



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国写字楼产业发展现状及市场监测报告

一、调研说明

《2016-2022年中国写字楼产业发展现状及市场监测报告》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/273519.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

写字楼就是专业商业办公用楼的别称，严格地讲，写字楼是不能用于住人的。这是房屋的房产证上有明确注明的。写字楼原意是指用于办公的建筑物，或者说是由办公室组成的大楼，1971年，Rhodes和Kan提出："写字楼的作用是集中进行信息的收集、决策的制定、文书工作的处理和其他形式的经济活动管理。"

受国家宏观调控的影响，不少投资者对住宅的投资预期出现大幅度下滑，而受调控波及不深的商业地产渐渐成为新政的"幸运儿"，众多撤出住宅市场的投资者纷纷转向商业地产，转向写字楼投资。

写字楼因其稳定且回报较高的特点成为大多投资者主要投资对象。然而，由于写字楼投资的复杂性和专业性，使得如何选择合适的投资的优秀写字楼成为广大投资者的最大困扰。

何谓顶级写字楼?一千个人眼中有一千个答案，顶级写字楼没有一个统一的标准，更像是一种约定俗成的统称，业界一直以来对此也争议不断。对于企业和投资者而言，有着"顶级"标志的写字楼，自然是当仁不让的投资首选。

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。

报告目录：

第一章 写字楼的相关概述 1

第一节 商业地产的相关介绍 1

一、商业地产内涵 1

二、商业地产的分类 1

三、商业地产发展规模分级 1

四、商业地产的主要特征 2

第二节 写字楼相关阐述 3

一、写字楼类型划分 3

二、写字楼管理制度 3

1、高档写字楼物业管理体制 3

2、物业管理的主要职责 4

三、写字楼布局结构 4

四、写字楼规模组成 5

五、写字楼设计要点	5
第二章 2015-2016年全球房地产业运行动态分析	6
第一节 全球房地产发展分析	6
一、2015年全球房产市场现状	6
二、2015年全球房产市场现状	6
三、2015年全球房地产发展形势分析	7
四、2015年全球商业地产市场已趋稳定	11
五、2015年全球房地产市场投资预计	12
第二节 世界部分国家房地产发展分析	13
一、2015年美国房地产市场发展分析	13
二、2015年欧洲房地产市场发展分析	14
三、2015年法国房地产市场发展分析	14
四、2015年英国房地产市场发展分析	15
五、2015年日本房地产市场发展分析	17
六、2015年泰国房地产市场发展分析	18
第三节 港台地区房地产状况	19
一、2015年香港房地产市场发展分析	19
二、2015年台湾房地产市场发展分析	19
三、2015年台商鼓励陆企赴台投资房地产	23
第四节 2016年世界房地产市场预测	24
一、2016年全球房地产市场分析预测	24
二、2016年全球房地产投资前景及市场	25
三、2016年美国房地产市场分析预测	28
第三章 2015-2016年国际写字楼市场运行状况分析	29
第一节 2015-2016年国际写字楼市场运行环境分析	29
一、2015年世界经济形势分析	29
二、2016年世界经济发展展望	42
第二节 2015-2016年国际商业地产市场动态分析	44
一、2015年国际商业地产市场分析	44
二、2015年新兴市场商业地产市场分析	44
三、2016年国际商业地产市场分析	45
第三节 2015-2016年国际写字楼国际市场运行分析	45

一、写字楼国际市场分析	45
二、写字楼亚太市场价格行情	46
三、2016年全球写字楼市场展望	48
第四节 2015-2016年写字楼国际区域市场分析	48
一、美国写字楼市场分析	48
二、日本写字楼市场分析	48
三、香港写字楼市场分析	49
第四章 2015-2016年中国写字楼产业运行环境解析	50
第一节 2015-2016年中国宏观经济环境分析	50
一、国民经济运行情况GDP(季度更新)	50
二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）	50
三、全国居民收入情况（季度更新）	54
四、恩格尔系数（年度更新）	54
五、工业发展形势（月度更新）	55
六、固定资产投资情况（月度更新）	57
七、财政收支状况（月度更新）	58
八、货币供应量（月度更新）	60
八、中国汇率调整（人民币升值）	61
九、存贷款基准利率调整情况	62
十、存款准备金率调整情况	62
十一、社会消费品零售总额	63
第二节 2015-2016年中国写字楼产业政策解读	64
一、2015年主要房地产政策综述	64
二、2016年房地产行业主要政策分析	67
第三节 从当前房地产市场形势看未来调控政策取向	90
一、当前房地产市场形势分析	91
二、未来房地产调控政策取向预测	94
三、相关政策建议	95
第四节 对房地产市场调控的思考	96
一、当前房地产调控的主要特点	96
二、房地产调控要解决的若干核心问题	98
三、进一步完善房地产调控的若干建议	99

四、2016年房地产调控兼顾长短目标	101
第五章 2015-2016年中国房地产业运行态势分析	103
第一节 2015年房地产市场运行分析	103
一、2015年中国房地产市场整体情况	103
二、2015年中国房地产市场热点问题	103
三、2015年房地产开发完成情况	111
四、2015年商品房销售面积和销售额增长情况	115
五、2015年房地产开发企业资金来源情况	117
六、2015年全国房地产开发景气指数	118
第二节 2016年房地产市场发展趋势预测	144
一、房地产政策调整	144
二、土地供应量走势	145
三、房地产资金走势	145
四、保障性住房走势	146
五、政策性商品住房——限价房走势	146
六、商品房走势	146
七、商品房价格走势	147
八、房地产业产业质量标准化走势	147
九、2016年房地产业的警示	148
第六章 2015-2016年中国写字楼市场运行新形势分析	149
第一节 2015-2016年中国写字楼市场运行综述分析	149
一、写字楼市场特征分析	149
二、写字楼开发投资	149
第二节 2015-2016年中国写字楼市场需求分析	151
一、写字楼供给情况分析	151
二、写字楼销售情况分析	152
三、写字楼供需平衡分析	154
第三节 2015-2016年中国写字楼价格走势分析	155
一、2015年写字楼价格走势分析	155
二、2016年写字楼价格走势预测	156
第四节 2015-2016年中国写字楼品牌市场结构分析	157
一、2015中国房地产百强企业研究报告	157

二、2015中国房地产上市公司TOP10研究	171
三、2015年中国房地产企业销售排行榜	183
第七章 2015-2016年中国写字楼重点区域市场运行分析	191
第一节 2015-2016年中国写字楼区域市场分析	191
一、华南	191
二、华北	191
三、华东	192
四、华中及华西地区	192
第二节 2015-2016年中国写字楼重点省市场运行分析	192
一、北京	192
二、上海	196
三、西安	197
四、重庆	198
五、大连	201
六、深圳	202
七、广州	203
八、天津	203
九、南京	205
十、青岛	212
十一、武汉	213
十二、长沙	214
十三、杭州	215
十都、成都	216
第八章 2015-2016年中国写字楼物业管理探析	219
第一节 写字楼物业管理相关概述	219
一、写字楼物业特点	219
二、写字楼物业管理的特征	220
三、写字楼物业管理的内容	221
四、写字楼物业管理的要求	225
第二节 2015-2016年中国物业管理发展的概况	226
一、中国物业管理发展状况综述	226
二、中国物业管理行业结构简析	227

三、物业管理行业的新动向	231
四、我国物业管理发展存在的问题及其发展方向	234
第三节 写字楼物业管理成本的精益控制分析	240
一、写字楼物业管理企业成本构成	240
二、成本临界点控制	240
三、能源成本的精益控制	241
四、人力成本的精益控制	242
第四节 写字楼物业管理的策略分析	243
一、写字楼物业管理水平提升的对策	243
二、写字楼物业管理服务可持续发展的有效途径	246
三、写字楼物业管理服务的核心价值	248
四、写字楼物业管理的品牌化战略	250
第九章 2015-2016年中国写字楼市场竞争新格局透析	257
第一节 2015-2016年中国写字楼市场竞争综述	257
一、2015年房地产行业洗牌状况	257
二、2016年写字楼市场竞争激烈	258
第二节 2015-2016年中国写字楼产业集中度分析	258
一、市场集中度分析	258
二、区域集中度分析	259
第三节 2016-2022年中国写字楼产来竞争趋势分析	260
第十章 2015-2016年中国写字楼相关企业运行指标分析	262
第一节 北京中关村科技发展(控股)股份有限公司(000931)	262
一、企业概况	262
二、企业主要经济指标分析	262
三、企业盈利能力分析	263
四、企业偿债能力分析	264
五、企业运营能力分析	264
六、企业成长能力分析	264
第二节 北京首都开发股份有限公司(600376)	265
一、企业概况	265
二、企业主要经济指标分析	265
三、企业盈利能力分析	266

四、企业偿债能力分析	267
五、企业运营能力分析	267
六、企业成长能力分析	267
第三节 上海世茂股份有限公司（600823）	268
一、企业概况	268
二、企业主要经济指标分析	268
三、企业盈利能力分析	270
四、企业偿债能力分析	271
五、企业运营能力分析	271
六、企业成长能力分析	272
第四节 保利房地产（集团）股份有限公司（600048）	272
一、企业概况	272
二、企业主要经济指标分析	273
三、企业盈利能力分析	275
四、企业偿债能力分析	276
五、企业运营能力分析	277
六、企业成长能力分析	277
第五节 其他企业运行分析	277
一、中国海外发展有限公司	277
二、SOHO中国有限公司	278
三、香港新世界发展	279
第十一章 2016-2022年中国写字楼行业前景预测分析	280
第一节 2016-2022年中国商业地产市场的发展前景及趋势	280
一、2016年中国商业地产行业发展展望	280
二、2016年中国商业地产投资机会分析	282
三、2016-2022年中国商业地产行业发展趋势	283
第二节 2016-2022年中国写字楼发展趋势	288
一、综合化	288
二、生态化	289
三、节能化	289
四、专业化	289
五、智能化	290

六、灵活性	290
第三节 2016-2022年中国写字楼市场规模预测	291
一、写字楼的供给状况分析	291
二、写字楼的需求状况分析	291
三、我国写字楼亟待制定统一的评价标准	293
四、中国写字楼细分化发展趋势分析	297
五、未来写字楼的三种发展类型	297
六、个性化写字楼将成为未来市场的趋势	298
七、生态办公需求将成为写字楼发展的新趋势	301
第十二章 2016-2022年中国写字楼行业投资战略分析	304
第一节 2015-2016年中国写字楼产业投资概况	304
一、写字楼投资者的类型及特点	304
二、2015年中国写字楼投资市场重新活跃	305
三、写字楼投资已成为房地产投资的金矿	305
四、新型写字楼产品日渐受投资市场青睐	307
第二节 2016-2022年中国写字楼行业投资机会与建议	307
一、现阶段是写字楼投资的好时机	307
二、投资回报高小户型写字楼成新宠	308
三、中国写字楼市场投资前景广阔	310
四、未来写字楼仍是外资投资房地产的主要领域	313
第三节 2016-2022年中国写字楼行业风险及规避	315
一、写字楼投资过程中的风险分析	315
二、写字楼投资风险的产生因素	315
三、当前经济环境下写字楼市场投资存在风险分析	316
四、写字楼投资风险的防范策略详述	316
第四节 写字楼市场的投资建议	335
一、写字楼投资的诀窍	335
二、投资写字楼需注意的问题	336
三、中小投资者投资写字楼切忌盲目	337
四、个人投资写字楼的八个要点	338
第十三章 2016-2022年中国写字楼行业发展战略	340
第一节 渠道策略	340

一、营销渠道运用要点——广告	341
二、营销渠道运用要点——新闻报道	342
三、营销渠道运用要点——直邮	342
四、营销渠道运用要点——互联网	342
五、营销渠道运用要点——朋友介绍	343
第二节 销售策略	343
一、形象差异化是写字楼营销的终点	343
二、客户定位应遵循四项原则	344
三、商业与写字楼关系的六项原则	344
四、主动出击是最重要的营销手段	344
五、写字楼整栋销售探秘	344

图表目录：

图表：美国2013年以来GDP季度环比增长率	29
图表：2013-2015年美国GDP、消费、投资和出口折年率季度同比增长	30
图表：2013-2015年各因素对美国经济增长的贡献度	30
图表：2009-2015年美国工业产值增长及产能利用率变化	31
图表：2013-2015年美国CPI&PPI变化趋势	32
图表：2008——2015年美国月度失业率情况	33
图表：1997-2015年欧盟16国GDP季度同比增长率	34
图表：2013-2015年6月欧元区、德国、法国、意大利工业产值月环比变化	35
图表：2013年3月-2015年欧元区CPI、PPI同比增长变化	36
图表：1997-2015年欧盟16国失业率率变化	36
图表：2013-2015年日本实际GDP环比年率变化	37
图表：2015年1月-2015年6日本工业产值情况	38
图表：2009-2015年日本CPI增长变化	39
图表：2009-2015年日本失业率变化	40
图表：1998年—2015年国内生产总值季度累计同比增长率（%）	50
图表：2001年3月—2015年居民消费价格指数（上年同月=100）	53
图表：2001年3月—2015年工业品出厂价格指数（上年同月=100）	54
图表：2001年3月—2015年工业增加值月度同比增长率（%）	56
图表：2001年1-3月—2015年固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%）	58
图表：2001年3月—2015年货币供应量月度同比增长率（%）	61

图表：2001年3月—2015年社会消费品零售总额月度同比增长率（%）	64
图表：2015年主要房产相关政策汇总	64
图表：2015年"新国八条"政策要点和主要内容	68
图表：2015年1季度加快推进保障性住房建设相关举措	70
图表：2015年35个大中城市房价控制目标	72
图表：2015年加快推进保障性住房建设相关举措	77
图表：2015年大型机构存款准备金率调整情况	81
图表：2014-2015年全国商品房竣工面积增速回升，市场供应量增加	91
图表：2015年以来全国商品房销量增速回落	92
图表：2015年以来全国70个大中城市新建商品住宅环比价格指数变动情况	93
图表：2015年以来全国70个大中城市新建商品住宅环比价格上涨、下跌城市个数	94
图表：2013年-2015年累计全国房地产土地购置与开发面积及同比增长率变动趋势	112
图表：2013年-2015年累计固定资产投资与房地产开发投资增长率变动趋势	112
图表：2009年3月-2015年累计不同用途房地产开发投资构成情况	113
图表：2013年-2015年累计不同用途房地产开发投资增长率变动情况	114
图表：2009年3月-2015年累计不同地区房地产投资额完成情况	114
图表：2013年-2015年累计东、中、西部地区房地产投资增长率变动趋势	115
图表：2013年-2015年累计全国商品房、商品住宅销售面积及同比增长率变动趋势	116
图表：2013年-2015年累计全国商品房、商品住宅销售额及同比增长率变动趋势	116
图表：2009年3月-2015年累计全国房地产开发企业资金来源构成情况	117
图表：2013年-2015年累计全国房地产开发企业资金来源构成增长率变动趋势	118
图表：2007年-2015年国房景气指数及主要分类指数走势	119
图表：2013年-2015年房地产开发综合景气指数及主要分类指数走势	120
图表：2015年份70个大中城市住宅销售价格指数	129
图表：2015年份70个大中城市住宅销售价格指数（续）	131
图表：2015年一线城市商业地产整购成交案例	135
图表：2015年二、三线城市商业地产整购成交案例	137
图表：2001-2015年写字楼开发投资完成额及增长率	150
图表：2015年1月-2015年写字楼开发投资完成额及增长率	151
图表：百强企业2006-2015年销售额及变化	158
图表：百强企业2006-2015年销售面积及变化	159
图表：百强企业2006-2015年市场份额及变化	160

图表：综合实力TOP10企业2006-2015年市场份额	160
图表：百强企业2006-2015年资产状况及变化	161
图表：百强企业2006-2015年营业收入与净利润及变化	162
图表：百强企业2013-2015年盈利及费用指标均值	163
图表：百强企业2013-2015年盈利能力分析指标均值	163
图表：百强企业2007-2015年成长性指标	164
图表：百强企业2006-2015年土地储备规划建筑面积均值及变化	165
图表：百强企业2006-2015年预收账款均值及变化	166
图表：百强企业2006-2015年经营性现金流情况	166
图表：百强企业2013-2015年资产负债率和流动比率	167
图表：百强企业2006-2015年筹资活动现金流入和银行授信额度	168
图表：百强企业2013-2015年运营效率指标分析	169
图表：百强企业2006-2015年营业税及所得税	170
图表：2015年1月-2015年北京写字楼成交面积及套数走势图	194
图表：2015年1月-2015年北京写字楼成交价格走势图	194
图表：2015年北京各城区写字楼成交面积及均价分布图	195
图表：2015年北京各环线写字楼成交占比图	195
图表：2009-2015年南京商业地产成交走势	206
图表：2013-2015年北京中关村科技发展(控股)股份有限公司主营经济指标	263
图表：2013-2015年北京中关村科技发展(控股)股份有限公司盈利能力表	263
图表：2013-2015年北京中关村科技发展(控股)股份有限公司偿债能力表	264
图表：2013-2015年北京中关村科技发展(控股)股份有限公司运营能力表	264
图表：2013-2015年北京中关村科技发展(控股)股份有限公司成长能力表	264
图表：2013-2015年北京首都开发股份有限公司主营经济指标	266
图表：2013-2015年北京首都开发股份有限公司盈利能力表	266
图表：2013-2015年北京首都开发股份有限公司偿债能力表	267
图表：2013-2015年北京首都开发股份有限公司运营能力表	267
图表：2013-2015年北京首都开发股份有限公司成长能力表	267
图表：2013-2015年上海世茂股份有限公司主营经济指标	270
图表：2013-2015年上海世茂股份有限公司盈利能力表	270
图表：2013-2015年上海世茂股份有限公司偿债能力表	271
图表：2013-2015年上海世茂股份有限公司运营能力表	272

图表：2013-2015年上海世茂股份有限公司成长能力表	272
图表：2013-2015年保利房地产（集团）股份有限公司主营经济指标	275
图表：2013-2015年保利房地产（集团）股份有限公司盈利能力表	275
图表：2013-2015年保利房地产（集团）股份有限公司偿债能力表	276
图表：2013-2015年保利房地产（集团）股份有限公司运营能力表	277
图表：2013-2015年保利房地产（集团）股份有限公司成长能力表	277
图表：写字楼营销推广渠道示意图	340
图表：写字楼营销推广渠道层次图	341

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/273519.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）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。