

目 录

目录

.....	...
.....	1
综 述	43
一、 序言	43
二、研究方法介绍	53
1. 研究背景说明	53
2. 决策地产研究指标体系说明	63
三、延伸服务	73
四、汇报	83
摘要	83
1、 房地产需求上升势头强劲	83
第一节 市场容量分析	103
一、南京市房地产市场容量分析	103
(一) 商品房市场容量	103
1. 拆迁购房仍然处于南京房地产需求主导地位	103
2. 投资者百分比波动较大较快	113
3. 结婚购房百分比比较稳定	113
4. 改善居住环境群体需求百分比改变较小	113
5. 城市化进程等购房需求	113
(二) 存量商品房市场容量	123
二、南京房地产市场交易情况分析	123
1. 商品房已实现需求情况	123
2. 商品房交易量历年增加情况	133
3. 未实现需求情况分析	133
三、需求结构分析	143

1. 各片区结构百分比及季度改变情况.....	143
2. 楼型层次及季度百分比改变分析.....	153
3. 商品房价格档次及季度改变情况.....	163
第二节 产品结构分析	173
一、市场供给总量.....	173
1. 商品房开发连续增加.....	173
2. 土地资源供给情况.....	183
3. 存量房供给情况.....	193
4. 经济适用房和中低价商品房开发建设情况.....	193
二、房地产供给结构和供需分析.....	203
1. 南京市房地产市场总体供需分析.....	203
2. 各区域供需结构分析.....	203
3. 价格层次供需结构分析.....	223
4. 楼型供需结构分析.....	233
5. 商品房总价和区域供需交叉分析.....	233
三、南京市商品房供给总量分析.....	243
1. 商品房.....	243
2. 经济适用房.....	243
3. 片区情况分析.....	253
第三节 价格研究	263
一、供给价格水平分析.....	263
1. 决策南京市 70 经典楼盘价格指数.....	263
2. 商品房价格水平分析.....	283
4. 分物业商品房价格水平分析.....	313
5. 存量房（即二手房）价格水平分析.....	323
6. 经济适用房、中低价商品房价格水平分析.....	333
7. 土地价格水平分析.....	343

8. 房地产三级市场——租赁市场价格水平分析.....	353
二、南京市商品房价格原因及相关分析.....	353
1. 供需结构性失调仍是南京市商品房价格上涨关键动因.....	353
2. 经济增加及消费者信心——价格支撑面之一.....	373
3. 投资拉动——价格支撑面之二.....	373
4. 商品房直接成本上升带动房价上涨.....	383
5. 城市化战略和房价水平——地域中心效应显现.....	383
6. 开发商保利原因——楼盘品质化倾向.....	393
7. 拆迁新法等政策影响.....	393
三、南京市房价展望.....	393
1. 房价总体特征.....	393
2. 市场环境及房价趋势.....	393
第四节 消费者调查研究	413
一、背景资料.....	413
1. 样本特征.....	413
2. 研究方法.....	413
3. 研究指标.....	413
二、购房者基础情况分析.....	423
1. 年纪结构分析.....	423
2. 学历分析.....	423
3. 收入结构分析.....	433
三、购房需求分析.....	433
1. 面积需求分析.....	433
2. 收入和可承受价位交叉分析.....	443
3. 套型选择.....	453
4. 消费者可承受商品房总价分析.....	453
四、购房者行为分析.....	453

1. 付款方法分析.....	453
2. 收入和媒体影响度交叉分析.....	463
3. 年纪和购房区域交叉分析.....	473
4. 购房者对房价改变心理预期和接收能力分析.....	473
第五节 生活指数评价	493
一、生活指数评价.....	493
1. 区域生活指数模型.....	493
2. 应用和测评结果.....	503
二、经典楼盘生活指数评价.....	503
1. 经典楼盘生活指数模型.....	503
2. 应用和测评结果.....	513
三、经典楼盘性价比分析.....	523
四、决策地产研究中心生活指数专题研究.....	523
1. 经典楼盘生活指数及性价比综合分析汇报.....	523
2. 楼盘项现在期定位研究.....	523
第六节 广告监测和研究	533
一、第三季度南京市房地产平面广告投放监测.....	533
二、11、12月南京市楼盘报纸平面广告投放统计分析.....	533
1. 投放量排名.....	533
2. 投放频率排名.....	533
3. 分区域投放量统计.....	543
4. 物业类广告投放量统计.....	543
5. 开发商楼盘平面广告投放量统计.....	553
三、南京地域各平面媒体影响度分析.....	553
平均日公布广告量统计.....	553
四、楼盘形象宣传专题跟踪分析.....	563
1. 11、12月楼盘平面广告投放专题类型分析.....	563

2. 11、12 月楼盘平面广告投放专题宣传用语一览.....	563
五、从购房者相关特征分析媒体影响度.....	573
1. 购房者媒体偏好分析.....	573
2. 媒体广告对购房者决议影响分析.....	583
结 束 语	593
汇报附件： 房地产业政策影响面分析	603

综 述	4
一、 序言.....	4
二、研究方法介绍.....	5
1. 研究背景说明.....	5
2. 决策地产研究指标体系说明.....	6
三、延伸服务.....	7
第一节 市场容量分析	9
一、南京市房地产市场容量分析.....	9
（一）商品房市场容量.....	9
1. 拆迁购房仍然处于南京房地产需求主导地位.....	9
2. 投资者百分比波动较大较快.....	10
3. 结婚购房百分比比较稳定.....	10
4. 改善居住环境群体需求百分比改变较小.....	10
5. 城市化进程也带来了购房需求.....	10
（二）存量商品房市场容量.....	10

二、南京房地产市场交易情况分析.....	11
1. 商品房已实现需求情况.....	11
2. 商品房交易量历年增加情况.....	12
3. 未实现需求情况分析.....	12
三、需求结构分析.....	13
1. 各片区结构百分比及季度改变情况.....	13
2. 楼型层次及季度百分比改变分析.....	14
3. 商品房价格档次及季度改变情况.....	14
第二节 产品结构分析.....	16
一、市场供给总量.....	16
1. 商品房开发连续增加.....	16
2. 土地资源供给情况.....	17
3. 存量房供给情况.....	18
4. 经济适用房和中低价商品房开发建设情况.....	18
二、房地产供给结构和供需分析.....	19
1. 南京市房地产市场总体供需分析.....	19
2. 各区域供需结构分析.....	19
3. 价格层次供需结构分析.....	21
4. 楼型供需结构分析.....	22
5. 商品房总价和区域供需交叉分析.....	22
三、南京市商品房供给总量分析.....	23
1. 商品房.....	23
2. 经济适用房.....	23
3. 片区情况分析.....	24
第三节 价格研究.....	25
一、供给价格水平分析.....	25
1. 执策南京市 70 经典楼盘价格指数.....	25

2. 商品房价格水平分析.....	27
4. 分物业商品房价格水平分析.....	30
5. 存量房（即二手房）价格水平分析.....	31
6. 经济适用房、中低价商品房价格水平分析.....	32
7. 土地价格水平分析.....	33
8. 房地产三级市场——租赁市场价格水平分析.....	34
二、南京市商品房价格原因及相关分析.....	34
1. 房价供需结构性失调仍是南京市商品房价格上涨关键动因.....	34
2. 经济增加及消费者信心——价格支撑面之一.....	36
3. 投资拉动——价格支撑面之二.....	36
4. 商品房直接成本上升带动房价上涨.....	37
5. 城市化战略和房价水平——地域中心效应显现.....	37
6. 开发商保利原因——楼盘品质化倾向.....	38
7. 拆迁新法等政策影响.....	38
三、南京市房价展望.....	38
1. 房价总体特征.....	38
2. 市场环境及房价趋势.....	38
第四节——消费者调查研究.....	40
一、背景资料.....	40
1. 样本特征.....	40
2. 研究方法.....	40
3. 研究指标.....	40
二、购房者基础情况分析.....	41
1. 年纪结构分析.....	41
2. 学历分析.....	41
3. 收入结构分析.....	42
三、购房需求分析.....	42

1. 面积需求分析.....	42
2. 收入和可承受价位交叉分析.....	43
3. 套型选择.....	44
4. 消费者可承受商品房总价分析.....	44
四、购房者行为分析.....	44
1. 付款方法分析.....	44
2. 收入和媒体影响度交叉分析.....	45
3. 年纪和购房区域交叉分析.....	46
4. 购房者对房价改变心理预期和接收能力分析.....	46
第五节 生活指数评价	48
一、生活指数评价.....	48
1. 区域生活指数模型.....	48
2. 应用和测评结果.....	49
二、经典楼盘生活指数评价.....	49
1. 经典楼盘生活指数模型.....	49
2. 应用和测评结果.....	50
三、经典楼盘性价比分析.....	51
四、决策地产研究中心生活指数专题研究.....	51
1. 经典楼盘生活指数及性价比综合分析汇报.....	51
2. 楼盘项现在期定位研究.....	51
第六节 广告监测和研究	52
一、第三季度南京市房地产平面广告投放监测.....	52
二、11、12月南京市楼盘报纸平面广告投放统计分析.....	52
1. 投放量排名.....	52
2. 投放频率排名.....	52
3. 分区域投放量统计.....	53
4. 物业类广告投放量统计.....	54

5. 开发商楼盘平面广告投放量统计.....	54
平均日公布广告量统计.....	54
四、楼盘形象宣传专题跟踪分析.....	55
1. 11、12 月楼盘平面广告投放专题类型分析.....	55
2. 11、12 月楼盘平面广告投放专题宣传用语一览.....	55
五、从购房者相关特征分析媒体影响度.....	56
1. 购房者媒体偏好分析.....	56
2. 媒体广告对购房者决议影响分析.....	57
结 束 语	58

综 述

一、序言

是南京市房地产业波澜起伏、众说纷纭十二个月，伴随长三角城市圈形成、南京市沿江大开发方案全方面开启、众多重大市政建设目标完工和建设，南京市作为地域性政治、文化、经济中心城市地位日趋显现、各方面已驶上高速发展快车道。从房地产市场具体表现来说，南京市地价、房价涨幅惊人，交易量更是突破了历史最高水平。开发商和运行商在惊喜高利润回报同时受制于土地拍卖造成高地价，在品牌运行、土地贮备资金实力更高要求下，部分企业开始考虑吞并和整合长久战略；其次，消费者愿望和实际差距越拉越大，大家在猜测、犹豫中未能实现买房愿望，而就在，中国人均 GDP 首次突破 1000 美元，GDP 是衡量一个国家经济发展水平总量尺度，人均 GDP 评价是一个国家富裕程度，大家依据这个数字改变来划分经济发展阶段，这说明中国真正进入了“脱贫”

致富阶段，在新历史时期，社会将会发生更多主动改变，比如在日益发展完善市场经济环境下，过去大家生活中奢侈品逐步成为以后日常必需品，消费结构将向发展型、享受型升级，住房、轿车、电子、通信等大宗消费品市场将出现爆炸性增加，愈加缤纷多样消费方法立即在膨胀消费时代成为现实。

岁末，众多相关房地产市场报道中，最吸引读者眼球是房价有可能走向平稳甚至回落种种估计。决策地产研究中心本着四年房地产市场研究、经纪服务经验，纵观房地产市场发展轨迹，重申自己见解：市场经济是过剩经济，商品短缺永远只是临时，商品过剩是市场经济常态。伴随市场发展成熟，竞争会愈演愈烈，很快未来，房地产市场一定会全方面进入供过于求局面。

房地产市场现在远未成熟，产品（商品房）又是相当复杂特殊商品，相关影响原因如中国、外宏观政治、经济形势、金融政策、相关法律法规改变全部会直接影响其微观市场表现，片面以一些经济指标作为房价和房市估计依据进行市场估计是不可取，所谓估计其实就是“瞎子算命”，会产生错误引导甚至欺骗。

供需关系是房地产市场主导原因。了解市场供求关系及其改变趋势，深入研究微观经济走势、消费者需求特征、消费行为特征、消费心理改变是极具意义，市场调查意义在于揭示市场真实表现，分析市场发展改变原因，经过科学研究模型研究市场历史和现在，对影响未来市场发展相关原因进行分析，提出促进市场及企业健康发展意见和提议。

最具影响力“一对”文件，即中国人民银行公布《相关深入加强房地产信贷业务管理通知》（121号文）和9月国务院发出《相关促进房地产市场连续健康发展通知》（18号文），121文件降低了银行信贷风险，但也提升了门槛，部分规模小、自有资金率低、融资渠道不畅中小开发企业无疑会因为实力不济而被淘汰，也促成了实力强品牌开发企业向规模化方向发展。18号文肯定房地产是国民经济支柱产业，强调“对符合条件房地产开发企业和房地产项目要继续加大信贷支持力度”。

影响房地产价格原因是比较复杂，现在房地产市场还处于初级阶段，高增加同时，存在着这么那样不成熟和不规范，未完全根据市场规律运行，伴随市场成长发展，这些不规范和不成熟会逐步消失。对于这么一个高成长中初级市场，政府应该在逐步规范同时关心和扶持，发明公平、公正市场环境，使它能够健康成长，18号文正是表现了国家这种精神。

本期汇报经过分析过去十二个月南京房地产市场供需情况、价格走势及购房需求改变等微观市场表现，结合宏观经济、政策形势和发展态势及消费者调查、媒体监测数据分析研究了南京市房地产市场，以期从市场研究角度为消费者、房地产相关企业提供公正有价值研究结果，有瑕疵之处，敬请指正。

二、研究方法介绍

1. 研究背景说明

伴随房地产市场化进程加速，产生了对专业房地产研究、咨询服务机构需求，尤其是迫切需要对现在房地产市场情况成体系市场研究评价模型，决策地产研究中心自开始组建决策购房会员俱乐部，并在会员服务、信息反馈等数据基础上于推出决策房地产市场研究指标体系及研究模型，研究模型关键建立在决策地产研究中心独有购房会员俱乐部会员数据库、南京 70 经典楼盘数据库、媒体监测数据库基础之上，关键从微观角度，利用专业统计软件，对三大数据库进行统计分析，从而取得研究汇报所需总量及分量数据。

决策地产研究中心三大市场研究数据库运行说明：

(1) 购房会员俱乐部会员数据库：决策地产研究中心会员俱乐部建立于中，截至底已经拥有会员 13585 名，这些会员共同含有最大特征就是她们均为近期有实际购房需求准购房者

。全部会员资料全部经过我中心数据采集人员回访校验确保其真实性，并提供一系列服务吸引会员立即更新会员资料。在全部会员中，26-45岁中青年人群占到会员总数2/3，70%会员家庭年收入在3-8万元之间，大专以上学历会员超出60%，会员资料中包含会员家庭基础情况（如：基础收入、人口结构、现有住房情况等），购房意向情况（如：意向购房区域、楼型、面积、单价、总价等），购房行为及心理特征（如：购房决议权、购房决议依据、信息获取渠道、房价接收度、涨跌主观判定等），数据库现有数据量14余万条，每个月更新量26%。

（2）**南京70经典楼盘数据库**：关键包含楼盘基础信息、价格数据跟踪、销售进程、周围生活便利程度等，依据决策地产生活指数指标系统进行数据搜集和分数评定，对项目全程营销投放进行监测，现在建立起比较健全是**南京市70经典楼盘价格指数数据库**。收录楼盘数据近300家，签署经典楼盘价格指数数据合作协议近100家。每家数据搜集项目近100项。决策地产研究中心将在构建较为全方面长三角地域关键城市楼盘数据库系统，并对全国范围内含有代表意义各类楼盘进行个案资料搜集以建立项目案例库；

（3）**媒体监测数据库**：决策地产营销投入监测模型是针对开发企业及楼盘项目，对能够反应房地产营销投放特征相关数据进行长久监测，现在监测范围包含报纸、电视、网络媒介等。监测对象：南京市全部房地产开发企业全部项目，每个监测对象监测数据近30项。

2. 决策地产研究指标体系说明

考虑到现在南京房地产市场各区域开发状态，本研究汇报研究范围为南京房地产市场七大片区：城中、城北、城东、城南、河西、江宁、江北。

研究汇报指标体系包含**市场容量、产品结构、价格指数、消费者调查、生活指数、媒体监测**六大部分。本汇报以以上六大指标全方面衡量南京市房地产市场现实状况及发展水平，研究和评价开发企业及商品（商品房）市场地位及竞争力，分析市场未来发展趋势。

市场容量——即总需求量。需求决定供给。以决策购房俱乐部会员数据为基础，从整体角度，依据购房动机等原因，取得南京房地产市场市场容量，在该基础上，分析南京房地产市场总容量及分季度容量、各区域市场容量、价格层次市场容量、楼型市场容量，及各分量改变及发展趋势。

产品结构——

关键分析南京房地产市场开发情况、存量房、经济适用房供给情况、土地供给情况、从多角度分析楼盘供给情况，并结合需求情况，对南京房地产市场供需结构作深入分析，找出类别产品需求旺盛区和供给压力区。

价格指数——以决策地产研究中心南京 70 经典楼盘价格指数数据监测平台数据为依据，监测南京房地产市场价格走势、总体均价、各片区均价、分物业均价，结合片区及个案销售情况，分析其现实状况及原因，研究市场价格成因。

消费者调查——经过对会员数据进行抽样统计，在了解购房会员即准购房者基础特征基础上，分析消费者购房需求、购房行为特征及其改变趋势。

生活指数——决策地产研究中心**区域及经典楼盘生活指数评价系统**，就影响商品房生活便利程度原因进行指标量化分析，分析片区及经典楼盘生活便利程度，并结合商品房价格研究楼盘性价比。

媒体监测——经过对南京各大报刊房地产类广告投放量、投放频率、投放额等数据监测，分析开发商营销投放特征，结合楼盘开发及销售情况从营销投入角度研究开发企业、各楼盘市场营销情况，并对媒体影响度、媒体偏好、消费者决议影响等做相关研究。

以上六大指标组成全方面衡量南京市房地产市场、某区域、某楼盘发展水平、市场地位及市场竞争力体系，既独立又相互关联，任何单一指标研究全部不能充足说明市场全貌，必需经过相关性分析，才能比较全方面地反应某一区域某一段时间内真实市场状态。

三、延伸服务

本汇报为南京决策地产研究中心基础性常规研究汇报,是常规层次市场研究,比较浅显。我中心可为开发企业、相关决议部门提供各类型、层面房地产市场调查研究延伸服务。

我中心认为,开发商在项目开发前期阶段对市场情况关注关键点关键为:地域房地产市场环境、地域房地产市场容量和产品结构/供需关系;宏观经济环境发展情况/区域内房地产市场情况和改变/准购房者购置力及消费特征/区域准购房者特征;地域地价和房价情况/竞争对手价格策略/销售周期估计和销售进度控制。

决策地产研究中心提议:经过决策楼盘数据库系统取得基础数据/经过中长久分阶段市场监测跟踪市场改变动态/经过购房会员俱乐部跟踪消费者(准购房者)动态特征,帮助开发者在项现在期阶段取得较正确数据资料 and 关键信息,辅助项目目标相关定位决议。

具体来说,可提供多个层面相关服务:

数据库基础上产品: 区域市场总体特征监测、数据定制,时间段内分类项目营销监测分析汇报,个案分析汇报;

专题市场调查: 区域经济、人口、地理、基础设施、社会环境专题市场调查汇报,时间段区域经济历史、现实状况、未来发展影响原因分析研究汇报,营销环境及市场机会研究即市场环境综合评价,地域消费环境及发展动态分析、消费者需求特征分析,地域房地产市场产品空缺及市场机会研究汇报等。

深度市场调研: 项目可行性方案包含产品定位、市场细分方案,定价策略、营销战略提议,投资-效益财务分析、融资策划,项目全程营销处理方案。

注：本汇报基础数据除特殊说明外，均来自决策地产研究中心购房会员俱乐部会员数据库、南京 70 经典楼盘数据库、媒体监测数据库。假如您对南京市房地产市场有较深层次了解愿望和要求，请和南京决策地产研究中心联络。

四、汇报

摘要

1、房地产需求上升势头强劲

南京市房地产市场总容量为 1400 万平方米，其中商品房市场容量为 850 万平方米，存量房市场容量为 550 万平方米。在需求组成中，拆迁购房需求占市场容量 32.85%，居民拆迁购房需求含有刚性，一直是需求上升基础；投资需求增加紧，是需求上升关键动力，至底投资需求百分比达成 24%，整年百分比为 17%，这部分人需求极不为稳定，是影响供求关系波动和整个房地产市场稳定原因。

2、房地产投资上升幅度很大，但商品房供给不足，存量房供需两旺

房地产投资为 183.8 亿元，创历史统计，同比增加 33.6%。但完工面积仅为 392.8 万平方米，同比下降了 10%，加上期房供给上市销售面积为 598 万平方米。尽管土地供给达成 658 公顷，因为存在开发周期所以不会很快形成供给，而土地供给仅为 173 公顷，土地供给为 27 公顷，受到土地约束使商品房供给速度增加较慢。存量房市场供需均飞速增加，交易件数达成 5.9 万件，同比增加 90.4%，交易面积为 430 万平方米，均超出商品房。

3、在供需矛盾十分突出情况下，商品房价格飙升

南京市全部片区商品房价格全部大幅上升，最低涨幅 14%，涨幅最高河西片区房价上涨 23%（详见土 3-3），各片区涨幅平均为 1000 元/平方米上下；存量房价格也在商品房带动下上升很快，除了城中、城南片区外，其它片区存量房价格基础靠近商品房价格。

4、商品房总体供不应求外，存在结构性供过于求情况

尽管商品房整体市场供给不足，但还出现有商品房销售困难，甚至滞销情况，说明存在结构性不平衡情况。尤其是价格层次需求结构不平衡情况比较显著，中低价位商品房供不应求，而 5000 元/平方米以上商品房整体供过于求。片区结构中，河西地域供需差距较大，而江宁、江北片区却供过于求。

5、商品房成本不停上升

作为商品房成本关键组成土地成本增加很快，已占商品房售价二分之一，土地出让平均价格达成 281 万元/亩，同比上涨 12.1%。建筑原材料上涨行情一直连续，钢材、水泥、石子等材料价格上升 20%-40%不等。另外拆迁新法规实施也使拆迁成本大幅上升。成本上升不仅影响了开发商利润，也促进商品房价格上涨。

6、商品房均价和商品住宅均价超出 4000 元/平方米

底南京商品房均价达成 4537 元/平方米；商品住宅均价为 4378 元/平方米，在全国各关键城市中排名前列。

|

第一节 市场容量分析

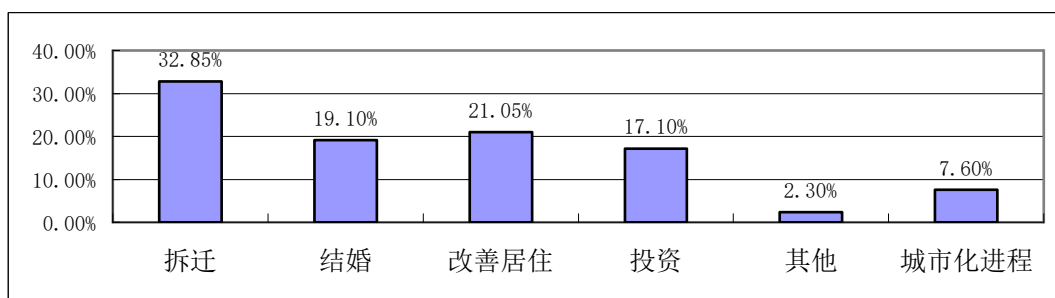
产品（商品房）需求量直接影响市场供求双方地位，不停上升需求量是南京房地产市场高速发展关键动力。本节市场容量关键分析了南京房地产市场对商品房总需求量，即市场有效潜在需求量。对市场容量统计方法关键从准购房者角度得出有实际购置意愿需求量。分析角度包含总体容量、已实现市场容量、区域需求结构、价格需求结构等，市场容量分析是房地产市场研究基础，总量及层次结构改变及趋势对把握房地产市场发展含有举足轻重意义。

一、南京市房地产市场容量分析

房地产市场容量是指有现实需求购房者准备购置房屋面积总量，购房者对于房屋类型选择能够分为商品房（开发商新建商品房、政府推出经济适用房和中低价商品房）和存量房（包含二手房、上市公房等）。决策地产研究中心数据分析表明，南京整年房地产市场商品房市场容量为 ~~800~~850 万平方米，存量房市场容量为 550 万平方米，南京市房地产市场总容量约为 ~~1350~~1400 万平方米。

购房者购置住房需求动因关键包含拆迁安置购房、结婚购房、改善居住购房、投资购房和城市化进程等方面 ~~等方面~~ 所带来购房需求。依据对会员数据库购房者商品房需求信息分析，购房者整年对商品房需求动机百分比组成以下图所表示。

图 1-1 整年购房动因组成图



（一）商品房市场容量

1. 拆迁购房仍然处于南京房地产需求主导地位

据统计南京市实施拆迁项目 115 个，拆迁房屋面积 179 万平方米，共拆迁居

民 2.4 万多户，拆迁工企单位 1320 个

。因为三季度拆迁矛盾激化，造成国家要求加强对拆迁管理，南京有 44 个拆迁项目停拆缓拆，比计划 4 万户少拆迁了近 1.6 万户，所以拆迁购房百分比和上六个月相比下降比较大。

据决策地产中心会员数据库资料显示，靠近 83% 拆迁居民意向购置商品房。所以，拆迁居民需购置商品房数量在 2 万户左右，这部分居民购置住宅面积较小，根据户均购房面积 85 平方米计算，拆迁居民购置商品房 170 万平方米；另外，每个拆迁工企单位中按平均购置 6001000 平方米面积计算，拆迁单位需购置商品房 80130 万平方米左右。因拆迁而需购置商品房数量为 250300 万平方米。

~~因为三季度拆迁矛盾激化，造成国家要求加强对拆迁管理，南京有 44 个拆迁项目停拆缓拆，所以拆迁购房百分比和上六个月相比下降比较大。~~

~~据决策地产中心会员数据库资料显示，靠近二分之一拆迁居民意向购置商品房，拆迁居民需购置商品房数量大约 3.5 万户左右，这部分居民购置住宅面积较小，根据户均购房面积 85 平方米计算，拆迁居民意向购置商品房数量为 300 万平方米。~~

2. 投资者百分比波动较大较快

投资需求是一个引致需求，并不是建立在居民自己实际需要基础之上，所以投资购房需求受到其它购房者心理影响甚大。而购房者心理是极难估计和估量，心理原因很复杂而且波动较大，所以投资购房百分比季度间变动比较大，第四季度投资百分比达成 24%，整年投资购房需求所占百分比在 17% 左右。总人数靠近 1.2728 万人，根据人均购房 110 平方米计算，这部分人群购置商品房需求约为 140140 万平米。

3. 结婚购房百分比比较稳定

依据市民政部门资料，南京每十二个月约有 2 万对青年进行结婚登记，其中 60%~70% 新婚者有购房需求。在购房者中所占百分比各季度变动不大，在 20% 左右。全市大约有 1.4 万户将购置商品房，这部分人群整年商品房需求面积在 155155 万平方米左右。

4. 改善居住环境群体需求百分比改变较小

伴随中国经济快速增加，居民收入也显著提升，所以，对于改善居住条件，提升生活质量购房需求也在对应逐步增加。不少高收入者开始拥有第二居所、第三居所，以小换大，以旧换新消费理念也为一般消费者所接收。这部分人群所占百分比仅次于拆迁购房需求人群百分比，大约为 1.571.53 万余人，总需求面积为 170 万平米。

5. 城市化进程等购房需求

现在，南京城市化水平约为 45%，根据计划，南京每十二个月城市化水平要增加 2%，每十二个月城市人口将增加 11 万多人，该群体将带来巨大购房需求。

南京每十二个月高等院校毕业生在 7 万人左右，有相当一部分留在南京工作，每十二个月大量农村和外地人口迁入到南京城区定居工作，全部会新增一定量商品房需求。因为大部分人会租赁或购置小套住房作为过渡，所以这部分人群购置商品房数量不太大。依据决议地产研究中心购房会员数据库资料，这部分人对商品房需求面积约在 8585 万平米。

(二) 存量商品房市场容量

决策地产研究中心对会员数据库三年购房者需求数据进行分析，购房者对商品房和存量房需求百分比以下图所表示：

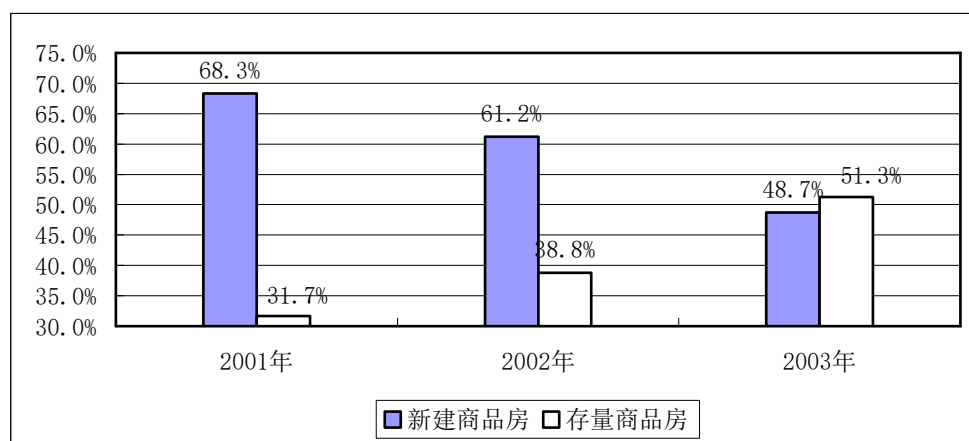


图 1-2 商品房类型需求百分比组成图

存量房面积、总价和商品房相比有显著优势。以城中为例，超出 70% 商品房面积在 110 平方米/套以上，而存量房面积大部分在 50—

80 平方米/套，城中一样位置一套商品房和存量房总价相差几乎二分之一。所以，伴随近几年商品房价格上升，商品房需求百分比不停下降，而作为替代品存量房需求百分比上升快速。南京市居民有购置商品房意向户数约 8.7 万户左右，意向购置存量商品房户数近 7.4 万户，根据户均购房面积 75 平方米计算，南京市存量房市场容量为 550 万平方米。

二、南京房地产市场交易情况分析

1. 商品房已实现需求情况

市场容量可分为已经被实现需求和其它因为房价、产品结构等原因还没有实现需求。在已经被实现需求中，能够分为商品房、存量商品房、经济适用房、商铺和办公楼多个路径，以下分别叙述：

南京商品房市场很旺盛，商品房销售面积创出历年最高统计。协议销售商品房面积达成 739 万平方米，同比增加 34%。南京市完成产权登记商品房交易 3 万余件，交易金额近 130 亿元，交易面积超出 400 万平方米。

存量房交易件数和面积超出商品房，南京市存量房交易达成 5.9 万件，交易额为 118.4 亿元，和相比分别增加了 90.4% 和 135.7%，创历史最高纪录，交易面积也超出商品房交易面积 30 万平方米，达成 430 万平方米。

经济适用房基础上供不应求，拆迁居民超出 7 为 2.4 万户，而整年建成经济适用房 91.76 万平方米仅能满足 1.2 万户家庭需要，要满足拆迁居民需求还需加大经济适用房建设。因为中低价商品房于 9 月刚刚开启，至年底尚无供给和交易。

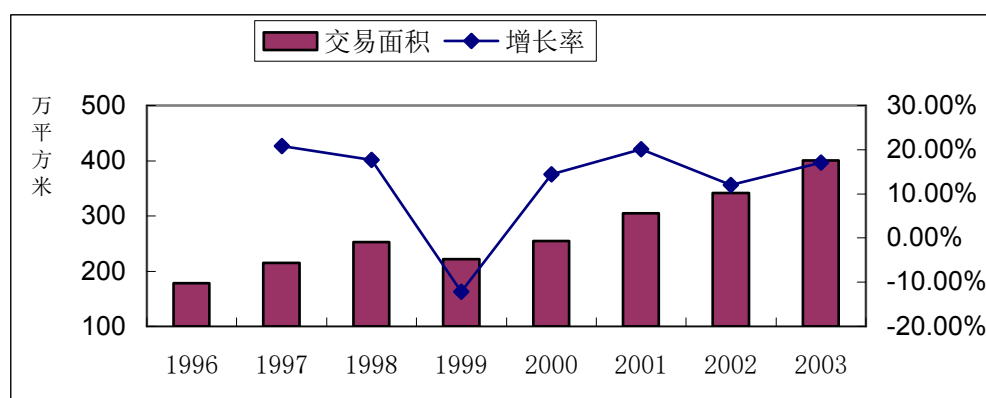
从物业分类情况来看，住宅仍然是一枝独秀，但办公楼和商铺等销售却苦乐不均。商铺成为南京楼市一匹黑马，商铺投资额为 13.27 亿元，比增加 25.%。从南京住宅涨幅来看，不管什么地段全部没超出商铺。所以，在排队购房中，有不少人是冲着小区商铺去，投资商铺收益要大于住宅，已被众多投资者所认识。

和商铺旺销相反，办公楼需求相对低迷，全市办公楼开发投资仅为 13.69 亿元，大约是住宅投资一成，和相比下降了 16.1%。甚至有地段办公楼价格反而低于住宅价格。目前中国消费品消费仍然低迷，经济增加关键受投资拉动所致，造成中国办公楼需求不足，所以才会有开发商把原来作为办公楼用途用地开发为商住两用楼，酒店式公寓等形式，迎合不停上涨商品住宅需求。

2. 商品房交易量历年增加情况

南京市房地产市场不管是签约交易金额还是交易数量，全部创历史最高水平，增幅也居历史之冠。历年商品房成交面积和增加率图所表示：

图 1-3 1996 年—商品房成交面积和增加率示意图



从南京商品房成交历史纪录能够看出，南京商品房需求近几年来很旺盛，增加速度频频发明纪录，表明多年高速发展南京房地产市场有着强劲需求支撑。商品房交易数量在 1999 年增速相当平稳，每十二个月增加率维持在 10% 以上，更是达成了 17%。因为老城改造城市建设等原因强劲拉动，南京房地产市场在未来 1—2 年内仍含有较大市场发展前景。

3. 未实现需求情况分析

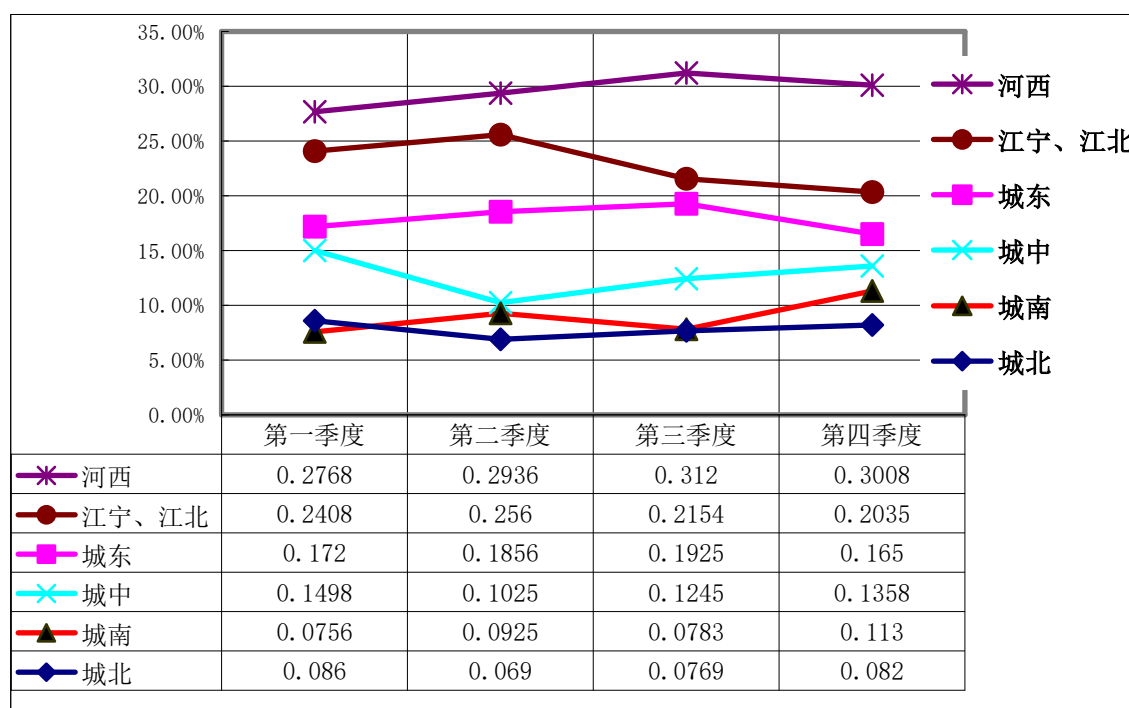
南京市房地产市场容量为 14001400 万平方米，而商品房协议销售面积为 740738 万平方米，存量房完成交易近 430 万平方米，再加上经济适用房 91.76 万平方米，市场容量中仍有 138140 万平方米未能实现。除了因为总体上供给不足以外，房地产产品结构也存在着不平衡情况。一般老百姓急需小套型、中低价商品房供不应求，而大套、高价房供给较多以致这类项目销售周期相对较长。

三、需求结构分析

1. 各片区结构百分比及季度改变情况

房地产是一个特殊商品，因为地理位置不一样，造成每个商品房全部有其独特特征和不可替代性，从而造成了不一样区域商品房不一样需求。南京房地产市场关键分为城中、城南、城东、城北、河西、江北和江宁，各区市场容量表现出很大差异。依据决策地产研究中心购房会员俱乐部数据库数据统计，各季度购房者对区域选择百分比及改变图 1—4 所表示：

图 1-4 各季度片区市场容量比较图



图表显示，购房者区域需求以河西片区百分比最高，而且比较稳定。一系列市政基础设施陆续开工建设，河西地域奥体中心等十大标志性建筑开工建设，为河西板块市场注入了新鲜活力，推进楼盘销售连续火爆。伴随金马骊城、奥体新城等超级大盘开发上市，河西地域吸引了 30%左右总需求，表明河西片区房地产市场很旺盛。不过因为河西片区底商品房均价已经超出 5000 元/平方米，低价位楼盘供给不足，和消费者价格意向需求相背离（见第二章图 2—3），所以河西地域需求份额在第三季度达成最高以后出现下降趋势。

城北地域在河西大规模开发辐射下，也逐步受到广泛关注，市场需求份额有所提升。江宁地域仍然是整年商品房上市量最大一个区域，凭借其价格优势仍然是南京销售量较大区域，不过江宁部分楼盘住宅销售价格已经突破 3000 元/平方

米，逐步失去高性价比优势，配套设施建设进展相对过慢和房价上涨太快，使需求量出现下滑迹象。其它各片区需求百分比改变甚微，需求结构稳定。

2. 楼型层次及季度百分比改变分析

房子楼型也是影响购房者决议另一关键原因。房产从楼型角度看关键包含多层、小高层、高层和别墅。依据抉择地产研究中心会员数据库资料统计分析楼型需求百分比以下图：

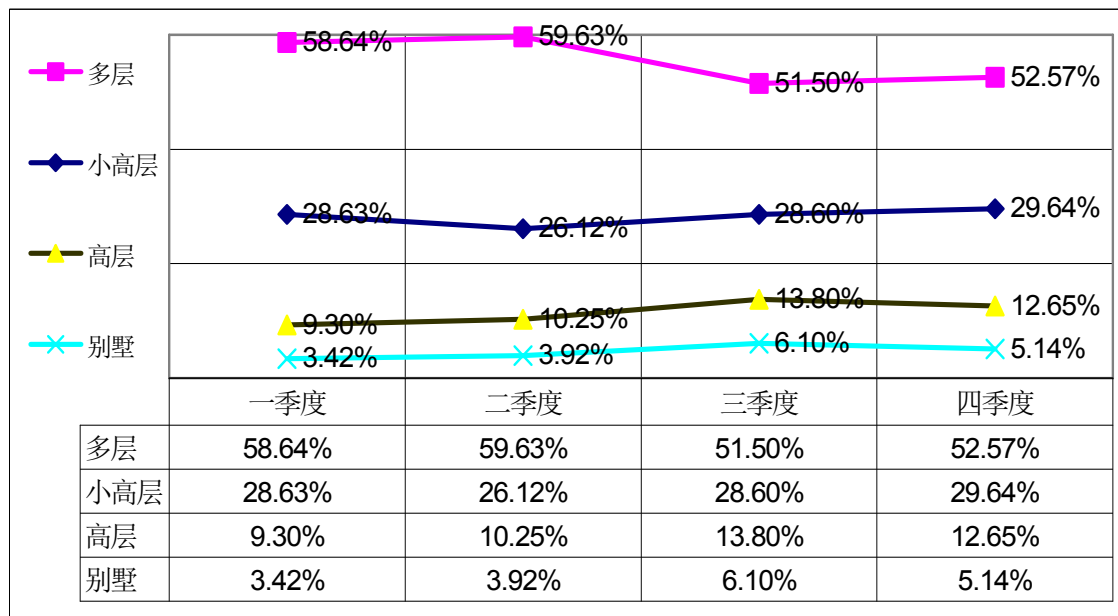
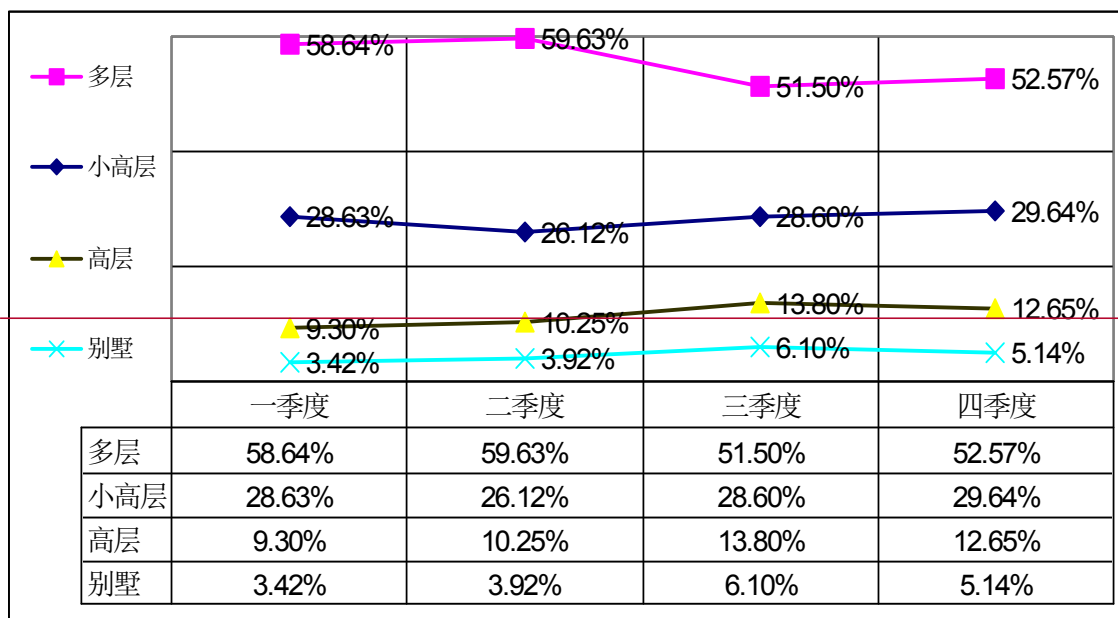


图 1-5 南京市楼型需求百分比对比图

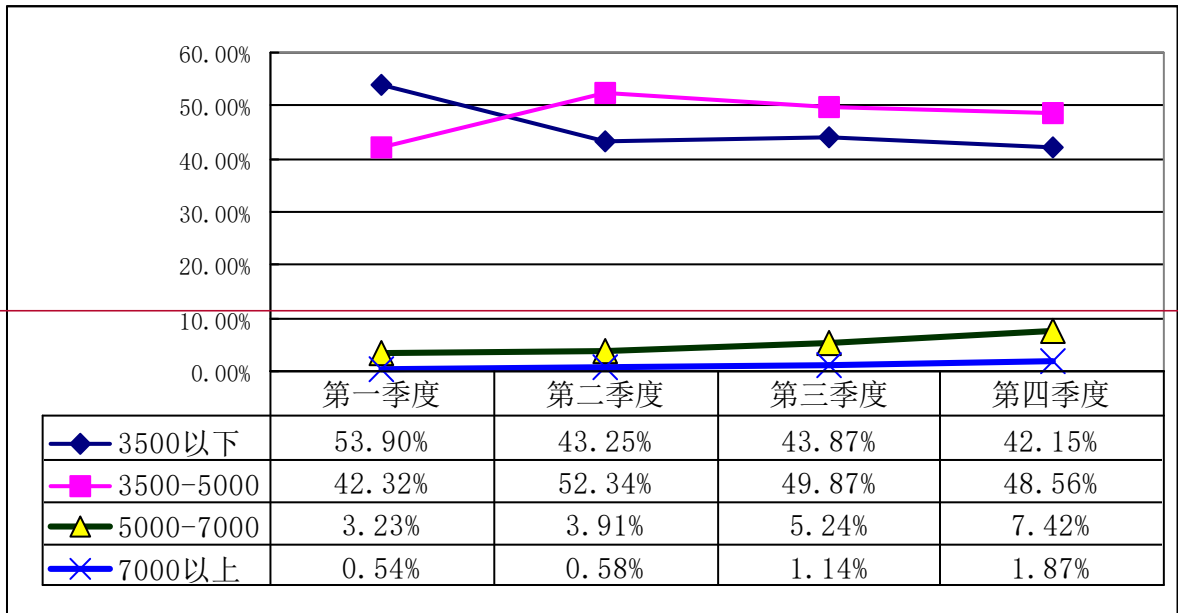
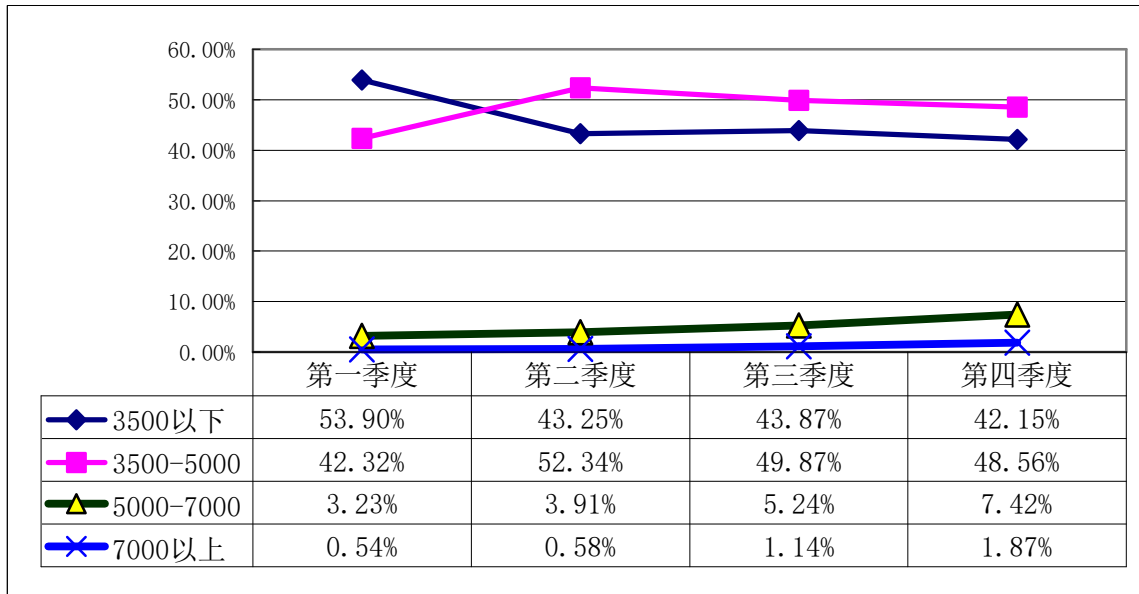


可见，南京商品房市场中各楼型需求以多层为主，小高层次之。高层、小高层得房率较低、电梯问题、习惯心理等使多层选择百分比超出了二分之一。目前房地产整个市场是供方市场，**产品供给主导了需求**，开发商占主导地位。因为高层、小高层供给百分比较高，购房者选择余地不大，在供不应求情况下，购房者较能够容忍对楼型不满意度，所以小高层、高层需求百分比有一定提升。相对而言，多层供给不足，造成对多层需求百分比下降，尤其是意向需求量较大城中和河西地域。

3. 商品房价格档次及季度改变情况

价格是商品需求实现关键制约原因，商品房需求对房价很敏感。对南京购房者期望价格区间百分比统计如下图：

图 1-6 购房者期望价格对比图（单位：元/平米）



由上图可见，3500-5000 元/平米之间中等房市场需求百分比最高，靠近 50%。消费者对房价心理接收价位逐步提升，首先是因为消费者收入在增加，更关键是在商品供不应求情况下被迫慢慢接收了现在商品房不停上涨价格，所以 5000 元/平米以上商品房期望百分比对应有上升趋势，而对 3500 元/平米以下期望百分比趋于下降。

第二节 产品结构分析

产品（商品房）从供给角度来看，关键包含新开发商品房、政府扶持和激励建设中低价商品房和经济适用房、存量商品房几部分。本部分关键分析了南京市房地产市场中产品供给情况，并结合市场容量结构，对商品房供给情况进行多角度深入分析，以探寻现在存在结构性矛盾和供给缺口。内容关键包含南京房地产市场开发供给情况、供给结构，并分析了房地产产品供给情况。

一、市场供给总量

1. 商品房开发连续增加

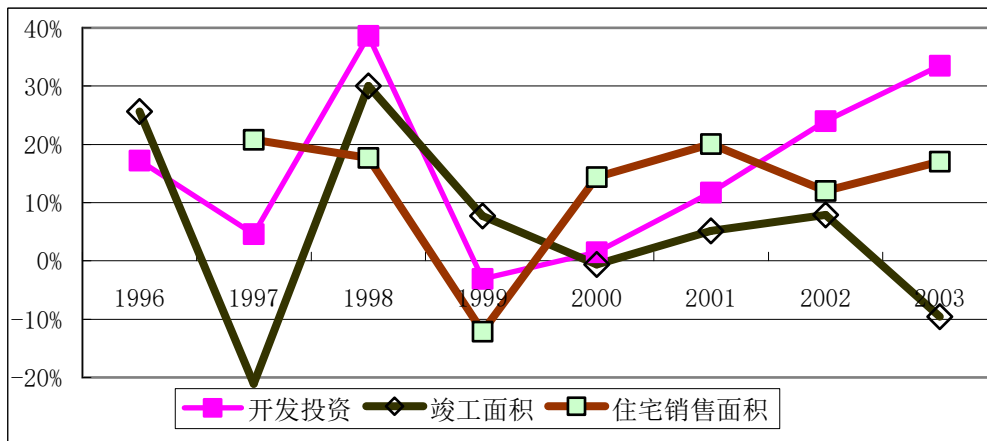
房地产开发投资作为南京固定资产投资组成部分，一直饰演着主导角色，尤其是近几年房地产市场连续升温，使开发投资年年上升，而且出现加速趋势。整年房地产开发投资额创出历年最高纪录，房地产开发投资额为 183.8 亿元，比增加 33.6%。房地产开发投资中，住宅投资 129.33 亿元，同比增加 33.9%；商业营业用房投资 13.69 亿元，同比增加 25.2%；办公楼投资 13.27 亿元，同比下降 16.1%。全市房地产施工面积 1556.85 万平方米，其中新开工面积 780 万平米，商品房完工面积 392.82 万平方米，和相比下降了 10%。全市同意上市商品房面积为 598 万平方米（包含江宁、江北和六合），其中城中城地域为 368 万平方米，和数据持平。

表 2—1 1995—房地产开发投资、面积等指标一览表

年份	房地产业直接指标							
	固定资产投资 (亿元)	房地产开发投资 (亿元)	住宅开发 投资 (亿元)	房地产施 工面积 (万m ²)	住宅施工 面积 (万m ²)	房地产完 工面积 (万m ²)	住宅完工 面积 (万m ²)	住宅交易 面积 (万m ²)
1995	233.86	59.45	29.2	863.24	602.36	277.12	230.78	/
1996	317.95	69.7	33.94	864.51	543.78	348.25	275.67	178
1997	351.66	72.89	36.17	850.16	535.75	274.91	207.87	215
1998	376.6	101.06	58.79	944.34	611.82	357.58	270.46	253
1999	373.36	97.91	62.21	992.38	686.93	385.29	314.33	222.2
	412.2	99.34	66.42	970.66	658.59	383.11	297.55	254.2
	464.91	111	75.28	1053	743.95	402.78	308.96	305.23
	602.95	137.63	96.57	1184.4	909.6	434.59	374.43	341.92
	783.43	183.8	129.3	1556.9	1255.0	392.82	336.24	400.16

从表中能够看出：以来，南京市房地产投资占固定资产百分比保持在 24%左右，和全国平均水平基础一致，而且房地产开发投资基础上和固定资产投资同时增加。从这个角度看，南京房地产投资并不能说是过热。另外，住宅开发投资占房地产开发投资百分比近几年一直呈上升趋势，关键是因为办公楼投资开发处于低谷时期，不仅没有赶上整个房地产高速发展步伐，甚至出现投资下滑现象。

图 2—1 历年房地产开发投资、面积增加率示意图



从上图能够看出，南京房地产投资频频发明高潮，尤其是从 1999 年以来，投资增速不停上升。现在南京房价增加太快呼声不绝于耳，从销售面积增加速度和完工面积增加速度对比能够看出，即使南京完工增加率和销售面积增加率和之前差不多，完工面积增加率在 1999 年以后表现得相当平稳，维持在 10% 以下，不过因为老城改造等原因强劲拉动，销售面积增加率自 99 年以来增加势头很强劲，表明需求很旺盛，相对而言，完工面积增加缓慢，在甚至出现负增加现象，这就不难解释供需矛盾十分突出现象。开发投资从 99 年以来增加速度不停上升，高于同期完工增加速度，表明商品房供给将会有大增速。

2. 土地资源供给情况

南京土地市场实施招标采购制度以来，对于促进土地市场发育、完善土地市场建设、规范土地市场交易起到了主动作用。不过南京土地市场圈地运动异常热乎，炒地成风。土地作为不可再生资源日益稀缺，尤其是市中心黄金地段更是奇货可居，不仅南京当地开发商，而且不少实力非凡外地房地产巨子也纷纷抢滩南京，不惜在市中心繁荣地段重金圈地。市区已经基础没有空置土地可供出让开发，而经过转手交易得到地块价格涨幅较大。

土地是开发商生存和发展基础条件之一，自以来，南京房地产市场交易日益火爆，需求高速增加。然而土地供给量增加速度跟不上房地产开发建设需求增加速度，土地供给不足造成现在土地市场火爆。面对老百姓对不停增加房价不满和要加紧城市化进程缘故，政府部门加大了土地供给量。经营性项目土地出让面积出现前所未有的增加，采取招标、拍卖和挂牌等市场化运作方法共出让土地 1386.41 公顷，其中市区（不含江宁、浦口和六合）转让面积 62 幅，共 658.4 公顷，成交金额 113.56 亿元，几乎是前三年转让土地三倍。

表 2—2 一南京城区土地转让面积和金额一览表

年份	转让面积（万平方米）	转让面积增加率	转让金额（亿元）
	12.24	/	3.70
	27.18	122%	6.90
	172.93	536%	32.86

	658.40	281%	110.69
--	--------	------	--------

3. 存量房供给情况

从整个房地产市场来看，存量房（即二手房）市场表现最为活跃。房地产中介企业如雨后春笋般地出现，大有胜过超市、银行之势。因为商品房价格不停走高，供给无法满足需求，而且总房价超出部分居民承受能力，造成一部分购房者购置存量商品房。存量房交易全方面超出商品房，全市存量房交易共 5.9 万件，交易金额 118.4 亿元，比上年分别增加 90.4% 和 135.7%，交易面积达成 429 万平方米，存量房交易各项指标全部有大幅增加。

价格不停走高存量房吸引了部分居民卖掉陈旧狭小老房再买新房用于改善居住，还有一部分短线投资者因为房价上涨急于套现退出市场，存量房供给量所以逐月增加，存量房供需担心情况得到缓解。到了底，存量房供需形势发生逆转，整个存量房市场供大于求。供需比也从上六个月 0.54 逐步缩小到 1.12，对应存量房交易量不停上升，存量房交易面积、件数均超出了商品房。伴随存量房供给不停增加，存量房供需逐步走向平衡。依据发达国家房地产业发展经验，在一个成熟房地产市场，其商品房、存量房市场交易量大致为 1:3 到 1:4，所以，南京存量房市场还将继续高速发展。

4. 经济适用房和中低价商品房开发建设情况

面对不停上涨房价，一般老百姓购房压力逐步加大，对中低收入和拆迁无处安身居民尤为如此。南京城镇居民人均可支配年收入刚刚超出万元，中低收入居民和很多拆迁居民收入尚且低于这个收入水平，让她们购置均价在 4000 以上商品房对于家中有限存款来说几乎是不可能，即使能够购置商品房中低收入居民，她们生活压力可想而知。因为关系到社会稳定，一般老百姓住房问题成为政府必需要处理问题。而房地产业是国民经济支柱产业，这几年投资高速增加，房地产业功不可没，同时也有力拉动了居民消费。期望房价下跌来满足中低收入居民需求在短时间内不太可能，因为房地产业出现大幅波动是各方面全部不愿意看到情景。

所以经济适用房和中低价商品房是处理中低收入居民购房和房地产市场平稳发展矛盾比很好方法。面向被拆迁困难户和低收入家庭经济适用房建设速度在骤然加紧，全市仅仅开工建设 20 万平方米经济适用房，到底完工包含 6 个项目 91.76 平方米经济适用房，安置了 12900 户低收入家庭。除此以外，整年共划拨 9 个片区近 600 亩计划土地用于经济适用房建设，建设面积将达成 370 万平方米近 4.8 万套住房，将有效缓解部分低收入家庭购房压力，改变现在中低价商品房供给严重不足不平衡情况。

尽管经济适用房建设力度在加大，但仍然无法满足市场需要，拆迁 2.4 万多居民，估计拆迁量将达成 4 万户。除了经济适用房建设力度应加大加紧以外，也应加大建设位置条件很好中低价商品房，以满足多层次收入水平居民需要。

二、房地产供给结构和供需分析

1. 南京市房地产市场总体供需分析

商品房市场容量为 850850 平方米，存量房市场容量为 550 万平方米左右，本常规研究汇报仅研究商品房供需情况。依据南京市房产管理局资料，全市新商品房上市面积为 598 万平方米，经济适用房供给 91.76 万平方米，整个商品房市场需求大于供给。

尽管整年南京房地产市场总量上供不应求，不过仍然存在着结构性矛盾。局部片区房地产市场供需情况比较担心，排队购房现象屡见不鲜，每期开盘价格总是高于上一期价格，而有些类型商品房销售却比较缓慢，在部分市场存在着供大于求现象。伴随二级市场高速发展和多种激励政策出台，存量房交易快速上升，同时市政府加大经济适用房和中低价商品房建设力度，和土地放量上市将有效缓解以往土地资源制约房地产开发情况，商品房供给量将比供给量大幅增加，使总体供不应求房地产市场情况得到改变。

2. 各区域供需结构分析

在对南京商品房供需结构统计分析中，关键采取供给份额和需求份额比较模型来分析，经过比较供给份额、需求份额，能够反应市场结构是否平衡，判定各片区供需情况。片区容量供需比：该片区内总供给面积和在该片区内总需求面积

之比。数值小于 1，说明该区域市场供不应求，数值大于 1 说明该区域市场供给过剩。

尽管整年供需基础平衡，不过在区域供需结构不平衡情况最突出表现在各片区供求不平衡现象上，经过比较各片区供需情况，市场各方能够正确地把握不一样片区市场情况，避免造成资源浪费。

依据决议地产研究中心 70 经典楼盘数据库对南京楼盘销售情况监测资料，结合我中心会员数据库购房需求数据，得出南京市各片区商品房供需情况。

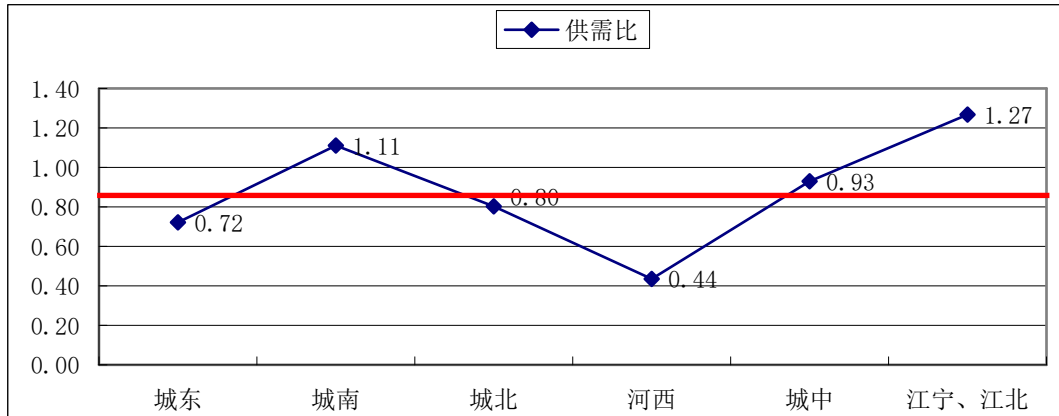


图 2-2 各片区供需结构百分比图

决策地产研究中心数据显示，各片区房地产市场中，产品供需基础平衡片区为城中、~~城东和城北~~片区。城东、城北片区供不应求，城南片区，尤其市宁南楼盘供给比较大，不过受到交通、生活配套等条件限制，需求落后于供给 30%供大于求。而供需差距比较大片区为江宁和河西片区。江宁片区因为前几年土地供给比较充足，商品房供给量比较大，表现为市场压力区，供给份额比需求份额高约二分之一 27%；尽管河西是南京房地产市场热点，有数个大盘在开发，但能够上市表现为供给仍占少数，凭借本身优势河西片区需求很旺盛，需求份额仅能满足需求二分之一 44%。伴随供给增加，河西片区供需矛盾突出情况在发生了部分改变，图。

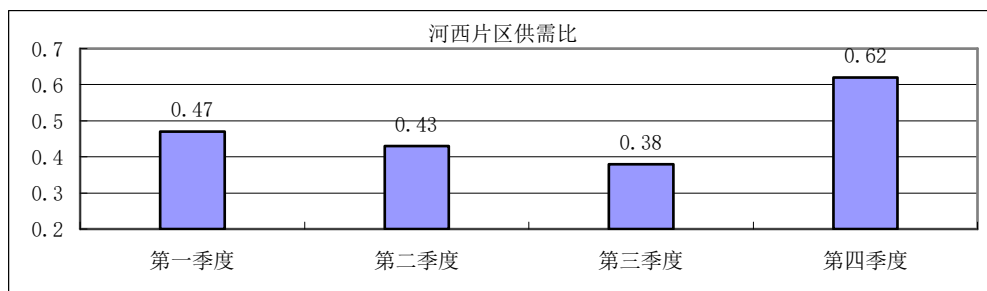


图 2-3: 河西片区整年供需比走势图

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。

如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/878100073113006141>