

2016-2022年中国智能建筑地产产业发展监测及投资 决策分析报告

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《2016-2022年中国智能建筑地产产业发展监测及投资决策分析报告》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/239277239277.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

智能建筑系统集成是指利用综合布线技术、楼宇自控技术、通信技术、网络互联技术、多媒体应用技术、安全防范技术等将相关设备、软件进行集成设计、安装调试、界面定制开发和应用。我国建筑智能技术快速发展，随着智能技术在不同领域的应用越来越广，应用的系统化程度越来越高，目前国内智能化技术与国际先进水平的

差距明显缩小，在某些领域已经接近或达到国际先进水平。

智慧城市是未来长期发展的愿景，但目前仍需要立足于政府和消费者真正的需求；具有较高的投资收益比，才会有真正的短期市场空间。从历史来看，政府、消费者的需求升级一直是智能建筑市场的长期、核心驱动因素。目前，我国国内建筑智能行业发展较快，但是由于技术的相对公开和透明，行业竞争格局并未有显著变化，市场集中度低。从智能建筑市场整体来看，销售额位居前列的企业大都集中在北京、上海、深圳等主要发达城市和沿海城市。2013年，我国建筑智能化工程行业市场需求仍主要集中于华东、华北及华南地区。

进入新世纪以来由于国民经济的持续高速发展，公共智能建筑行业市场容量进一步增大，出现了发展高潮。2013年，我国公共建筑智能化市场规模达到650亿元；工业建筑智能化市场规模达到160亿元；住宅建筑智能化市场规模达到270亿元。目前，建筑智能产值的主要推动力为公共建筑智能，约占建筑智能总产值60%左右，其次为居住建筑智能。预计未来公共建筑智能的发展依然是建筑智能产值发展的主要动力。近年来，居住建筑智能发展迅猛，将继续为建筑智能总产值发展提供动力。

我国新建建筑智能化市场仍将高速增长。智慧城市的大力兴建为智能建筑企业提供了广阔的市场空间，必将驱动智能建筑占比加快上升，未来几年年均增速保持在20%以上。我国正处于建设鼎盛期，每年建成的房屋中95%以上是高耗能建筑，据此推算，预计到2020年，全国高耗能建筑面积将达700亿平方米。未来，智能建筑节能是我国能源形势的客观要求，是市场发展的必然趋势。

“十二五”期间全国建筑业总产值、增加值将年均增长15%以上，这样我们假定新增建筑面积也维持在10%左右的增长，则2012-2015年新增建筑面积达到156.07亿m²，如果该新增建筑全部具有智能建筑需求，则市场需求将达到1.87万亿元，在新建建筑智能化占比中，美国为70%，日本为60%，假定未来25%具备智能化，十二五期间总体市场需求为4682.07亿元。

中国报告网发布的《2016-2022年中国智能建筑地产产业发展监测及投资决策分析报告》首先介绍了智能建筑地产行业市场相关概念、分类、应用、经营模式，行业全球及中国市场现状，产业政策生产工艺技术等，接着统计了行业部分企业盈利、负债、成长能力等详细数据，对行业现有竞争格局与态势做了深度剖析；结合产业上下游市场、营销渠道及中国政策环境，经济环境，对行业未来投资前景作出审慎分析与预测。

【报告大纲】

第一章 中国智能建筑行业发展综述

第一节 智能建筑行业的定义

一、智能建筑行业的定义

1、中国智能建筑行业的定义

2、智能建筑与智能建筑的区别

3、智能建筑与绿色建筑的区别

二、本分析报告的研究范围

第二节 中国智能建筑行业的发展历程

一、中国智能建筑行业的形成

二、中国智能建筑行业发展的历程

第三节 发展智能建筑行业的价值

一、发展智能建筑的社会价值

二、发展智能建筑的企业价值

第二章 中国智能建筑行业发展环境分析

第一节 中国房地产行业发展环境综合分析

一、中国房地产行业发展环境综合分析

1、中国GDP发展现状分析

2、中国居民消费水平分析

3、中国住宅投资分析

4、中国商品住宅建设情况分析

5、中国商品住宅销售情况分析

6、中国商品住宅平均销售价格分析

二、华北地区房地产行业发展环境综合分析

1、2014-2015年华北地区GDP发展现状分析

2、华北地区居民消费水平分析

3、华北地区住宅投资分析

4、华北地区商品住宅竣工情况分析

5、华北地区商品住宅销售情况分析

6、华北地区商品住宅平均销售价格分析

7、华北地区智能建筑发展环境分析

三、东北地区房地产行业发展环境综合分析

1、2014-2015年东北地区GDP发展现状分析

2、东北地区居民消费水平分析

3、东北地区住宅投资分析

4、东北地区商品住宅竣工情况分析

5、东北地区商品住宅销售情况分析

6、东北地区商品住宅平均销售价格分析

7、东北地区智能建筑发展环境分析

四、华东地区房地产行业发展环境综合分析

1、2014-2015年华东地区GDP发展现状分析

2、华东地区居民消费水平分析

3、华东地区住宅投资分析

4、华东地区商品住宅竣工情况分析

5、华东地区商品住宅销售情况分析

6、华东地区商品住宅平均销售价格分析

7、华东地区智能建筑发展环境分析

五、华中地区房地产行业发展环境综合分析

1、2014-2015年华中地区GDP发展现状分析

2、华中地区居民消费水平分析

3、华中地区住宅投资分析

4、华中地区商品住宅竣工情况分析

5、华中地区商品住宅销售情况分析

6、华中地区商品住宅平均销售价格分析

六、华南地区房地产行业发展环境综合分析

1、2014-2015年华南地区GDP发展现状分析

2、华南地区居民消费水平分析

3、华南地区住宅投资分析

4、华南地区商品住宅竣工情况分析

5、华南地区商品住宅销售情况分析

6、华南地区商品住宅平均销售价格分析

7、华中华南地区智能建筑发展环境分析

七、西南地区房地产行业发展环境综合分析

1、2014-2015年西南地区GDP发展现状分析

2、西南地区居民消费水平分析

3、西南地区住宅投资分析

4、西南地区商品住宅竣工情况分析

5、西南地区商品住宅销售情况分析

6、西南地区商品住宅平均销售价格分析

7、西南地区智能建筑发展环境分析

八、西北地区房地产行业发展环境综合分析

1、2014-2015年西北地区GDP发展现状分析

2、西北地区居民消费水平分析

3、西北地区住宅投资分析

4、西北地区商品住宅竣工情况分析

5、西北地区商品住宅销售情况分析

6、西北地区商品住宅平均销售价格分析

7、西北地区智能建筑发展环境分析

第二节 中国土地市场供需平衡现状分析

一、中国土地市场发展现状分析

1、中国土地市场土地供应现状分析

2、中国土地市场土地需求现状分析

3、中国土地市场问题

二、华北地区土地市场发展现状分析

三、东北地区土地市场发展现状分析

四、华东地区土地市场发展现状分析

五、华中地区土地市场发展现状分析

六、华南地区土地市场发展现状分析

七、西南地区土地市场发展现状分析

八、西北地区土地市场发展现状分析

第三节 中国智能建筑行业发展的政策环境

一、智能建筑行业发展的财政政策分析

二、智能建筑行业发展的税收政策分析

三、智能建筑行业发展的产业政策分析

第三章 重点城市智能建筑市场分析

第一节 2015年中国地产政策

第二节 上海市

第三节 深圳市

第四节 广州市

第五节 北京市

第六节 南京市

第四章 中国智能建筑行业经典项目分析

第一节 北京石油化工有限公司楼宇弱电工程

一、项目概况分析

二、项目区位分析

三、项目周边配套

四、主要科技及效果分析

五、项目主要影响力分析

第二节 龙岩市会展中心智能化工程

一、项目概况分析

二、项目区位分析

三、项目周边配套

四、主要科技及效果分析

五、项目主要影响力分析

第三节 千岛湖翡翠岛别墅建筑智能化系统工程

一、项目概况分析

二、项目区位分析

三、项目周边配套

四、主要科技及效果分析

五、项目主要影响力分析

第四节 杭州萧山国际机场二期

一、项目概况分析

二、项目区位分析

三、项目周边配套

四、主要科技及效果分析

五、项目主要影响力分析

第五节 中国联通福建分公司枢纽楼智能化工程

一、项目概况分析

二、项目区位分析

三、项目周边配套

四、主要科技及效果分析

五、项目主要影响力分析

第五章 中国房地产现状

第一节 我国房地产行业发展状况分析

一、我国房地产行业发展阶段

二、我国房地产行业发展总体概况

三、我国房地产行业发展特点分析

四、我国房地产行业商业模式分析

第二节 2014-2015年房地产行业发展现状

一、2014-2015年我国房地产行业市场规模

二、2014-2015年我国房地产行业发展分析

三、2014-2015年中国房地产企业发展分析

1、新形势下中国房地产企业发展与资本创新

2、我国房地产企业发展情况

第三节 2014-2015年房地产市场情况分析

一、2014-2015年中国房地产市场总体概况

二、2014-2015年中国房地产市场发展分析

三、2014-2015年中国房地产市场走势分析

第四节 最近3-5年中国房地产行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

第五节 房地产行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

四、行业产业链上游相关行业分析

1、房地产产品成本构成

2、建筑材料行业发展状况及影响

3、建筑装饰行业发展状况及影响

4、水泥及其下游行业发展状况及影响

5、木材及其下游行业发展状况及影响

五、行业下游产业链相关行业分析

1、房地产下游行业分布

2、房产中介行业发展状况及影响

3、房屋租赁行业发展状况及影响

4、物业管理行业发展状况及影响

第六章 智能建筑的现状分析

第一节 智能建筑的现状分析

一、我国智能建筑的发展现状

二、我国地产科技化进程中存在的问题

三、加快地产技术转换，促进智能建筑换代升级

第二节 智能建筑之科技产业园开发模式分析

- 一、对智能建筑产业园的理解
- 二、智能建筑产业园的社会效益
- 三、智能建筑产业园产品体系

第七章 2016-2022年智能地产行业领先企业经营形势分析

第一节 中国智能地产企业总体发展状况分析

- 一、智能地产企业主要类型
- 二、智能地产企业资本运作分析
- 三、智能地产企业创新及品牌建设

第二节 中国领先智能地产企业经营形势分析

一、同方股份有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业经营分析
- 3、企业经营策略和发展战略

二、泰豪科技股份有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业经营分析
- 3、企业经营策略和发展战略

三、浙江浙大中控信息技术有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业经营分析
- 3、企业经营策略和发展战略

四、汉鼎信息科技股份有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业经营分析
- 3、企业经营策略和发展战略

五、深圳达实智能股份有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业经营分析
- 3、企业经营策略和发展战略

六、太极计算机股份有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业经营分析
- 3、企业经营策略和发展战略

七、北京中电兴发科技有限公司

1、企业概况

2、企业经营分析

3、企业经营策略和发展战略

八、深圳市赛为智能股份有限公司

1、企业概况

2、企业经营分析

3、企业经营策略和发展战略

九、广州华南资讯科技有限公司

1、企业概况

2、企业经营分析

3、企业经营策略和发展战略

十、上海华东电脑股份有限公司

1、企业概况

2、企业经营分析

3、企业经营策略和发展战略

第八章 “十二五”时期房地产行业发展走势研究

第一节 “十一五”房地产行业发展回顾

一、“十一五”房地产行业运行情况

二、“十一五”房地产行业发展特点

三、“十一五”房地产行业发展成就

第二节 房地产行业“十二五”总体规划

一、房地产行业“十二五”规划纲要

二、房地产行业“十二五”规划指导思想

三、房地产行业“十二五”规划主要目标

第三节 “十二五”规划解读

一、《全国房地产业发展“十二五”规划》

二、“十二五”期间保障性住房每年建500万套

三、房产税已纳入房地产“十二五”规划

四、“十二五”房地产业发展应立足于保民生

第四节 “十二五”区域产业发展分析

一、“十一五”区域发展态势与存在问题

二、“十二五”我国区域政策的基本走向

三、“十二五”区域产业布局与产业转移

第五节 “十二五”时期房地产行业热点问题研究

一、产业增长方式转型问题

二、行业产业链延伸问题

三、产业转移及承接问题

第六节 智能建筑行业“十三五”预测

第九章 房地产行业投资机会与风险防范

第一节 房地产行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、房地产行业投资现状分析

第二节 2016-2022年房地产行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、房地产行业投资机遇

第三节 2016-2022年房地产行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、宏观经济波动风险及防范

三、供求风险及防

四、其他风险及防范

第十章 专家建议

第一节 智能建筑项目策划

一、严谨的市场调查是制定项目定位的前提

二、对项目的准确定位是策划成功的核心

第二节 房地营销策略分析

一、房地产营销策略理论基础

1、4P

2、4V

3、4R

二、房地产营销产品策略

三、房地产营销价格策略

1、定价比例

2、价格调整策略。

四、房地产营销渠道策略

五、房地产营销促销策略

1、品牌营销的内涵

2、关系营销的内涵

3、概念营销的内涵

4、服务营销的内涵

5、文化营销的内涵

6、人脉营销的内涵

7、体验营销的内涵

第三节 房地产经营策略分析

一、房地产市场细分策略

二、房地产市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、房地产新产品差异化战略

图表目录：

图表：2011-2015年行业企业数量分析

图表：2011-2015年行业从业人员数量分析

图表：2011-2015年行业市场规模分析

图表：2011-2015年行业资产规模分析

图表：重点客户战略

图表：产业链的形成机制

图表：产业链上的价值传递

图表：2014年末人口数及其构成

图表：2009-2015年城镇新增就业人数

图表：2009-2015年国内生产总值与全部就业人员比率

图表：2009-2015年高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数

图表：2009-2015年研究与试验发展（R&D）经费支出

图表：2009-2015年中国城镇化水平

特别说明：中国报告网所出具的报告会随时间，市场变化调整更新，帮助用户掌握最新市场行情。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangdichang/239277239277.html>