置地

- 一、商业模式分析
- 二、产品组合策略
 - (一) 万象城项目
 - (二) 欢乐颂项目
 - (三) 五彩城项目
- 三、项目资金安排
- 四、人力资源策略

第二节 中粮集团

- 一、商业模式分析
- 二、产品组合策略
- 三、项目开发进度

四、项目资金安排

五、人力资源战略

第三节 万达集团

一、商业模式分析

二、产品组合策略

三、项目开发进度

四、项目资金安排

五、人力资源战略

第四节 恒隆地产

一、商业模式分析

二、产品组合策略

三、典型项目对比

四、项目开发进度

五、项目资金安排

六、人力资源战略

第五节 嘉德置地

一、企业概况分析

二、产品组合策略

三、项目开发进度

四、项目资金安排

第六节 SOHO中国

一、商业模式分析

二、产品组合策略

三、项目开发进度

四、项目资金安排

第七节 金源地产

一、商业模式分析

二、产品组合策略

三、项目开发进度

四、项目资金安排

第八节 房地产企业十大项目分析

一、十大产品线项目分析

二、十大养老地产项目分析

三、十大高端住宅项目分析

四、十大特色户型项目分析

五、十大旅游地产项目分析

六、十大产业园区项目分析

七、十大绿色建筑项目分析

八、十大商业综合体项目分析

第十五章 中国一线城市房地产市场分析

第一节 上海市房地产市场分析

一、上海市土地供应成交分析

（一）上海市土地供应情况分析

（二）上海市土地成交情况分析

（三）房地产企业购置土地情况

二、2018年上海房地产投资分析

（一）上海房地产投资金额分析

（二）上海房地产开发投资结构

（三）上海房地产开发资金来源

三、2018年上海房地产建设分析

（一）上海房地产施工面积分析

（二）上海房地产竣工面积分析

（三）上海房地产新开工面积分析

四、2018年上海房地产销售需求分析

（一）上海房地产调控政策分析

（二）上海商品房销售面积分析

（三）上海商品房销售金额分析

五、2018年上海房地产市场价格分析

（一）上海新建住宅销售价格

（二）上海商品住宅销售价格

（三）上海二手住宅销售价格

第二节 北京市房地产市场分析

一、北京市土地供应成交分析

（一）北京市土地供应情况分析

（二）北京市土地成交情况分析

（三）房地产企业购置土地面积

二、2018年北京房地产投资分析

（一）北京房地产投资金额分析

（二）北京房地产开发投资结构

(三) 北京房地产开发金额来源

三、2018年北京房地产建设分析

(一) 北京房地产施工面积分析

(二) 北京房地产竣工面积分析

(三) 北京房地产新开工面积分析

四、2018年北京房地产销售需求分析

(一) 北京房地产调控政策分析

(二) 北京商品房销售面积分析

(三) 北京商品房销售金额分析

五、2018年北京房地产市场价格分析

第三节 广州市房地产市场分析

一、广州市土地供应成交分析

(一) 广州市土地供应情况分析

(二) 广州市土地成交情况分析

(三) 房地产企业购置土地面积

二、2014广州房地产投资分析

(一) 广州房地产投资金额分析

(二) 广州房地产开发投资结构

(三) 广州房地产开发金额来源

三、2018年广州房地产建设分析

(一) 广州房地产施工面积分析

(二) 广州房地产竣工面积分析

(三) 广州房地产新开工面积分析

四、2018年广州房地产销售需求分析

(一) 广州房地产调控政策分析

(二) 广州商品房销售面积分析

(三) 广州商品房销售金额分析

五、2018年广州房地产市场价格分析

第四节 深圳市房地产市场分析

一、深圳市土地供应成交分析

(一) 深圳市土地供应情况分析

(二) 深圳市土地成交情况分析

(三) 房地产企业购置土地面积

二、2018年深圳房地产投资分析

(一) 深圳房地产投资金额分析

- (二) 深圳房地产开发投资结构
- 三、2018年深圳房地产建设分析
 - (一) 深圳房地产施工面积分析
 - (二) 深圳房地产竣工面积分析
- 四、2018年深圳房地产销售需求分析
 - (一) 深圳房地产调控政策分析
 - (二) 深圳商品房销售面积分析
 - (三) 深圳商品房销售金额分析
- 五、2018年深圳房地产市场价格分析

第十六章 中国二三线城市房地产市场分析

第一节 天津市

- 一、天津市房地产调控政策分析
- 二、天津市房地产投资金额分析
- 三、天津市房地产供应建设分析
- 四、天津市房地产销售面积分析
- 五、天津市房地产销售金额分析
- 六、天津市房地产价格走势分析

第二节 杭州市

- 一、杭州市房地产调控政策分析
- 二、杭州市房地产投资金额分析
- 三、杭州市房地产供应建设分析
- 四、杭州市房地产销售面积分析
- 五、杭州市房地产销售金额分析
- 六、杭州市房地产价格走势分析

第三节 重庆市

- 一、重庆市房地产调控政策分析
- 二、重庆市房地产投资金额分析
- 三、重庆市房地产供应建设分析
- 四、重庆市房地产销售面积分析
- 五、重庆市房地产销售金额分析
- 六、重庆市房地产价格走势分析

第四节 南京市

- 一、南京市房地产调控政策分析
- 二、南京市房地产投资金额分析

三、南京市房地产供应建设分析

四、南京市房地产销售面积分析

五、南京市房地产销售金额分析

六、南京市房地产价格走势分析

第五节 武汉市

一、武汉市房地产调控政策分析

二、武汉市房地产投资金额分析

三、武汉市房地产供应建设分析

四、武汉市房地产销售面积分析

五、武汉市房地产销售金额分析

六、武汉市房地产价格走势分析

第六节 成都市

一、成都市房地产调控政策分析

二、成都市房地产投资金额分析

三、成都市房地产供应建设分析

四、成都市房地产销售面积分析

五、成都市房地产销售金额分析

六、成都市房地产价格走势分析

第七节 厦门市

一、厦门市房地产调控政策分析

二、厦门市房地产投资金额分析

三、厦门市房地产供应建设分析

四、厦门市房地产销售面积分析

五、厦门市房地产销售金额分析

六、厦门市房地产价格走势分析

第八节 温州市

一、温州市房地产调控政策分析

二、温州市房地产投资金额分析

三、温州市房地产供应建设分析

四、温州市房地产销售面积分析

五、温州市房地产销售金额分析

六、温州市房地产价格走势分析

第九节 长沙市

一、长沙市房地产调控政策分析

二、长沙市房地产投资金额分析

三、长沙市房地产供应建设分析

四、长沙市房地产销售面积分析

五、长沙市房地产销售金额分析

六、长沙市房地产价格走势分析

第十节 苏州市

一、苏州市房地产调控政策分析

二、苏州市房地产投资金额分析

三、苏州市房地产供应建设分析

四、苏州市房地产销售面积分析

五、苏州市房地产销售金额分析

六、苏州市房地产价格走势分析

第十一节 青岛市

一、青岛市房地产调控政策分析

二、青岛市房地产投资金额分析

三、青岛市房地产供应建设分析

四、青岛市房地产销售面积分析

五、青岛市房地产销售金额分析

六、青岛市房地产价格走势分析

第十二节 郑州市

一、郑州市房地产调控政策分析

二、郑州市房地产投资金额分析

三、郑州市房地产供应建设分析

四、郑州市房地产销售面积分析

五、郑州市房地产销售金额分析

六、郑州市房地产价格走势分析

第十三节 沈阳市

一、沈阳市房地产调控政策分析

二、沈阳市房地产投资金额分析

三、沈阳市房地产供应建设分析

四、沈阳市房地产销售面积分析

五、沈阳市房地产销售金额分析

六、沈阳市房地产价格走势分析

第十四节 合肥市

一、合肥市房地产调控政策分析

二、合肥市房地产投资金额分析

三、合肥市房地产供应建设分析

四、合肥市房地产销售面积分析

五、合肥市房地产销售金额分析

六、合肥市房地产价格走势分析

第十五节 昆明市

一、昆明市房地产调控政策分析

二、昆明市房地产投资金额分析

三、昆明市房地产供应建设分析

四、昆明市房地产销售面积分析

五、昆明市房地产销售金额分析

六、昆明市房地产价格走势分析

第十六节 西安市

一、西安市房地产调控政策分析

二、西安市房地产投资金额分析

三、西安市房地产供应建设分析

四、西安市房地产销售面积分析

五、西安市房地产销售金额分析

六、西安市房地产价格走势分析

第十七章 中国房地产市场竞争格局分析

第一节 房地产市场竞争层次体系

一、房地产市场竞争层次

二、产品式样竞争层次

三、产品大类竞争层次

四、产品使用价值竞争

五、消费观念和文化导向竞争

第二节 房地产开发企业竞争力分析

一、房地产市场竞争阶段

二、房地产市场竞争特征

三、房地产企业竞争力分析

第三节 房地产市场百强企业竞争分析

一、房地产百强企业研究目的

二、房地产百强企业销售增长

三、市场份额提升和内部分化

四、房地产百强企业资产规模

五、房地产百强企业运营效率

六、房地产百强企业盈利能力

七、房地产百强企业偿债能力

八、房地产百强企业成长能力

九、房地产百强企业融

第四节 2018年中国房地产行业并购重组分析

一、2018年房地产市场并购重组交易规模

二、2018年房地产行业重点并购案例

三、2018年房地产行业并购监管政策变动

第五节 中国房地产企业竞争策略分析

一、房地产企业成本控制策略

二、房地产企业定价策略分析

三、房地产企业并购重组策略

四、房地产企业融

五、房地产企业资本运作策略

第六节 中小房地产企业竞争策略分析

一、中小房地产企业发展现状

二、中小房地产企业竞争优势

三、中小房地产企业竞争劣势

四、中小房地产企业竞争战略

五、中小房地产企业竞争措施

第十八章 房地产项目市场定位及价格策略分析

第一节 房地产项目市场定位与目标选择

一、房地产项目市场定位内容

（一）房地产项目客户定位

（二）房地产项目档次定位

（三）房地产项目产品定位

二、房地产项目市场定位原则

三、房地产项目市场定位程序

第二节 房地产目标市场选择影响因素

一、房地产目标市场选择模式

二、房地产项目目标市场策略

三、目标市场选择的影响因素

第三节 房地产客户细分与产品定位

一、房地产项目客户定位分析

- (一) 房地产客户市场细分
- (二) 低端客户群市场特征
- (三) 中端客户群市场特征
- (四) 高端客户群市场特征

二、房地产项目产品定位分析

- (一) 项目功能与布局
- (二) 项目规划与设计
- (三) 建筑类型与风格
- (四) 户型设计与组合
- (五) 配套设施的建设

第四节 房地产项目定价方法与策略

一、房地产项目的定价目标

- (一) 利润最大化目标
- (二) 扩大市场占有率
- (三) 保持稳定避免竞争
- (四) 维持企业生存目标

二、房地产项目定价影响因素

- (一) 项目成本
- (二) 市场供求
- (三) 竞争状况
- (四) 产品特征
- (五) 消费心理

三、房地产项目的定价方法

- (一) 市场导向定价
- (二) 成本导向定价
- (三) 竞争导向定价
- (四) 消费者导向定价

四、房地产项目价格调整策略

- (一) 新项目开盘的定价策略
- (二) 销售过程价格调整策略
- (三) 销售时点价格调整策略

第十九章 房地产项目市场推广与促销策略

第一节 房地产项目营销渠道分析

一、房地产项目主要营销渠道分析

- (一) 开发商直接销售
- (二) 委托代理商销售
- (三) 房地产经纪销售
- (四) 房地产联合销售

二、房地产营销渠道选择影响因素

- (一) 开发商销售能力
- (二) 房地产市场形势
- (三) 项目的市场范围
- (四) 房地产市场竞争
- (五) 项目的产品因素

第二节 房地产项目广告策略与方法

一、房地产广告媒体选择与运用

- (一) 报纸广告投放特征
- (二) 杂志广告投放特征
- (三) 电视广告投放特征
- (四) 户外广告投放特征
- (五) 网络广告投放特征
- (六) 焦点投放特征
- (七) 直邮广告投放特征
- (八) 传单海报广告投放
- (九) 手机短信广告投放

二、房地产广告媒体选择考虑因素

- (一) 广告传达范围
- (二) 广告信息内容
- (三) 广告持续时间
- (四) 广告宣传频率
- (五) 广告所需费用
- (六) 客户媒体习惯

三、房地产广告投放时间与节奏

- (一) 集中型广告投放优势
- (二) 连续型广告投放优势
- (三) 间歇型广告投放优势
- (四) 脉动型广告投放优势
- (五) 不同时期广告投放特点

第三节 房地产项目促销策略与方法

一、房地产项目活动促销类型

- (一) 内部认购促销
- (二) 开盘活动促销
- (三) 展销会的促销

二、房地产项目价格促销策略

- (一) 价格折扣促销
- (二) 变相折扣促销
- (三) 赠送活动促销
- (四) 团购活动促销

三、房地产项目公共关系促销

- (一) 新闻事件策划
- (二) 社会公益活动
- (三) 编制宣传材料
- (四) 各种调研活动
- (五) 会员或俱乐部

第二十章 中国房地产企业营销策略分析

第一节 当前房地产企业营销状况分析

一、房地产企业营销中存在的问题

- (一) 理念落后缺乏品牌意识
- (二) 营销策划缺乏创意内涵
- (三) 调研不充分定位不准确
- (四) 营销诚信度差广告虚假
- (五) 营销人员形象有待提高

二、房地产企业市场营销策略分析

- (一) 塑造品牌提升营销能力
- (二) 做好调研提高营销价值
- (三) 提升房产营销策划水平
- (四) 协调组合各种营销手段
- (五) 提高营销人员素质能力
- (六) 提升企业营销产品形象

第二节 新形势下房地产企业营销策略分析

一、新形势下房地产企业产品营销

二、新形势下完善房地产营销策略

- 三、新形势下房地产整合营销策略
- 四、房地产应对危机营销价格策略
- 第三节 房地产企业品牌营销策略分析
 - 一、房地产品牌意义及其作用
 - 二、房地产品牌塑造的必要性
 - 三、房地产主流企业品牌误区
 - 四、房地产企业品牌开发步骤
 - 五、房地产企业品牌创建战略
 - 六、房地产企业品牌战略实施
- 第四节 房地产网络营销的策略选择
 - 一、房地产网络营销运作模式分析
 - 二、房地产企业网络营销的优势
 - 三、房地产企业网络营销的缺陷
 - 四、房地产企业网络营销整合互补
 - 五、房地产企业实现网络营销策略

第二十一章 新形势下中国房地产企业发展战略分析

- 第一节 后危机时代下房地产业发展的思考
 - 一、未来宏观经济政策可能锚定房地产
 - 二、当前房地产市场发展存在的问题
 - 三、对当前房地产宏观调控力度把握
 - 四、对房地产信贷政策和房产税思考
 - 五、房地产企业战略转型思考与对策
- 第二节 房地产企业应对周期波动经营策略
 - 一、房地产企业资本运作策略
 - 二、房地产企业土地储备策略
 - 三、房地产企业业务组合策略
 - 四、房地产企业区域互补策略
- 第三节 房地产企业发展战略制定分析
 - 一、房地产企业制定明确发展战略
 - 二、房地产企业品牌发展战略分析
 - 三、房地产企业客户发展战略分析
 - 四、房地产企业文化发展战略分析
- 第四节 中国房地产业发展战略选择分析
 - 一、中国房地产业的战略选择

二、房地产企业专业化战略选择

三、房地产企业多样化战略选择

四、二三线城市房地产开发策略

五、国有房地产企业的发展战略

第五节 新形势下中国房地产发展创新战略分析

一、新形势下房地产企业的战略选择

二、新形势下房地产需要创新型智慧

三、新形势下房地产产品与金融创新

四、新形势下房地产市场的管理创新

五、新形势下房地产的创新营销策略

六、新形势下房地产企业创新的热点

第六节 新形势下中国房地产企业持续发展思考

一、中国房地产企业发展面临新形势

二、房地产企业持续发展存在的问题

三、中国房地产企业持续发展的思路

第七节 中国中小房产企业发展战略分析

一、中小房地产企业战略管理的特点

二、中小房地产开发企业战略的选择

三、中小房地产开发企业的竞争战略

四、中小房地产企业的品牌战略分析

第二十二章 中国房地产主要企业竞争力分析

第一节 万科企业股份有限公司

第二节 保利房地产（集团）股份有限公司

第三节 恒大地产集团有限公司

第四节 中国海外发展有限公司

第五节 绿地控股集团有限公司

第六节 碧桂园控股有限公司

第七节 绿城房地产集团有限公司

第八节 世茂房地产控股有限公司

第九节 龙湖地产有限公司

第十节 北京首都开发控股（集团）有限公司

第二十三章 中国房地产策划代理企业竞争力分析

第一节 深圳世联地产顾问股份有限公司

第二节 易居（中国）控股有限公司

第三节 同策房产咨询股份有限公司

第四节 合富辉煌集团控股有限公司

第五节 北京思源兴业房地产经纪有限公司

第六节 上海策源置业顾问有限公司

第七节 上海新聚仁物业咨询有限公司

第八节 广州保利地产代理有限公司

第九节 新景祥投资控股有限公司

第十节 北京金网络投资管理有限公司

图表详见报告正文 (GYZQPT)

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国房地产行业分析报告-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。

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。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangdichang/398085398085.html>