

2009-2012年中国物业管理 行业投资分析及深度研究咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2009-2012年中国物业管理行业投资分析及深度研究咨询报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/200911/30583.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

→内容简介

自2008年以来，与物业管理相关的政策法规大量出台并付诸实施。法律层面上，有全国人民代表大会及常委会通过的《物权法》和《劳动合同法》；行政法规层面上，有“国务院关于修改《物业管理条例》的决定”（国务院令 第504号）；行政规章层面上，有国家发改委、住建部印发的《物业服务定价成本监审办法（试行）》、住建部、财政部印发的《住宅专项维修资金管理办法》以及住建部修改发布的《物业服务企业资质管理办法》。同时，深圳、成都等地重新修订了物业管理的地方性法规，制定了大量物业管理的规范性文件。以上立法工作的开展，大大加快了物业管理法制化进程，从中央到地方多层次的物业管理政策法律制度日趋完备，一个内容全面、结构合理、科学规范、特色鲜明的物业管理政策法规体系正在逐步形成。物业管理规模不断扩大，服务领域愈加宽广。近几年来，随着城市化进程的加快和房地产业的迅猛发展，物业管理的规模不断扩大，覆盖率不断提高。目前，物业管理已经覆盖到不动产管理的所有领域。包括从商品房到经济适用房、房改房，从住宅物业到办公、工业、商场、医院、学校、机场、码头、车站、仓储、运动场馆、文化娱乐设施；从小型配套到大型公建，从单门独院到大型社区，从单一类型物业到综合性建筑等多种多样的物业类型。北京近年完工投入使用的大型公共建筑，绝大多数都引进了市场化、社会化的物业管理模式，如国家游泳馆（水立方）、国家体育馆、首都机场第三航站楼、北京电视台新大楼等均采用招投标方式选聘物业服务企业负责管理并提供服务。

业主维权意识逐渐增强，行权方式渐趋理性。《物权法》等一系列与物业管理相关的政策法规出台，进一步理清了物业管理各方的权利和义务。近年来物业服务企业和业主之间的争议在物业管理矛盾纠纷中的比重有所降低，与以往张贴标语和堵塞交通等极端做法相比，业主行使权力的方式也逐渐趋于理性。除了通过向政府投诉、向法院起诉等方式维权以外，部分业主开始尝试从制度层面探索解决物业管理的现实问题。北京海淀区品阁小区业主自行成立社区服务中心，尝试通过聘请专业人员和外包专项服务方式，自我管理老旧小区；继北京某小区尝试“业主持股物业管理公司”模式夭折之后，更多的人认识到这些设想不仅缺乏法理基础，而且在现阶段不具备操作性。近年来，我国物业管理行业的呈现出生机勃勃的发展趋势，随着一系列物业管理法规、制度的颁布实施，物业管理市场环境日趋成熟，既为物业管理企业创造了发展的机遇，同时使物业管理企业面临着发展的挑战。

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、国家住房和城乡建设部、国务院发展研究中心、中国物业管理协会、上海市物业管理行业协会、北京市物业

管理行业协会、深圳市物业管理协会、广州市物业管理行业协会、天津市物业管理协会、中国上市公司资讯、国内外相关刊物的基础信息以及产业研究单位等公布和提供的大量资料。本报告对国内外物业管理行业市场的发展现状、趋势、发展前景等进行了分析，并对中国重点城市物业管理的发展做了具体分析，深入研究了物业管理优势企业的发展、经营状况。本报告是物业管理企业及相关企业和单位、计划投资于物业管理的企业等准确了解目前中国物业管理市场发展动态，把握物业管理发展趋势，制定市场策略的必备的精品。

→报告目录

第一部分 国内外行业发展现状

第一章 物业管理行业概述 1

第一节 物业管理的介绍 1

一、物业管理的定义 1

二、物业管理服务的内容 1

三、物业管理七大特色 3

四、高水平物业管理的九条原则 5

第二节 物业管理产权理论分析 7

一、产权理论简介 7

二、物业管理产生的产权理论分析 7

三、我国物业管理发展的产权理论分析 9

第三节 物业纠纷相关分析 11

一、物业纠纷类型 11

二、物业纠纷的法律特征 12

三、物业纠纷的法律分析 13

四、物业纠纷的解决办法及国外经验 15

五、物业管理市场纠纷的信息经济学分析 17

六、解决物业矛盾纠纷的根本办法 20

第四节 物业管理行业风险分析 24

一、物业管理风险的表现形式 24

二、物业管理风险的规避方式 26

第二章 国际物业管理业发展分析 30

第一节 国外物业管理的特征与特点 30

一、国外物业管理的基本特征分析 30

二、国外物业管理的特点 33

三、国外物业税特点 33

第二节 国外物业管理模式的分析与启示 35

一、英美、新加坡及我国香港地区的物业管理 35

二、国外物业管理的特征 37

三、启示和借鉴 38

第三节 美国物业管理行业发展状况 40

一、美国物业管理概况 40

二、美国物业管理行业特点 44

三、美国物业管理模式走进中国情况 46

第三章 中国物业管理行业发展分析 48

第一节 中国物业管理发展概况 48

一、中国物业管理发展历程 48

二、中国物业管理发展阶段 49

三、我国物业管理师制度对行业发展的影响 56

第二节 我国物业管理发展特征和问题 57

一、国内物业管理的基本特征分析 57

二、我国物业管理行业问题分析 59

三、我国物业管理企业问题分析 62

四、物业管理市场问题和对策 63

第三节 2009年我国物业管理行业发展形势分析 65

一、金融危机对物业管理行业的影响 65

二、2009年我国物业管理行业新形势分析 68

三、2009年我国物业管理行业问题分析 71

四、行业协会对物业管理行业发展影响 77

第四节 2009年中国物业管理发展问题及对策 81

一、政策法规 82

二、营销服务 83

三、业主消费 83

四、专家学者 84

五、媒体网络 84

第二部分 行业发展剖析

第四章 物业管理行业赢利分析 87

第一节 物业管理费的介绍 87

一、物业管理费的构成 87

二、物业管理费的收费标准 88

三、物业管理费的主要用途 90

四、物业管理消费的特征和功能 91

第二节 拓宽物管行业盈利空间分析 95

一、物业管理企业拓展盈利空间的理论分析 95

二、物业管理行业盈利能力分析 98

三、物业管理企业盈利点分析 99

第三节 物业管理企业成本和业绩绩效管理分析 102

一、物业管理企业成本管理分析 102

二、物业管理企业绩效管理分析 105

第四节 物业管理费用收取存在的问题分析 113

一、收费难问题的现状及其原因 113

二、解决收费难问题的基本思路 116

三、物业服务收费矛盾纠纷的成因 119

四、完善法规解决物业收费难问题的作用 123

第五章 物业管理消费市场分析 126

第一节 物业管理消费特性 126

一、必然性 126

二、公共性 127

三、群体性 128

四、层次性 128

五、双重性 129

第二节 物业管理消费分析 130

一、物业管理消费的特征和功能 130

二、物业管理消费满意度分析 134

三、物业管理的消费者分析 138

第六章 我国主要地区物业管理发展分析 154

第一节 北京物业管理发展分析 154

一、北京物业管理现状分析 154

二、北京市项目物业管理“星级”评定机制分析 157

三、2009年北京改革物业管理示范项目考评办法 157

第二节 上海物业管理发展分析 159

一、上海物业管理市场状况分析 159

二、2010年世博会给上海物业管理带来的机遇 171

三、“十一五”上海物业管理规划 175

第三节 天津物业管理发展分析 183

一、2009年天津市物业管理情况 183

二、2009年天津物业管理菜单式收费分析 183

三、天津市普通住宅小区物业管理服务收费管理办法 184

第四节 深圳物业管理发展分析 188

一、深圳物业管理行业发展状况 188

二、2009-2010年深圳物业管理行业规划分析 192

三、深圳物业管理模式 198

第五节 广州物业管理发展分析 200

一、广州物业管理存在的问题分析 200

二、2009年广州物业管理费用规范 202

三、2009年底广州市老城区物业管理基本覆盖 202

第七章 中国房地产市场发展分析 204

第一节 中国房地产供需分析 204

一、住房潜在需求分析 204

二、我国购置未开发土地情况 207

三、我国房地产价格情况 208

四、我国房地产市场调整分析 209

五、我国房地产购买力的外部抽离解析 214

第二节 2008年房地产市场运行分析 215

- 一、2008年中国房地产市场整体情况 215
- 二、2008年中国房地产市场热点问题 223
- 三、2008年房地产开发完成情况 226
- 四、2008年商品房销售和空置情况 228
- 五、2008年房地产开发企业资金来源情况 230
- 六、2008年全国房地产开发景气指数 230
- 七、2008年四季度企业景气指数分析 231

第三节 2008年我国大中城市房屋市场销售价格指数 234

- 一、2008年10月全国70个大中城市房屋销售价格指数 234
- 二、2008年11月全国70个大中城市房屋销售价格指数 238
- 三、2008年12月全国70个大中城市房屋销售价格指数 244

第四节 2009年前三季度全国房地产市场运行情况 249

- 一、房地产开发完成情况 249
- 二、商品房销售情况 249
- 三、房地产开发企业资金来源情况 250
- 四、全国房地产开发景气指数 250

第五节 2009年我国大中城市房屋市场销售价格指数 259

- 一、2009年1月全国70个大中城市房屋销售价格情况 259
- 二、2009年2月全国70个大中城市房屋销售价格情况 263
- 三、2009年3月全国70个大中城市房屋销售价格情况 267
- 四、2009年4月全国70个大中城市房屋销售价格情况 268
- 五、2009年5月全国70个大中城市房屋销售价格情况 272
- 六、2009年6月全国70个大中城市房屋销售价格情况 274
- 七、2009年7月全国70个大中城市房屋销售价格情况 275
- 八、2009年8月全国70个大中城市房屋销售价格情况 276
- 九、2009年9月全国70个大中城市房屋销售价格情况 277
- 十、2009年10月全国70个大中城市房屋销售价格情况 279

第六节 2009年中国房地产市场发展分析 280

- 一、2008-2009年中国房地产业发展概述 280
- 二、2009年中国房地产全行业发展形势 281
- 三、2009年我国房地产调整空间情况 283

- 四、2009年中国房地产市场调控分析 284
- 五、2009年中国房地产市场发展的关键 288
- 第七节 2010年房地产市场形势分析 290
 - 一、2010年房地产市场走势分析 290
 - 二、2010年房地产格局性大调整分析 290
 - 三、2010年楼市发展趋势分析 294

第三部分 行业竞争格局

第八章 物业管理行业竞争分析 299

第一节 中国物业管理行业基本竞争结构分析 299

- 一、潜在的进入者 299
- 二、替代品 301
- 三、购买者的讨价还价能力 302
- 四、供应者的讨价还价能力 302
- 五、行业内部现有竞争者的抗衡 303

第二节 物业管理的市场竞争分析 303

- 一、物业管理进入市场竞争的必然趋势 304
- 二、物业管理应对市场竞争分析 305
- 三、物业管理在竞争中走向成熟分析 307

第三节 物业管理中的品牌竞争探析 310

- 一、物业管理的品牌支撑点 310
- 二、物业品牌价值战略的定位 312
- 三、物业管理的品牌扩张分析 313
- 四、2009年3G领域物业管理行业品牌竞争分析 315

第四节 我国物业管理企业竞争策略分析 317

- 一、主动迎接业主选择策略 317
- 二、与开发商分业经营策略 318
- 三、用服务赢得市场信任策略 319

第九章 我国物业管理优势企业分析 320

第一节 上海陆家嘴物业管理有限公司 320

- 一、公司概况 320

二、	公司服务产品	321
三、	2009-2010年公司动态	322
第二节	第一太平戴维斯	323
一、	公司概况	323
二、	2009年公司在内地业务扩张情况	324
三、	2009年公司在台湾市场动向	325
第三节	浙江绿城物业管理有限公司	326
一、	公司概况	326
二、	公司管理的小区情况	327
第四节	中海物业管理有限公司	327
一、	公司概况	327
二、	公司发展战略	328
第五节	深圳市中航物业有限公司	328
一、	公司概况	328
二、	公司经营型物业管理模式	329
三、	公司写字楼管理思路	330
第六节	万科企业股份有限公司	334
一、	公司概况	334
二、	2008-2009年财务状况	335
三、	万科物业服务分公司分析	340
四、	2009年万科物业动向	348
第七节	Siveco中国	352
一、	公司概况	352
二、	2009年公司发展动向	353
三、	2009年三季度Siveco中国业绩分析	354
第八节	其他优势物业管理企业分析	355
一、	上海明华物业公司	355
二、	深圳市万厦居业有限公司	356
三、	深圳市长城物业管理股份有限公司	358
四、	深圳市荣超物业管理有限公司	358
五、	金碧物业有限公司	359

第十章 物业管理营销策略分析 361

第一节 物业管理市场营销博弈分析 361

- 一、物业管理企业之间的博弈分析 361
- 二、物业管理企业与物业消费者的博弈 363
- 三、物业管理企业、业主与社会利益三者博弈分析 364

第二节 物业管理营销分析 365

- 一、物业管理营销特点与规律分析 365
- 二、内在、持续的过程性营销 366
- 三、营销过程中“人”的要素作用 366
- 四、等值等价的营销原则 367
- 五、差别化营销理论的正确运用 368
- 六、行业市场营销存在的问题及相应对策 369
- 七、物业管理市场营销博弈分析 375

第三节 新环境下物业管理企业营销对策探析 380

- 一、物业管理企业营销环境的变化 380
- 二、适应环境变化的营销对策 383

第四节 行业市场营销存在的问题及相应对策 386

- 一、物业管理市场营销的必要性 386
- 二、物业管理企业在市场营销中存在的问题 386
- 三、解决物业管理企业在市场营销中存在问题的对策 389

第四部分 行业趋势与投资分析

第十一章 物业管理发展趋势分析 393

第一节 我国物业管理发展总体趋势分析 393

- 一、我国物业管理行业发展趋势 393
- 二、我国物业管理企业发展趋势 397
- 三、物业管理的网络化趋势 398
- 四、物业管理行业发展趋势浅析 400
- 五、2009年物业管理的发展趋势 403
- 六、物业管理行业节能趋势 406
- 七、物业管理行业发展趋向 411
- 八、物业管理行业发展方向 415

第二节 我国物业管理发展具体趋势分析 418

- 一、我国物业管理专业化趋势分析 418
 - 二、我国物业管理集团化趋势分析 420
 - 三、我国物业管理市场化趋势分析 421
 - 四、我国物业管理品牌化趋势分析 421
 - 五、我国物业管理智能化趋势分析 422
 - 六、我国物业管理区域管理集约化趋势分析 422
 - 七、我国物业管理技术型、集约化趋势分析 423
 - 八、我国物业管理资质等级管理呈淡化趋势分析 423
 - 九、我国国有物业管理企业发展趋势分析 424
- ## 第三节 未来我国大中城市物业管理发展的趋势分析 424
- 一、规模化、集约化发展趋势 425
 - 二、信息化、多元化发展趋势 425
 - 三、市场化、双向选择发展趋势 426
 - 四、规范化、标准化发展趋势 426
 - 五、品牌化发展趋势 426
 - 六、法制化发展趋势 426

第十二章 物业管理发展策略和建议 428

第一节 浅谈物业管理企业的创新之路 428

- 一、建立业主投诉体系 428
- 二、红、黄、蓝牌制度 429
- 三、买单式物业管理 430
- 四、业主投诉消协赔偿 431

第二节 我国物业管理企业品牌创新策略分析 431

- 一、物业管理品牌形象的构成要素 431
- 二、物业管理企业炼好内功的主要策略 432
- 三、物业管理企业外部传播策略 435

第三节 调整转型期物业管理企业发展新战略的思考 436

- 一、我国物业管理市场发展对企业发展战略的影响 437
- 二、调整转型期物业管理企业实施发展战略的重点 438

第四节 我国物业管理发展策略 439

- 一、完善物业管理企业成本管控的策略 439
- 二、我国物业管理专业化发展策略 442
- 三、物业服务收费矛盾解决的基本思路与对策 445
- 四、网络时代的物业管理市场竞争策略 450
- 五、解决物业管理纠纷对策 452
- 六、物业管理招投标策略分析 454
- 第五节 我国物业管理发展建议 455
 - 一、完善物业管理建议 455
 - 二、完善物业管理经理人制度建议 456
 - 三、完善物业管理招投标建议 458
- 第六节 中国物业管理的发展模式分析 462
 - 一、酒店式物业管理模式分析 462
 - 二、服务集成型物业管理模式分析 463
 - 三、物权法实施后物业管理有新模式 466

第十三章 物业管理投资分析 469

第一节 物业管理资本经营 469

- 一、物业管理企业理财 470
- 二、物业管理企业扩张 471
- 三、物业管理企业投资 472

第二节 物业管理投资领域 473

- 一、物业管理第三方组织 473
- 二、专业公司 473
- 三、网络投资 473
- 四、软件投资 474

附录

附录一：物业管理条例 475

附录二：中华人民共和国物权法 488

图表目录

图表：传统房屋管理与现代物业管理的区别 10

图表：2006年宜居指数一级指标得分比较 134

图表：社区空间满意度比较 135

图表：物业管理满意度调查 136

图表：物业管理不满意的方面 136

图表：受访者业主性别构成的分析情况 138

图表：消费者对物业管理服务满意程度的分析 139

图表：服务满意程度与性别进行相关分析 140

图表：服务满意程度与年龄进行相关分析 140

图表：消费者对住宅物业管理希望的分析 141

图表：消费者年龄与物业管理方式的交叉分析 141

图表：消费者对小区物业管理费用接受程度的分析 142

图表：受访者性别与管理费用接受程度的分析 143

图表：受访者年龄与管理费用接受程度的分析 143

图表：受访者对于小区安全防范措施需求的分析 145

图表：受访者对小区智能化管理需求情况的分析 145

图表：受访者性别与智能管理的交叉分析 146

图表：受访者年龄与智能管理的交叉分析 146

图表：受访者对智能化管理作用的分析 147

图表：对于服务项目认为最有必要的分析情况表 147

图表：对于服务项目认为最没有必要的分析情况表 148

图表：受访者的年龄与最有必要服务项目进行交叉分析 149

图表：受访者的年龄与最没有必要服务项目进行交叉分析 149

图表：各项服务项目之间重要程度的交叉分析 150

图表：各项服务项目与满意程度的相关分析 151

图表：回归分析（方程模型） 152

图表：聚类分析表1 152

图表：聚类分析表2 153

图表：聚类分析表3 153

图表：2007年1-4季度物业服务公众满意度测评结果的柱状图表 167

图表：2007年4季度上海市物业服务公众满意度百强企业排行榜 168

图表：2007年11月-2008年11月全国房地产开发投资走势 216

图表：2007年11月-2008年11月土地购置开发面积情况 217

图表：1998年-2008年11月土地购置开发面积情况 217

图表：2007年11月-2008年11月竣工面积、新开工面积、施工面积增长情况 218

图表：2007年11月-2008年11月销售面积及增长情况 219

图表：2001年-2008年11月销售面积及增长情况 219

图表：2006年-2008年前11个月全国住宅日均销售套数 220

图表：2006年-2008年主要城市住宅总销售套数和日均销售套数 220

图表：2007年11月-2008年11月销售额与投资额差值情况 224

图表：2008年1-11月全国房地产开发投资完成情况 227

图表：2008年1-11月东部地区房地产开发投资完成情况 227

图表：2008年1-11月中部地区房地产开发投资完成情况 227

图表：2008年1-11月西部地区房地产开发投资完成情况 228

图表：2008年1-11月全国商品房销售情况 228

图表：2008年1-11月东部地区商品房销售情况 229

图表：2008年1-11月中部地区商品房销售情况 229

图表：2008年1-11月西部地区商品房销售情况 229

图表：2007年2月-2008年11月全国房地产开发景气指数趋势图 231

图表：2007年2月-2008年12月全国房地产开发景气指数趋势图 231

图表：2008年四季度全国企业景气指数回落 233

图表：2008年10月份70个大中城市房屋销售价格指数（一） 235

图表：2008年10月份70个大中城市房屋销售价格指数（二） 236

图表：2008年10月份70个大中城市房屋销售价格指数（三） 236

图表：2008年10月份70个大中城市房屋销售价格指数（四） 236

图表：2008年10月份70个大中城市房屋销售价格指数（五） 237

图表：2008年10月份70个大中城市房屋销售价格指数（六） 237

图表：2008年10月份70个大中城市房屋销售价格指数（七） 237

图表：2008年10月份70个大中城市房屋销售价格指数（八） 238

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（一） 239

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（二） 240

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（三） 240

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（四） 240

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（五） 241

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（六） 241

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（七） 241

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（八） 242

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（90平方米及以下） 242

图表：2008年12月份70个大中城市房屋销售价格指数（一） 246

图表：2008年12月份70个大中城市房屋销售价格指数（二） 246

图表：2008年12月份70个大中城市房屋销售价格指数（三） 246

图表：2008年12月份70个大中城市房屋销售价格指数（四） 247

图表：2008年12月份70个大中城市房屋销售价格指数（五） 247

图表：2008年12月份70个大中城市房屋销售价格指数（六） 248

图表：2008年12月份70个大中城市房屋销售价格指数（七） 248

图表：2008年12月份70个大中城市房屋销售价格指数（八） 248

图表：2008年1月房地产开发综合景气指数 250

图表：2008年2月房地产开发综合景气指数 250

图表：2008年3月房地产开发综合景气指数 250

图表：2008年4月房地产开发综合景气指数 251

图表：2008年5月房地产开发综合景气指数 251

图表：2008年6月房地产开发综合景气指数 251

图表：2008年7月房地产开发综合景气指数 251

图表：2008年8月房地产开发综合景气指数 251

图表：2008年9月房地产开发综合景气指数 251

图表：2008年10月房地产开发综合景气指数 251

图表：2008年11月房地产开发综合景气指数 251

图表：2008年12月房地产开发综合景气指数 252

图表：2009年2月房地产开发综合景气指数 252

图表：2009年3月房地产开发综合景气指数 252

图表：2009年4月房地产开发综合景气指数 252

图表：2009年5月房地产开发综合景气指数 252

图表：2009年6月房地产开发综合景气指数 252

图表：2008年1月房地产开发投资分类指数 252

图表：2008年2月房地产开发投资分类指数 253

图表：2008年3月房地产开发投资分类指数 253

图表：2008年4月房地产开发投资分类指数 253

图表：2008年5月房地产开发投资分类指数 253

图表：2008年6月房地产开发投资分类指数 253

图表：2008年7月房地产开发投资分类指数 253

图表：2008年8月房地产开发投资分类指数 253

图表：2008年9月房地产开发投资分类指数 253

图表：2008年10月房地产开发投资分类指数 254

图表：2008年11月房地产开发投资分类指数 254

图表：2008年12月房地产开发投资分类指数 254

图表：2009年2月房地产开发投资分类指数 254

图表：2009年3月房地产开发投资分类指数 254

图表：2009年4月房地产开发投资分类指数 254

图表：2009年5月房地产开发投资分类指数 254

图表：2009年6月房地产开发投资分类指数 254

图表：2008年1月土地开发面积分类指数 255

图表：2008年2月土地开发面积分类指数 255

图表：2008年3月土地开发面积分类指数 255

图表：2008年4月土地开发面积分类指数 255

图表：2008年5月土地开发面积分类指数 255

图表：2008年6月土地开发面积分类指数 255

图表：2008年7月土地开发面积分类指数 255

图表：2008年8月土地开发面积分类指数 255

图表：2008年9月土地开发面积分类指数 256

图表：2008年10月土地开发面积分类指数 256

图表：2008年11月土地开发面积分类指数 256

图表：2008年12月土地开发面积分类指数 256

图表：2009年2月土地开发面积分类指数 256

图表：2009年3月土地开发面积分类指数 256

图表：2009年4月土地开发面积分类指数 256

图表：2009年5月土地开发面积分类指数 256

图表：2009年6月土地开发面积分类指数 257

图表：2008年1月商品房平均销售价格分类指数 257

图表：2008年2月商品房平均销售价格分类指数 257

图表：2008年3月商品房平均销售价格分类指数 257

图表：2008年4月商品房平均销售价格分类指数 257

图表：2008年5月商品房平均销售价格分类指数 257

图表：2008年6月商品房平均销售价格分类指数 257

图表：2008年7月商品房平均销售价格分类指数 258

图表：2008年8月商品房平均销售价格分类指数 258

图表：2008年9月商品房平均销售价格分类指数 258

图表：2008年10月商品房平均销售价格分类指数 258

图表：2008年11月商品房平均销售价格分类指数 258

图表：2008年12月商品房平均销售价格分类指数 258

图表：2009年2月商品房平均销售价格分类指数 258

图表：2009年3月商品房平均销售价格分类指数 258

图表：2009年4月商品房平均销售价格分类指数 259

图表：2009年5月商品房平均销售价格分类指数 259

图表：2009年6月商品房平均销售价格分类指数 259

图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（一） 260

图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（二） 261

图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（三） 261

图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（四） 261

图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（五） 262

图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（六） 262

图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（七） 262

图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（八） 263

图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（一） 264

图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（二） 265

图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（三） 265

图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（四） 265

图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（五） 266

图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（六） 266

图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（七） 266

图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（八） 267

图表：2009年4月份70个大中城市房屋销售价格指数（1） 268

图表：2009年4月份70个大中城市房屋销售价格指数（2） 270

图表：2008-2009年4月全国房地产景气开发指数趋势图 272

图表：深圳市中航物业有限公司经营型物业管理模式 330

图表：2009年上半年万科企业股份有限公司主营构成 335

图表：2008-2009年万科企业股份有限公司每股指标 336

图表：2008-2009年万科企业股份有限公司获利能力 337

图表：2008-2009年万科企业股份有限公司经营能力 337

图表：2008-2009年万科企业股份有限公司偿债能力 337

图表：2008-2009年万科企业股份有限公司资本结构 338

图表：2008-2009年万科企业股份有限公司发展能力 338

图表：2008-2009年万科企业股份有限公司现金流量 338

图表：2008-2009年万科企业股份有限公司主营业务收入 338

图表：2008-2009年万科企业股份有限公司主营业务利润 339

图表：2008-2009年万科企业股份有限公司营业利润 339

图表：2008-2009年万科企业股份有限公司利润总额 340

图表：2008-2009年万科企业股份有限公司净利润 340

图表：深圳市荣超物业管理有限公司经营理念 359

图表：2006年第一太平戴维斯公司业务构成表 394

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200911/30583.html>