

2022-2028年中国住宅市场 深度分析与战略咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国住宅市场深度分析与战略咨询报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202205/296218.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

住宅是指专供居住的房屋，包括别墅、公寓、职工家属宿舍和集体宿舍、职工单身宿舍和学生宿舍等。但不包括住宅楼中作为人防用、不住人的地下室等，也不包括托儿所、病房、疗养院、旅馆等具有专门用途的房屋。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国住宅市场深度分析与战略咨询报告》共十五章。首先介绍了住宅行业市场发展环境、住宅整体运行态势等，接着分析了住宅行业市场运行的现状，然后介绍了住宅市场竞争格局。随后，报告对住宅做了重点企业经营状况分析，最后分析了住宅行业发展趋势与投资预测。您若想对住宅产业有个系统的了解或者想投资住宅行业，本报告是您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。

报告目录：

第一章 2016-2020年全球房地产市场运行走势分析

第一节 2016-2020年世界房地产市场分析

一、世界房地产市场分析

二、贸易战下世界房地产业发展分析

三、世界房地产“主心骨”探讨

四、全球房地产市场分析与预测

五、全球房地产市场“触底”探讨

第二节 2016-2020年世界房地产对世界经济复苏的重要意义

第三节 2016-2020年中美房地产市场发展对世界的影响分析

一、中美房地产对各资源供应国的影响

二、中美房地产对世界经济发展的影响

三、中国房地产对各行业的影响

四、2016-2020年中国房地产市场对全球经济复苏的影响

五、美国房地产对全球经济的影响及预测

第二章 2016-2020年中国房地产市场发展新形势分析

第一节 2016-2020年中国房地产供需分析

- 一、住房潜在需求分析
- 二、中国购置未开发土地情况
- 三、中国房地产价格情况
- 四、中国房地产市场调整分析
- 五、中国房地产购买力的外部抽离解析

第二节 2016-2020年全国房地产市场运行情况

- 一、房地产开发完成情况
- 二、商品房销售情况
- 三、房地产开发企业资金来源情况
- 四、全国房地产开发景气指数

第三节 2020年中国大中城市房屋市场销售价格指数

第四节 2016-2020年中国房地产市场发展分析

- 一、2016-2020-2020年中国房地产业发展概述
- 二、2016-2020年中国房地产全行业发展形势
- 三、2016-2020年中国房地产调整空间情况
- 四、2016-2020年中国房地产市场调控分析
- 五、2016-2020年中国房地产市场发展的关键

第五节 2016-2020年房地产市场形势分析与影响因素

- 一、中国房地产市场形势分析
- 二、影响2016-2020年房地产市场走势的因素分析
- 三、中国房地产政策建议

第三章 2016-2020年全球住宅所属行业发展状况分析

第一节 2016-2020年全球住宅行业总体概述

- 一、全球住宅市场分析
- 二、国外住宅消费保障体系分析
- 三、2016-2020年全球住宅行业供需格局分析

第二节 2016-2020年主要国家地区住宅行业发展分析

- 一、2016-2020年美国住宅行业发展分析
- 二、2016-2020年日本住宅行业发展分析
- 三、2016-2020年韩国住宅行业发展分析

四、2016-2020年香港住宅行业发展分析

第四章 2016-2020年中国住宅所属行业运行动态分析

第一节 2016-2020年中国住宅行业市场特征分析

一、房地产开发资金来源情况

二、土地市场分析

三、住宅开发投资状况

四、住宅销售与空置分析

五、住宅价格分析

第二节 2016-2020年中国住宅行业产品结构分析

第三节 2016-2020年中国住宅行业市场结构分析

一、全国住宅市场成交概述

二、重点城市住宅市场成交量分析

三、重点城市住宅市场成交价格分析

第四节 2016-2020年中国各地区住宅市场成交情况分析

一、中国各地区住宅市场成交情况回顾

二、2016-2020年中国各地区住宅市场成交情况

三、2016-2020年中国八大城市住宅市场运行分析

四、2016-2020年苏州普通住宅租赁价格指数

第五章 2016-2020年中国住宅所属行业市场供需分析

第一节 2016-2020年中国住宅供给分析

一、2016-2020年供给总量分析

二、2016-2020年供给结构分析

第二节 2016-2020年中国住宅需求分析

一、2016-2020年需求总量分析

二、需求结构分析

第六章 2016-2020年中国住宅区域市场格局分析

第一节 2016-2020年北京住宅市场分析

一、北京房地产市场宏观数据分析

二、2016-2020年北京住宅供应量及特点

三、2016-2020年北京存量住宅成交量情况

四、北京市地产开发商排名及其未来供应与举措

第二节 2016-2020年成都住宅市场分析

一、成都楼市理性置业状况

二、成都楼市发展调查

三、2016-2020年成都房地产市场走势分析

四、2016-2020年成都住宅市场分析

五、成都住宅市场预测

第三节 2016-2020年上海住宅市场分析

一、2020年上海房地产市场分析

二、2020年上海高端住宅市场分析

第四节 2016-2020年深圳住宅市场分析

一、深圳住宅市场分析

二、深圳商品住宅市场分析

三、深圳普通住宅租赁价格指数

四、深圳普通住宅市场运行分析

第五节 2016-2020年广州住宅市场分析

一、广州商品住宅市场行情

二、广州住宅开发经营情况

三、2016-2020年广州市商品住宅市场成交区域分布

四、2016-2020年广州市商品住宅市场总体成交走势

五、2016-2020年广州住宅楼盘销售排行榜

六、2016-2020年广州商品住宅市场成交区域分布

第六节 2016-2020年武汉住宅市场分析

一、2020年武汉商品房市场行情分析

二、武汉房地产开发经营情况

三、2016-2020年月武汉商品住宅市场分析

四、2016-2020年武汉房地产市场发展展望

第七节 2016-2020年杭州住宅市场分析

一、杭州市目前商业格局分析

二、杭州房地产市场年终回顾总述

三、杭州房地产开发投资情况

四、杭州住宅市场行情分析

第七章 2016-2020年中国二手房所属行业市场运行态势分析

第一节 2016-2020年部分地区二手房价格指数分析

- 一、2016-2020年北京二手房价格指数分析
- 二、2016-2020年深圳二手房价格指数分析
- 三、2016-2020年上海二手房价格指数分析
- 四、2016-2020年重庆二手房价格指数分析

第二节 2016-2020年中国二手房市场发展分析

- 一、2016-2020年二手房市场分析
- 二、2016-2020年二手房市场政策分析
- 三、2016-2020年二手房市场价格分析
- 四、2016-2020年二手房市场格局分析

第三节 2016-2020年二手房消费者分析

- 一、买卖二手房群体分类
- 二、置业群体购房动机分析
- 三、二手房消费者对中介态度调查

第八章 2016-2020年中国住宅行业市场竞争分析

第一节 2016-2020年房地产市场竞争发展历程

- 一、成本竞争阶段
- 二、性价比竞争阶段
- 三、模式竞争阶段
- 四、品牌竞争阶段

第二节 2016-2020年住宅企业竞争力分析

- 一、品牌形象力
- 二、制度有效力
- 三、战略执行力
- 四、研发创新力
- 五、资源整合力
- 六、提升竞争力的具体措施

第三节 2016-2020年中国住宅市场竞争分析

- 一、2016-2020年住宅市场竞争形势分析
- 二、2016-2020年住宅竞争性的供给市场分析
- 三、2016-2020年中国住宅市场增加竞争的必要性

第九章 2016-2020年中国住宅企业提升竞争力策略分析

第一节 2016-2020年中国房地产市场竞争策略分析

第二节 2016-2020年中国住宅企业竞争策略分析

- 一、坚守核心主业
- 二、构建优质渠道
- 三、整合优质资源
- 四、提升经营能力
- 五、明确品牌形象
- 六、调整市场策略

第三节 2016-2020年领先者市场竞争策略

- 一、维护高质量形象
- 二、扩大市场需求总量
- 三、保护市场份额
- 四、扩大市场份额

第四节 挑战者市场竞争策略

- 一、正面进攻
- 二、侧翼攻击
- 三、包围进攻
- 四、迂回攻击
- 五、游击战

第五节 2016-2020年追随者的市场竞争策略

- 一、紧密追随策略
- 二、距离追随策略
- 三、选择追随策略

第六节 2016-2020年补缺者的市场竞争策略

- 一、市场补缺者的特征
- 二、市场补缺者的策略

第十章中国住宅重点企业竞争性财务数据分析

第一节 万科企业股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第二节 保利房地产（集团）股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第三节 金地(集团)股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第四节 招商局地产控股股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第五节 北京北辰实业股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 其它企业分析

一、大连万达集团股份有限公司

二、恒大地产集团有限公司

三、中国海外发展有限公司

四、碧桂园控股有限公司

五、绿城中国控股有限公司

第十一章 2022-2028年中国住宅行业发展趋势与预测分析

第一节 2022-2028年中国房地产市场走势分析

一、全国房地产市场总体形势

二、全国一二三线城市房地产市场形势

三、中国房地产主要区域市场形势

四、分类别楼盘市场形势

第二节 2022-2028年房地产及住宅行业发展趋势与预测

一、中国房地产市场未来趋势的判断

二、房地产市场营销新趋势

三、中国房地产市场预测

四、中国住宅市场价格预测

第三节 2022-2028年住宅产品市场发展趋势

一、住宅产品市场向两端分化

二、两大住宅产品特点及发展方向

三、房地产市场加速进入产品时代

四、住宅市场区域特色消融

五、未来住宅市场的细分和开发模式的转变

第十二章 2022-2028年中国住宅行业投资现状分析

第一节 2022-2028年全球房地产与住宅行业投资分析

一、2022-2028年全球住宅市场投资形势

二、2022-2028年全球房地产市场区域性机会分析

三、2022-2028年全球房地产投资趋势

四、2022-2028年全球商业房地产投资走势预测

第二节 2022-2028年中国房地产与住宅投资分析

一、2020年中国房地产投资问题

二、2022-2028年中国房地产投资情况

三、2022-2028年中国商品房开发投资情况

四、2022-2028年中国房地产与住宅开发投资情况

五、未来十年中国二、三线城市房地产投资潜力

六、2022-2028年贸易战下中国房地产及住宅投资分析

第十三章 2022-2028年住宅行业投资环境分析

第一节 2022-2028年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第二节 2022-2028年中国住宅政策环境分析

一、中国房地产主要政策事件

二、2022-2028年中国促进房地产市场政策措施

第三节 2022-2028年住宅社会发展环境分析

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

第十四章 2022-2028年中国住宅行业投资机会与风险分析

第一节 2022-2028年中国住宅行业投资前景分析

一、中国房地产发展前景

二、中国住宅地产市场投资潜力分析

第二节 2022-2028年中国城市化给住宅产业发展带来的机遇分析

一、户籍制度改革与城市化进程对住宅市场的影响

二、崇尚自然带来消费观念的改变

三、城市建设带来住宅产业的机遇

第三节 2022-2028年中国房地产及住宅行业投资风险分析

第十五章 2022-2028年中国住宅行业投资战略研究（ ）

第一节 2022-2028年房地产营销策略分析

一、房地产营销中的问题

二、房地产营销策略

第二节 2022-2028年住宅行业投资战略研究

第三节 贸易战下住宅行业发展与投资策略分析

一、对症下药

二、程序科学

三、控制成本

四、以市场为中心

五、讲求效益

六、可持续发展

七、遵守法律

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202205/296218.html>