

2020-2026年中国办公楼市 场深度分析与投资方向研究报告

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

《2020-2026年中国办公楼市场深度分析与投资方向研究报告》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/202006/167956.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

根据国家统计局数据：2016年我国办公楼开发投资总额为6533.00亿元，2017年我国办公楼开发投资总额增长至6761.36亿元，投资规模同比增长3.50%。 2005-2017年我国办公楼开发投资规模走势图 资料来源：国家统计局

2016年我国办公楼竣工面积为3629.0万平方米，2017年我国办公楼竣工面积增长至4006.5万平方米。 2005-2017年我国办公楼竣工面积走势图 资料来源：国家统计局

2016年我国办公楼销售收入为5483.81亿元，2017年我国办公楼销售收入为6441.35亿元，销售收入较上年同期增长17.46%。 2005-2017年我国办公楼销售收入走势图 资料来源：国家统计局

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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 办公楼行业发展环境分析 1

第一节 办公楼行业简介 1

一、房地产行业定义及范围界定 1

二、办公楼发展历史回顾 2

三、办公楼划分标准 3

第二节 社会分析 7

一、人口规模分析 7

二、人口学历结构分析 8

三、城镇人员从业状况分析 9

第三节 技术分析 11

第四节 经济分析 14

一、2017年宏观经济运行指标分析 14

二、2020-2026年中国宏观经济发展展望 25

三、2020-2026年中国经济增长预测 27

第五节 政策法律分析 31

一、2016年主要房地产政策综述 31

二、2017年主要房地产政策综述 36

第二章 办公楼国际市场分析 47

第一节 办公楼国际需求分析 47

第二节 办公楼国际供给分析 49

一、办公楼供给分析 49

二、办公楼供需平衡分析 49

第三节 办公楼国际市场价格分析 49

一、2016年全球写字楼市场分析 49

二、2017年全球写字楼市场分析 51

第四节 办公楼国际区域市场分析 52

一、美国办公楼市场分析 52

二、日本办公楼市场分析 53

三、香港办公楼市场分析 53

第三章 办公楼国内市场分析 54

第一节 2017年办公楼市场分析 54

一、办公楼开发投资 54

二、办公楼新开工面积 59

三、办公楼新销售面积 60

四、办公楼市场特征分析 62

第二节 市场需求分析 63

一、行业需求总量分析 63

2016年我国办公楼销售收入为5483.81亿元，2017年我国办公楼销售收入为6441.35亿元，销售收入较上年同期增长17.46%。

2005-2017年我国办公楼销售收入走势图

资料来源：国家统计局

二、办公楼需求总量分析 68

三、办公楼需求结构分析 71

第三节 供给分析 73

一、行业景气分析 73

二、办公楼供给总量分析 75

2016年我国办公楼竣工面积为3629.0万平方米，2017年我国办公楼竣工面积增长至4006.5万平

方米。 2005-2017年我国办公楼竣工面积走势图 资料来源：国家统计局

三、办公楼供给结构分析 82

四、办公楼供需平衡分析 85

第四节 办公楼价格分析 93

一、办公楼历年价格波动指数 93

二、办公楼价格波动原因分析 101

第五节 办公楼国内区域市场分析 102

一、国内重点区域分析（华南、华北、华东、中西部） 102

二、国内重点城市分析 107

第五节 办公楼品牌市场结构分析 136

一、中国办公楼开发企业10强研究 136

二、2017年中国房地产上市公司TOP10研究结果及分析 139

三、2017年沪深房地产上市公司TOP10研究 141

四、2017年中国大陆在港上市房地产公司TOP10研究 144

五、2017年中国房地产财务稳健性上市公司 146

六、2020-2026年中国房地产企业销售业绩剖析及市场预测 147

七、2017年中国房地产百强企业研究报告 161

第四章 办公楼市场竞争分析 167

第一节 市场集中度分析 167

一、房地产业前10名厂商市场占有率 167

二、集中度状态描述及趋势 167

第二节 价值链分析 168

第三节 办公楼行业生命周期分析 174

第四节 办公楼SWOT分析 175

一、优势（Strengths） 175

二、劣势（Weakness） 175

三、机会（Opportunities） 175

四、威胁（Threats） 176

第五章 主要厂商分析 177

第一节 中国海外发展有限公司	177
一、公司基本情况简介	177
二、上市公司分析	178
第二节 北京中关村科技发展(控股)股份有限公司	181
一、公司简介	181
二、上市公司分析	181
第三节 北京首都开发控股（集团）有限公司	189
一、公司简介	189
二、经营分析	190
第四节 SOHO中国有限公司	197
一、公司简介	197
二、经营分析	199
三、财务分析	201
第五节 世茂集团	204
一、集团情况简介	204
二、上市公司分析	204
第六节 长江和记实业有限公司	213
一、公司简介	213
二、经营分析	214
三、财务分析	215
第七节 香港新世界发展	219
一、公司简介	219
二、经营分析	219
第六章 2020-2026年办公楼行业发展趋势分析	224
第一节 2020-2026年办公楼发展趋势	224
一、高端办公楼配置升级	224
二、小户型办公楼将成为投资新宠	224
三、独立性企业总部办公楼将进一步发展	225
四、绿色和可持续将进一步发展	225
第二节 2020-2026年办公楼市场规模预测	226
一、写字楼市场的需求规模分析	226

二、写字楼的供给状况分析	227
第三节 2020-2026年办公楼市场结构预测	228
第七章2020-2026年办公楼行业风险评价	230
第一节宏观经济波动风险	230
第二节政策风险	235
第三节供给风险	237
第四节价格风险	237
第八章 2020-2026年行业发展策略与建议	238
第一节 产品策略	238
第二节 价格策略	238
一、定价策略	239
二、差价策略	240
三、调价策略	242
四、折扣策略	242
第三节 渠道策略	244
一、营销渠道运用要点----广告	245
二、营销渠道运用要点----新闻报道	245
三、营销渠道运用要点----直邮	246
四、营销渠道运用要点----互联网	246
五、营销渠道运用要点----朋友介绍	247
第四节 销售策略	247
一、形象差异化是办公楼营销的终点	247
二、客户定位应遵循四项原则	248
三、商业与办公楼关系的六项原则	248
四、主动出击是最重要的营销手段	248
第五节服务策略	254
第六节品牌策略	255
第七节办公楼行业投资机会与建议	257
一、六大要素决定其真正价值	257
二、办公楼价值被低估	259

- 三、价值低估带来的投资机会260
- 四、数字背后的升值空间261
- 五、甲级写字楼投资成本收益分析262
- 六、投资者投资写字楼四法则264

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202006/167956.html>