



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年北京房地产投资及商业模式分析报告

一、调研说明

《2008年北京房地产投资及商业模式分析报告》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/45962.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

全年房地产开发投资25280亿元，比上年增长30.2%，其中商品住宅投资18010亿元，增长32.1%。商品房竣工面积58236万平方米，增长4.3%。商品房销售面积76193万平方米，增长23.2%，其中商品住宅69104万平方米，增长24.7%。2007年土地供应总量控制在6300公顷以内，其中新增建设用地严格控制在3500公顷以内，鼓励和引导利用存量建设用地2800公顷左右。

2007年北京全年新开盘项目达到313个，51个别墅项目，104个住宅项目，100个公寓项目，58个售完项目。其中以朝阳、海淀为开盘项目大户，全年开盘项目分别为95个、41个。而作为远郊区区域也各自推出大量的新盘项目，如纳丹堡、金玉源、东方夏威夷威毕欧溪谷等，并且带起了一阵京城楼市购房边缘化的热潮，在北京住宅快速开发建设的过程中，住宅在城市地域空间的布局方面，逐步呈现出边缘化和规模化的趋势。预计2008年商品住宅成交14万套、二手住宅成交8-9万套、政策性住房成交5万套，住宅市场三足鼎立之势渐成

同时房地产商业模式的选择是房地产企业获取可持续发展首要面临的一个问题。随着中国房地产市场的逐步走向成熟，通过创新商业模式获得差异化的竞争优势显得日益重要。本研究报告的目的就是要通过对房地产行业商业模式理论研究和实例分析，为地产业务提供一个可供选择的商业模式框架。

【 目录 】

第一章 2007年地产行业总体分析 8

1.1 北京地产总体分析 8

1.2 宏观经济影响分析 9

第二章 北京土地市场分析 13

2.1 08年土地供应情况 13

2.2 土地供应变化 14

2.3 05-07年北京土地供应情况 16

2.4 土地购置与开发的动态变化 17

2.5 土地供应政策分析 18

2.6 土地供应的调控措施 19

第三章 北京房地产开发市场分析 23

3.1 开发市场概况 23

3.1.1 房地产开发市场的总体情况 24

3.1.2 房地产开发市场的主要特点 25

3.1.3 现存问题及建议 26

3.2 环境分析 27

3.2.1 商品房供应 28

3.2.2 商品房需求 29

3.3 区域分析 34

3.4 价格分析 36

3.4.1 房地产市场景气周期与价格历史走势分析 36

3.4.2 房地产价格现状 40

3.5 宏观调控政策 42

3.6 政策性住房概述 45

3.7 房地产市场影响因素 46

第四章 北京地产信贷市场分析 48

4.1 个人信贷市场简述 48

4.2 信贷宏观调控政策 49

第五章 北京二手房市场分析 52

5.1 二手房市场现状 52

5.2 市场细分 53

5.3 热点区域分析 57

5.3.1 总体情况 57

5.3.2 朝阳区 58

5.3.3 海淀区 60

5.3.4 丰台区 61

5.4 近郊区域分析	62
5.4.1 总体情况	62
5.4.2 回龙观	63
5.4.3 亦庄	64
5.5 市场数据分析	65
5.5.1 北京成交量前十大片区分析	65
5.5.2 北京成交均价前十大片区分析	67
5.5.3 北京成交量前十大楼盘分析	68
5.5.4 北京成交均价前十大楼盘分析	70
5.5.5 北京二手房市场成交面积比重构成分析	71
5.5.6 北京二手房市场成交均价比重构成分析	72
5.5.7 北京二手房市场付款方式比重分析	73
5.6 购房人群年龄结构分析	74
5.7 购房人群户籍结构分析	76

第六章 2008年房地产发展趋势 77

6.1 未来房价走势分析	77
6.1.1 供给在近期难以快速提高	77
6.1.2 需求仍将保持旺盛	78
6.2 2008年房地产市场政策走势分析	79
6.2.1 宏观调控措施继续出台	79
6.2.2 保障性住房比例加大	80
6.3 2008年房地产市场展望	81
6.4 2008年北京房地产市场预测	82
6.4.1 奥运前后难现市场拐点	82
6.4.2 全年政策性住房供应约5万套	83
6.4.3 住宅市场三足鼎立趋势形成	83
6.4.4 商品住宅成交量随供应增加而上涨	84
6.4.5 二手房成交总量保持在8-9万套之间	84
6.4.6 2008年土地供应力度加大	84
6.4.7 市场策略更加理性	85
6.5 房地产投资建议	85

第七章 房地产价值链与联动链分析 87

7.1 土地开发价值链 89

7.2 房产价值链模型 90

7.3 资产管理价值链 92

7.4 价值链内部联动 97

7.5 价值链扩展产业联动：100

7.6 价值链整合策略分析 103

7.6.1 业务外包 104

7.6.2 战略联盟 107

7.6.3 战略联盟与“房地产价值网” 111

第八章 房地产企业组织结构分析 113

8.1 控股型组织结构 114

8.2 项目事业部制 115

8.3 专业事业部制 115

8.4 产品事业部制 116

8.5 事业部的优缺点 116

8.6 矩阵制 117

8.7 多维制 119

第九章 房地产企业商业模式实例分析 120

9.1 万科企业股份有限公司 121

9.2 顺驰中国控股有限公司 129

9.3 万达集团股份有限公司 134

9.4 中体奥林匹克花园管理集团有限公司 137

9.5 北京万通地产股份有限公司 141

9.6 凯德置地（中国）控股集团 144

附：海外地产基金 145

第十章 2007年重点上市公司经营分析 147

10.1 张江高科 147

10.2万科	148
10.3招商地产	148
10.4金地集团	149
10.5外高桥	150
10.6新潮实业	150
10.7北京北辰实业股份	151

图表目录

图 1 03-07年国内生产总值及增长情况	11
图 2 03-07年居民消费价格变化情况	12
图 3 03-07年固定资产投资及增长情况	13
图 4 05-07年北京土地供应量及变化	16
图 5 01-07年全国土地购置与开发面积及变化	20
图 6 06-07年全国土地开发投资增幅趋势	25
图 7 01-07年全国房地产开发投资额走势	29
图 8 01-07年全国商品房施工与竣工面积走势	30
图 9 01-07年全国商品房销售面积与销售额走势	31
图 10 05-07年北京期房住宅新增供应情况	33
图 11 05-07年北京住宅新开工面积增长情况	33
图 12 07年北京楼市日签约情况	33
图 13 07年第四季度北京楼市日签约情况	34
图 14 07年北京商品住宅签约量与商品住宅成交均价变化情况	35
图 15 2000-2007年商品房销售均价走势	42
图 16 2007年11月北京二手房市场成交量及成交均价变化分析	55
图 17 2007年11月北京各行政区域成交量及成交均价变化分析	59
图 18 北京市朝阳区2007年11月成交量及成交均价变化分析	60
图 19 北京市海淀区2007年11月成交量及成交均价变化分析	62
图 20 北京市丰台区2007年11月成交量及成交均价变化分析	63
图 21 北京市近郊二手房成交热点区域2007年11月成交量及成交均价变化分析	64
图 22 北京2007年11月成交量上涨排名前十大片区成交分析	67
图 23 北京2007年11月成交均价上涨排名前十大片区成交分析	69
图 24 北京2007年11月成交量上涨排名前十大楼盘成交分析	70

图 25 北京2007年11月成交均价上涨排名前十大楼盘成交分析 72

图 26 北京二手房市场2007年11月成交面积比重构成分析 73

图 27 北京二手房市场成交均价比重构成分析 74

图 28 北京二手房市场2007年11月付款方式比重分析 75

图 29 房地产商业模式理论模型 90

图 30 房地产价值链体系 91

图 31 土地一、二级联合开发模式 92

图 32 典型房产开发价值链 93

图 33 房产开发价值链整合形态 94

图 34 资产管理价值链示意 95

图 35 资产管理价值链模型 97

图 36 资产管理商业模式示意 97

图 37 房地产联动链分析 98

图 38 价值链内部联动方式示意 99

图 39 “土地经营—房产开发”联动示意 100

图 40 “开发—顾问服务”联动示意 101

图 41 “开发—资产管理”联动示意 101

图 42 “开发—金融投资（基金）”联动示意 102

图 43 “房地产—商业”联动模式 103

图 44 业务外包示意 107

图 45 “房地产价值网”示意 114

图 46 控股型组织结构 116

图 47 项目事业部型组织结构 117

图 48 专业事业部型组织结构 118

图 49 矩阵型组织结构 120

图 50 万科自普尔特的启示 127

图 51 万科原有组织结构图 128

图 52 万科新组织结构图 129

图 53 顺驰领海的并联开发示意 132

图 54 顺驰“三架马车”联动关系 133

图 55 顺驰中国总体组织结构 134

图 56 顺驰中国（华北）调整前组织结构 135

图 57 顺驰中国（华北）调整后组织结构	136
图 58 万达组织结构示意	138
图 59 中体产业业务联动示意	140
图 60 中体奥园发展思路	141
图 61 中体奥园组织结构	143
图 62 嘉德置地业务结构	146
图 63 凯德置地中国住宅基金运作模式	147

表格目录

表 1 2007年居民消费价格比上年涨跌幅度（单位：%）	11
表 2 2007年分行业城镇固定资产投资及其增长速度	12
表 3 2006年汽车工业主要经济指标及分类构成（单位：万元,人）	15
表 4 2005-2007年北京土地按用途供应情况分析（单位：公顷）	16
表 5 2005年北京土地按用途供应情况分析（单位：公顷）	17
表 6 2006年北京土地按用途供应情况分析（单位：公顷）	17
表 7 2007年北京土地按用途供应情况分析（单位：公顷）	18
表 8 1999-2006年北京与上海及全国房价收入比较	38
表 9 2007年北京54片区存量房成交均价分析	55
表 10 2007年北京存量房购房人群年龄结构分析	75
表 11 2007年北京存量房购房人群户籍所在地分析	77
表 12 主要海外地产基金中国投资一览表	147
表 13 2005-2007年北京北辰实业股份财务情况	156
表 14 2005-2007年北京北辰实业股份分产业财务情况	156

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/45962.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专业提供投资咨询报告、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。