

2020-2026年中国办公楼行业 市场运营态势与投资机会分析报告

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年中国办公楼行业市场运营态势与投资机会分析报告》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/201909/142291.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

数据显示：2017年1-8月份中国房地产开发企业办公楼房屋竣工面积20220000.00平方米，同比增长43.70%；2016年1-12月份中国房地产开发企业办公楼房屋竣工面积36292716.00平方米，同比增长6.10%。

时间	办公楼房屋竣工面积_累计值(平方米)	办公楼房屋竣工面积_累计增长率(%)
2016年8月	14073940.00	-1.70
2016年9月	16485536.00	-0.80
2016年10月	19516096.00	-4.40
2016年11月	23426370.00	-1.50
2016年12月	36292716.00	6.10
2017年2月	6730532.00	25.70
2017年3月	9424576.00	29.40
2017年4月	11168697.00	27.50
2017年5月	12877859.00	22.40
2017年6月	15901340.00	31.10
2017年7月	18578022.00	43.20
2017年8月	20220000.00	43.70

数据来源：国家统计局，中企顾问网整理近一年中国房地产开发企业办公楼房屋竣工面积累计及增速数据来源：国家统计局，中企顾问网整理

中企顾问网发布的《2020-2026年中国办公楼行业市场运营态势与投资机会分析报告》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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

中企顾问网中企顾问网是国内权威的市场调查、行业分析，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

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（一）2017年房地产开发投资 75（二）2017年房屋施竣工面积 79三、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（一）2016年发展情况分析 102（二）2017年发展情况分析 105二、国内重点城市分析 107（一）北京 107根据国家统计局数据显示：2016年北京办公楼销售面积累计达413.86万平方米，同比增长70.3%；2017年1-10月北京办公楼销售面积累计达86.58万平方米；同比下降74.6%。2011-2017年北京办公楼销售面积统计及增速数据来源：国家统计局，中企顾问网整理根据国家统计局数据显示：2016年北京办公楼销售额累计达1261.9亿元，同比增长79.6%；2017年1-10月北京办公楼销售额累计达304.37亿元；同比下降69.6%。2011-2017年北京办公楼销售额统计及增速数据来源：国家统计局，中企顾问网整理（二）上海 109根据国家统计局数据显示：2016年上海办公楼销售面积累计达306.4万平方米，同比增长55.2%；2017年1-10月上海办公楼销售面积累计达105.29万平方米；同比下降60.4%。2011-2017年上海办公楼销售面积统计及增速数据来源：国家统计局，中企顾问网整理根据国家统计局数据显示：2016年上海办公楼销售额累计达903.17亿元，同比增长84.8%；2017年1-10月上海办公楼销售额累计达321.96亿元；同比下降57.7%。2011-2017年上海办公楼销售额统计及增速数据来源：国家统计局，中企顾问网整理（三）广州 111（四）深圳 113（五）大连 114（六）青岛 116（七）天津 118（八）西安 120（九）沈阳 122（十）杭州 124（十一）南京 125（十二）宁波 127（十三）厦门 129（十四）成都 131（十五）武汉 133（十五）重庆 135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、经营分析 204第六节 香港长江实业集团公司 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 248五、办公楼整栋销售探秘 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 图表目录:图表:写字楼档次划分标准 7图表:2017年人口数及其构成 8图表:各地区按性别和受教育程度分的人口(2007年) 8图表:2010-2017年城镇居民人均可支配收入及其增长速度 10图表:城镇单位就业人员平均劳动报酬和指数 10图表:2010-2017年中国GDP季度走势图 14图表:2010-2017年工业增加值走势图 15图表:2017年中国工业增加值增长速度 15图表:2017年中国各地区工业增加值增长速度 16图表:2017年中国各行业工业增加值增长速度 17图表:2017年中国消费品零售总额 18图表:2017年中国城镇固定资产投资情况 19图表:2017年中国各地区城镇投资情况 20图表:2017年中国进出口总值 22图表:2017年中国CPI、PPI涨幅走势图 23图表:2017年中国银行新增人民币贷款走势图 25图表:2020-2026年世界经济最新预测 28图表:2020-2026年中国主要经济指标预测 31
更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201909/142291.html>