

中国房地产行业现状深度研究与发展前景预测报告（2022-2029年）

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《中国房地产行业现状深度研究与发展前景预测报告（2022-2029年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202210/612997.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

房地产（real estate）是一个综合的较为复杂的概念，从实物现象看，它是由建筑物与土地共同构成。土地可以分为未开发的土地和已开发的土地，建筑物依附土地而存在，与土地结合在一起。建筑物是指人工建筑而成的产物，包括房屋和构筑物两大类。

一、行业市场规模

2020年以来，房地产市场整体销售表现受到疫情影响。疫情初期，全国商品房销售面积、销售金额显著下降。之后，随着全国逐步复工复产，市场持续恢复，销售额同比降幅逐月收窄。随着项目施工进度加快、供应增加，楼市有效需求持续释放，销售额同比增速成功转正，局部出现过热情况。2021年，随着“三条红线”政策的出台及热点城市调控升级，市场整体下行压力加大，去化承压。从近两年看，受疫情影响，全国商品房完成销售额仍实现了正增长，但销售增速较 2019 年明显放缓。2021 年，全国商品房销售金额 181930亿元，同比增长 4.8%；商品房销售面积 17.9 亿平方米，同比增长 1.9%。

数据来源：国家统计局，观研天下数据中心整理

二、市场供需规模

1、供应情况

随着全国复工复产、市场快速复苏，房企纷纷抢抓工程进度，房地产开发投资逐月恢复。2020年8月，央行“三条红线”政策出台，房企全力保供应、促销售、抓回款，房地产开发投资仍保持稳定增速。全年，全国房地产开发投资共完成 141443 亿元，同比增长 7.0%，增速比上年回落 2.9 个百分点；房屋新开工面积224433 万平方米，同比下降 1.2%；2021 年，全国房屋新开工面积198895万平方米，累计同比下降 11.4%。

数据来源：国家统计局，观研天下数据中心整理

目前由于房地产商品的供给在短期内很难有较大的增减，因此市场供给缺乏弹性:由于房地产的位置、环境、数量、档次的差异，市场供给具有非同质性:由于土地的有限性、不可再生性，以及房地产投资规模巨大，使房地产市场具有高度的垄断性，从而导致房地产市场供给主体间的竞争不充分。

（一）市场缺乏弹性

由于房地产的位置固定，其中包括了自然地理位置的不动性与区位关系的不动性，它对房地产所处周围的交通、基础设施都加以限制。其次土地就是一种稀缺资源，因此一个国家能够供给城市使用的土地数量总是有限的。另外就是使用价值的不可替代性与开发建设周期长的特点，所以不论市场需求有多大，价格有多高，市场供给量不可能在短时间内发生较大变化。

（二）市场供给的非同质性

房地产市场的供给与需求具有高度的层次性与差别性，由于人口、环境、文化、教育、经济等因素的影响，房地产市场在各个区域间的需求情况各不相同，房地产市场供给与需求的影响所及往往限于局部地区，所以会造成一个地区及一个城市的不同分区，不同分区内房产类型存在差异，同一分区内建筑档次也有不同程度的差异存在。

（三）市场的高度垄断性

房地产市场竞争不充分，更容易形成垄断在一个城市范围内，由于房地产就是位置不能移动的产品，它只能与相邻的房地产存在竞争。从房地产产品的角度来瞧，因为只有少数房地产开发商进行竞争，所以房地产市场具有寡头垄断市场的明显特征。再加之房地产市场的信息不充分，对于消费者而言，由于房地产位置及其位置派生出的一系列属性与消费者的偏好匹配，就是一宗房地产对特定的消费者具有唯一的吸引力，那么换句话说就是这一宗房地产的垄断性很强。

（四）市场供给与需求的不平衡性

房地产市场供求关系的不平衡状态就是经常会发生的。虽然价格与供求等市场机制会产生调整供求之间的非均衡态的作用，但随着诸多市场因素的发展变化，原有的均衡态将不断被打破，因此，房地产市场供求之间的不平衡性将长时期存在，而均衡始终只能就是相对的。

2、需求情况

2021年，全国商品房待售面积179433万平方米，同比增长1.9%，库存规模连续两年保持增加。其中，住宅待售面积 2.3 亿平方米，同比增长 1.7%。2020年以前市场成交氛围较好，商品房库存量短暂下降，但随疫情爆发，市场热度下行，库存商品房面积累计同比增速有所上升，并持续保持增长，库存压力有所增大。

数据来源：国家统计局，观研天下数据中心整理

3、供需平衡分析

中央坚定落实“房住不炒”，强化土地、金融、财税端的调控力度，不断巩固房地产长效机制成果。年初以来，销售市场表现活跃，土地市场竞争激烈，行业整体保持较高热度。但随着政策调控的持续作用，房地产销售压力加大；并且随着按揭降速、预售资金监管收紧，企业资金端的弱平衡被打破，房企暴雷事件频发，加重购房者观望情绪，下半年销售市场持续遇冷。而销售走弱又进一步加剧了房企流动性风险，形成了负循环效应。此外，资金与销售端的压力传导至土地市场，叠加多地提升土拍参与门槛，房企拓展的意愿与能力下降，土地市场降温明显。

2021年以来，房地产调整政策不断修正，按揭放款加速、土地出让规则优化、资金监管制度出台等措施，在资金及土地端均起到了一定的稳市效果。但短期来看，部分房企暴雷风险犹存，行业信用体系处于重构期，购房者信心修复进程仍不明朗，市场需求恢复或需要一定时间。

长期来看，新型城镇化建设仍在持续推进，“中心城市+城市群”对于经济要素与人口的虹吸效应愈发明显，城市居民对居住面积及住房品质提升的需求不断增强，房地产行业的发展前景依然可观。同时，正因为房地产行业在国民经济中的重要作用，行业的健康、稳定发展具有重要意义。未来“房住不炒”的调控态度仍将坚定，“稳地价、稳房价、稳预期”的指导思想不会改变，而且随着土地供应等长效机制的健全完善，保障性租赁住房等住房供应体系的不断丰富，将进一步巩固行业调控的成果，夯实行业中长期发展的基础，促进行业供需良性循环和健康发展。

数据来源：国家统计局，观研天下数据中心整理

三、行业细分市场

1、住宅市场

住宅地产形态包括公寓、别墅、普通住宅（多层、高层等）及其他衍生形态；在房地产业所有业务模式之中，住宅地产开发是核心业务，住宅地产是我国房地产企业的重要投资领域。根据国家统计局数据，如上图所示，2021年我国住宅销售额达到162730亿元。

资料来源：国家统计局，观研天下数据中心整理

中国2021年常住人口城镇化率64.72%，户籍城镇化率为46.7%，相比发达国家，未来中国城镇化率能够达到70-75%，城镇化还有机会和空间。但是考虑到人口数量以及国家“房住不

炒”等政策对于住宅价格的压制因素，预计未来我国住宅销售额将逐渐下降，具体预测如下：

资料来源：观研天下数据中心整理

2、办公楼市场

写字楼指机关、企业、事业单位行政管理人员，业务技术人员等办公的业务用房，现代写字楼办公楼正向综合化、一体化方向发展。一直以来写字楼是房地产投资的重要组成部分之一。根据国家统计局数据，2021年我国办公楼销售额达到4767亿元，具体表现如下：

资料来源：国家统计局，观研天下数据中心整理

未来，随着我国经济在后疫情时代的逐步恢复，近年来表现消沉的办公楼市场有望重新回到增长态势之中，预计2025年左右中国办公楼销售额将“触底反弹”，并于2029年达到5556亿元的销售规模。

资料来源：观研天下数据中心整理

3、商业营业用房市场

营业用房又称商业用房，俗称商铺，是专门用于商业经营活动的房地产，是经营者对消费者提供商品交易、服务及感受体验的场所。受全国商业营业用房库存较高，电商冲击大导致需求不足，供过于求的矛盾不断加剧等影响；商业营业用房开发投资完成额、商业营业用房销售面积与销售额持续下降，但是降幅趋缓，商业营业用房去化成效逐渐显现。营业用房又称商业用房，俗称商铺，使用年限为40年，水电性质也属商业性质，是专门用于商业经营活动的房地产，是经营者对消费者提供商品交易、服务及感受体验的场所。根据国家统计局数据，2021年我国商业营业用房销售额达到9692亿元，具体表现如下：

资料来源：国家统计局，观研天下数据中心整理

同样，与办公楼市场相类似，未来随着我国经济在后疫情时代的逐步恢复，我国商业营业用房销售规模预计2025年左右“触底反弹”，并于2029年达到8171亿元的销售规模。

资料来源：观研天下数据中心整理

四、行业竞争现状

一直以来，我国房地产行业竞争颇为激烈，市场上存在的开发商非常之多，不过近年来随着行业逐渐走向成熟，尾部开发商也在逐年被淘汰。

2021年规模房企销售增速罕见出现负增长。规模房企整体的目标完成情况也远不及历史同期，平均目标完成率不到90%，明显低于过去三年105%以上的平均水平。在行业去杠杆、市场降温的背景下，不断出现大型房企风险暴露，金融机构对房地产行业的风险偏好明显下降，行业从“控制风险”到“暴露风险”。

2021年，百强房企在各梯队销售门槛继续提升的同时，规模增速也呈现一定的分化，行业竞争加剧。其中，行业龙头房企继续稳健增长、保持规模优势，TOP10房企销售操盘金额门槛达到2879.5亿元，同比增幅达19.8%，较2019年增长42%。TOP20和TOP30房企的销售操盘金额门槛也分别同比提升9.2%和2.5%，实现规模稳定提升。

而TOP50房企销售操盘金额门槛则较去年同期同比下降14.9%至570.6亿元，与其他梯队房企出现一定程度的分化。截至12月末TOP100和TOP200房企的销售操盘金额门槛均同比降低至200.3亿元和55.1亿元，规模房企分化加剧。此外，从千亿房企数量来看，2021年全口径千亿房企数量与去年持平，保持在43家。

虽然近年来，随着我国房地产行业的不断发展，在政策推动下，房地产行业的集中度有所提升，但整体集中度仍然处于较低水平，行业竞争较为分散。根据相关数据，按权益金额统计口径，2021年我国房地产行业的CR4为9.62%，CR8为16.14%，由此可以判断我国房地产行业目前属于美国贝恩市场集中度分类中的竞争型市场结构。

2021年中国房地产行业市场集中度情况（权益金额统计口径）

集中度类型

市场集中度指标值（%） CR4 9.62 CR8 16.14

资料来源：观研天下数据中心整理

竞争较为激烈。2021年1-12月中国房地产企业销售榜TOP200中可以看到，保利发展、华润置地、金地集团、建发、越秀等开发商年度销售排名均有所上升。

其中，保利发展排名从第5升至第4，与万科的差距缩小到只剩300亿；华润置地排名从第12升至第8；金地集团排名从15提升到12。另外地方国企开发商中，厦门国资旗下建发排名从32快速升至19，销售额破千亿，增速高达47%；广州国资背景的越秀地产，从第33名升至24名，同样破千亿，销售额增速也高达25%。

2021年中国房地产企业销售榜TOP 20 (按权益金额排序)	排名	企业名称
权益金额 (亿元)	1	碧桂园 5571.8
	2	中国恒大 4184.7
	3	万科地产 4032
	4	保利发展 3716.1
	5	融创中国 3610.1
	6	中海地产 3466.7
	7	绿地控股 2612.7
	8	华润置地 2174
	9	招商蛇口 2043
	10	龙湖集团 2029.4

资料来源：克而瑞，观研天下数据中心整理（WWTQ）

观研报告网发布的《中国房地产行业现状深度研究与发展前景预测报告（2022-2029年）》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，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。

行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2018-2022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、房地产特点分析
- 三、房地产行业基本情况介绍
- 四、房地产行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 五、房地产行业需求主体分析

第二节 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

第三节 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

第二章 2018-2022年全球房地产市场发展现状分析

第一节 全球房地产行业发展历程回顾

第二节 全球房地产市场规模与区域分布情况

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 欧洲房地产行业地区市场分析

- 一、欧洲房地产市场现状分析
- 二、欧洲房地产市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲房地产市场前景分析

第六节 2022-2029年世界房地产行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球房地产市场规模预测

第三章 中国房地产行业产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

第二节 我国宏观经济环境对房地产行业的影响分析

第三节 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

三、主要行业标准

第四节 政策环境对房地产行业的影响分析

第五节 中国房地产行业产业社会环境分析

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

一、影响中国房地产行业市场规模的因素

二、中国房地产行业市场规模

三、中国房地产行业市场规模解析

第三节 中国房地产行业供应情况分析

一、中国房地产行业供应规模

二、中国房地产行业供应特点

第四节 中国房地产行业需求情况分析

一、中国房地产行业需求规模

二、中国房地产行业需求特点

第五节 中国房地产行业供需平衡分析

第五章 中国房地产行业产业链和细分市场分析

第一节 中国房地产行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、房地产行业产业链图解

第二节 中国房地产行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对房地产行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对房地产行业的影响分析

第三节 我国房地产行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国房地产行业市场竞争分析

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格局分析

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影响因素分析

二、中国房地产行业市场集中度分析

第三节 中国房地产行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2018-2022年中国房地产行业模型分析

第一节 中国房地产行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节 中国房地产行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国房地产行业SWOT分析结论

第三节 中国房地产行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022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 房地产行业成本结构分析

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、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、中国房地产行业平均价格趋势分析
- 二、中国房地产行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国房地产行业所属行业运行数据监测

第一节 中国房地产行业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 中国房地产行业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 中国房地产行业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

第十章 2018-2022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析

- 一、影响房地产行业区域市场分布的因素
- 二、中国房地产行业区域市场分布

第二节 中国华东地区房地产行业市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区房地产行业市场分析
 - (1) 华东地区房地产行业市场规模
 - (2) 华南地区房地产行业市场现状
 - (3) 华东地区房地产行业市场规模预测

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、华中地区房地产行业市场分析
 - (1) 华中地区房地产行业市场规模
 - (2) 华中地区房地产行业市场现状
 - (3) 华中地区房地产行业市场规模预测

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、华南地区房地产行业市场分析
 - (1) 华南地区房地产行业市场规模
 - (2) 华南地区房地产行业市场现状
 - (3) 华南地区房地产行业市场规模预测

第五节 华北地区房地产行业市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区房地产行业市场分析
 - (1) 华北地区房地产行业市场规模

(2) 华北地区房地产行业市场现状

(3) 华北地区房地产行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区房地产行业市场分析

(1) 东北地区房地产行业市场规模

(2) 东北地区房地产行业市场现状

(3) 东北地区房地产行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区房地产行业市场分析

(1) 西南地区房地产行业市场规模

(2) 西南地区房地产行业市场现状

(3) 西南地区房地产行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区房地产行业市场分析

(1) 西北地区房地产行业市场规模

(2) 西北地区房地产行业市场现状

(3) 西北地区房地产行业市场规模预测

第九节 2022-2029年中国房地产行业市场规模区域分布预测

第十一章 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、公司优势分析

.....

第十二章 2022-2029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 中国房地产行业规模发展预测

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

第十三章 2022-2029年中国房地产行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 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

第二节 房地产行业风险分析

- 一、房地产行业宏观环境风险
- 二、房地产行业技术风险
- 三、房地产行业竞争风险
- 四、房地产行业其他风险

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

第十四章 2022-2029年中国房地产行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国房地产行业研究综述

- 一、行业投资价值
- 二、行业风险评估

第二节 中国房地产行业进入策略分析

- 一、目标客户群体
- 二、细分市场选择
- 三、区域市场的选择

第三节 房地产行业营销策略分析

- 一、房地产行业产品策略
- 二、房地产行业定价策略
- 三、房地产行业渠道策略
- 四、房地产行业促销策略

第四节 观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202210/612997.html>