

2022-2028年中国老旧小区 改造市场深度研究与前景趋势报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2022-2028年中国老旧小区改造市场深度研究与前景趋势报告》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/R0402/202204/09-472408.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

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

产业研究报告网发布的《2022-2028年中国老旧小区改造市场深度研究与前景趋势报告》共十三章。首先介绍了老旧小区改造行业市场发展环境、老旧小区改造整体运行态势等，接着分析了老旧小区改造行业市场运行的现状，然后介绍了老旧小区改造市场竞争格局。随后，报告对老旧小区改造做了重点企业经营状况分析，最后分析了老旧小区改造行业发展趋势与投资预测。您若想对老旧小区改造产业有个系统的了解或者想投资老旧小区改造行业，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年中国老旧小区改造发展概述

第一节 老旧小区改造发展情况概述

一、老旧小区改造相关定义

二、老旧小区改造基本情况介绍

三、老旧小区改造发展特点分析

第二节 中国老旧小区改造上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、老旧小区改造产业链条分析

三、中国老旧小区改造产业链环节分析

第三节 中国老旧小区改造生命周期分析

一、老旧小区改造生命周期理论概述

二、老旧小区改造所属的生命周期分析

第四节 老旧小区改造经济指标分析

一、老旧小区改造的赢利性分析

二、老旧小区改造的经济周期分析

三、老旧小区改造附加值的提升空间分析

第五节 中国老旧小区改造进入壁垒分析

一、老旧小区改造资金壁垒分析

- 二、老旧小区改造技术壁垒分析
- 三、老旧小区改造人才壁垒分析
- 四、老旧小区改造其他壁垒分析

第二章 中国老旧小区改造运作模式与支持系统

第一节 老旧小区改造的运作模式

- 一、老旧小区改造三种运作模式
- 二、发挥政府主导的特殊作用
- 三、采用市场化运作的新途径

第二节 老旧小区改造的保障机制

- 一、老旧小区改造项目的社会评价机制
- 二、老旧小区改造与住房保障的联动机制

第三节 老旧小区改造的综合支持系统

- 一、建立综合支持系统应遵循的原则
- 二、建立综合支持系统的核心内容

第四节 老旧小区改造拆迁补偿模式分析

一、补偿方式分析

- (一) 货币补偿
- (二) 产权调换

二、安置方式分析

- (一) 就地安置
- (二) 异地安置

第五节 棚户区公共设施开发运营模式

- 一、工程项目融资代建制
- 二、村民投资参股经营模式
- 三、PFI（私人主动融资）
- 四、分阶段的建设时序控制

第三章 中国老旧小区改造发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国老旧小区改造政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国老旧小区改造社会环境发展分析

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

五、消费观念分析

第四章 国内老旧小区改造运行情况

第一节 中国老旧小区改造发展状况情况介绍

第二节 中国老旧小区改造市场规模分析

第三节 中国老旧小区改造供应情况分析

第四节 中国老旧小区改造需求情况分析

第五节 中国老旧小区改造供需平衡分析

第六节 中国老旧小区改造发展趋势分析

第五章 中国老旧小区改造案例分析

第一节 北京老旧小区改造情况

第二节 上海老旧小区改造情况

第三节 广州老旧小区改造情况

第四节 湖南老旧小区改造情况

第五节 湖北老旧小区改造情况

第六章 中国老旧小区改造项目招商引资策略

第一节 招商引资策略

一、总体策略

二、策略具体分解

三、招商操作要点

第二节 整体包装策略

一、总体形象策略

二、商业概念包装建议

三、现场包装建议 四、项目宣传及推广

第三节 招商引资模式设计

一、招商项目设定

二、招商方式设定

三、招商政策措施设定

四、招商形象展示设定

五、招商引资计划

第四节 项目招商应注意的几大问题

一、招商引资政府角色扮演的的问题

二、“政策优惠”不如诚信服务

三、招商引资要有所选择

四、关注引资新变化

第七章 国内老旧小区改造配套项目市场情况

第一节 家装市场现状分析

第二节 电梯市场运营现状

第三节 水、电、燃气、供暖等运营现状

第四节 节能电器运营现状

第五节 幼儿园运营现状

第六节 停车建设运营现状

第八章 2016-2020年中国老旧小区改造区域市场现状分析

第一节 中国老旧小区改造区域市场规模分布

第二节 中国华东地区老旧小区改造分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区老旧小区改造规模分析

四、华东地区老旧小区改造规模预测

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、华中地区老旧小区改造规模分析

四、华中地区老旧小区改造规模预测

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、华南地区老旧小区改造规模分析

四、华南地区老旧小区改造规模预测

第九章 2016-2020年中国老旧小区改造竞争情况

第一节 中国老旧小区改造竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国老旧小区改造SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国老旧小区改造竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 老旧小区改造企业分析

第一节 中天城投集团股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第二节 长春经开（集团）股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第三节 新湖中宝股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第四节 华夏幸福基业股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第五节 北京金隅股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第十一章 2022-2028年中国老旧小区改造发展前景分析与预测

第一节 中国老旧小区改造未来发展前景分析

一、老旧小区改造国内投资环境分析

二、中国老旧小区改造市场机会分析

三、中国老旧小区改造投资增速预测

第二节 中国老旧小区改造未来发展趋势预测

第三节 中国老旧小区改造市场发展预测

- 一、中国老旧小区改造市场规模预测
- 二、中国老旧小区改造市场规模增速预测
- 三、中国老旧小区改造产值规模预测
- 四、中国老旧小区改造产值增速预测
- 五、中国老旧小区改造供需情况预测

第四节 中国老旧小区改造盈利走势预测

- 一、中国老旧小区改造毛利润同比增速预测
- 二、中国老旧小区改造利润总额同比增速预测

第十二章 国外旧城改造案例

第一节 莎德泰晤士（ShadThames）

- 一、项目简介
- 二、更新方式
- 三、改造成效

第二节 罗斯蒙特三角地块（RosemontTriangle）

- 一、项目简介
- 二、更新方式
- 三、改造成效

第三节 城市路船坞（CityRoadBasin）

- 一、项目简介
- 二、更新方式
- 三、改造成效

第四节 本斯海姆和索尔特维尔（BenshamandSaltwell）

- 一、项目简介
- 二、更新方式
- 三、改造成效

第十三章 2022-2028年中国老旧小区改造发展战略及规划建议（）

第一节 中国老旧小区改造品牌战略分析

- 一、老旧小区改造企业品牌的重要性
- 二、老旧小区改造企业实施品牌战略的意义

三、老旧小区改造企业品牌的现状分析

四、老旧小区改造企业的品牌战略

五、老旧小区改造品牌战略管理的策略

第二节 中国老旧小区改造市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国老旧小区改造战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R04/R0402/202204/09-472408.html>