

# 2010-2015年南京房地产行业发展前景分析及投资风险预测报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2010-2015年南京房地产行业发展前景分析及投资风险预测报告》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://baogao.chinabaogao.com/fangdichang/7751377513.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

2009年南京商品住宅和二手住宅共销售19.86万套，创历史最高水平。2009年南京房地产投资等前期指标稳步趋好。全年房地产投资、土地和上市指标呈现逐月走好态势。1-11月，全市实现房地产开发投资549亿元，同比增长20.9%；截至12月底，全年土地共成交381.97公顷，同比增长1.69%。商品房新开工面积为1006.61万平方米，同比增长27.4%；商品房竣工面积834.9万平方米，同比增长28.6%。2009年南京商品住宅供应量远远跟不上需求的增长，呈现出明显的供不应求状态。全年商品住宅上市750.1万平方米，同比增长0.9%，但商品住宅销售面积却达到了1120.3万平方米，同比增长117.9%，供需比在1：1.5左右。二手住宅的交易也异常旺盛，全年二手住宅成交面积为790万平方米，同比增长了221%。从成交套数看，2009年南京销售商品住宅10.06万套，同比增长106.4%，二手住宅9.8万套，同比增长203%。同时，经济适用住房完成年度开工建设300多万平方米，竣工256万平方米目标；完成危旧房片区改造208万平方米，综合整治出新小区50个、房屋800幢，房地产“惠民生”成效明显。1年时间，约解决或改善了50多万人的住房问题。房地产交易火热，对于整体经济的贡献不菲，2009年南京全年房地产投资占全社会固定资产投资的1/4左右；房地产业地方税收占全市地税收入的27%左右；房地产消费金额相当于全社会消费品零售总额的七成左右；房地产增加值对全市GDP贡献率为17%左右。

2009年，南京火车站、跨江通道等一批重大基础设施的建设，吸引了相当一部分都市圈消费人群，一批国内知名开发企业先后进入南京房地产市场；优惠政策较好地刺激、促进商品住房消费实现；刚性以及改善型等需求释放效应，在房产新政刺激下，2008年积累的自住型、改善型刚性需求积极入市，三季度以来投资性消费逐步增多；金融流动性的宽松支撑了市场有效需求实现，同时，社会通货膨胀预期较强，部分人群通过购房来规避通胀风险。2010年南京商品房供应量预计将达到800万平米，同比增长三成左右，预计将在一定程度上平抑上涨过快的房价。这一数据基于南京近几年土地市场的成交量。对2005年以来的57宗上市地块进行梳理，发现净地的平均开发周期是23个月，毛地为28个月，开发企业从拿地到楼盘上市周期为两年左右。从2005-2007年，南京市江南八区公开出让的114幅土地当中，目前有三分之一还未上市，因此南京的土地存量还有不少，2010年的商品房供应量会达到800万平方米，同比去年增长30%。尽管供求关系仍会很紧张，但房价在2009年发生井喷之后，2010年将趋于温和。

2010年房地产市场形势已出现变化，房价总体趋于稳定。2009年下半年以来，南京房价涨势越来越猛，四季度时更是冲上史上高点，在此背景下，民众要求政府对房价进行干预的呼声越来越高。随着部分城市房价过快上涨日渐明显，房地产市场内一些不规范的现象也愈演愈烈，一个月内单价就涨2000元已不是个别现象，而开发商重新变得牛气的同时，有些搭车乱收费也重出江湖。由于这些新现象都出现在政府下放房地产定价权之后，所以从2009年六七月份开始，省物价局就开始研究措施准备对房地产价格进行必要的监管，这一措施

当中最重要的就是“房价备案制”。2009年江苏省商品房价格的确有较大涨幅，现在的政府调控方向又发生了变化，11月以后，江苏省商品房价格在新价位上已经趋于稳定，11月、12月的实际成交均价都低于10月份，现在进入2010年1月，楼市更是出现了认购量下滑，涨势减缓的现象，因此，备案制是否有必要出台还需要进一步研究。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家发改委、国务院发展研究中心、中国房地产协会、南京市统计局、南京市国土资源局、南京市房产管理局、南京市房地产经纪协会、南京住宅与房地产业协会、南京房地产信息中心、国内外相关刊物杂志的基础信息以及南京房地产研究单位等公布和提供的大量资料，结合对南京房地产相关企业的实地调查，对南京房地产行业发展现状与前景、市场竞争格局与形势、赢利水平与企业发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究，并重点分析了南京房地产行业的前景与风险。报告揭示了南京房地产市场潜在需求与潜在机会，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

## 目录

### CONTENTS

#### 第一部分 发展现状与前景分析

##### 第一章 全球房地产市场发展分析

###### 第一节 2009-2010年世界房地产市场分析

###### 一、2009年世界房地产市场发展分析

###### 二、2009年世界房地产市场走势分析

###### 三、2009年全球房地产市场交易情况

###### 四、2010年全球房地产市场情况分析

###### 第二节 中美房地产市场发展对世界的影响分析

###### 一、中美房地产对各资源供应国的影响

###### 二、中美房地产对世界经济的影响

###### 三、中国房地产对各行业发展的影响分析

###### 四、中国房地产市场对全球经济复苏的影响

###### 第三节 世界房地产对世界经济复苏的重要意义

###### 一、2010年全球房地产市场分析预测

###### 二、2010年全球房地产市场复苏预测

###### 三、2010年美国房地产市场分析预测

###### 四、房地产对世界经济复苏的重要意义

##### 第二章 我国房地产市场发展分析

###### 第一节 中国房地产供需分析

###### 一、住房潜在需求分析

二、我国购置未开发土地情况

三、我国房地产价格情况分析

四、我国房地产市场调整分析

五、我国房地产购买力分析

第二节 2009年房地产市场运行分析

一、2009年中国房地产市场整体情况

二、2009年中国房地产市场热点问题

三、2009年房地产开发完成情况

四、2009年商品房销售和空置情况

五、2009年房地产开发企业资金来源情况

六、2009年全国房地产开发景气指数

七、2009年四季度企业景气指数分析

第三节 2009年我国大中城市房屋市场销售价格指数

一、2009年1季度全国70个大中城市房屋销售价格指数

二、2009年2季度全国70个大中城市房屋销售价格指数

三、2009年3季度全国70个大中城市房屋销售价格指数

四、2009年4季度全国70个大中城市房屋销售价格指数

第四节 2010年1月全国房地产市场运行情况

一、2010年1月房地产开发完成情况

二、2010年1月商品房销售情况

三、2010年1月房地产开发企业资金来源情况

四、2010年1月全国房地产开发景气指数

五、2010年1月大中城市房屋市场销售价格指数

第五节 2010年中国房地产市场发展分析

一、2010年中国房地产业发展概述

二、2010年中国房地产全行业发展形势

三、2010年我国房地产调整空间情况

四、2010年中国房地产市场调控分析

五、2010年中国房地产市场发展的关键

第六节 2010年房地产市场形势分析与影响因素

一、2010年我国房地产市场形势分析

二、2010年房地产市场影响因素分析

三、2010年房地产市场政策环境分析

四、对我国房地产政策建议

第三章 南京房地产业发展分析

## 第一节 南京房地产政策分析

- 一、2009年全国房地产政策分析
- 二、2009年南京房地产政策分析
- 三、2010年全国房地产政策分析
- 四、2010年南京房地产政策分析
- 五、对南京房地产市场的影响

## 第二节 南京土地市场分析

- 一、2008年南京土地市场状况
- 二、2009年上半年南京土地市场状况
- 三、2009年下半年南京土地市场状况
- 四、2010年1月份南京土地市场状况

## 第三节 2009-2010年南京房地产市场分析

- 一、2009年1季度南京房地产市场分析
- 二、2009年2季度南京房地产市场分析
- 三、2009年3季度南京房地产市场分析
- 四、2009年4季度南京房地产市场分析
- 五、2010年1月份南京房地产市场分析

## 第四节 2009-2010年南京房地产市场供需分析

- 一、2009-2010年南京房地产市场供给总量分析
- 二、2009-2010年南京房地产市场供给结构分析
- 三、2009-2010年南京房地产市场需求总量分析
- 四、2009-2010年南京房地产市场需求结构分析
- 五、2009-2010年南京房地产市场供需平衡分析
- 六、2009-2010年南京房地产市场价格走势分析

## 第四章 南京房地产细分市场分析

### 第一节 2009-2010年南京住宅市场分析

- 一、2009年1季度南京住宅市场分析
- 二、2009年2季度南京住宅市场分析
- 三、2009年3季度南京住宅市场分析
- 四、2009年4季度南京住宅市场分析
- 五、2010年1月份南京住宅市场分析

### 第二节 2009-2010年南京二手房市场分析

- 一、2009年1季度南京二手房市场分析
- 二、2009年2季度南京二手房市场分析
- 三、2009年3季度南京二手房市场分析

四、2009年4季度南京二手房市场分析

五、2010年1月份南京二手房市场分析

第三节 2009-2010年南京写字楼市场分析

一、2009年1季度南京写字楼市场分析

二、2009年2季度南京写字楼市场分析

三、2009年3季度南京写字楼市场分析

四、2009年4季度南京写字楼市场分析

五、2010年1月份南京写字楼市场分析

第四节 2009-2010年南京商业地产市场分析

一、2009年1季度南京商业地产市场分析

二、2009年2季度南京商业地产市场分析

三、2009年3季度南京商业地产市场分析

四、2009年4季度南京商业地产市场分析

五、2010年1月份南京商业地产市场分析

第五章 2009-2010年南京房地产消费市场分析

第一节 南京房地产消费者收入分析

一、南京人口、人民生活分析

二、2009-2010年南京消费者收入水平

三、2009-2010年南京消费者信心指数分析

第二节 南京房地产市场消费需求分析

一、南京房地产市场的消费需求变化

二、南京房地产行业的需求情况分析

三、2010年南京房地产市场消费需求分析

第三节 2010年南京房地产消费者调查

一、房地产消费者对现时楼价的评价

二、房地产消费者对上半年楼价走势预期

三、房地产消费者预期楼价走势分析

四、房地产消费者购房计划调查

五、房地产消费者中主导消费群体

六、房地产消费者中购买主力群体

七、房地产消费者二次购房情况调查

八、房地产消费者购房首选区域

九、房地产消费者购房心理价位区间

十、房地产消费者的消费信心调查

第六章 南京房地产行业投资与发展前景分析

## 第一节 2009年南京房地产行业投资情况分析

- 一、2009年总体投资结构
- 二、2009年投资规模情况
- 三、2009年投资增速情况
- 四、2009年分行业投资分析
- 五、2009年分地区投资分析

## 第二节 南京房地产行业投资机会分析

- 一、南京房地产投资项目分析
- 二、可以投资的南京房地产模式
- 三、2010年南京房地产投资机会
- 四、2010年南京房地产细分行业投资机会
- 五、2010-2015年南京房地产投资新方向

## 第三节 南京房地产行业发展前景分析

- 一、南京房地产市场发展前景分析
- 二、南京房地产市场蕴藏的商机分析
- 三、金融危机后南京房地产市场的发展前景
- 四、2010年南京房地产市场面临的发展商机
- 五、2010-2015年南京房地产市场面临的发展商机

## 第二部分 市场竞争格局与形势

### 第七章 南京房地产行业竞争格局分析

#### 第一节 我国房地产竞争分析

- 一、2009年房地产市场竞争形势分析
- 二、2009年房地产竞争性的供给市场分析
- 三、2009年我国房地产市场增加竞争的必要性

#### 第二节 南京房地产竞争分析

- 一、2009年南京房地产市场竞争情况分析
- 二、2009年南京房地产竞争性的供给市场
- 三、2010年南京房地产市场竞争形势分析

#### 第三节 南京房地产行业集中度分析

- 一、2009年南京房地产市场集中度分析
- 二、2009年南京房地产企业集中度分析
- 三、2009年南京房地产区域集中度分析

#### 第四节 南京房地产行业竞争格局分析

- 一、2009-2010年SWOT分析
- 二、2009年南京房地产行业竞争分析

三、2009-2010年南京房地产市场竞争分析

四、2010-2015年南京主要房地产企业动向

五、2010-2015年南京房地产竞争策略分析

第八章 2009-2010年南京房地产行业发展形势分析

第一节 南京房地产行业发展概况

一、南京房地产行业发展特点分析

二、南京房地产行业投资现状分析

三、南京房地产行业总产值分析

第二节 2009-2010年南京房地产行业市场情况分析

一、南京房地产行业市场发展分析

二、南京房地产市场存在的问题

三、南京房地产市场规模分析

第三节 2009-2010年南京房地产产销状况分析

一、南京房地产供给分析

二、南京房地产销量分析

三、南京房地产市场需求分析

第三部分 赢利水平与企业分析

第九章 南京房地产行业整体运行指标分析

第一节 2009-2010年南京房地产行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业规模情况分析

第二节 2009-2010年南京房地产行业产销分析

一、行业供给情况总体分析

二、行业销售收入总体分析

第三节 2009-2010年南京房地产行业财务指标总体分析

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 南京房地产行业赢利水平分析

第一节 成本分析

一、2009-2010年南京房地产原材料价格走势

二、2009-2010年南京房地产行业人工成本分析

三、2009-2010年南京房地产行业营销成本分析

第二节 产销运存分析

- 一、2009-2010年南京房地产行业产销情况
- 二、2009-2010年南京房地产行业存量情况
- 三、2009-2010年南京房地产行业资金周转情况

### 第三节 盈利水平分析

- 一、2009-2010年南京房地产行业价格走势
- 二、2009-2010年南京房地产行业营业收入情况
- 三、2009-2010年南京房地产行业毛利率情况
- 四、2009-2010年南京房地产行业赢利能力
- 五、2009-2010年南京房地产行业赢利水平
- 六、2010-2015年南京房地产行业赢利预测

## 第十一章 南京房地产重点企业发展分析

### 第一节 南京栖霞建设集团有限公司

- 一、企业概况
- 二、2009-2010年经营状况
- 三、2010-2015年盈利能力分析
- 四、2010-2015年投资风险

### 第二节 南京天华百润投资发展有限责任公司

- 一、企业概况
- 二、2009-2010年经营状况
- 三、2010-2015年盈利能力分析
- 四、2010-2015年投资风险

### 第三节 明发集团南京房地产开发有限公司

- 一、企业概况
- 二、2009-2010年经营状况
- 三、2010-2015年盈利能力分析
- 四、2010-2015年投资风险

### 第四节 银城房地产开发有限公司

- 一、企业概况
- 二、2009-2010年经营状况
- 三、2010-2015年盈利能力分析
- 四、2010-2015年投资风险

### 第五节 南京浦东建设发展股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、2009-2010年经营状况
- 三、2010-2015年盈利能力分析

#### 四、2010-2015年投资风险

##### 第六节 江苏亚东建设发展集团有限公司

###### 一、企业概况

###### 二、2009-2010年经营状况

###### 三、2010-2015年盈利能力分析

###### 四、2010-2015年投资风险

##### 第七节 百胜麒麟南京建设发展有限公司

###### 一、企业概况

###### 二、2009-2010年经营状况

###### 三、2010-2015年盈利能力分析

###### 四、2010-2015年投资风险

##### 第八节 南京万达房地产开发有限公司

###### 一、企业概况

###### 二、2009-2010年经营状况

###### 三、2010-2015年盈利能力分析

###### 四、2010-2015年投资风险

##### 第九节 江苏五岳置业投资发展有限公司

###### 一、企业概况

###### 二、2009-2010年经营状况

###### 三、2010-2015年盈利能力分析

###### 四、2010-2015年投资风险

##### 第十节 南京仙林房地产开发有限公司

###### 一、企业概况

###### 二、2009-2010年经营状况

###### 三、2010-2015年盈利能力分析

###### 四、2010-2015年投资风险

#### 第四部分 投资策略与风险预警

##### 第十二章 中国房地产行业投融资与并购分析

###### 第一节 中国房地产行业投融资与并购背景分析

###### 一、房地产市场进入退出门槛分析

###### 二、宏观政策规范完善房地产市场

###### 三、一线城市房地产市场情况分析

###### 四、二三线城市房地产的需求分析

###### 第二节 中国房地产行业投融资与并购现状分析

###### 一、金融与房地产结合发展模式

## 二、房地产投资情况分析

### 三、外资进入房地产市场的特征

### 四、外资关注重点

## 第三节 中国房地产行业投融资与并购趋势分析

### 一、宏观调控对房地产市场影响趋势

### 二、海外房地产投资基金市场影响力趋势

## 第四节 中国房地产行业投融资与并购案例比较

### 一、业外资本投融资与并购案例分析

### 二、国际资本投融资与并购案例分析

### 三、业内企业投融资与并购案例分析

## 第十三章 南京房地产行业投资策略分析

### 第一节 行业发展特征

#### 一、行业的周期性

#### 二、行业的区域性

#### 三、行业的上下游

#### 四、行业经营模式

### 第二节 行业投资形势分析

#### 一、行业发展格局

#### 二、行业进入壁垒

#### 三、行业SWOT分析

#### 四、行业五力模型分析

### 第三节 南京房地产行业投资效益分析

#### 一、2009-2010年南京房地产行业投资状况

#### 二、2009-2010年南京房地产行业投资效益

#### 三、2010-2015年南京房地产行业投资方向

#### 四、2010-2015年南京房地产行业投资建议

### 第四节 南京房地产行业投资策略研究

#### 一、2009年南京房地产行业投资策略

#### 二、2010年南京房地产行业投资策略

#### 三、2010-2015年南京房地产行业投资策略

#### 四、2010-2015年南京房地产细分行业投资策略

## 第十四章 南京房地产行业投资风险预警

### 第一节 影响南京房地产行业发展的主要因素

#### 一、2010年影响南京房地产行业运行的有利因素

#### 二、2010年影响南京房地产行业运行的稳定因素

三、2010年影响南京房地产行业运行的不利因素

四、2010年南京房地产业发展面临的挑战分析

五、2010年南京房地产业发展面临的机遇分析

第二节 南京房地产行业投资风险预警

一、2010-2015年南京房地产市场风险预测

二、2010-2015年南京房地产行业政策风险预测

三、2010-2015年南京房地产行业经营风险预测

四、2010-2015年南京房地产行业技术风险预测

五、2010-2015年南京房地产行业竞争风险预测

六、2010-2015年南京房地产行业其他风险预测

第五部分 发展趋势与规划建议

第十五章 南京房地产业发展趋势分析

第一节 我国房地产市场走势分析

一、全国房地产市场总体形势

二、全国一二三线城市房地产市场形势

三、我国房地产主要区域市场形势

四、2010-2015年我国房地产市场走势

第二节 2010-2015年南京房地产市场趋势分析

一、2008-2009年南京房地产市场趋势总结

二、2009-2010年南京房地产市场趋势总结

三、2010-2015年南京房地产业发展趋势分析

第三节 2010-2015年南京房地产行业供需预测

一、2010-2015年南京房地产供给预测

二、2010-2015年南京房地产需求预测

三、2010-2015年南京房地产价格预测

第四节 2010-2015年南京房地产行业规划建议

一、2010-2015年南京房地产行业整体规划

二、2010-2015年南京房地产业发展预测

三、2010-2015年南京房地产行业规划建议

第十六章 南京房地产企业管理策略建议

第一节 销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第二节 提高南京房地产企业竞争力的策略

- 一、提高南京房地产企业核心竞争力的对策
- 二、南京房地产企业提升竞争力的主要方向
- 三、影响南京房地产企业核心竞争力的因素及提升途径
- 四、提高南京房地产企业竞争力的策略

### 第三节 对南京房地产品牌的战略思考

- 一、南京房地产实施品牌战略的意义
- 二、南京房地产企业品牌的现状分析
- 三、南京房地产企业的品牌战略研究
- 四、南京房地产品牌战略管理的策略

### 图表目录

- 图表：2009-2010年南京房地产行业市场规模
- 图表：2009-2010年南京房地产重要数据指标比较
- 图表：2009-2010年南京房地产行业销售情况分析
- 图表：2009-2010年南京房地产行业利润情况分析
- 图表：2009-2010年南京房地产行业资产情况分析
- 图表：2010-2015年南京房地产市场价格走势预测
- 图表：2009年1-12月全国房地产开发投资完成情况
- 图表：2009年1-12月东部地区房地产开发投资完成情况
- 图表：2009年1-12月中部地区房地产开发投资完成情况
- 图表：2009年1-12月西部地区房地产开发投资完成情况
- 图表：2009年1-12月全国商品房销售情况
- 图表：2009年1-12月东部地区商品房销售情况
- 图表：2009年1-12月中部地区商品房销售情况
- 图表：2009年1-12月西部地区商品房销售情况
- 图表：2010年1月全国房地产开发投资完成情况
- 图表：2010年1月东部地区房地产开发投资完成情况
- 图表：2010年1月中部地区房地产开发投资完成情况
- 图表：2010年1月西部地区房地产开发投资完成情况
- 图表：2010年1月全国商品房销售情况
- 图表：2010年1月东部地区商品房销售情况
- 图表：2010年1月中部地区商品房销售情况
- 图表：2010年1月西部地区商品房销售情况
- 图表：2008年1-12月份70个大中城市房屋销售价格指数（1）
- 图表：2008年1-12月份70个大中城市房屋销售价格指数（2）
- 图表：2008年1-12月份70个大中城市房屋销售价格指数（3）

图表：2008年1-12月份70个大中城市房屋销售价格指数（4）

图表：2008年1-12月份70个大中城市房屋销售价格指数（5）

图表：2008年1-12月份70个大中城市房屋销售价格指数（6）

图表：2008年1-12月份70个大中城市房屋销售价格指数（7）

图表：2008年1-12月份70个大中城市房屋销售价格指数（8）

图表：2009年1-12月份70个大中城市房屋销售价格指数（1）

图表：2009年1-12月份70个大中城市房屋销售价格指数（2）

图表：2009年1-12月份70个大中城市房屋销售价格指数（3）

图表：2009年1-12月份70个大中城市房屋销售价格指数（4）

图表：2009年1-12月份70个大中城市房屋销售价格指数（5）

图表：2009年1-12月份70个大中城市房屋销售价格指数（6）

图表：2009年1-12月份70个大中城市房屋销售价格指数（7）

图表：2009年1-12月份70个大中城市房屋销售价格指数（8）

图表：2001年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（1）

图表：2001年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（2）

图表：2001年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（3）

图表：2001年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（4）

图表：2001年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（5）

图表：2001年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（6）

图表：2001年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（7）

图表：2001年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（8）

图表：南京消费者购房的原因

图表：南京消费者对购房方式选择

图表：南京消费者目前居住情况

图表：2010年南京消费者购房计划

图表：南京消费者购房选择的房款支付方式

图表：南京消费者一直未购房的原因

图表：南京消费者选房容易受影响的因素

图表：南京购房消费者的收入情况

图表：南京消费者购房的价位选择

图表：2010年南京有购房计划的消费者所占比例

图表：2010年南京准备二次购房的消费者所占比例

图表：南京消费者购房用途

图表：2010年南京消费者购房选择的区域

图表：南京消费者购房选择的居住环线位置

图表：2010年南京消费者准备购买何种类型的房屋

图表：2010年南京购房消费者能够接受的价格范围

图表：2010年南京购房消费者预测南京整体房价走势

图表：2010年南京购房消费者家庭月收入状况

图表：2010年南京消费者影响购房的原因

图表：2010年南京购房消费者容易受哪些项目选择的影响

图表：2010年南京消费者选择购房付款方式情况

图表：2008年南京楼盘销售排行榜

图表：2010年南京主城区新发预售证

图表：2009年1-12月南京主城区商品房供需套数

图表：2009年1-12月南京主城区商品房供需面积

图表：2009年1-12月南京主城区商品房户均面积

图表：2009年12月南京各种物业房源销售情况

图表：2009年12月南京各行政区成交情况

图表：2009年12月南京各城区成交情况

图表：2009年12月南京各行政区二手房成交量

图表：2009年12月南京主城区新开楼盘一览

图表：2009年12月南京各行政区开盘情况

图表：2009年12月南京主城区新开楼盘价格情况

图表：2009年12月南京郊区新开楼盘

图表：2009年1-12月南京二手房成交量走势图

图表：2009年1-12月南京各区域二手房成交均价走势图

图表：2009年1-12月南京二手房买卖交易套型分布图

图表：2009年1-12月南京二手房购买人群年龄分布图

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangdichang/7751377513.html>