



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009-2012年南京房地产行业竞争格局与投资战略研究咨询报告

## 一、调研说明

《2009-2012年南京房地产行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/133599.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

在受到全球金融危机以及前几年国家对房地产市场的宏观调控滞后因素的共同影响，从2007年四季度开始南京房地产市场出现了房屋销售量下降，价格回落的现象。2009年开始，南京市房地产市场呈现出与2008年的市场低迷、购房者持币观望、交易量大幅下降形成鲜明对比的走势，交易开始活跃，人气开始集聚，成交量明显回升。上半年南京各类房屋销售总量903.89万m<sup>2</sup>。其中：商品房销售458.77万m<sup>2</sup>，二手房销售303.77万m<sup>2</sup>，同比分别增长31.41%、85.7%。在全市商品房中，商品住宅销售39680套，面积425.06万m<sup>2</sup>，同比分别增长44.29%、43.81%；在全市二手房交易中，二手住宅交易36192套、面积286.7万m<sup>2</sup>，同比分别增长113.9%、120.34%。从上半年商品住房成交的板块来看：江北成交13512套，占全市商品住房成交量的34.1%，为各板块之首；其次，江宁成交10396套，占全市商品住房成交量26.2%。江北、江宁二大板块占了全市住房成交量的六成以上。建邺、栖霞分别成交4847套、3950套，分别占全市商品住房成交量的12.2%、10.%。这说明南京商品住房的集中供用区域在新三区。

从时间序列来看：南京房屋销售同比价格指数从2008年10月开始出现了自2001年2季度以来的第一次负增长，月同比价格下降1.5%，2009年上半年南京房屋销售价格指数96.9，同比累计下降3.1%；月环比价格从2008年5月开始连续出现负增长，2009年2月出现持平，到6月份月环比上涨1.3%，上半年南京房屋销售价格指数环比累计上涨了2.5%。南京房屋销售价格从2009年2月开始出现了止跌回升。南京新建住房销售价格从2008年9月同比开始出现负增长，先于二手房住宅下降。2009年上半年新建住房销售价格指数为95.1，二手住房交易价格指数为98.8，同比分别下降4.9%、1.2%；从2008年7月到2009年6月，新建住房销售价格波动幅度为8.4，二手住房交易价格波动幅度为1.4，二项相差7.0个百分点。自2007年南京房屋销售指数低于全国平均水平是从2007年7月开始，2008年6月南京房屋销售价格指数为103.9，比全国平均水平低4.3个百分点，为低于全国平均水平最多的月份。从2008年7月开始这种差距在逐渐减少，2009年5月南京房屋销售价格指数为97.0，比全国平均水平低2.4个百分点。1-5月南京房屋销售价格指数为96.6，同比下降3.4%，在十九市中排第十五位，仅比深圳市、广州市、厦门市高，比最高的长春市低了6.3个百分点。

南京房屋销售价格止跌回稳的原因一是2008年9月开始出台的房地产市场政策效应使购房人的信心有了进一步提振，被压制的刚性需求得到了释放；二是百姓在住房消费中不成熟的消费心理，使得目前部分购房者在现阶段出现了追涨；三是部分开发企业土地储备不足，使得2009年房屋的上市数量减少，使得目前房地产市场供求关系发生变化，供大于求的程度有所缓解。截至2009年6月末，全市商品房累计可售面积916.98万m<sup>2</sup>，同比增长5.63%，较上月末比下降5.57%，其中：商品住宅累计可售面积563.36万m<sup>2</sup>，同比增长2.23%，较上月末比下

降9.43%，全市商品住宅可售量共45487套，较上月末下降10.32%。从滚动一年（2008年7月至2009年6月）供销比来看，全市商品住宅累计供销比为1.02：1；四是百姓对住房的要求有了进一步的提高，近年来南京部分家庭消费理念实现了从有房住到住好房的改变。南京市上半年商品住房成交套数与二手住房套数的比为1.1：1，一、二级房地产市场的连动效应明显，二手住房在有的片区出现了一房难求的局面。

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、南京房地产业协会及国内外相关报刊杂志的基础信息，全面分析了南京市房地产行业发展的宏观形势、政策、行业总体水平、市场供求现状、市场结构特征。报告汇集了南京及南京主要片区的房地产开发、商品房交易价格、销售和空置状况等重要经济指标；报告涵盖了房地产开发、商品房销售、各主要类型物业、片区房地产、房地产需求规模、房地产政策与住房金融、行业竞争态势以及发展趋势等重要板块的内容；深度分析了南京土地供给市场、住宅市场的供求状况、价格走势、住房消费状况与需求特征以及房地产开发企业的竞争态势；为南京房地产商在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，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了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 行业发展现状

#### 第一章 全球房地产市场发展分析

##### 第一节 2008-2009年世界房地产市场分析

###### 一、2008年世界房地产市场分析

###### 二、金融危机下世界房地产业发展分析

###### 三、2009年世界房地产"主心骨"探讨

###### 四、2009年上半年全球房地产市场交易情况

###### 五、2009年全球房地产市场分析与预测

###### 六、全球房地产市场"触底"探讨

##### 第二节 世界房地产对世界经济复苏的重要意义

##### 第三节 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的影响
- 四、2009年中国房地产市场对全球经济复苏的影响
- 五、美国房地产对全球经济的影响及预测

## 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
- 四、我国房地产市场调整分析
- 五、我国房地产购买力的外部抽离解析

### 第二节 2008年房地产市场运行分析

- 一、2008年中国房地产市场整体情况
- 二、2008年中国房地产市场热点问题
- 三、2008年房地产开发完成情况
- 四、2008年商品房销售和空置情况
- 五、2008年房地产开发企业资金来源情况
- 六、2008年全国房地产开发景气指数
- 七、2008年四季度企业景气指数分析

### 第三节 2008年我国大中城市房屋市场销售价格指数

- 一、2008年1季度全国70个大中城市房屋销售价格指数
- 二、2008年2季度全国70个大中城市房屋销售价格指数
- 三、2008年3季度全国70个大中城市房屋销售价格指数
- 四、2008年4季度全国70个大中城市房屋销售价格指数

### 第四节 2009年上半年全国房地产市场运行情况

- 一、2009年上半年房地产开发完成情况
- 二、2009年上半年商品房销售情况
- 三、2009年上半年房地产开发企业资金来源情况
- 四、2009年上半年全国房地产开发景气指数

### 第五节 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情况
- 二、2009年2季度全国70个大中城市房屋销售价格情况
- 三、2009年上半年全国70个大中城市房屋销售价格情况

#### 第六节 2009年中国房地产市场发展分析

- 一、2008-2009年中国房地产业发展概述
- 二、2009年中国房地产全行业发展形势
- 三、2009年我国房地产调整空间情况
- 四、2009年中国房地产市场调控分析
- 五、2009年中国房地产市场发展的关键

#### 第七节 2009年房地产市场形势分析与影响因素

- 一、2009年我国房地产市场形势分析
- 二、影响2009年房地产市场走势的因素分析
- 三、我国房地产政策建议

#### 第八节 金融危机对中国房地产市场影响分析

- 一、经济危机对房地产市场的影响
- 二、金融危机对中国楼市外资投资的影响
- 三、金融危机对中国住房消费能力的影响
- 四、金融危机对中国房地产企业融资的影响

### 第三章 南京房地产业发展分析

#### 第二节 南京土地市场分析

- 一、2008年土地市场状况
- 二、2009年1季度土地市场状况
- 三、2009年2季度土地市场状况
- 四、2009年上半年土地市场状况

#### 第二节 南京房地产住宅市场发展现况

- 一、社会经济环境
- 二、商品房市场
- 三、商品住宅市场
- 四、商品住宅区域市场

#### 第三节 2009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、房地产消费者对下半年楼价走势预期
- 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

#### 第四章 南京房地产市场分析

##### 第一节 2008-2009年南京房地产市场分析

- 一、2008年1季度南京房地产市场分析
- 二、2008年2季度南京房地产市场分析
- 三、2008年3季度南京房地产市场分析
- 四、2008年4季度南京房地产市场分析
- 五、2009年上半年南京房地产市场分析

##### 第二节 2008-2009年南京房地产新盘分析

- 一、2008年南京市新开盘项目分析
- 二、2009年1季度南京市新开盘项目分析
- 三、2009年2季度南京市新开盘项目分析
- 四、2009年7月南京市新开盘项目分析
- 五、2009年8月南京市新开盘项目分析

##### 第三节 2008-2009年南京二手房市场分析

- 一、2008年南京二手房市场状况
- 二、2009年1季度南京二手房市场状况
- 三、2009年2季度南京二手房市场状况
- 四、2009年7月南京二手房市场状况
- 五、2009年8月南京二手房市场状况

##### 第四节 2008-2009年南京写字楼市场分析

- 一、2008年南京写字楼发展状况
- 二、2009年1季度南京写字楼发展状况

- 三、2009年2季度南京写字楼发展状况
- 四、2009年7月南京写字楼发展状况
- 五、2009年8月南京写字楼发展状况

## 第五章 2008-2009年中国南京房地产行业供需分析

### 第一节 2008-2009年供给分析及预测

- 一、2008-2009年供给总量分析及预测
- 二、2008-2009年供给结构分析及预测

### 第二节 2008-2009年需求分析及预测

- 一、2008-2009年需求总量分析及预测
- 二、2008-2009年需求结构分析及预测

### 第三节 2008-2009年供需平衡分析及预测

- 一、2008-2009年供需平衡分析
- 二、2009-2010年供需平衡预测

### 第四节 2008-2009年价格分析及预测

- 一、2008-2009年价格分析
- 二、2009-2010年价格预测

## 第二部分 行业竞争格局

## 第六章 南京房地产行业竞争分析

### 第一节 2009年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 2009年南京房地产竞争分析

- 一、2008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、2009年南京房地产市场竞争形势分析

### 第三节 2008-2009年中国南京房地产行业竞争分析及预测

- 一、2008-2009年集中度分析及预测
- 二、2008-2009年SWOT分析及预测
- 三、2008-2009年进入退出状况分析及预测

四、2008-2009年替代品分析及预测

五、2008-2009年生命周期分析及预测

## 第七章 南京房地产企业竞争策略分析

### 第一节 南京房地产市场竞争策略分析

一、2009年南京房地产市场增长潜力分析

二、2009年南京房地产主要潜力品种分析

三、现有南京房地产竞争策略分析

四、南京房地产潜力品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

### 第二节 南京房地产企业竞争策略分析

一、金融危机对南京房地产行业竞争格局的影响

二、金融危机后南京房地产行业竞争格局的变化

三、2009-2012年我国南京房地产市场竞争趋势

四、2009-2012年南京房地产行业竞争格局展望

五、2009-2012年南京房地产行业竞争策略分析

六、2009-2012年南京房地产企业竞争策略分析

## 第八章 南京房地产重点企业竞争分析

### 第一节 南京栖霞建设集团有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

### 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、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

### 第三节 明发集团南京房地产开发有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

#### 第四节 银城房地产开发有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

#### 第五节 南京浦东建设发展股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

#### 第六节 江苏亚东建设发展集团有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

#### 第七节 百胜麒麟南京建设发展有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

#### 第八节 南京万达房地产开发有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

#### 第九节 江苏五岳置业投资发展有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

## 第十节 南京仙林房地产开发有限公司

### 一、企业概况

### 二、竞争优势分析

### 三、2008-2009年经营状况

### 四、2009-2012年发展战略

## 第三部分 行业前景预测

## 第九章 南京房地产行业发展趋势分析

### 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、2009-2012年我国房地产市场走势

### 第二节 房地产业发展趋势与预测

#### 一、我国房地产发展前景

#### 二、我国房地产市场未来趋势的判断

#### 三、2009年中国房地产市场预测

#### 四、2009-2012年我国房地产市场预测

### 第三节 2009-2012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、2009-2012年南京房地产发展趋势分析

#### 三、2009-2012年南京房地产市场发展空间

#### 四、2009-2012年南京房地产产业政策趋向

#### 五、2009-2012年南京房地产价格走势分析

## 第十章 未来南京房地产行业发展预测

### 第一节 2009-2012年全国房地产市场预测

#### 一、2009-2012年全国房地产市场结构预测

#### 二、2009-2012年全国房地产市场需求前景

#### 三、2009-2012年全国房地产市场价格预测

### 第二节 2009-2012年南京房地产市场预测

#### 一、2009-2012年南京房地产市场结构预测

- 二、2009-2012年南京房地产市场需求前景
- 三、2009-2012年南京房地产市场价格预测
- 四、2009-2012年南京房地产行业集中度预测

## 第四部分 投资战略研究

### 第十一章 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

### 第十二章 南京房地产行业投资现状分析

#### 第一节 2008年南京房地产行业投资情况分析

- 一、2008年总体投资及结构
- 二、2008年投资规模情况
- 三、2008年投资增速情况
- 四、2008年分行业投资分析
- 五、2008年分地区投资分析
- 六、2008年外商投资情况

## 第二节 2009年上半年南京房地产行业投资情况分析

- 一、2009年上半年总体投资及结构
- 二、2009年上半年投资规模情况
- 三、2009年上半年投资增速情况
- 四、2009年上半年分行业投资分析
- 五、2009年上半年分地区投资分析
- 六、2009年上半年外商投资情况

## 第十三章 南京房地产行业投资环境分析

### 第一节 经济发展环境分析

- 一、2008-2009年我国宏观经济运行情况
- 二、2009-2012年我国宏观经济形势分析
- 三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

### 第二节 政策法规环境分析

- 一、2009年南京房地产行业政策环境
- 二、2009年国内宏观政策对其影响
- 三、2009年行业产业政策对其影响

### 第三节 社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状
- 二、2009年社会环境发展分析
- 三、2009-2012年社会环境对行业的影响分析

## 第十四章 南京房地产行业投资机会与风险

### 第一节 南京房地产行业投资效益分析

- 一、2008-2009年南京房地产行业投资状况分析
- 二、2009-2012年南京房地产行业投资效益分析
- 三、2009-2012年南京房地产行业投资趋势预测
- 四、2009-2012年南京房地产行业的投资方向
- 五、2009-2012年南京房地产行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

### 第二节 影响南京房地产行业发展的主要因素

- 一、2009-2012年影响南京房地产行业运行的有利因素分析

- 二、2009-2012年影响南京房地产行业运行的稳定因素分析
- 三、2009-2012年影响南京房地产行业运行的不利因素分析
- 四、2009-2012年我国南京房地产业发展面临的挑战分析
- 五、2009-2012年我国南京房地产业发展面临的机遇分析

### 第三节 南京房地产行业投资风险及控制策略分析

- 一、2009-2012年南京房地产市场风险及控制策略
- 二、2009-2012年南京房地产行业政策风险及控制策略
- 三、2009-2012年南京房地产行业经营风险及控制策略
- 四、2009-2012年南京房地产同业竞争风险及控制策略
- 五、2009-2012年南京房地产行业其他风险及控制策略

## 第十五章 南京房地产行业投资战略研究

### 第一节 南京房地产业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

### 第二节 对南京房地产品牌的战略思考

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

### 第三节 南京房地产行业投资战略研究

- 一、2009年房地产行业投资战略
- 二、2009年南京房地产行业投资战略
- 三、2009-2012年南京房地产行业投资战略
- 四、2009-2012年细分行业投资战略

## 图表目录

图表：2008年1-12月全国房地产开发投资完成情况

图表：2008年1-12月东部地区房地产开发投资完成情况

图表：2008年1-12月中部地区房地产开发投资完成情况

图表：2008年1-12月西部地区房地产开发投资完成情况

图表：2008年1-12月全国商品房销售情况

图表：2008年1-12月东部地区商品房销售情况

图表：2008年1-12月中部地区商品房销售情况

图表：2008年1-12月西部地区商品房销售情况

图表：2009年1-6月全国房地产开发投资完成情况

图表：2009年1-6月东部地区房地产开发投资完成情况

图表：2009年1-6月中部地区房地产开发投资完成情况

图表：2009年1-6月西部地区房地产开发投资完成情况

图表：2009年1-6月全国商品房销售情况

图表：2009年1-6月东部地区商品房销售情况

图表：2009年1-6月中部地区商品房销售情况

图表：2009年1-6月西部地区商品房销售情况

图表：2008年10月份70个大中城市房屋销售价格指数（一）

图表：2008年10月份70个大中城市房屋销售价格指数（二）

图表：2008年10月份70个大中城市房屋销售价格指数（三）

图表：2008年10月份70个大中城市房屋销售价格指数（四）

图表：2008年10月份70个大中城市房屋销售价格指数（五）

图表：2008年10月份70个大中城市房屋销售价格指数（六）

图表：2008年10月份70个大中城市房屋销售价格指数（七）

图表：2008年10月份70个大中城市房屋销售价格指数（八）

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（一）

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（二）

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（三）

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（四）

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（五）

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（六）

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（七）

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（八）

图表：2008年12月份70个大中城市房屋销售价格指数（一）

图表：2008年12月份70个大中城市房屋销售价格指数（二）

图表：2008年12月份70个大中城市房屋销售价格指数（三）

图表：2008年12月份70个大中城市房屋销售价格指数（四）

图表：2008年12月份70个大中城市房屋销售价格指数（五）

图表：2008年12月份70个大中城市房屋销售价格指数（六）

图表：2008年12月份70个大中城市房屋销售价格指数（七）

图表：2008年12月份70个大中城市房屋销售价格指数（八）

图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（一）

图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（二）

图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（三）

图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（四）

图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（五）

图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（六）

图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（七）

图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（八）

图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（一）

图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（二）

图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（三）

图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（四）

图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（五）

图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（六）

图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（七）

图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（八）

图表：2009年3月份70个大中城市房屋销售价格指数（一）

图表：2009年3月份70个大中城市房屋销售价格指数（二）

图表：2009年3月份70个大中城市房屋销售价格指数（三）

图表：2009年3月份70个大中城市房屋销售价格指数（四）

图表：2009年3月份70个大中城市房屋销售价格指数（五）

图表：2009年3月份70个大中城市房屋销售价格指数（六）

图表：2009年3月份70个大中城市房屋销售价格指数（七）



图表：2009年7月份70个大中城市房屋销售价格指数（八）

图表：南京市消费者购房的原因

图表：南京市消费者对购房方式选择

图表：南京市消费者目前居住情况

图表：2009年南京市消费者购房计划

图表：南京市消费者购房选择的房款支付方式

图表：南京市消费者一直未购房的原因

图表：南京市消费者选房容易受影响的因素

图表：南京市购房消费者的收入情况

图表：南京市消费者购房的价位选择

图表：2009年南京市有购房计划的消费者所占比例

图表：2009年南京市准备二次购房的消费者所占比例

图表：南京市消费者购房用途

图表：2009年南京市消费者购房选择的区域

图表：南京市消费者购房选择的居住环线位置

图表：2009年南京市消费者准备购买何种类型的房屋

图表：2009年南京市购房消费者能够接受的价格范围

图表：2009年南京市购房消费者预测南京整体房价走势

图表：2009年南京市购房消费者家庭月收入状况

图表：2009年南京市消费者影响购房的原因

图表：2009年南京市购房消费者容易受哪些项目选择的影响

图表：2009年南京市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：2009年南京市主城区新发预售证

图表：2009年1-8月南京市主城区商品房供需套数

图表：2009年1-8月南京市主城区商品房供需面积

图表：2009年1-8月南京市主城区商品房户均面积

图表：2009年8月1-10日南京各种物业房源销售情况

图表：2009年8月1-10日南京各行政区成交情况

图表：2009年8月1-10日南京各城区成交情况

图表：2009年8月1-10日南京市各行政区二手房成交量

图表：2009年8月1-10日南京市主城区新开楼盘一览

图表：2009年8月1-10日南京市各行政区开盘情况

图表：2009年8月1-10日南京主城区新开楼盘价格情况

图表：2009年8月1-10日南京郊区新开楼盘

图表：2009年8月1-10日南京市媒体广告开盘信息投放情况

图表：2009年1-6月南京市二手房成交量走势图

图表：2009年1-6月南京市各区域二手房成交均价走势图

图表：2009年1-6月南京市各环线间二手房成交量分布图

图表：2009年1-6月南京市二手房买卖交易套型分布图

图表：2009年1-6月南京市二手房购买人群年龄分布图

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/133599.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数

据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

## 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。