

# 2020-2026年中国房地产策 划代理市场研究与投资策略报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制  
[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国房地产策划代理市场研究与投资策略报告》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.chinairr.org/report/R04/R0402/202002/06-335061.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

中国产业研究报告网发布的《2020-2026年中国房地产策划代理市场研究与投资策略报告》共四章。首先介绍了房地产策划代理相关概念及发展环境，接着分析了中国房地产策划代理规模及消费需求，然后对中国房地产策划代理市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国房地产策划代理面临的机遇及发展前景。您若想对中国房地产策划代理有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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1章：发展环境篇

#### 1.1 中国房地产策划代理行业发展环境分析

##### 1.1.1 房地产策划代理行业定义

（1）房地产策划代理行业定义

（2）房地产策划代理行业发展历程

##### 1.1.2 房地产策划代理行业经济环境分析

（1）国内宏观经济发展分析

（2）国内宏观经济发展趋势

（3）经济形势与行业的相关性分析

##### 1.1.3 房地产策划代理行业社会环境分析

（1）中国城镇化进程发展历程与特点分析

（2）2016-2019年城镇化推进政策汇总分析

（3）新型城镇化给行业带来的影响与机会

##### 1.1.4 房地产策划代理行业产业环境分析

（1）中国房地产调控政策影响分析

1) 房地产政策对商品房供给的影响

2) 房地产政策对商品房需求的影响

3) 房地产政策对商品房供求平衡的影响

（2）房地产行业发展规模分析

- 1) 房地产开发商数量规模分析
- 2) 房地产开发商投资规模分析
- 3) 房地产开发商土地购置面积分析
- (3) 中国房地产行业开发规模分析
- 1) 中国商品房新开工面积分析
- 2) 中国商品房施工面积分析
- 3) 中国商品房竣工面积分析
- (4) 中国房地产行业销售规模分析
- 1) 中国商品房销售面积分析
- 2) 中国商品房销售金额分析

## 第2章：竞争与市场篇

### 2.1 中国房地产策划代理行业市场格局分析

#### 2.1.1 房地产策划代理行业发展现状分析

- (1) 房地产策划代理行业市场主体分析
- (2) 房地产策划代理企业经营情况分析
- (3) 房地产策划代理行业经营绩效分析
- (4) 房地产策划代理行业竞争格局分析
- (5) 房地产策划代理行业市场集中度分析

#### 2.1.2 房地产策划代理行业竞争强度分析

- (1) 房地产策划代理行业潜在进入者的威胁分析
  - 1) 房地产策划代理行业进入壁垒分析
  - 2) 房地产策划代理现有守成者的反击
  - (2) 房地产策划代理行业替代品的威胁分析
  - (3) 房地产策划代理行业买方议价能力分析
  - (4) 房地产策划代理行业供应商议价能力分析
  - (5) 房地产策划代理行业现有企业的竞争分析
  - (6) 房地产策划代理行业竞争强度总结
- #### 2.1.3 房地产策划代理行业竞争策略分析
- (1) 第一梯队市场份额与竞争策略分析
  - 1) 第一梯队企业市场份额分析
  - 2) 第一梯队企业竞争策略分析

## (2) 第二梯队企业市场份额与竞争策略分析

### 1) 第二梯队企业市场份额分析

### 2) 第二梯队企业竞争策略分析

## (3) 第三梯队企业市场份额与竞争策略分析

### 1) 第三梯队企业市场份额分析

### 2) 第三梯队企业竞争策略分析

## 2.2 中国房地产策划业务市场规模与需求分析

### 2.2.1 房地产策划业务流程与特征分析

#### (1) 房地产策划的定义

#### (2) 房地产策划的主要内容

#### (3) 房地产策划的本质特征

#### (4) 房地产策划的作用与意义

#### (5) 房地产策划的业务流程

### 2.2.2 房地产策划业务市场规模分析

#### (1) 房地产策划业务收入分析

#### (2) 房地产策划项目个数分析

#### (3) 房地产策划建筑面积分析

#### (4) 房地产策划物业类型分析

#### (5) 房地产策划平均收费分析

### 2.2.3 房地产策划业务主要领域策划策略分析

#### (1) 区域性开发策划业务的策划策略分析

##### 1) 区域性开发的定义与特性

##### 2) 区域开发定位的策略分析

##### 3) 区域开发空间层面的策划分析

##### 4) 区域开发资源层面的策划分析

##### 5) 区域开发功能层面的策划分析

##### 6) 区域开发产业层面的策划分析

##### 7) 区域开发引擎层面的策划分析

#### (2) 住区性定位策划业务的策划策略分析

##### 1) 项目定位的策略与案例分析

##### 2) 客户定位的策略与案例分析

##### 3) 空间定形的策略与案例分析

4) 产品创新的策略与案例分析

5) 户型创新的策略与案例分析

6) 景观营造的策略与案例分析

7) 项目开发的策略与案例分析

(3) 商业地产策划业务的策划策略分析

1) 项目选址的策略与案例分析

2) 商业生态系统的定位策略分析

3) 业态组合的策略与案例分析

4) 场所营造的策略与案例分析

#### 2.2.4 房地产策划细分市场的需求与市场拓展策略

(1) 住宅地产策划业务市场需求与拓展策略分析

1) 住宅地产策划发展现状与存在问题

2) 住宅地产策划特征与市场拓展策略

3) 住宅地产策划市场发展规模分析

4) 住宅地产策划市场发展前景分析

(2) 商业地产策划业务市场需求与拓展策略分析

1) 商业地产策划发展现状与存在问题

2) 商业地产策划特征与市场拓展策略

3) 商业地产策划市场发展规模分析

4) 商业地产策划市场发展前景分析

#### 2.2.5 房地产新型战略策划业务类型与吸引力分析

(1) 房地产新型战略策划业务类型分析

(2) 房地产新型战略策划业务吸引力分析

### 2.3 中国房地产代理业务市场规模与需求分析

#### 2.3.1 房地产代理业务的类型与特征分析

(1) 房地产代理的概念

(2) 房地产代理业务类型

#### 2.3.2 手物业代理业务市场规模分析

(1) 一手物业代理业务收入分析

(2) 一手物业代理销售面积分析

(3) 一手物业代理项目储备分析

(4) 一手物业代理物业类型分析

### 2.3.3 手物业代理细分市场需求与市场拓展策略

#### (1) 商品住宅代理业务市场需求与拓展策略分析

- 1) 商品住宅代理市场发展现状与存在问题
- 2) 商品住宅代理项目特征与市场拓展策略
- 3) 商品住宅代理项目市场规模分析
- 4) 商品住宅代理项目市场前景分析

#### (2) 商业地产代理业务市场需求与拓展策略分析

- 1) 商业地产代理市场发展现状与存在问题
- 2) 商业地产代理项目特征与市场拓展策略
- 3) 商业地产代理项目市场规模分析
- 4) 商业地产代理项目市场前景分析

### 2.4 中国房地产策划代理行业区域扩张策略分析

#### 2.4.1 中国房地产策划代理行业区域扩张策略

- (1) 房地产策划代理行业区域扩张版图整体概览
- (2) 房地产策划代理行业区域扩张与深耕策略分析

#### 2.4.2 房地产策划代理行业一线城市投资前景分析

##### (1) 北京市房地产策划代理行业投资前景分析

- 1) 北京市房地产策划代理行业发展环境分析
- 2) 北京市房地产策划代理行业市场竞争格局
- 3) 北京市房地产策划代理行业潜在市场容量
- 4) 北京市房地产策划代理行业投资前景分析

##### (2) 上海市房地产策划代理行业投资前景分析

- 1) 上海市房地产策划代理行业发展环境分析
- 2) 上海市房地产策划代理行业市场竞争格局
- 3) 上海市房地产策划代理行业潜在市场容量
- 4) 上海市房地产策划代理行业投资前景分析

##### (3) 深圳市房地产策划代理行业投资前景分析

- 1) 深圳市房地产策划代理行业发展环境分析
- 2) 深圳市房地产策划代理行业市场竞争格局
- 3) 深圳市房地产策划代理行业潜在市场容量
- 4) 深圳市房地产策划代理行业投资前景分析

##### (4) 广州市房地产策划代理行业投资前景分析

- 1) 广州市房地产策划代理行业发展环境分析
- 2) 广州市房地产策划代理行业市场竞争格局
- 3) 广州市房地产策划代理行业潜在市场容量
- 4) 广州市房地产策划代理行业投资前景分析

#### 2.4.3 房地产策划代理行业二三线城市投资前景分析

##### (1) 南京市房地产策划代理行业投资前景分析

- 1) 南京市房地产策划代理行业发展环境分析
- 2) 南京市房地产策划代理行业市场竞争格局
- 3) 南京市房地产策划代理行业潜在市场容量
- 4) 南京市房地产策划代理行业投资前景分析

##### (2) 武汉市房地产策划代理行业投资前景分析

- 1) 武汉市房地产策划代理行业发展环境分析
- 2) 武汉市房地产策划代理行业市场竞争格局
- 3) 武汉市房地产策划代理行业潜在市场容量
- 4) 武汉市房地产策划代理行业投资前景分析

##### (3) 沈阳市房地产策划代理行业投资前景分析

- 1) 沈阳市房地产策划代理行业发展环境分析
- 2) 沈阳市房地产策划代理行业市场竞争格局
- 3) 沈阳市房地产策划代理行业潜在市场容量
- 4) 沈阳市房地产策划代理行业投资前景分析

##### (4) 成都市房地产策划代理行业投资前景分析

- 1) 成都市房地产策划代理行业发展环境分析
- 2) 成都市房地产策划代理行业市场竞争格局
- 3) 成都市房地产策划代理行业潜在市场容量
- 4) 成都市房地产策划代理行业投资前景分析

##### (5) 重庆市房地产策划代理行业投资前景分析

- 1) 重庆市房地产策划代理行业发展环境分析
- 2) 重庆市房地产策划代理行业市场竞争格局
- 3) 重庆市房地产策划代理行业潜在市场容量
- 4) 重庆市房地产策划代理行业投资前景分析

##### (6) 杭州市房地产策划代理行业投资前景分析

- 1) 杭州市房地产策划代理行业发展环境分析



- 2) 杭州市房地产策划代理行业市场竞争格局
- 3) 杭州市房地产策划代理行业潜在市场容量
- 4) 杭州市房地产策划代理行业投资前景分析
- (7) 青岛市房地产策划代理行业投资前景分析
- 1) 青岛市房地产策划代理行业发展环境分析
- 2) 青岛市房地产策划代理行业市场竞争格局
- 3) 青岛市房地产策划代理行业潜在市场容量
- 4) 青岛市房地产策划代理行业投资前景分析
- (8) 大连市房地产策划代理行业投资前景分析
- 1) 大连市房地产策划代理行业发展环境分析
- 2) 大连市房地产策划代理行业市场竞争格局
- 3) 大连市房地产策划代理行业潜在市场容量
- 4) 大连市房地产策划代理行业投资前景分析
- (9) 厦门市房地产策划代理行业投资前景分析
- 1) 厦门市房地产策划代理行业发展环境分析
- 2) 厦门市房地产策划代理行业市场竞争格局
- 3) 厦门市房地产策划代理行业潜在市场容量
- 4) 厦门市房地产策划代理行业投资前景分析
- (10) 海口市房地产策划代理行业投资前景分析
- 1) 海口市房地产策划代理行业发展环境分析
- 2) 海口市房地产策划代理行业市场竞争格局
- 3) 海口市房地产策划代理行业潜在市场容量
- 4) 海口市房地产策划代理行业投资前景分析

### 第3章：发展战略与前景篇

#### 3.1 房地产策划代理行业发展路径与战略选择

##### 3.1.1 中国房地产策划代理行业佣金制度分析

- (1) 房地产策划代理行业主要佣金制度分析
- (2) 房地产策划代理行业佣金制度对比分析
- (3) 房地产策划代理行业费率变化分析
- (4) 房地产策划代理行业最佳佣金制度分析

##### 3.1.2 中国房地产策划代理行业人力资源战略分析

- (1) 房地产策划代理行业从业人员特征分析
- (2) 房地产策划代理行业员工流动性分析
- (3) 房地产策划代理行业员工培训投入分析
- (4) 房地产策划代理行业人才结构分析
- (5) 房地产策划代理行业人力资源战略

### 3.1.3 中国房地产策划代理行业品牌建设战略分析

- (1) 房地产策划代理行业品牌发展路径分析
    - 1) 房地产策划代理行业品牌发展路径分析
    - 2) 房地产策划代理品牌与经纪品牌融合
  - (2) 房地产策划代理行业品牌建设现状分析
  - (3) 房地产策划代理行业区域品牌建设分析
  - (4) 房地产策划代理行业企业品牌价值分析
    - 1) 全国性策划代理企业品牌价值分析
    - 2) 区域性策划代理企业品牌价值分析
  - (5) 房地产策划代理行业品牌企业市场份额分析
    - 1) 全国性策划代理品牌企业市场份额分析
    - 2) 区域性策划代理品牌企业市场份额分析
    - 3) 策划代理品牌价值与市场份额的相关性
  - (6) 房地产策划代理企业品牌价值矩阵分析
    - 1) 房地产策划代理企业价值优势区分析
    - 2) 房地产策划代理企业业绩增速优势区分析
    - 3) 房地产策划代理企业品牌溢价优势区分析
    - 4) 房地产策划代理企业价值成长区分析
  - (7) 房地产策划代理行业品牌建设投入与策略分析
    - 1) 房地产策划代理行业主要品牌建设渠道分析
    - 2) 房地产策划代理行业品牌建设资金投入分析
    - 3) 房地产策划代理品牌企业品牌组合策略分析
- ### 3.1.4 中国房地产策划代理行业发展战略选择分析
- (1) 房地产策划代理行业战略选择内容分析
    - 1) 房地产策划代理行业目标客户的选择
    - 2) 房地产策划代理行业物业类型的选择
    - 3) 房地产策划代理行业业务范围的选择

- 4) 房地产策划代理行业经营区域的选择
- 5) 房地产策划代理行业成长方式的选择
- (2) 不同定位房地产策划代理企业的战略选择分析
- 1) 大型通才型房地产策划代理企业战略选择
- 2) 型房地产策划代理企业的战略选择
- 3.2 中国房地产策划代理行业展望与投资战略规划
- 3.2.1 房地产策划代理行业盈利模式分析
- (1) 房地产策划代理行业主要利润来源分析
- (2) 房地产策划代理行业盈利水平变化分析
- (3) 房地产策划代理行业盈利模式趋势分析
- 3.2.2 房地产策划代理行业发展空间预测
- (1) 房地产策划代理行业先行指标确定
- (2) 房地产策划代理行业市场规模预测模型
- (3) 房地产策划代理行业市场规模预测分析
- 3.2.3 房地产策划代理行业投资风险与机会分析
- (1) 房地产策划代理行业投资特征分析
- 1) 房地产策划代理行业价值地位赢得认可
- 2) 房地产策划代理行业上市地点回归A股
- 3) 房地产策划代理行业战略合作投资分析
- (2) 房地产策划代理行业投资风险分析
- 1) 房地产策划代理行业政策风险
- 2) 房地产策划代理行业市场风险
- 3) 房地产策划代理行业人资风险
- 4) 房地产策划代理行业竞争风险
- (3) 房地产策划代理行业投资机会分析
- 1) 不同级别城市未来市场需求与投资趋势
- 2) 地级以上城市投资吸引力总评结果分析
- 3) 房地产策划代理企业主要相关投资建议

## 第4章：标杆企业篇

- 4.1 房地产策划代理行业标杆企业发展战略分析
- 4.1.1 国际五大行业业务模式与发展战略分析

- (1) 仲量联行 (JLL) 业务模式与发展战略
- (2) 世邦魏理仕 (CBRE) 业务模式与发展战略
- (3) 戴德梁行 (DTZ) 业务模式与发展战略
- (4) 第一太平戴维斯 (Savills) 业务模式与发展战略

#### 4.1.2 深圳世联地产顾问股份有限公司发展战略分析

- (1) 企业发展概况分析
- (2) 企业发展规模分析
- (3) 企业经营能力分析
- (4) 企业策划能力分析

#### 4.1.3 易居 (中国) 控股有限公司发展战略分析

- (1) 企业发展概况分析
- (2) 企业发展规模分析
- (3) 企业经营能力分析
- (4) 企业策划能力分析

#### 4.1.4 合富辉煌集团控股有限公司发展战略分析

- (1) 企业发展概况分析
- (2) 企业发展规模分析
- (3) 企业经营能力分析
- (4) 企业策划能力分析

#### 1) 企业发展愿景分析

#### 2) 企业发展目标分析

#### 4.1.5 北京思源兴业房地产经纪有限公司发展战略分析

- (1) 企业发展概况分析
- (2) 企业发展规模分析
- (3) 企业经营能力分析
- (4) 企业策划能力分析
- (7) 企业发展战略定位

#### 4.1.6 同策房产咨询股份有限公司发展战略分析

- (1) 企业发展概况分析
- (2) 企业发展规模分析
- (3) 企业发展模式分析
- (4) 企业发展战略定位

## 图表目录：

图表1：房地产市场体系及房地产开发价值链

图表2：我国房地产策划代理行业的发展历程的划分（单位：亿元，%）

图表3：我国房地产策划代理行业的发展历程

图表4：2016-2019年我国GDP增速（单位：%）

图表5：2016-2019年我国房地产开发投资在GDP中的比例（单位：%）

图表6：我国城镇化水平（单位：%）

图表7：我国正处于城市化进程加速阶段（单位：%）

图表8：2016-2019年推进城镇化建设的政策与重要事件

图表9：2020-2026年全国新增城镇人口住宅需求测算（单位：万人，平方米，万平米，%）

图表10：2020-2026年全国新增城镇人口住宅需求测算中假设参数一览

图表11：我国人均住宅面积与美国、日本的对比（单位：平方米）

图表12：2020-2026年改善性需求测算（单位：万人，%，平方米，万平方米）

图表13：2020-2026年人均住宅面积变化拆分测算（单位：人，户/套，平方米/套，平方米）

图表14：2020-2026年人均住宅面积变化拆分测算中假设参数一览

图表15：2020-2026年拆迁性需求的测算方法（单位：亿平方米，年，万套，平方米）

图表16：2020-2026年拆迁性需求的测算方法（单位：万平方米）

图表17：20世纪90年代我国首次房地产热开始（单位：亿元，%）

图表18：受政策调控和金融危机影响，房地产转冷（单位：亿元，%）

图表19：房地产发展成为国民经济支柱产业投资走势（单位：亿元，%）

图表20：20世纪90年代以来调控与刺激政策下的中国房地产业投资走势（单位：亿元，%）

图表21：20世纪90年代以来调控与刺激政策下的中国房地产市场形势（单位：亿元，%）

图表22：我国房地产开发企业数量（单位：家）

图表23：2016-2019年我国房地产开发投资金额及同比增速（单位：亿元，%）

图表24：2016-2019年我国房地产开发商土地购置面积及同比增速（单位：万平方米，%）

图表25：2016-2019年我国房地产开发新开工面积及同比增速（单位：万平方米，%）

图表26：2016-2019年我国房地产开发施工面积及同比增速（单位：万平方米，%）

图表27：2016-2019年我国房地产开发竣工面积及同比增速（单位：万平方米，%）

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R04/R0402/202002/06-335061.html>