2026-2031年中国房地产策划代理行业市场前瞻与投资战略规划分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：发展环境篇

1.1 中国房地产策划代理行业发展环境分析

1.1.1 房地产策划代理行业定义

（1）房地产策划代理行业定义

（2）房地产策划代理行业发展历程

1.1.2 房地产策划代理行业经济环境分析

（1）国内宏观经济发展分析

（2）国内宏观经济发展趋势

（3）经济形势与行业的相关性分析

1.1.3 房地产策划代理行业社会环境分析

（1）中国城镇化进程发展历程与特点分析

（2）2020-2025年城镇化推进政策汇总分析

（3）新型城镇化给行业带来的影响与机会

1.1.4 房地产策划代理行业产业环境分析

（1）中国房地产调控政策影响分析

1）房地产政策对商品房供给的影响

2）房地产政策对商品房需求的影响

3）房地产政策对商品房供求平衡的影响

（2）房地产行业发展规模分析

1）房地产开发商数量规模分析

2）房地产开发商投资规模分析

3）房地产开发商土地购置面积分析

（3）中国房地产行业开发规模分析

1）中国商品房新开工面积分析

2）中国商品房施工面积分析

3）中国商品房竣工面积分析

（4）中国房地产行业销售规模分析

1）中国商品房销售面积分析

2）中国商品房销售金额分析

第2章：竞争与市场篇

2.1 中国房地产策划代理行业市场格局分析

2.1.1 房地产策划代理行业发展现状分析

（1）房地产策划代理行业市场主体分析

（2）房地产策划代理企业经营情况分析

（3）房地产策划代理行业经营绩效分析

（4）房地产策划代理行业竞争格局分析

（5）房地产策划代理行业市场集中度分析

2.1.2 房地产策划代理行业竞争强度分析

（1）房地产策划代理行业潜在进入者的威胁分析

1）房地产策划代理行业进入壁垒分析

2）房地产策划代理现有守成者的反击

（2）房地产策划代理行业替代品的威胁分析

（3）房地产策划代理行业买方议价能力分析

（4）房地产策划代理行业供应商议价能力分析

（5）房地产策划代理行业现有企业的竞争分析

（6）房地产策划代理行业竞争强度总结

2.1.3 房地产策划代理行业竞争策略分析

（1）第一阶梯队市场份额与竞争策略分析

1）第一阶梯队企业市场份额分析

2）第一阶梯队企业竞争策略分析
（2）第二梯队企业市场份额与竞争策略分析
1）第二梯队企业市场份额分析
2）第二梯队企业竞争策略分析
（3）第三梯队企业市场份额与竞争策略分析
1）第三梯队企业市场份额分析
2）第三梯队企业竞争策略分析
2.2 中国房地产策划业务市场规模与需求分析
2.2.1 房地产策划业务流程与特征分析
（1）房地产策划的定义
（2）房地产策划的主要内容
（3）房地产策划的本质特征
（4）房地产策划的作用与意义
（5）房地产策划的业务流程
2.2.2 房地产策划业务市场规模分析
（1）房地产策划业务收入分析
（2）房地产策划项目个数分析
（3）房地产策划建筑面积分析
（4）房地产策划物业类型分析
（5）房地产策划平均收费分析
2.2.3 房地产策划业务主要领域策划策略分析
（1）区域性开发策划业务的策划策略分析
1）区域性开发的定义与特性
2）区域开发定位的策略分析
3）区域开发空间层面的策划分析
4）区域开发资源层面的策划分析
5）区域开发功能层面的策划分析
6）区域开发产业层面的策划分析
7）区域开发引擎层面的策划分析
（2）住区性定位策划业务的策划策略分析
1）项目定位的策略与案例分析
2）客户定位的策略与案例分析
3）空间定形的策略与案例分析
4）产品创新的策略与案例分析
5）户型创新的策略与案例分析
6）景观营造的策略与案例分析
7）项目开发的策略与案例分析
（3）商业地产策划业务的策划策略分析
1）项目选址的策略与案例分析
2）商业生态系统的定位策略分析
3）业态组合的策略与案例分析
4）场所营造的策略与案例分析
2.2.4 房地产策划细分市场需求与市场拓展策略
（1）住宅地产策划业务市场需求与拓展策略分析
1）住宅地产策划发展现状与存在问题
2）住宅地产策划特征与市场拓展策略
3）住宅地产策划市场发展规模分析
4）住宅地产策划市场发展前景分析
（2）商业地产策划业务市场需求与拓展策略分析
1）商业地产策划发展现状与存在问题
2）商业地产策划特征与市场拓展策略
3）商业地产策划市场发展规模分析
4）商业地产策划市场发展前景分析
2.2.5 房地产新型战略策划业务类型与吸引力分析
（1）房地产新型战略策划业务类型分析
（2）房地产新型战略策划业务吸引力分析
2.3 中国房地产代理业务市场规模与需求分析
2.3.1 房地产代理业务的类型与特征分析
（1）房地产代理的概念

（2）房地产代理业务类型
2.3.2 手物业代理业务市场规模分析
（1）一手物业代理业务收入分析
（2）一手物业代理销售面积分析
（3）一手物业代理项目储备分析
（4）一手物业代理物业类型分析
2.3.3 手物业代理细分市场需求与市场拓展策略
（1）商品住宅代理业务市场需求与拓展策略分析
1）商品住宅代理市场发展现状与存在问题
2）商品住宅代理项目特征与市场拓展策略
3）商品住宅代理项目市场规模分析
4）商品住宅代理项目市场前景分析
（2）商业地产代理业务市场需求与拓展策略分析
1）商业地产代理市场发展现状与存在问题
2）商业地产代理项目特征与市场拓展策略
3）商业地产代理项目市场规模分析
4）商业地产代理项目市场前景分析
2.4 中国房地产策划代理行业区域扩张策略分析
2.4.1 中国房地产策划代理行业区域扩张策略
（1）房地产策划代理行业区域扩张版图整体概览
（2）房地产策划代理行业区域扩张与深耕策略分析
2.4.2 房地产策划代理行业一线城市投资前景分析
（1）北京市房地产策划代理行业投资前景分析
1）北京市房地产策划代理行业发展环境分析
2）北京市房地产策划代理行业市场竞争格局
3）北京市房地产策划代理行业潜在市场容量
4）北京市房地产策划代理行业投资前景分析
（2）上海市房地产策划代理行业投资前景分析
1）上海市房地产策划代理行业发展环境分析
2）上海市房地产策划代理行业市场竞争格局
3）上海市房地产策划代理行业潜在市场容量
4）上海市房地产策划代理行业投资前景分析
（3）深圳市房地产策划代理行业投资前景分析
1）深圳市房地产策划代理行业发展环境分析
2）深圳市房地产策划代理行业市场竞争格局
3）深圳市房地产策划代理行业潜在市场容量
4）深圳市房地产策划代理行业投资前景分析
（4）广州市房地产策划代理行业投资前景分析
1）广州市房地产策划代理行业发展环境分析
2）广州市房地产策划代理行业市场竞争格局
3）广州市房地产策划代理行业潜在市场容量
4）广州市房地产策划代理行业投资前景分析
2.4.3 房地产策划代理行业二三线城市投资前景分析
（1）南京市房地产策划代理行业投资前景分析
1）南京市房地产策划代理行业发展环境分析
2）南京市房地产策划代理行业市场竞争格局
3）南京市房地产策划代理行业潜在市场容量
4）南京市房地产策划代理行业投资前景分析
（2）武汉市房地产策划代理行业投资前景分析
1）武汉市房地产策划代理行业发展环境分析
2）武汉市房地产策划代理行业市场竞争格局
3）武汉市房地产策划代理行业潜在市场容量
4）武汉市房地产策划代理行业投资前景分析
（3）沈阳市房地产策划代理行业投资前景分析
1）沈阳市房地产策划代理行业发展环境分析
2）沈阳市房地产策划代理行业市场竞争格局
3）沈阳市房地产策划代理行业潜在市场容量
4）沈阳市房地产策划代理行业投资前景分析
（4）成都市房地产策划代理行业投资前景分析

1）成都市房地产策划代理行业发展环境分析
2）成都市房地产策划代理行业市场竞争格局
3）成都市房地产策划代理行业潜在市场容量
4）成都市房地产策划代理行业投资前景分析
（5）重庆市房地产策划代理行业投资前景分析
1）重庆市房地产策划代理行业发展环境分析
2）重庆市房地产策划代理行业市场竞争格局
3）重庆市房地产策划代理行业潜在市场容量
4）重庆市房地产策划代理行业投资前景分析
（6）杭州市房地产策划代理行业投资前景分析
1）杭州市房地产策划代理行业发展环境分析
2）杭州市房地产策划代理行业市场竞争格局
3）杭州市房地产策划代理行业潜在市场容量
4）杭州市房地产策划代理行业投资前景分析
（7）青岛市房地产策划代理行业投资前景分析
1）青岛市房地产策划代理行业发展环境分析
2）青岛市房地产策划代理行业市场竞争格局
3）青岛市房地产策划代理行业潜在市场容量
4）青岛市房地产策划代理行业投资前景分析
（8）大连市房地产策划代理行业投资前景分析
1）大连市房地产策划代理行业发展环境分析
2）大连市房地产策划代理行业市场竞争格局
3）大连市房地产策划代理行业潜在市场容量
4）大连市房地产策划代理行业投资前景分析
（9）厦门市房地产策划代理行业投资前景分析
1）厦门市房地产策划代理行业发展环境分析
2）厦门市房地产策划代理行业市场竞争格局
3）厦门市房地产策划代理行业潜在市场容量
4）厦门市房地产策划代理行业投资前景分析
（10）海口市房地产策划代理行业投资前景分析
1）海口市房地产策划代理行业发展环境分析
2）海口市房地产策划代理行业市场竞争格局
3）海口市房地产策划代理行业潜在市场容量
4）海口市房地产策划代理行业投资前景分析
第3章：发展战略与前景篇
3.1 房地产策划代理行业发展路径与战略选择
3.1.1 中国房地产策划代理行业佣金制度分析
（1）房地产策划代理行业主要佣金制度分析
（2）房地产策划代理行业佣金制度对比分析
（3）房地产策划代理行业费率变化分析
（4）房地产策划代理行业最佳佣金制度分析
3.1.2 中国房地产策划代理行业人力资源战略分析
（1）房地产策划代理行业从业人员特征分析
（2）房地产策划代理行业员工流动性分析
（3）房地产策划代理行业员工培训投入分析
（4）房地产策划代理行业人才结构分析
（5）房地产策划代理行业人力资源战略
3.1.3 中国房地产策划代理行业品牌建设战略分析
（1）房地产策划代理行业品牌发展路径分析
1）房地产策划代理行业品牌发展路径分析
2）房地产策划代理品牌与经纪品牌融合
（2）房地产策划代理行业品牌建设现状分析
（3）房地产策划代理行业区域品牌建设分析
（4）房地产策划代理行业企业品牌价值分析
1）全国性策划代理企业品牌价值分析
2）区域性策划代理企业品牌价值分析
（5）房地产策划代理行业品牌企业市场份额分析
1）全国性策划代理品牌企业市场份额分析
2）区域性策划代理品牌企业市场份额分析

3）策划代理品牌价值与市场份额的相关性
（6）房地产策划代理企业品牌价值矩阵分析
1）房地产策划代理企业价值优势区分析
2）房地产策划代理企业业绩增速优势区分析
3）房地产策划代理企业品牌溢价优势区分析
4）房地产策划代理企业价值成长区分析
（7）房地产策划代理行业品牌建设投入与策略分析
1）房地产策划代理行业主要品牌建设渠道分析
2）房地产策划代理行业品牌建设资金投入分析
3）房地产策划代理品牌企业品牌组合策略分析
3.1.4 中国房地产策划代理行业发展战略选择分析
（1）房地产策划代理行业战略选择内容分析
1）房地产策划代理行业目标客户的选择
2）房地产策划代理行业物业类型的选择
3）房地产策划代理行业业务范围的选择
4）房地产策划代理行业经营区域的选择
5）房地产策划代理行业成长方式的选择
（2）不同定位房地产策划代理企业的战略选择分析
1）大型通才型房地产策划代理企业战略选择
2）专家型房地产策划代理企业的战略选择
3.2 中国房地产策划代理行业前瞻与投资战略规划
3.2.1 房地产策划代理行业盈利模式分析
（1）房地产策划代理行业主要利润来源分析
（2）房地产策划代理行业盈利水平变化分析
（3）房地产策划代理行业盈利模式趋势分析
3.2.2 房地产策划代理行业发展空间预测
（1）房地产策划代理行业先行指标确定
（2）房地产策划代理行业市场规模预测模型
（3）房地产策划代理行业市场规模预测分析
3.2.3 房地产策划代理行业投资风险与机会分析
（1）房地产策划代理行业投资特征分析
1）房地产策划代理行业价值地位赢得认可
2）房地产策划代理行业上市地点回归A股
3）房地产策划代理行业战略合作投资分析
（2）房地产策划代理行业投资风险分析
1）房地产策划代理行业政策风险
2）房地产策划代理行业市场风险
3）房地产策划代理行业人资风险
4）房地产策划代理行业竞争风险
（3）房地产策划代理行业投资机会分析
1）不同级别城市未来市场需求与投资趋势
2）地级以上城市投资吸引力总评结果分析
3）房地产策划代理企业主要相关投资建议
第4章：标杆企业篇
4.1 房地产策划代理行业标杆企业发展战略分析
4.1.1 国际五大行业业务模式与发展战略分析
（1）仲量联行（JLL）业务模式与发展战略
1）企业发展概况与历程分析
2）企业主要经营业务与模式分析
3）企业市场扩张策略与发展战略分析
4）企业在华布局与最新发展动向分析
（2）世邦魏理仕（CBRE）业务模式与发展战略
1）企业发展概况与历程分析
2）企业主要经营业务与模式分析
3）企业市场扩张策略与发展战略分析
4）企业在华布局与最新发展动向分析
（3）戴德梁行（DTZ）业务模式与发展战略
1）企业发展概况与历程分析
2）企业主要经营业务与模式分析

3）企业市场扩张策略与发展战略分析
4）企业在华布局与最新发展动向分析
（4）第一太平戴维斯（Savills）业务模式与发展战略
1）企业发展概况与历程分析
2）企业主要经营业务与模式分析
3）企业市场扩张策略与发展战略分析
4）企业在华布局与最新发展动向分析
（5）高力国际（Colliers）业务模式与发展战略
1）企业发展概况与历程分析
2）企业主要经营业务与模式分析
3）企业市场扩张策略与发展战略分析
4）企业在华布局与最新发展动向分析
（6）国际五大行业业务结构对比分析
4.1.2 深圳世联地产顾问股份有限公司发展战略分析
（1）企业发展概况分析
1）企业主要发展概况
2）企业组织架构分析
3）企业主营业务分析
4）企业发展优势分析
（2）企业发展规模分析
1）企业营业收入分析
2）企业员工数量分析
3）企业进入城市个数分析
（3）企业经营能力分析
1）企业盈利能力分析
2）企业运营能力分析
3）企业偿债能力分析
4）企业发展能力分析
（4）企业策划能力分析
1）策划顾问收入分析
2）策划顾问项目个数分析
（5）企业物业代理能力分析
1）一手物业代理业务收入分析
2）一手物业已结算代理销售金额分析
3）一手物业已结算代理销售面积分析
4）一手物业代理新增签约面积分析
5）一手物业代理收费平价费率分析
（6）企业发展模式分析
1）企业营销模式分析
2）企业盈利模式分析
（7）企业发展战略定位
（8）企业主要战略措施分析
4.1.3 北京思源兴业房地产经纪有限公司发展战略分析
（1）企业发展概况分析
1）企业主要发展概况
2）企业组织架构分析
3）企业主营业务分析
4）企业发展优势分析
（2）企业发展规模分析
1）企业营业收入分析
2）企业进入城市个数分析
（3）企业经营能力分析
1）资产负债分析
2）现金流量分析
（4）企业策划能力分析
（5）企业物业代理能力分析
1）一手物业代理业务收入分析
2）一手物业代理项目个数分析
3）一手物业代理总建筑面积分析

4）一手物业代理实现销售金额分析
（6）企业发展模式分析
1）企业营销模式分析
2）企业盈利模式分析
（7）企业发展战略定位
4.1.4 同策房产咨询股份有限公司发展战略分析
（1）企业发展概况分析
1）企业主要发展概况
2）企业组织架构分析
3）企业主营业务分析
4）企业发展优势分析
（2）企业发展规模分析
1）企业营业收入分析
2）企业员工数量分析
3）企业进入城市个数分析
（3）企业发展模式分析
1）企业营销模式分析
2）企业盈利模式分析
（4）企业发展战略定位
（5）企业主要战略措施分析
4.1.5 上海策源置业顾问股份有限公司发展战略分析
（1）企业发展概况分析
1）企业主要发展概况
2）企业组织架构分析
3）企业主营业务分析
4）企业发展优势分析
（2）企业发展规模分析
1）企业营业收入分析
2）企业进入城市个数分析
（3）企业发展模式分析
1）企业营销模式分析
2）企业盈利模式分析
（4）企业发展战略定位
（5）企业主要战略措施分析
4.1.6 上海新聚仁物业咨询有限公司发展战略分析
（1）企业发展概况分析
1）企业主要发展概况
2）企业组织架构分析
3）企业主营业务分析
4）企业发展优势分析
（2）企业发展规模分析
1）企业营业收入分析
2）企业进入城市个数分析
（3）企业发展模式分析
1）企业营销模式分析
2）企业盈利模式分析
（4）企业主要战略措施分析
4.1.7 广州保利地产代理有限公司发展战略分析
（1）企业发展概况分析
1）企业主要发展概况
2）企业组织架构分析
3）企业主营业务分析
4）企业发展优势分析
（2）企业发展规模分析
1）企业营业收入分析
2）企业员工数量分析
3）企业进入城市个数分析
（3）企业发展模式分析
1）企业营销模式分析

2）企业盈利模式分析
（4）企业主要战略措施分析
4.1.8 厦门新景祥投资控股有限公司发展战略分析
（1）企业发展概况分析
1）企业主要发展概况
2）企业主营业务分析
3）企业发展优势分析
（2）企业发展规模分析
1）企业营业收入分析
2）企业员工数量分析
3）企业进入城市个数分析
（3）企业发展模式分析
1）企业营销模式分析
2）企业盈利模式分析
（4）企业发展战略定位
（5）企业主要战略措施分析
4.1.9 北京金网络投资管理有限公司发展战略分析
（1）企业发展概况分析
1）企业主要发展概况
2）企业组织架构分析
3）企业主营业务分析
4）企业发展优势分析
（2）企业发展规模分析
1）企业营业收入分析
2）企业进入城市个数分析
（3）企业发展模式分析
1）企业营销模式分析
2）企业盈利模式分析
（4）企业发展战略定位
（5）企业主要战略措施分析
4.1.10 上海金丰易居房地产顾问有限公司发展战略分析
（1）企业发展概况分析
1）企业主要发展概况
2）企业组织架构分析
3）企业主营业务分析
（2）企业发展规模分析
1）企业营业收入分析
2）企业进入城市个数分析
（3）企业发展战略定位
（4）企业主要战略措施分析
4.1.11 中原地产代理（上海市）有限公司发展战略分析
（1）企业发展概况分析
1）企业主要发展概况
2）企业主营业务分析
（2）企业发展规模分析
1）企业营业收入分析
2）企业员工数量分析
3）企业进入城市个数分析
（3）企业发展战略定位
（4）企业主要战略措施分析
4.1.12 新联康（中国）有限公司发展战略分析
（1）企业发展概况分析
1）企业主要发展概况
2）企业组织架构分析
3）企业主营业务分析
4）企业发展优势分析
（2）企业发展规模分析
1）企业营业收入分析
2）企业员工数量分析

3）企业进入城市个数分析
（3）企业发展战略定位
（4）企业主要战略措施分析
4.1.13 上海华燕置业发展有限公司发展战略分析
（1）企业发展概况分析
1）企业主要发展概况
2）企业主营业务分析
（2）企业发展规模分析
1）企业营业收入分析
2）企业进入城市个数分析
（3）企业发展战略定位
（4）企业主要战略措施分析
4.1.14 中原地产代理（深圳）有限公司发展战略分析
（1）企业发展概况分析
1）企业主要发展概况
2）企业主营业务分析
（2）企业发展规模分析
1）企业营业收入分析
2）企业员工数量分析
3）企业进入城市个数分析
（3）企业发展战略定位
（4）企业主要战略措施分析
4.1.15 北京华润房地产经纪有限公司发展战略分析
（1）企业发展概况分析
1）企业主要发展概况
2）企业组织架构分析
（2）企业发展规模分析
1）企业营业收入分析
2）企业进入城市个数分析
（3）企业发展战略定位
（4）企业主要战略措施分析
4.1.16 北京远洋嘉业房地产经纪有限公司发展战略分析
（1）企业发展概况分析
1）企业主要发展概况
2）企业组织架构分析
3）企业主营业务分析
（2）企业发展规模分析
1）企业营业收入分析
2）企业员工数量分析
3）企业进入城市个数分析
（3）企业发展战略定位
（4）企业主要战略措施分析

图表目录

图表1：房地产市场体系及房地产开发价值链
图表2：我国房地产策划代理行业的发展历程的划分（单位：亿元，%）
图表3：我国房地产策划代理行业的发展历程
图表4：2020-2025年我国GDP增速（单位：%）
图表5：2020-2025年我国房地产开发投资在GDP中的比例（单位：%）
图表6：我国城镇化水平（单位：%）
图表7：我国正处于城市化进程加速阶段（单位：%）
图表8：2020-2025年推进城镇化建设的政策与重要事件
图表9：2026-2031年全国新增城镇人口住宅需求测算（单位：万人，平方米，万平米，%）
图表10：2026-2031年全国新增城镇人口住宅需求测算中假设参数一览
图表11：我国人均住宅面积与美国、日本的对比（单位：平方米）

图表12：2026-2031年改善性需求测算（单位：万人，%，平方米，万平方米）
图表13：2026-2031年人均住宅面积变化拆分测算（单位：人，户/套，平方米/套，平方米）
图表14：2026-2031年人均住宅面积变化拆分测算中假设参数一览
图表15：2026-2031年拆迁性需求的测算方法（单位：亿平方米，年，万套，平方米）
图表16：2026-2031年拆迁性需求的测算方法（单位：万平方米）
图表17：20世纪90年代我国首次房地产热开始（单位：亿元，%）
图表18：受政策调控和金融危机影响，房地产转冷（单位：亿元，%）
图表19：房地产发展成为国民经济支柱产业投资走势（单位：亿元，%）
图表20：20世纪90年代以来调控与刺激政策下的中国房地产业投资走势（单位：亿元，%）
图表21：20世纪90年代以来调控与刺激政策下的中国房地产业市场形势（单位：亿元，%）
图表22：我国房地产开发企业数量（单位：家）
图表23：2020-2025年我国房地产开发投资金额及同比增速（单位：亿元，%）
图表24：2020-2025年我国房地产开发商土地购置面积及同比增速（单位：万平方米，%）
图表25：2020-2025年我国房地产开发新开工面积及同比增速（单位：万平方米，%）
图表26：2020-2025年我国房地产开发施工面积及同比增速（单位：万平方米，%）
图表27：2020-2025年我国房地产开发竣工面积及同比增速（单位：万平方米，%）
图表28：2020-2025年我国房地产开发销售面积及同比增速（单位：万平方米，%）
图表29：2020-2025年我国房地产开发竣销比走势
图表30：2020-2025年我国房地产开发销售金额及同比增速（单位：亿元，%）
图表31：我国房地产策划代理企业主要分类
图表32：我国房地产策划代理企业主要区域分布及业务范围
图表33：我国房地产策划代理行业百强企业收入规模及变化（单位：亿元，%）
图表34：我国房地产策划代理行业百强企业净利润均值及变化（单位：万元，%）
图表35：我国房地产策划代理业务员工人均绩效（单位：万元，%）
图表36：房地产策划代理行业竞争格局
图表37：我国房地产策划代理行业百强企业市场份额情况（单位：%）
图表38：房地产策划代理行业进入壁垒分析
图表39：我国房地产策划代理行业五力模型分析结论
图表40：我国房地产策划代理行业第一梯队企业市场份额（单位：%）
图表41：我国房地产策划代理行业十强与百强企业分公司和进入城市数量状况（单位：个）
图表42：我国房地产策划代理行业第一梯队企业竞争策略
图表43：我国房地产策划代理行业第二梯队企业市场份额（单位：%）
图表44：第二梯队房地产策划代理企业的竞争策略
图表45：我国房地产策划代理行业第三梯队企业市场份额（单位：%）
图表46：第三梯队房地产策划代理企业的竞争策略
图表47：房地产策划的主要内容
图表48：房地产策划的本质特征
图表49：房地产策划的作用与意义
图表50：世联地产房地产顾问策划业务流程（一）
图表51：世联地产房地产顾问策划业务流程（二）
图表52：我国房地产策划代理百强企业策划业务收入及同比增速（单位：亿元，%）
图表53：我国房地产策划代理百强企业策划业务收入占比（单位：%）
图表54：我国房地产策划代理百强企业策划项目个数（单位：个，%）
图表55：我国房地产策划代理百强企业策划建筑面积（单位：万平方米，%）
图表56：我国房地产策划代理百强企业策划物业类型分析（单位：%）
图表57：我国房地产策划代理百强企业策划项目平均收费（单位：万元/个，%）
图表58：区域开发的特性与代表案例
图表59：区域开发的属性定位模式分类
图表60：区域开发的定位策略分类
图表61：区域开发空间层面的策划策略分析
图表62：区域开发资源层面的策划策略分析
图表63：区域开发功能层面的策划策略分析
图表64：区域开发产业层面的策划策略分析
图表65：区域开发引擎层面的策划模式分析
图表66：住区开发项目定位策划策略分析
图表67：住区开发客户定位策划策略分析
图表68：住区开发空间定型策划策略分析
图表69：住区开发产品创新策划策略分析
图表70：住区开发户型创新策划策略分析

图表71：住区开发景观营造策划策略分析
图表72：住区项目开发策略分析
图表73：商业地产项目选址策略分析
图表74：商业地产项目商业生态系统定位策略分析
图表75：商业地产项目业态组合策略分析
图表76：商业地产项目场所营造策略分析
图表77：我国房地产策划代理百强企业策划住宅面积所占比例（单位：%）
图表78：我国房地产策划代理百强企业策划住宅面积均值（单位：万平方米，%）
图表79：2020-2025年中国房地产开发行业商品住宅投资额与增长情况（单位：亿元，%）
图表80：2020-2025年商品住宅新开工和竣工面积走势（单位：万平方米）
图表81：2020-2025年商品住宅新开工和竣工面积同比增速变化（单位：%）
图表82：我国房地产策划代理百强企业策划商业地产面积所占比例（单位：%）
图表83：我国房地产策划代理百强企业策划商业地产面积均值（单位：万平方米，%）
图表84：商服用房开发投资趋势VS房地产投资趋势（单位：亿元，%）
图表85：商服用房开发投资对房地产资产投资的贡献率走势（单位：%）
图表86：2020-2025年商服用房累计投资完成额与比重（单位：亿元，%）
图表87：2020-2025年商服用房投资增速VS商品房平均增速（单位：%）
图表88：新型战略策划业务的类型
图表89：我国部分区域振兴规划
图表90：房地产代理业务的类型
图表91：我国房地产策划代理百强企业代理业务收入及同比增速（单位：亿元，%）
图表92：我国房地产策划代理百强企业代理业务收入占比（单位：%）
图表93：我国房地产策划代理百强企业代理销售面积及同比增速（单位：万平方米，%）
图表94：我国房地产策划代理百强企业代理销售面积占比（单位：%）
图表95：我国房地产策划代理百强企业合同储备情况（单位：万平方米，倍）
图表96：我国房地产策划代理百强企业代理物业类型分析（单位：%）
图表97：我国房地产策划代理百强企业代理住宅面积所占比例（单位：%）
图表98：我国房地产策划代理百强企业代理销售住宅面积均值（单位：万平方米）
图表99：我国房地产策划代理百强企业代理销售住宅面积市场份额（单位：%）
图表100：2020-2025年我国住宅物业销售面积走势（单位：万平方米，%）
图表101：2020-2025年我国住宅物业销售金额走势（单位：亿元，%）
图表102：2026-2031年我国商品住宅代理销售面积规模预测（单位：万平方米）
图表103：我国房地产策划代理百强企业物业代理销售面积所占比例（单位：%）
图表104：我国房地产策划代理百强企业代理销售商业地产面积均值（单位：万平方米）
图表105：我国房地产策划代理百强企业代理销售商业地产面积市场份额（单位：%）
图表106：商服用房销售面积与增长趋势（单位：万平方米，%）
图表107：2020-2025年商服用房累计销售面积与比重（单位：万平方米，%）
图表108：2020-2025年商服用房销售面积增速VS商品房平均增速（单位：%）
图表109：2026-2031年我国商业地产代理销售面积规模预测（单位：万平方米）
图表110：2013中国房地产策划代理区域公司品牌
图表111：2020-2025年地区生产总值累计增速（单位：%）
图表112：北京市的城市规划定位分析
图表113：中国房地产策划代理百强企业前50强中北京企业及排名
图表114：2020-2025年北京市房地产开发投资同比增速（单位：%）
图表115：北京市房地产开发投资额及同比增速（单位：亿元，%）
图表116：2020-2025年北京市商品房销售面积同比增速（单位：%）
图表117：北京市房地产策划代理行业相关指标统计表
图表118：上海市经济发展分产业情况（单位：亿元，%）
图表119：上海市的城市规划定位分析
图表120：中国房地产策划代理百强企业前50强中上海企业及排名

……略

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！