

中国房地产服务行业市场调研分析及投资前景与策略研究报告(2024-2029版)

报告简介

房地产服务行业(即地产服务业)是指与房地产业相辅相成、共存共生的偏向于房地产行业的服务业。

房地产综合服务业包括研发、规划、设计、销售(包括楼盘代理、经纪)、物业管理、投资顾问、评估等相关行业。在房地产产业链中,附加值更多体现在两端——设计和销售,处于中间环节的制造附加值最低。

房地产综合服务业的发展方向代表着房地产产业结构演化走向、城市转型方向和社会发展趋势,房地产综合服务业的兴旺发达是现代经济的一个显著特征。房地产业在现有条件下,要走出一条全新的房地产发展道路,关键在于能否全面创新建设房地产综合服务业。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写,在大量周密的市场调研基础上,主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布和提供的大量资料,结合中道泰和公司对房地产服务相关企业和科研单位等的实地调查,对国内外房地产服务行业的供给与需求状况、相关行业的发展状况、市场消费变化等进行了分析。重点研究了主要房地产服务品牌的发展状况,以及未来中国房地产服务行业将面临的机遇以及企业的应对策略。报告还分析了房地产服务市场的竞争格局,行业的发展动向,并对行业相关政策进行了介绍和政策趋向研判,是房地产服务生产企业、科研单位、零售企业等单位准确了解目前房地产服务行业发展动态,把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一章 全球房地产服务行业现状及经验借鉴

第一节 房地产服务行业基本概述

一、房地产服务行业界定

二、房地产服务业务类型

三、房地产服务行业周期

第二节 全球房地产服务行业发展概况

一、全球房地产服务行业发展历程

二、全球房地产服务行业地域扩张

三、全球房地产服务行业产品线扩张

四、全球房地产服务行业兼并收购状况分析

第三节 主要国家及地区房地产服务市场调研

一、美国

二、中国香港

三、中国台湾房地产服务市场特点

第二章 全球房地产服务优势业务情况及经验借鉴

第一节 戴德梁行(dtz)

一、企业基本概况

二、企业主营业务分析

三、企业区域市场调研

四、企业在营分析

第二节 世邦魏理仕(cbre)

一、企业基本概况

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业在营分析

第三节 仲量联行(jll)

一、企业基本概况

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业在营分析

第四节 高力国际(colliers)

一、企业基本概况

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业在营分析

第五节 第一太平戴维斯(savills)

一、企业基本概况

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业在营分析

第三章 中国房地产服务行业发展环境分析

第一节 房地产服务行业经济环境分析

一、国内经济发展状况分析

(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)全社会消费品零售总额

(五)全国居民收入增长分析

(六)居民消费价格变化分析

(七)对外贸易发展形势分析

二、经济环境对行业的影响

第二节 房地产服务行业政策分析

一、中国房地产土地政策分析

(一)土地市场调控政策最新动向及解读

(二)房地产市场调控政策最新动向及解读

(三)土地管理制度深层次改革必要性及方向

二、中国房地产相关政策分析

三、中国房地产其他政策影响分析

第三节 房地产交易管理制度与政策

一、房地产交易管理

(一)价格申报制度

(二)价格评估制度

(三)价格评估人员资格认证制度

二、房地产转让管理

(一)房地产转让类型

(二)房地产转让条件

三、商品房销售管理

(一)商品房预售的条件

(二)商品房预售合同登记备案

(三)商品房买卖合同管理

四、房屋租赁管理

(一)房屋租赁分类

(二)房屋租赁政策

(三)房屋租赁合同

(四)房屋租赁登记备案

五、房地产抵押管理

(一)房地产作为抵押物的条件

(二)房地产抵押合同

(三)房地产抵押登记

(四)房地产抵押的效力

(五)房地产抵押的受偿

第四节 中国房地产服务行业社会环境分析

一、人口规模及结构分析

二、中国城镇化进程分析

三、中国人均住房面积状况分析

四、居民住房观念的改变

第四章 中国房地产行业市场开发运营分析

第一节 房地产市场开发投资状况分析

一、房地产景气指数分析

二、房地产开发投资规模

三、房地产开发投资区域结构

四、房地产开发资金来源分析

第二节 中国土地市场现状分析

一、房地产企业待开发土地面积

二、房地产企业土地成交规模

三、房地产企业土地购置费用

四、主要城市土地价格情况分析

第三节 房地产市场销售状况分析

一、商品房销售情况分析

(一)商品房销售面积分析

(二)商品房待售面积分析

二、商品房销售金额分析

第五章 中国房地产服务行业发展分析

第一节 中国房地产服务行业发展历程

一、萌芽阶段(1988-1995)

二、起步阶段(1996-1999)

三、扩张阶段(2000-2007)

四、整合阶段(2008至今)

第二节 中国房地产服务业务发展概述

一、代理销售业务

二、代理租赁业务

三、物业管理业务

四、资产管理业务

五、咨询顾问业务

第三节 中国与美国房地产服务行业发展对比

一、人均gdp对比分析

二、房地产行业商业模式对比

三、房地产行业收入构成对比

第四节 房地产服务细分市场运行概况

一、住宅房地产服务市场调研

二、商业房地产服务市场调研

第六章 房地产中介服务市场调研

第一节 房地产中介服务基本概述

一、房地产中介行业特征

二、房地产中介服务内容

三、房地产中介市场构成

四、房地产中介运行方式

第二节 房地产中介服务市场运行概况

一、发展规模

二、业务比例

三、区域格局

第三节 房地产中介服务管理模式

一、战略管理模式

二、资金管理模式

三、风险管理模式

四、品牌管理模式

五、人力资源管理模式

六、客户关系管理模式

第四节 房地产中介服务商业模式

一、中国香港模式

(一)发展特点

(二)典型案例

二、中国台湾模式

(一)发展特点

(二)典型案例

三、美国模式

(一)发展特点

(二)典型案例

四、本土模式

(一)发展特点

(二)典型案例

第七章 房地产经纪服务市场调研

第一节 房地产经纪服务基本概述

一、房地产经纪概念界定

二、房地产经纪业务类型

(一) 房地产居间

(二) 房地产代理

(三) 房地产行纪

三、房地产经纪服务特性

第二节 房地产经纪市场运行状况分析

一、房地产经纪行业发展历程

二、房地产经纪市场运行特征

三、房地产经纪市场运行状况分析

(一) 企业规模

(二) 从业人员

(三) 组织模式

(四) 服务方式

第三节 房地产经纪国外经验借鉴

一、美国

二、日本

三、中国香港

四、中国台湾

第四节 房地产经纪服务现存问题及转型策略

一、房地产经纪服务市场问题剖析

(一) 无序的行业竞争

(二) 企业定位多样化

(三) 向现代服务业升级

(四) 一二手房销售长期割裂

(五)房地产经纪行业现信息孤岛

二、房地产经纪服务市场转型升级策略

(一)转型升级“一体两翼”框架

(二)加强转型升级组织领导

(三)管理体制创新

(四)管理机制创新

第八章 房地产咨询服务市场调研

第一节 房地产咨询服务基本概述

一、房地产咨询的概念

二、房地产咨询的原则

三、房地产咨询的特点

第二节 房地产咨询服务的类型

一、房地产法律咨询

二、房地产投资咨询

(一)开发投资咨询

(二)置业投资咨询

(三)间接投资咨询

三、房地产融资咨询

四、房地产信息咨询

五、房地产价格咨询

第三节 房地产咨询市场竞争格局

一、现有咨询机构竞争现状调研

二、潜在进入者威胁分析

三、替代业务威胁分析

四、行业上游议价能力

五、需求客户议价能力

第四节 国外房地产咨询市场经验借鉴

一、美国的经验借鉴

二、日本的经验借鉴

三、加拿大的经验借鉴

第九章 房地产评估服务市场调研

第一节 房地产评估服务基本概述

一、房地产评估的概念

二、房地产评估的类型

(一)一般评估

(二)特定评估

(三)抵押贷款评估

三、房地产评估的原则

(一)供需原则

(二)替代原则

(三)贡献原则

(四)合法原则

(五)估价时点原则

(六)最有效使用原则

四、房地产评估的方法

(一)成本法

(二)收益法

(三)市场比较法

第二节 房地产评估服务法律政策分析

- 一、中国房地产评估法律概述
- 二、房地产评估市场监管现状调研
- 三、完善房地产评估监管机制
- 四、房地产评估监管体制走向

第三节 房地产评估服务市场发展分析

- 一、国外房地产评估市场现状调研
- 二、中国房地产评估市场现状调研
- 三、房地产评估机构资质企业分析
 - (一)一级资质要求及企业分析
 - (二)二级资质要求及企业分析
 - (三)三级资质要求及企业分析
- 四、房地产评估市场竞争格局
 - (一)现有机构的竞争
 - (二)潜在进入者威胁
 - (三)替代产品的威胁
 - (四)买方的谈判能力
 - (五)卖方的谈判能力

第四节 国外房地产评估制度对中国的启示

- 一、估价人员考试注册制度
- 二、估价机构注册管理制度
- 三、估价职业管理制度
- 四、职业道德与伦理规范
- 五、对我国发展的经验及建议

第五节 房地产评估的风险及控制对策

一、财务风险及控制对策

二、金融风险及控制对策

三、监管风险及控制对策

四、市场风险及控制对策

第十章 房地产物业管理市场调研

第一节 物业管理市场发展概况

一、物业管理市场现状分析

二、物业管理行业发展特点

三、物业管理发展推动因素

第二节 物业管理百强企业分析

一、物业管理百强企业排名状况分析

二、物业管理百强企业经营规模

三、物业管理百强企业经营效益

四、物业管理百强企业服务质量

五、物业管理百强企业发展潜力

六、物业管理百强企业社会责任

第三节 住宅物业管理市场调研

一、住宅物业管理的特点

二、物业费的构成与制定

三、住宅物业管理

四、别墅物业管理分析

(一)别墅物业环境特点

(二)别墅物业治安特性

(三)别墅物业服务要点

第四节 商业物业管理市场调研

一、商业地产开发销售状况分析

(一)商业地产开发投资额分析

(二)商业地产销售面积分析

(三)商业地产销售价格分析

二、商业地产不同业态管理特点

(一)写字楼物业管理的特点

(二)购物中心物业管理特点

(三)休闲会所物业管理特点

(四)公寓酒店物业管理特点

第五节 工业物业管理市场调研

第六节 公共建筑物业管理市场调研

第十一章 房地产金融服务市场调研

第一节 房地产金融服务基本概述

一、房地产金融的概念

二、房地产金融的分类

(一)房产金融

(二)地产金融

(三)房产银行

三、房地产金融的特点

四、房地产金融的内容

五、房地产金融的意义

六、房地产金融的作用

七、房地产金融的风险

第二节 房地产金融市场运行状况分析

一、房地产融资总况

二、房地产并购状况分析

三、房地产信贷状况分析

(一)房地产开发贷款

(二)个人住房贷款

(三)保障性住房贷款

四、房地产股权融资状况分析

(一)增发募集现金

(二)增发收购资产

五、房地产债券融资状况分析

(一)境内债券融资

(二)境外债券融资

第三节 房地产信托市场发展分析

一、房地产信托发展相关概述

(一)房地产信托产品的概述

(二)房地产信托发展背景现状调研

(三)房地产信托产品形式分析

(四)房地产信托中国化发展模式

二、中国房地产信托市场调研

(一)房地产信托产品发行规模

(二)房地产信托发行结构分析

(三)房地产信托余额规模分析

(四)房地产信托兑付情况分析

(五)房地产信托投资方式分析

第四节 房地产私募基金市场调研

一、中国房地产私募基金发展概述

(一)房地产私募基金发展历程

(二)房地产私募基金发展现状调研

二、房地产私募基金管理公司现状调研

三、房地产私募基金管理公司特点

四、房地产私募基金总体规模分析

(一)私募房地产新募基金数量

(二)房地产私募基金募资金额

(三)房地产私募基金投资金额

(四)房地产私募基金投资案例

五、房地产私募基金产品结构分析

(一)房地产基金的管理方研究

(二)房地产基金产品结构研究

六、房地产私募基金发展趋势预测

第十二章 中国一线城市房地产服务市场调研

第一节 一线城市房地产服务市场发展概况

一、一线城市房地产市场开发状况分析

二、一线城市房地产服务需求特点

三、一线城市房地产服务竞争格局

四、一线城市房地产服务市场潜力

第二节 北京房地产服务市场调研

一、北京房地产投资开发状况分析

(一)房地产投资金额分析

(二)房地产施竣工面积分析

(三)商品房销售规模分析

二、北京房地产服务市场运行分析

(一)房地产服务政策规划

(二)房地产经纪机构现状调研

(三)房地产经纪行业现状调研

(四)房地产服务竞争格局

(五)房地产服务前景展望

第三节 上海房地产服务市场调研

一、上海房地产投资开发状况分析

(一)房地产投资金额分析

(二)房地产施竣工面积分析

(三)商品房销售规模分析

二、上海房地产服务市场运行分析

(一)房地产服务政策规划

(二)房地产经纪市场现状调研

(三)地产经纪行业信用现状调研

(四)房地产服务竞争格局

(五)房地产服务前景展望

第四节 广州房地产服务市场调研

一、广州房地产投资开发状况分析

(一)房地产投资金额分析

(二)房地产施竣工面积分析

(三)商品房销售规模分析

二、广州房地产服务市场运行分析

(一)房地产服务政策规划

(二)房地产中介市场现状调研

(三)房地产服务竞争格局

(四)房地产服务前景展望

第五节 深圳房地产服务市场调研

一、深圳房地产投资开发状况分析

(一)房地产投资金额分析

(二)房地产施竣工面积分析

(三)商品房销售规模分析

二、深圳房地产服务市场运行分析

(一)房地产服务政策规划

(二)房地产服务竞争格局

(三)房地产服务前景展望

第十三章 中国二三线城市房地产服务市场调研

第一节 二三线城市房地产服务市场发展概况

一、二三线城市房地产市场开发状况分析

二、二三线城市房地产服务需求特点

三、二三线城市房地产服务市场潜力

第二节 天津房地产服务市场调研

一、天津房地产投资开发状况分析

(一)房地产投资金额分析

(二)房地产施竣工面积分析

(三)商品房销售规模分析

二、天津房地产服务市场调研

(一)房地产服务业政策规划

(二)房地产服务业竞争格局

(三)房地产服务业趋势预测分析

第三节 杭州房地产服务市场调研

一、杭州房地产投资开发状况分析

(一)房地产投资金额分析

(二)房地产施竣工面积分析

(三)商品房销售规模分析

二、杭州房地产服务市场调研

(一)房地产服务业政策规划

(二)房地产中介市场竞争格局

(三)房地产服务业趋势预测分析

第四节 南京房地产服务市场调研

一、南京房地产投资开发状况分析

(一)房地产投资金额分析

(二)房地产施竣工面积分析

(三)商品房销售规模分析

二、南京房地产服务市场调研

(一)房地产服务业政策规划

(二)房地产服务业竞争格局

(三)房地产服务业趋势预测分析

第五节 厦门房地产服务市场调研

一、厦门房地产投资开发状况分析

(一)房地产投资金额分析

(二)房地产施竣工面积分析

(三)商品房销售规模分析

二、厦门房地产服务市场调研

(一)房地产服务业政策规划

(二)房地产服务业竞争格局

(三)房地产服务业趋势预测分析

第六节 重庆房地产服务市场调研

一、重庆房地产投资开发状况分析

(一)房地产投资金额分析

(二)房地产施竣工面积分析

(三)商品房销售规模分析

二、重庆房地产服务市场调研

(一)房地产服务业政策规划

(二)房地产服务业竞争格局

(三)房地产服务业趋势预测分析

第七节 成都房地产服务市场调研

一、成都房地产投资开发状况分析

(一)房地产投资金额分析

(二)房地产施竣工面积分析

(三)商品房销售规模分析

二、成都房地产服务市场调研

(一)房地产服务业政策规划

(二)房地产服务业竞争格局

(三)房地产服务业趋势预测分析

第八节 武汉房地产服务市场调研

一、武汉房地产投资开发状况分析

(一)房地产投资金额分析

(二)房地产施竣工面积分析

(三)商品房销售规模分析

二、武汉房地产服务市场调研

(一)房地产服务业政策规划

(二)房地产服务业竞争格局

(三)房地产服务业趋势预测分析

第九节 长沙房地产服务市场调研

一、长沙房地产投资开发状况分析

(一)房地产投资金额分析

(二)房地产施竣工面积分析

(三)商品房销售规模分析

二、长沙房地产服务市场调研

(一)房地产服务业政策规划

(二)房地产服务业竞争格局

(三)房地产服务业趋势预测分析

第十节 青岛房地产服务市场调研

一、青岛房地产投资开发状况分析

(一)房地产投资金额分析

(二)房地产施竣工面积分析

(三)商品房销售规模分析

二、青岛房地产服务市场调研

(一)房地产服务业政策规划

(二)房地产服务业竞争格局

(三)房地产服务业趋势预测分析

第十四章 中国房地产策划代理百强企业研究

第一节 研究方法体系

一、研究基本原则

二、计量评价方法

三、基本数据来源

四、评价指标体系

第二节 房地产策划代理企业发展概况

一、企业营业收入分析

二、物业代理销售面积

三、企业营销渠道分析

第三节 房地产策划代理借力资本市场状况分析

一、企业借助资本状况分析

二、企业兼并投资状况分析

第四节 房地产策划代理企业发展借鉴

一、国际企业经验借鉴分析

二、企业发展历程分析

三、国际企业业务模式分析

第五节 房地产策划代理总结分析

第十五章 中国典型房地产服务企业经营分析

第一节 深圳世联地产顾问股份有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分析

五、企业竞争优势分析

六、企业投资前景预测

第二节 易居(中国)控股有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

五、企业投资前景预测

第三节 合富辉煌集团公司

一、企业基本情况分析

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分析

五、企业竞争优势分析

六、企业投资前景预测

第四节 中原集团

一、企业发展基本状况分析

二、企业主营业务分析

三、企业销售网络分析

四、企业竞争优势分析

第五节 美联物业(中国)有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分析

五、企业竞争优势分析

第六节 同策房产咨询股份有限公司

一、企业发展基本状况分析

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分析

五、企业竞争优势分析

第七节 思源集团

一、企业发展基本状况分析

二、企业主营业务分析

三、企业销售网络分析

四、企业竞争优势分析

第八节 上海策源置业顾问股份有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分析

五、企业竞争优势分析

六、企业投资前景预测

第九节 新联康(中国)有限公司

一、企业发展基本状况分析

二、企业销售网络分析

三、企业竞争优势分析

四、企业投资前景预测

第十节 上海华燕置业发展有限公司

一、企业发展基本状况分析

二、企业主营业务分析

三、企业销售网络分析

四、企业竞争优势分析

五、企业投资前景规划

第十六章 2024-2029年中国房地产服务行业前景调研

第一节 2024-2029年中国房地产行业趋势预测分析

一、促进房地产市场长期繁荣因素

二、中国房地产业中长期发展目标

三、“十四五”中国保障房建设规划

第二节 2024-2029年房地产服务业发展swot分析

一、发展优势分析

二、发展劣势分析

三、发展机遇分析

四、发展威胁分析

第三节 2024-2029年房地产服务业发展趋势预测分析

一、房地产行业商业模式走向成熟

二、服务模式由粗放走向专业现代

三、住宅服务向商业地产服务过渡

四、房地产金融市场加速形成完善

第四节 2024-2029年房地产服务业务发展方向

一、传统代理业务

(一)佣金费率走势

(二)市场竞争趋势预测分析

二、物业资产管理

(一)业务构成变化

(二)市场空间前景

(三)业务需求潜力

三、金融服务业务

(一)制度趋于完善

(二)结构趋于合理

(三)需求更加多元

第十七章 2024-2029年中国房地产服务行业投资特性及策略

第一节 2024-2029年房地产服务行业投资特性

一、房地产服务行业投资壁垒

二、房地产服务行业盈利预测分析

三、房地产服务行业投资前景

四、房地产服务行业投资前景

(一)政策调控风险

(二)市场竞争风险

(三)企业经营风险

(四)并购整合风险

第二节 2024-2029年房地产服务行业战略转型策略

一、向服务经营理念转变

(一)战略转变

(二)战略重点

二、向标准化业务模式转变

(一)战略转变

(二)战略重点

三、向跨区域服务提供转变

(一)战略转变

(二)战略重点

四、向行业整合创造新价值链转变

(一)战略转变

(二)战略重点

第三节 2024-2029年房地产服务商业模式借鉴及建议

一、房地产服务行业优秀商业模式经验借鉴

(一)中国香港中原模式经验借鉴

(二)中国台湾信义模式经验借鉴

(三)美国21世纪不动产模式经验借鉴

(四)“我爱我家”的“三网合一”模式借鉴

(五)“链家地产”专业服务科学管理模式借鉴

二、中国房地产服务行业商业模式发展建议

(一)网络工具助力行业创新

(二)寻求在经纪人佣金制上创新

(三)探索产品组合上的创新

图表目录

图表：仲量联行业务结构图示

图表：dtz戴德梁行估价及顾问服务范围

图表：dtz戴德梁行物业管理服务范围

图表：世邦魏理仕估值及咨询服务内容

图表：2019-2023年世邦魏理仕经营情况数据

图表：仲量联行经纪服务内容

图表：仲量联行评估服务内容

图表：仲量联行物业管理服务内容

图表：2019-2023年仲量联行公司经营情况数据

图表：高力国际咨询服务内容

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/baogao/20230510/440333.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)