

# 武汉房地产市场分析 房地产市场分析报告 (大全5篇)

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？以下是我为大家搜集的优质范文，仅供参考，一起来看看吧

## 武汉房地产市场分析篇一

1、据国家有关部委及业内专家人士分析，政府系列政策的目的是为了抑制房价的过快增长，保证房地产业的健康稳定发展，系列政策均是站在增量房市场来进行调控、规范，而对存量房市场的影响则是加大了交易成本，减少了供应量，对增量房价反而是保证和促进上涨的力量，我国房价总体上保持稳定且会稳中有升。

2、据国家统计局资料报告，整体房价呈上涨趋势，今年1—5月份，全国商品房平均销售价格同比上涨8.9%，商品住宅和商业用房的平均销售价格分别上涨11.3%和4.1%。

3、国家、山东省、威海市有关土地政策的出台加大了开发用地的管理，使得威海市本就紧张的可开发用地更为紧缺，更突显了威海九龙湾旅游度假区用地的商业价值，成为威海房地产商家的必争之地。

### (二)、微观环境分析

1、威海投资环境良好，政策比较优惠，特别是大庆石油管理局与威海市委、市政府建立了良好的合作关系，给发展集团所属企业在威海的发展创造了较为宽松的条件。

2、皇冠房地产在威海成功地开发了多个住宅小区，树立了良好的企业形象和信誉，创立了较强的品牌优势□a8□a9规划分

区的继续开发，将是大庆及皇冠等品牌优势的有效利用和发挥。

3、每年一度的威海国际人居节形成的威海人居品牌吸引力极强，加之商业住宅用地日趋紧张，使得威海房地产业显示出强劲的发展势头。规划区的开发，是皇冠房地产壮大企业经济实力，提高经济效益的机遇，是实现企业可持续发展的动力之源。

4、拟开发项目与皇冠九龙湾花园隔河相对，距皇冠房地产办公楼约500米，与皇冠庆威工业园一路之隔，独特的地理位置，为皇冠房地产开发该项目提供了极其便利的条件，便于生产经营与管理，有利于降低成本费用。已建的皇冠九龙湾花园小区在威海具有较高的知名度和美誉度，可成为拟开发项目的样板小区，是无形的广告，对提升其商业价值和促进房屋销售，都将起到积极的作用。同时，皇冠九龙湾花园、皇冠庆威工业园区和拟开发项目实行统一的物业管理，将提高我们庆威物业公司的市场份额和信誉形象，形成规模管理和经营，取得规模效益和效应，既可消除用户对售后服务的顾虑，又可拉动销售。而且，我们开发的办公区、工业区、住宅区的相对集中，有利于形成整体优势，提高大庆品牌、皇冠品牌的竞争能力，并为九龙湾旅游度假区后期的开发，占得了商业先机，创造了条件。

## 武汉房地产市场分析篇二

1、按威海市对九龙湾旅游度假区的总体规划及拍卖公告，将在2005年7月6日进行土地竞拍，如果我们竞拍成功，取得土地使用权后，将于今年底完成项目单体初步设计、施工图设计，工程报建、审批等有关手续，满足2006年开工需要。

2、为了合理利用资金，将采用滚动开发的方式，先开发市场份额大、开发成本低、利润空间大的多层住宅和高层住宅，回收资金后再开发商业网点、办公楼、地下停车场等单体工

程，拟开发建设期为3年(2006—2008年)，2006年拟开发面积37902<sup>2</sup>，2007年拟开发面积26150<sup>2</sup>，2008年拟开发面积26808<sup>2</sup>，工程建设进度计划(见附表1)。

3、以多年的开发经验，科学先进的管理模式、招投标制、工程监理制确保施工建设规范进行，施工过程中，要严格控制工程造价，提高工程质量，控制工期，提高资金周转率。

## (二)、销售计划及营销策略

### 1、销售计划

根据工程建设进度计划及威海地区房地产发展走势，该项目拟销售周期为四年：2006年销售收入5612万元；2007年销售收入9984.2万元；2008年销售收入9216.3万元；2009年销售收入8344.5万元。年度销售测算(见附表2)。

### 2、营销策略

秉承企业“广厦千万、诚信皇冠”的经营理念，深入房地产市场调查研究，充分发掘楼盘的卖点，通过以下途径和措施实现房屋销售，获取最大利润。

(1)、进行广泛的市场调查，通过目标客户和目标市场的分析，对目标市场、户型结构、客户群体进行准确定位，建设适应客户需求的楼盘产品。

(2)、实施有效的广告宣传策略、营销策略及公关策略，实现销售目标。利用“报纸、电视、户外广告牌、车体、站牌”等行之有效的广告方式，及时地将楼盘的信息传递给购房客户。通过沟通，利用客户群对企业品牌的认识、了解与接受，提高对所开发产品的认识度。

(3)、通过拓展销售渠道实现房屋销售。利用广告促销、人员

促销、网络促销扩展销售渠道，使房屋销售由原来单一的自行销售转变为直销、行销、网络销售、地区代理等多元化销售方式。

(4)、提供优质服务实现房屋销售。要在激烈的市场竞争中赢得客户，必须深入了解客户，为顾客提供优质完善的服务，让客户感受到比预期更好的超值服务。

(5)、利用品牌战略实现房屋销售。有效地利用大庆及皇冠的品牌效应，提升企业核心竞争力，加强创新力，提高房屋的竞争优势，满足客户的期望，激发客户的购买愿望。

(6)、结合价格策略实现房屋销售。在目前楼盘价格稳中有升的形势下，新盘开发销售价格采取随行就市结合“低开高走”的价格策略，将本项目的房屋价格，由低到高的顺序推向市场，吸引客户的关注，形成良好的市场氛围，形成人气后再据市场情况逐步提高房屋价格，给客户以“增值、保值”的信息，坚定购房客户的信心。

### 武汉房地产市场分析篇三

“广州地价正处于快速上升的通道中。”省房协理事赵卓文分析，以广州区划调整前市辖十区居住类用地为例□20xx年基准地价平均为3364元/平方米□20xx年升至6255元/平方米，涨幅为85.9%。地价上升幅度不但跑赢gdp的增长速度，而且跑赢房价的上升幅度。

“在国内的中心城市，产业仍不断集聚，人口仍不断增加，住宅用地的需求旺盛，土地资源的稀缺性正变得越来越突出。”赵卓文表示，虽然20xx年后，房地产市场供求关系逆转，库存量增高，但中心城市可开发土地资源匮乏的局面并没有改观。地价上升的势头，在未来5年仍将持续。

## 武汉房地产市场分析篇四

(一)市场不景气。受国际金融危机和房地产周期性调整的双重影响，居民消费预期下降，消费信心不足，观望情绪浓厚，对高层建筑的电梯维修更换、供水供电等不可预测因素和环境配套档次存在顾虑，加之到县外购房者的外流量增多，导致我县销售进度放缓，销售面积减少，部分楼盘特别是高层建筑销售状况低迷。

(二)总体规划滞后。在开发建设过程中，存在着盲目开发现象。占地混乱，没有统一划分区域，不少所谓的住宅小区建筑规模小，档次低、环境差。用地的规划布局不合理，商业区和生活区混杂，缺乏层次感。

(三)楼盘户型比例不尽合理。目前，我县房产市场上的住房主要以90平米-140平米的户型为主，而小户型的住房为数较少，不能满足中低收入家庭的购房需求。因为大户型的房屋结构其开发成本较小户型来说要低，开发利润空间大，开发商不愿意建造小户型住宅。

(四)资金链紧张。房地产属于典型的资本密集型产业，资金投入量大，建设周期长。而我县房地产开发企业大都是小企业，自有资金少，以期房预售为主，主要依靠滚动发展。在房地产销售旺季，房屋销售顺畅，资金回笼快，扩大投资呈良性发展趋势；但在销售淡季，特别是受xx年金融危机的影响和市场不景气，商品房销售面积和销售额增速明显放缓，资金周转困难，赖以发展的资金链受到了较大的影响。

(五)房地产开发企业实力不强。我县的房地产开发企业从九十年代初期的1家发展到现在的11家，以前大的项目都是外地企业来投资的，目前只有浴荣国际新城、昌兴花园等具有一定规模的住宅小区是县内开发企业开发的。总的来说，县内房地产企业规模小、实力不强，开发产品品位不高。

(五)住房二级市场不够活跃。近年来，我县住房二级市场(二手房交易市场)的交易量较以往有所增加。但我县住房二级市场相对来说还是发展缓慢，对住房一级市场的调节作用不大。主要原因：一是房屋交易信息不畅，交易行为不够规范，相关服务发展滞后；二是对住房二级市场的宣传推广力度不够；三是消费者在购房观念上总想一步到位，二手房并不作为首选目标，对消费者的吸引力有限。

(七)、建筑风格单一。大部分房地产开发企业层次低，技术含量低，开发样式单一，设计千篇一律，缺少特色，造成建设档次与新的城镇发展不协调。在经济利益趋动下，不顾规划设计，在审批土地上多盖楼、少建绿地的情况严重，大部分小区绿地都被小房、车库挤占，绿地面积根本达不到设计要求。小区内配套设施不完善，缺乏统一标准，比较落后。

(八)物业管理滞后。我县现有7家物业管理企业，8个小区实行物业管理，普遍存在着管理不到位、发展滞后的问题。大多物业公司是从开发公司派生出来的，处在“谁开发、谁管理”的阶段，房地产开发商注重开发、销售，忽视物业管理，物业管理市场化运营没有启动，缺乏竞争。各住宅小区的业主自治机制没有建立，关心小区、自觉参与的意识 and 氛围没有形成。

(九)非市场化动作依然存在。“委托代建”、“定向开发”等变相福利分房的现象、利用单位院内的土地新建联建房内及城乡结合部利用安置用地、集体土地进行“小产权房”开发仍然存在，给我县房地产消费市场造成了一定的冲击。

## 武汉房地产市场分析篇五

随着我县经济的快速发展，居民生活水平日益提高，教育、住宅、汽车、通信已成为新的消费热点，尤其是住宅消费成为民众首选。我县的房地产业从1998年开始，受住房体制改革的刺激，市场消费得到实质性的启动，目前，商品住房建

设进入高潮，县城区涌现了幸福家园，荣裕国际新城等高档次的住宅小区□xx年，我县房地产的主要行业税费(营业税、企业所得税、土地增值税、契税)和土地出让总收入突2亿元，占到全县财政收入1/5，房地产业已成为我县经济快速发展的支柱产业之一。为促进我县房地产市场持续健康快速发展，笔者对对全县房地产市场现状、存在的问题等情况进行了调研，形成了一些认识与思考。