

中国商品房行业发展态势研究与投资战略调研报告（2023-2030年）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国商品房行业发展态势研究与投资战略调研报告（2023-2030年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

官网地址：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202301/621956.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

数据显示，2023年1-10月我国商品房销售面积累计值约为92579万平方米，累计值同比下降8%，10月份商品房新增销售面积约为7773万平方米。相较于前两年同期，全国商品房销售面积累计值当期值均逐年下降，而2023年1-10月商品房销售面积累计值下降幅度有所收缩。

数据来源：国家统计局、观研天下整理

近十二个月来看，2023年10月份我国商品房销售面积较上月增长7773万平方米，环比下降28%，环比增速与去年同期环比增速基本持平。

数据来源：国家统计局、观研天下整理

现房、期房销售面积占比来看，一直以来国内商品房期房销售面积占比较大，但近三年来10月份国内商品现房销售面积占比逐步提升。2021年10月我国商品房现房销售面积占比约为13.63%，商品房期房销售面积占比约为86.37%；到2023年10月我国商品房现房销售面积占比提升至约为23.51%，商品房期房销售面积占比则下降至76.49%。

数据来源：国家统计局、观研天下整理

分省份看，2023年1-10月山东省商品房销售面积累计值最大，约为9540.03万平方米，累计同比下降2.6%，海南省商品房销售面积累计值同比增长幅度最大，累计增长约为42.5%；商品房现房销售面积来看，2023年1-10月我国江苏省商品房现房销售面积累计值最大，约为2331.51万平方米，累计增长9.7%，青海省商品房现房销售面积累计增长幅度最大，累计增长约为124.1%。

2023年1-10月我国各省份商品房销售面积累计值情况（单位：万平方米、%）

省份	商品房销售面积累计值	累计增长	省份	商品房现房销售面积累计值	累计增长
山东省	9540.03	-2.6	江苏省	2331.51	9.7
江苏省	8632.87	-8.9	广东省	2319.1	23.4
广东省	7989.41	-8.1	山东省	1861.41	24.5
四川省	6492.67	-3.6	重庆市	1073.43	-4.8
河南省	5914.04	-2.6	湖北省	1063.76	41.7
浙江省	5250.79	-8.2	四川省	894.6	28.1
湖南省	4782.26	-10.1	浙江省		

876.79 4.7 安徽省 4180.64 -26 河南省 826.21 5.3 湖北省 4149.46 -4.8 福建省 745.63 -5.2
福建省 3510.71 -15.8 湖南省 733.87 38.4 河北省 3426.36 -8 安徽省 706.08 -21.8 重庆市
3111.98 -17.1 广西壮族自治区 632.41 28.5 江西省 2884.17 -21.4 云南省 629.44 40
广西壮族自治区 2459.62 -18.9 辽宁省 556.97 34.5 陕西省 2178.94 -16.9 江西省 465.69 -7
云南省 2043.52 -13.9 天津市 426.39 44.7 山西省 1917.83 5.5 上海市 416.54 -6.5 贵州省
1884.74 -2.9 河北省 409.48 29 辽宁省 1766.21 -5.2 北京市 327.02 14.6 新疆维吾尔自治区
1552.66 15.3 贵州省 315.65 45.5 上海市 1404.33 1.5 黑龙江省 294.1 7.6 甘肃省 1285.63
2.4 内蒙古自治区 289.67 32.2 内蒙古自治区 1268.01 6.9 海南省 289.1 60.2 天津市
1001.22 26.7 吉林省 287.72 21 吉林省 876.29 3.7 新疆维吾尔自治区 269.81 20.6 北京市
862.73 3.3 甘肃省 267.28 40.4 海南省 688.98 42.5 陕西省 265.23 0.5 黑龙江省 678.02
-4.2 山西省 210.85 14.3 宁夏回族自治区 577.42 -1.4 宁夏回族自治区 92.12 -8.6 青海省
198.89 7.4 青海省 24.53 124.1 西藏自治区 68.11 32.8 西藏自治区 22.67 49.8

资料来源：国家统计局、观研天下整理(yyp)

数据显示，2023年1-10月我国商品房销售额累计值约为97161亿元，累计值同比下降5%，10月份商品房新增销售额约为8091亿元。相较于前两年同期，全国商品房销售额累计值当期值均逐年下降，而2023年1-10月商品房销售额累计值下降幅度有所收缩。

数据来源：国家统计局、观研天下整理

近十二个月来看，2023年10月份我国商品房销售额8091亿元，环比下降26%，环比增速与去年同期环比相比有所回升。

数据来源：国家统计局、观研天下整理

现房、期房销售额占比来看，一直以来国内商品房期房销售额占比较大，但近三年来10月份国内商品现房销售额占比逐步提升。2021年10月我国商品房现房销售额占比约为12.50%，商品房期房销售额占比约为87.50%；到2023年10月我国商品房现房销售额占比提升至约为19.38%，商品房期房销售额占比则下降至80.62%。

数据来源：国家统计局、观研天下整理

分省份看，2023年1-10月广东省商品房销售额累计值最大，约为12593.52亿元，累计同比

下降3.9%，海南省商品房销售额累计值同比增长幅度最大，累计增长约为41.6%。

2023年1-10月我国各省份商品房销售额累计值情况（单位：亿元、%）

省份	商品房销售额累计值	累计增长
广东省	12593.52	-3.9
江苏省	10388.38	-12.6
浙江省	9806.8	-7.4
山东省	8149.97	-0.5
上海市	5906.94	3.9
四川省	5882.64	5.7
福建省	3884.32	-12.3
河南省	3859.62	-1
湖北省	3699.19	-5.4
北京市	3552.82	11.9
安徽省	3425.46	-19.7
湖南省	3125.43	-8.5
河北省	2770.76	-7.4
陕西省	2357.91	-8.7
重庆市	2180.31	-18.7
江西省	2105.23	-21
天津市	1592.05	30.2
广西壮族自治区	1419.68	-15.5
云南省	1411.26	-13.8
辽宁省	1323.73	-15.4
山西省	1309.63	6.9
海南省	1174.01	41.6
贵州省	1054.27	-0.5
新疆维吾尔自治区	933.85	17.8
内蒙古自治区	831.88	11.1
甘肃省	778.25	7.9
吉林省	601.4	3.3
黑龙江省	436.57	-0.5
宁夏回族自治区	406.05	-0.8
青海省	142.26	8.6
西藏自治区	56.65	24.7

资料来源：国家统计局、观研天下整理（yyp）

注：商品房销售面积指报告期内出售新建商品房屋的合同总面积（即双方签署的正式买卖合同中所确认的建筑面积）。以上指标的累计增速均按可比口径计算，累计增长即累计值同比增长。

观研报告网发布的《中国商品房行业发展态势研究与投资战略调研报告（2023-2030年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，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市场调研分析。

行业报告是业内企业、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。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2018-2022年中国商品房行业发展概述

第一节 商品房行业发展情况概述

一、商品房行业相关定义

二、商品房特点分析

三、商品房行业基本情况介绍

四、商品房行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、商品房行业需求主体分析

第二节 中国商品房行业生命周期分析

一、商品房行业生命周期理论概述

二、商品房行业所属的生命周期分析

第三节 商品房行业经济指标分析

一、商品房行业的赢利性分析

二、商品房行业的经济周期分析

三、商品房行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球商品房行业市场发展现状分析

第一节 全球商品房行业发展历程回顾

第二节 全球商品房行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲商品房行业地区市场分析

一、亚洲商品房行业市场现状分析

二、亚洲商品房行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲商品房行业市场前景分析

第四节 北美商品房行业地区市场分析

一、北美商品房行业市场现状分析

二、北美商品房行业市场规模与市场需求分析

三、北美商品房行业市场前景分析

第五节 欧洲商品房行业地区市场分析

一、欧洲商品房行业市场现状分析

二、欧洲商品房行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲商品房行业市场前景分析

第六节 2023-2029年世界商品房行业分布走势预测

第七节 2023-2029年全球商品房行业市场规模预测

第三章 中国商品房行业产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

第二节 我国宏观经济环境对商品房行业的影响分析

第三节 中国商品房行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节 政策环境对商品房行业的影响分析

第五节 中国商品房行业产业社会环境分析

第四章 中国商品房行业运行情况

第一节 中国商品房行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国商品房行业市场规模分析

一、影响中国商品房行业市场规模的因素

二、中国商品房行业市场规模

三、中国商品房行业市场规模解析

第三节 中国商品房行业供应情况分析

一、中国商品房行业供应规模

二、中国商品房行业供应特点

第四节 中国商品房行业需求情况分析

一、中国商品房行业需求规模

二、中国商品房行业需求特点

第五节 中国商品房行业供需平衡分析

第五章 中国商品房行业产业链和细分市场分析

第一节 中国商品房行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、商品房行业产业链图解

第二节 中国商品房行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对商品房行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对商品房行业的影响分析

第三节 我国商品房行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国商品房行业市场竞争分析

第一节 中国商品房行业竞争现状分析

一、中国商品房行业竞争格局分析

二、中国商品房行业主要品牌分析

第二节 中国商品房行业集中度分析

一、中国商品房行业市场集中度影响因素分析

二、中国商品房行业市场集中度分析

第三节 中国商品房行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2018-2022年中国商品房行业模型分析

第一节 中国商品房行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节 中国商品房行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国商品房行业SWOT分析结论

第三节 中国商品房行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022年中国商品房行业需求特点与动态分析

第一节 中国商品房行业市场动态情况

第二节 中国商品房行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 商品房行业成本结构分析

第四节 商品房行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国商品房行业价格现状分析

第六节 中国商品房行业平均价格走势预测

一、中国商品房行业平均价格趋势分析

二、中国商品房行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国商品房行业所属行业运行数据监测

第一节 中国商品房行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国商品房行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国商品房行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2018-2022年中国商品房行业区域市场现状分析

第一节 中国商品房行业区域市场规模分析

一、影响商品房行业区域市场分布的因素

二、中国商品房行业区域市场分布

第二节 中国华东地区商品房行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区商品房行业市场分析

(1) 华东地区商品房行业市场规模

(2) 华南地区商品房行业市场现状

(3) 华东地区商品房行业市场规模预测

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、华中地区商品房行业市场分析

(1) 华中地区商品房行业市场规模

(2) 华中地区商品房行业市场现状

(3) 华中地区商品房行业市场规模预测

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、华南地区商品房行业市场分析

(1) 华南地区商品房行业市场规模

(2) 华南地区商品房行业市场现状

(3) 华南地区商品房行业市场规模预测

第五节 华北地区商品房行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区商品房行业市场分析

(1) 华北地区商品房行业市场规模

(2) 华北地区商品房行业市场现状

(3) 华北地区商品房行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区商品房行业市场分析

(1) 东北地区商品房行业市场规模

(2) 东北地区商品房行业市场现状

(3) 东北地区商品房行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区商品房行业市场分析

(1) 西南地区商品房行业市场规模

(2) 西南地区商品房行业市场现状

(3) 西南地区商品房行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区商品房行业市场分析

(1) 西北地区商品房行业市场规模

(2) 西北地区商品房行业市场现状

(3) 西北地区商品房行业市场规模预测

第九节 2023-2029年中国商品房行业市场规模区域分布预测

第十一章 商品房行业企业分析 (随数据更新有调整)

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

……

第十二章 2023-2029年中国商品房行业发展前景分析与预测

第一节 中国商品房行业未来发展前景分析

一、商品房行业国内投资环境分析

二、中国商品房行业市场机会分析

三、中国商品房行业投资增速预测

第二节 中国商品房行业未来发展趋势预测

第三节 中国商品房行业规模发展预测

一、中国商品房行业市场规模预测

二、中国商品房行业市场规模增速预测

三、中国商品房行业产值规模预测

四、中国商品房行业产值增速预测

五、中国商品房行业供需情况预测

第四节 中国商品房行业盈利走势预测

第十三章 2023-2029年中国商品房行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国商品房行业进入壁垒分析

一、商品房行业资金壁垒分析

二、商品房行业技术壁垒分析

三、商品房行业人才壁垒分析

四、商品房行业品牌壁垒分析

五、商品房行业其他壁垒分析

第二节 商品房行业风险分析

一、商品房行业宏观环境风险

二、商品房行业技术风险

三、商品房行业竞争风险

四、商品房行业其他风险

第三节 中国商品房行业存在的问题

第四节 中国商品房行业解决问题的策略分析

第十四章 2023-2029年中国商品房行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国商品房行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国商品房行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 商品房行业营销策略分析

一、商品房行业产品策略

二、商品房行业定价策略

三、商品房行业渠道策略

四、商品房行业促销策略

第四节 观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202301/621956.html>