

2017-2022年中国写字楼行业市场竞争格局及投资 方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国写字楼行业市场竞争格局及投资方向研究报告》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：<https://www.huaon.com/detail/292848.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

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。”

写字楼市场流行两大评定标准，一是甲级写字楼，二是5A写字楼。所谓甲级写字楼，实为一种通行叫法，并没有固定标准，因为谁也不愿意被叫成乙级写字楼。这样，恨不得任何一个有玻璃幕墙、带电梯、“长”得高一些的写字楼都自称为甲级写字楼。相比之下，5A写字楼倒是有一定的标准，类似于酒店星级评定的方法。但对于写字楼，几乎无反例，其无疑是投资和购买写字楼的第一要素。写字楼，能准确提供便捷服务，树立了企业良好的形象，也为您的工作带来了高效。

2015年中国上海、北京、成都、广州及深圳市场中央商务区域的优质写字楼供应创下新高，达到3000万平方英尺，到2016年将达到4500万平方英尺。正因如此，开发商志在大规模供应到来之前尽快交付，在这种情况下有可能产生大量的迁址交易。

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

第一节 写字楼定义与特点

- 一、写字楼的定义
- 二、写字楼的特点
- 三、写字楼的模式分析
- 四、写字楼与商务公寓的区别

第二节 写字楼的分类

- 一、按建筑面积划分
- 二、按使用功能划分
- 三、按现代化程度分
- 四、按综合条件划分
- 五、物业开发目的分

第三节 写字楼物业档次的划分标准

- 一、顶级物业（国际写字楼）
- 二、高档物业（甲级写字楼）
- 三、中档物业（乙级写字楼）
- 四、低档物业（丙级写字楼）

第二章 2013-2015年中国写字楼市场分析

第一节 中国写字楼市场现状分析

- 一、写字楼的发展回顾
- 二、写字楼市场特征分析
- 三、写字楼错位竞争分析
- 四、甲级写字楼竞争分析

第二节 2013-2015年中国写字楼投资分析

- 一、房地产投资金额分析
- 二、写字楼投资金额分析
- 三、写字楼投资类型分布

第三节 2013-2015年中国写字楼市场供给分析

- 一、写字楼新开工面积
- 二、写字楼施工面积分析
- 三、写字楼竣工面积分析

第四节 2013-2015年中国写字楼销售情况分析

- 一、写字楼销售面积分析
- 二、写字楼销售金额分析
- 三、写字楼销售价格分析
- 四、写字楼价格波动原因

第三章 2015年房地产市场环境分析

第一节 地理交通环境分析

- 一、地理位置
- 二、行政划分
- 三、土地资源
- 四、交通条件

第二节 2015年宏观经济环境分析

- 一、GDP增长情况分析
- 二、产业结构情况分析

三、固定资产投资分析

四、工业发展现状分析

五、居民收入情况分析

第三节 2015年房地产政策环境分析

一、房地产政策环境综述

二、房地产调控政策解读

三、写字楼相关政策分析

第四节 2015年房地产市场环境分析

一、房地产投资金额分析

全国房地产投资金额

二、房地产施工面积分析

三、房地产竣工面积分析

四、房地产销售面积分析

五、房地产销售金额分析

六、房地产市场价格分析

第四章 写字楼市场供需状况分析

第一节 2013-2015年写字楼市场投资分析

一、房地产投资额分析

二、写字楼投资额分析

三、写字楼投资类型

第二节 2013-2015年写字楼市场供给分析

一、写字楼新开工面积

二、写字楼施工面积分析

三、写字楼竣工面积分析

四、写字楼竣工价值分析

第三节 2013-2015年写字楼销售情况分析

一、写字楼销售面积分析

二、写字楼销售金额分析

三、写字楼待售面积分析

四、写字楼销售价格分析

第四节 2013-2015年写字楼出租需求分析

一、写字楼出租面积分析

二、写字楼出租需求分析

2015年16个大中华城市出现了大量新增写字楼供应。一线城市的新入市供应录得优异的预租成绩以及吸纳量，成交主要来自金融业与IT行业。尽管大量新供应是导致2015年第四季度租赁激增的一个重要原因，成本敏感的企业搬迁至非核心区域与产业园区也是重要原因之一。与此同时，新物业入市无法避免地提升了空置率，这对租金造成了一定的下行压力。然而，在16个城市中，有半数城市的甲级写字楼物业租金出现了实际增长。

2015年第四季度净吸纳量与净供应（000平方米）

整体看来，各个市场表现差异较大，16个市场中的9个城市的写字楼物业租金同比上升，而另外7个市场都有不同程度的下滑。而上述两类还可以根据不同原因进一步细分至数个类别，不同的市场因素对业主的议价能力都有影响。

2015年第四季度租金及同比增幅（人民币元/平方米/月）

三、写字楼的出租率分析

第五章 2015年重点区域写字楼市场分析

第一节 区域A写字楼市场分析

- 一、写字楼市场现状分析
- 二、写字楼建设项目分析
- 三、写字楼需求情况分析
- 四、写字楼市场价格分析
- 五、写字楼租金水平分析

第二节 区域B写字楼市场分析

- 一、写字楼市场现状分析
- 二、写字楼建设项目分析
- 三、写字楼需求情况分析
- 四、写字楼市场价格分析
- 五、写字楼租金水平分析

第三节 区域C写字楼市场分析

- 一、写字楼市场现状分析
- 二、写字楼建设项目分析
- 三、写字楼需求情况分析
- 四、写字楼市场价格分析
- 五、写字楼租金水平分析

第六章 写字楼客户类型与营销策略

第一节 写字楼客户类型分析

- 一、跨国公司客户
- 二、金融企业客户
- 三、工业企业客户
- 四、贸易企业客户
- 五、专业服务机构
- 六、其他类型客户

第二节 写字楼客户选择因素

- 一、地理位置
- 二、物业服务
- 三、租金水平
- 四、内部装修
- 五、通信网路
- 六、商业配套

第四节 写字楼客户销售策略分析

- 一、注重采集企业客户关键信息
- 二、注重管理跟踪潜在客户线索
- 三、强调客户决策人的公关管理
- 四、强调销售团队的组织与协调
- 五、营造对企业客户商圈的支持

第七章 写字楼招商定位与策略分析

第一节 写字楼招商阶段分析

- 一、开发前期招商
- 二、开发中期招商
- 三、开业阶段招商
- 四、开业后的招商

第二节 写字楼招商定位要素

- 一、写字楼业态定位
- 二、写字楼目标市场
- 三、写字楼主题特色
- 四、写字楼品种组合

第三节 写字楼营销推广工具

- 一、楼书
- 二、DM单

三、VI系统

四、户外包装

五、报告广告

六、车身广告

第四节 写字楼招商策略分析

一、写字楼项目的招商定位

二、写字楼招商的广告推广

三、写字楼的招商流程分析

四、写字楼的招商策略建议

五、写字楼的招商管理流程

第八章 写字楼物业管理服务分析

第一节 写字楼物业服务方式

一、委托服务型物业服务

二、自主经营型物业服务

三、专业服务企业物业服务

第二节 写字楼前期物业服务内容

一、签订物业服务合同

二、制订物业服务方案

三、成立业主委员会

四、编写物业维修公约

五、制订规划并具体落实

六、做好物业的接管验收

第三节 写字楼物业营销租售管理

一、写字楼租赁合同的签订

二、写字楼租赁合同的执行

三、写字楼客户的选择

四、写字楼租金的确定

第四节 写字楼日常物业服务内容

一、写字楼前台服务内容

二、写字楼设施设备管理

三、写字楼的安全服务

四、写字楼的消防管理

五、写字楼的保洁管理

第五节 写字楼物业管理的策略分析

- 一、物业管理水平影响写字楼品质
- 二、掌握客户需求提供针对性服务
- 三、细分主流客户突出服务重点
- 四、运作满足客户期望
- 五、运用特色管理成就超值服务

第九章写字楼项目开发策略分析

第一节 写字楼项目开发要点分析

- 一、写字楼的开发策略分析
- 二、写字楼的市场调查分析
- 三、写字楼的地块定位建议
- 四、写字楼的市场需求分析
- 五、写字楼的市场供给分析

第二节 写字楼产品规划设计

- 一、写字楼建筑规划设计要点
- 二、写字楼配置规划设计要点
- 三、写字楼智能办公设计分析
- 四、写字楼生态办公设计分析

第三节 超高层高端写字楼设计趋势

- 一、规模和功能向复合型发展
- 二、更注重与城市关系的融合
- 三、产品的设计标准不断提高

第十章写字楼开发重点企业分析

第一节 企业A

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业开发项目分析
- 四、企业发展策略分析

第二节 企业B

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业开发项目分析
- 四、企业发展策略分析

第三节 企业C

一、企业发展基本情况

二、企业经营状况分析

三、企业开发项目分析

四、企业发展策略分析

第四节 企业D

一、企业发展基本情况

二、企业经营状况分析

三、企业开发项目分析

四、企业发展策略分析

第五节 企业E

一、企业发展基本情况

二、企业经营状况分析

三、企业开发项目分析

四、企业发展策略分析

第十一章 2016-2021年写字楼市场前景预测分析

第一节 2016-2021年中国写字楼市场前景分析

一、中国写字楼市场前景乐观

二、写字楼区域发展潜力分析

三、写字楼成地产投资新趋势

四、郊区写字楼市场前景看好

第二节 2016-2021年写字楼市场趋势分析

一、价值取向明朗化

二、产品符合时代特质

三、与国际化办公需求相符合

第三节 2016-2021年写字楼市场前景预测

一、写字楼投资规模预测分析

二、写字楼市场需求预测分析

三、写字楼市场价格预测分析

第十二章 2016-2021年写字楼投资风险及策略分析

第一节 2016-2021年写字楼投资盈利分析

一、写字楼投资开发特性

二、写字楼投资开发条件

三、写字楼盈利模式分析

四、写字楼投资成本分析

五、写字楼的投资回报率

第二节 2016-2021年写字楼投资风险分析

一、政策风险

二、地段风险

三、功能风险

四、规划风险

五、空置风险

六、竞争风险

第三节 2016-2021年写字楼投融资策略分析

一、写字楼项目融资渠道

二、写字楼投资技巧分析

三、写字楼投资策略分析

图表目录：

图表 2012-2015年房地产开发投资结构图

图表 2012-2015年写字楼投资额统计表

图表 2012-2015年写字楼新开工面积统计表

图表 2012-2015年写字楼施工面积统计表

图表 2012-2015年写字楼竣工面积统计表

图表 2012-2015年写字楼销售面积统计表

图表 2012-2015年写字楼销售金额统计表

图表 2012-2015年写字楼出租面积统计表

图表 2013-2015年主要城区写字楼成交量

图表 写字楼开业后招商类别

图表 写字楼招商的策略

图表 写字楼招商审核流程

图表 写字楼自用型客户统计

图表 部分高端写字楼项目设计参数一览表

图表 写字楼运营管理能力示意图

图表 写字楼需求类型及因素

图表 写字楼需求投资者类型情况

图表 写字楼盈利模式整体示意图

图表 写字楼盈利模式影响因素

图表 写字楼可持续盈利模式分析

图表 写字楼盈利案例研究

图表 写字楼运营管理费用情况

图表 写字楼行业融资渠道

图表 2016-2021年写字楼投资规模预测趋势图

图表 2016-2021年写字楼销售额增长预测趋势图

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/292848.html>