

# 2020-2025年中国商品住宅行业市场前景预测及投资战略研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国商品住宅行业市场前景预测及投资战略研究报告》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：<https://www.huaon.com/detail/482045.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

据统计，截至到2019年8月，中国商品住宅施工面积为568024.7万平方米，同比增长10.1%，竣工面积为29336.15万平方米，同比降低9.6%。

2013-2019年8月中国商品住宅施工面积与竣工面积

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 商品住宅行业相关概述

#### 1.1 服务的内涵与特征

##### 1.1.1 服务的内涵

##### 1.1.2 服务的特征

#### 1.2 商品住宅行业相关概述

##### 1.2.1 商品住宅行业的定义

##### 1.2.2 商品住宅行业的分类

##### 1.2.3 商品住宅行业的产业链结构

##### 1.2.4 商品住宅行业在国民经济中的地位

#### 1.3 商品住宅行业统计标准介绍

##### 1.3.1 行业统计部门和统计口径

##### 1.3.2 行业研究机构介绍

##### 1.3.3 行业主要统计方法介绍

##### 1.3.4 行业涵盖数据种类介绍

### 第二章 中国商品住宅行业发展环境

#### 2.1 中国商品住宅行业政策法律环境分析

##### 2.1.1 行业管理体制分析

##### 2.1.2 行业主要法律法规

##### 2.1.3 政策环境对行业的影响

#### 2.2 中国商品住宅行业经济环境分析

##### 2.2.1 宏观经济形势分析

##### 2.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析

## 2.3 中国商品住宅行业社会环境分析

### 2.3.1 行业社会环境分析

### 2.3.2 社会发展对行业的影响分析

## 2.4 中国商品住宅行业消费环境分析

### 2.4.1 行业消费驱动分析

### 2.4.2 行业消费需求特点

### 2.4.3 行业消费群体分析

### 2.4.4 消费环境对行业的影响分析

## 第三章 中国商品住宅行业发展概述

### 3.1 中国商品住宅行业发展状况分析

#### 3.1.1 中国商品住宅行业发展阶段

#### 3.1.2 中国商品住宅行业发展总体概况

#### 3.1.3 中国商品住宅行业发展特点分析

#### 3.1.4 中国商品住宅行业商业模式分析

### 3.2 2015-2019年商品住宅行业发展现状

#### 3.2.1 2015-2019年中国商品住宅行业市场规模

#### 3.2.2 2015-2019年中国商品住宅行业发展分析

#### 3.2.3 2015-2019年中国商品住宅企业发展分析

### 3.3 2015-2019年中国商品住宅行业市场供需分析

#### 3.3.1 中国商品住宅行业供给分析

#### 3.3.2 中国商品住宅行业需求分析

截至到2019年8月中国商品住宅销售面积未89409.86万平方米，同比增长0.6%，销售额为83317.09亿元，同比增长9.9%。

#### 2013-2019年8月中国商品住宅销售面积与销售额

#### 3.3.3 中国商品住宅行业供需平衡

## 第四章 中国商品住宅行业发展前景分析

### 4.1 2020-2025年中国商品住宅市场发展前景

#### 4.1.1 2020-2025年商品住宅市场发展潜力

#### 4.1.2 2020-2025年商品住宅市场发展前景展望

#### 4.1.3 2020-2025年商品住宅细分行业发展前景分析

### 4.2 2020-2025年中国商品住宅市场发展趋势预测

#### 4.2.1 2020-2025年商品住宅行业发展趋势

#### 4.2.2 2020-2025年商品住宅市场规模预测

#### 4.2.3 2020-2025年商品住宅行业应用趋势预测

#### 4.2.4 2020-2025年细分市场发展趋势预测

### 4.3 2020-2025年商品住宅行业投资风险分析

#### 4.3.1 行业政策风险

#### 4.3.2 宏观经济风险

#### 4.3.3 市场竞争风险

#### 4.3.4 关联产业风险

#### 4.3.5 其他投资风险

### 4.4 2020-2025年中国商品住宅行业面临的困境及对策

#### 4.4.1 中国商品住宅行业面临的困境及对策

##### 1、中国商品住宅行业面临困境

##### 2、中国商品住宅行业对策探讨

#### 4.4.2 中国商品住宅企业发展困境及策略分析

##### 1、中国商品住宅企业面临的困境

##### 2、中国商品住宅企业的对策探讨

#### 4.4.3 国内商品住宅企业的出路分析

## 第五章 中国商品住宅行业服务领域分析

### 5.1 商品住宅行业服务领域概况

#### 5.1.1 行业主要服务领域

#### 5.1.2 行业服务结构分析

#### 5.1.3 服务发展趋势分析

#### 5.1.4 服务策略建议

### 5.2 服务领域一

#### 5.2.1 市场发展现状概述

#### 5.2.2 行业市场应用规模

#### 5.2.3 行业市场需求分析

### 5.3 服务领域二

#### 5.3.1 市场发展现状概述

#### 5.3.2 行业市场应用规模

#### 5.3.3 行业市场需求分析

### 5.4 服务领域三

#### 5.4.1 市场发展现状概述

#### 5.4.2 行业市场应用规模

#### 5.4.3 行业市场需求分析

## 第六章 中国商品住宅行业市场竞争格局分析

### 6.1 商品住宅行业竞争格局分析

#### 6.1.1 商品住宅行业区域分布格局

#### 6.1.2 商品住宅行业企业规模格局

#### 6.1.3 商品住宅行业企业性质格局

### 6.2 商品住宅行业竞争状况分析

#### 6.2.1 商品住宅行业上游议价能力

#### 6.2.2 商品住宅行业下游议价能力

#### 6.2.3 商品住宅行业新进入者威胁

#### 6.2.4 商品住宅行业替代产品威胁

#### 6.2.5 商品住宅行业内部竞争分析

### 6.3 商品住宅行业投资兼并重组整合分析

#### 6.3.1 投资兼并重组现状

#### 6.3.2 投资兼并重组案例

#### 6.3.3 投资兼并重组趋势

## 第七章 中国商品住宅行业企业经营分析

### 7.1 万科

#### (1) 企业发展简况分析

#### (2) 企业经营情况分析

#### (3) 企业经营优劣势分析

### 7.2 保利地产

#### (1) 企业发展简况分析

#### (2) 企业经营情况分析

#### (3) 企业经营优劣势分析

### 7.3 新城控股

#### (1) 企业发展简况分析

#### (2) 企业经营情况分析

#### (3) 企业经营优劣势分析

### 7.4 阳光城

#### (1) 企业发展简况分析

#### (2) 企业经营情况分析

#### (3) 企业经营优劣势分析

## 第八章 互联网对商品住宅行业的影响分析

### 8.1 互联网对商品住宅行业的影响

#### 8.1.1 智能服务设备发展情况分析

- 1、智能服务设备发展概况
- 2、主要服务APP应用情况

#### 8.1.2 服务智能设备经营模式分析

- 1、智能硬件模式
- 2、服务APP模式
- 3、虚实结合模式
- 4、个性化资讯模式

#### 8.1.3 智能设备对商品住宅行业的影响分析

- 1、智能设备对商品住宅行业的影响
- 2、服务智能设备的发展趋势分析

### 8.2 互联网+服务发展模式分析

#### 8.2.1 互联网+服务商业模式解析

- 1、商业模式一
  - (1) 服务模式
  - (2) 盈利模式
- 2、商业模式二
  - (1) 服务模式
  - (2) 盈利模式

#### 8.2.2 互联网+服务案例分析

- 1、案例一
- 2、案例二
- 3、案例三

### 8.3 互联网背景下商品住宅行业发展趋势分析

## 第九章 商品住宅企业市场营销策略探讨

### 9.1 服务营销的特点

- 9.1.1 服务产品的无形性
- 9.1.2 服务的不可分离性
- 9.1.3 服务产品的可变性
- 9.1.4 服务产品的易失性

### 9.2 商品住宅企业的营销策略

#### 9.2.1 内部营销与交互作用营销

## 9.2.2 差别化管理

## 9.2.3 服务质量管理

## 9.2.4 平衡供求的策略

## 9.3 商品住宅企业提高服务质量的营销策略

### 9.3.1 服务质量的主要影响因素模型

### 9.3.2 服务质量影响因素关系分析

### 9.3.3 商品住宅企业提高服务质量的营销策略分析

## 9.4 商品住宅企业的品牌营销

### 9.4.1 商品住宅企业品牌营销中存在的问题

- 1、品牌营销处于初级阶段
- 2、缺乏品牌塑造意愿
- 3、服务品牌理念脱离实质
- 4、品牌营销定位不具备持续价值

### 9.4.2 商品住宅企业品牌营销策略分析

- 1、实行差异化的服务
- 2、树立服务品牌营销意识
- 3、提高顾客满意度与忠诚度
- 4、打造高品质的企业服务文化

## 第十章 研究结论及建议

### 10.1 研究结论

### 10.2 建议 ( AK LX )

#### 10.2.1 行业发展策略建议

#### 10.2.2 行业投资方向建议

#### 10.2.3 行业投资方式建议

### 图表目录：

图表 商品住宅行业服务特点

图表 商品住宅产业链分析

图表 商品住宅行业生命周期

图表 商品住宅行业商业模式

图表 投资建议

图表 2015-2019年中国商品住宅行业市场规模分析

图表 2020-2025年中国商品住宅行业市场规模预测

图表 商品住宅行业营销策略建议



更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/482045.html>