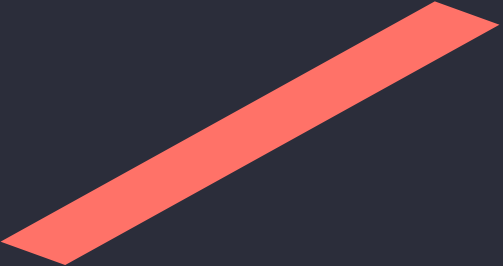


城市地图产品手册

站在时代的风口，我们一直努力探索各种突破的可能，不断创造价值。



目录 CONTENTS

01 产品说明

02 要素模块

03 工期与成果

04 取费

01

PART

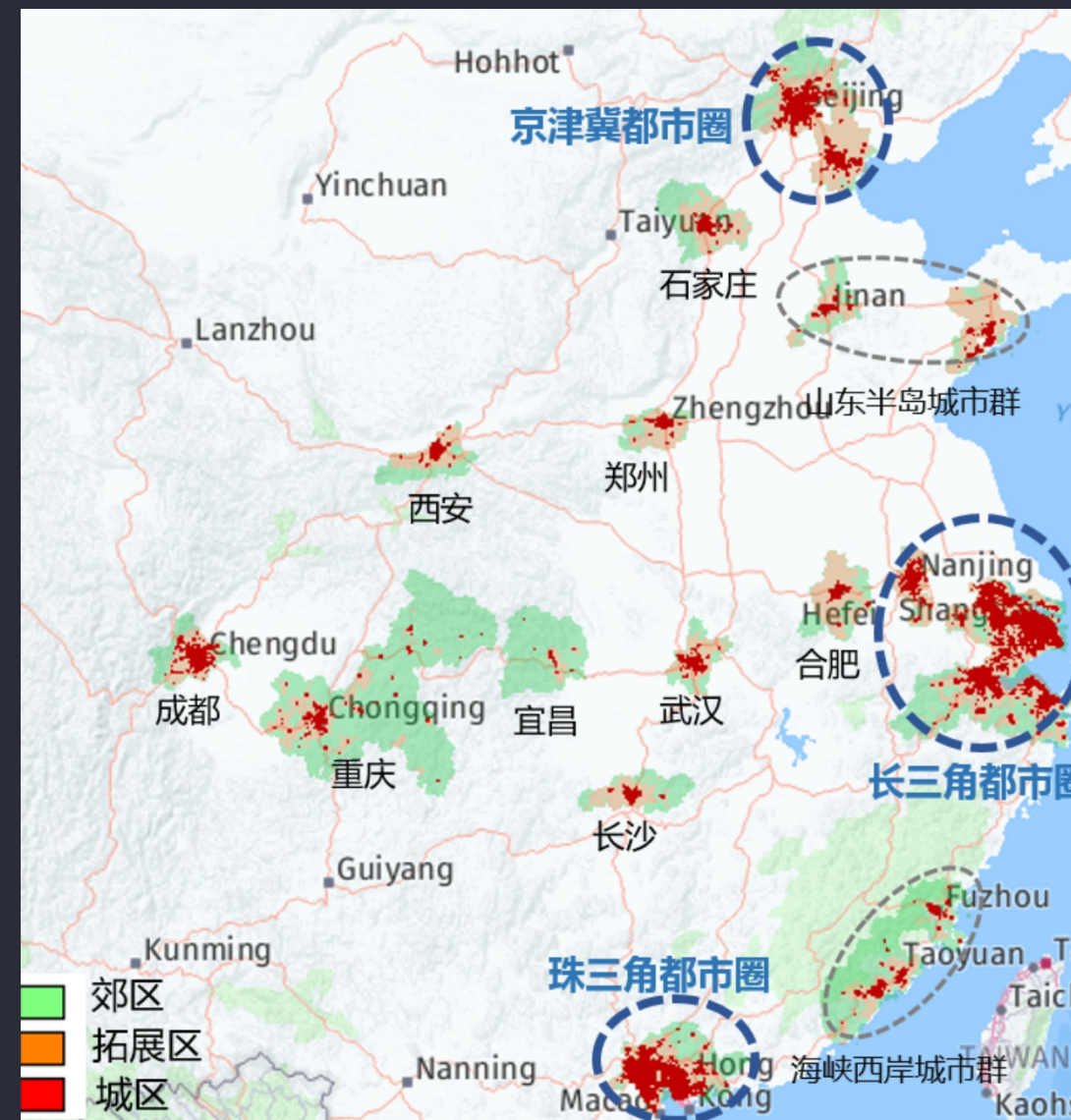
产品说明

编制背景、目的及核心解决的问题

【1个背景】

自2015年以来，我们开始探索用大数据的方式研究城市，目前已覆盖全国近300个城市，服务40余家房地产企业，已经成为公司核心竞争力产品之一，但出品仍没有标准，生产周期长短不一，时而出彩、时而平庸。

针对此情况，特编制本产品手册，辅助后期的产品生产、效果评价、成本核算等事宜，提高城市地图的生产效率，成为公司发展的稳定器。



数据来源：极海地理数据，根据交通、路口、自驾聚类得出，公里网格颗粒度

【6个目的】

1

把握客户的**核心需求**，
聚焦重点，非泛泛而谈

2

熟知数据源、数据库、
主要模型、模块等**流程要素**

3

对于不同数据搜集、模块
内容有参考的**时间周期**

4

给出相对完整的成果
输出标准

5

数据成本、人工成本、
运营成本等有**体系化的认知**

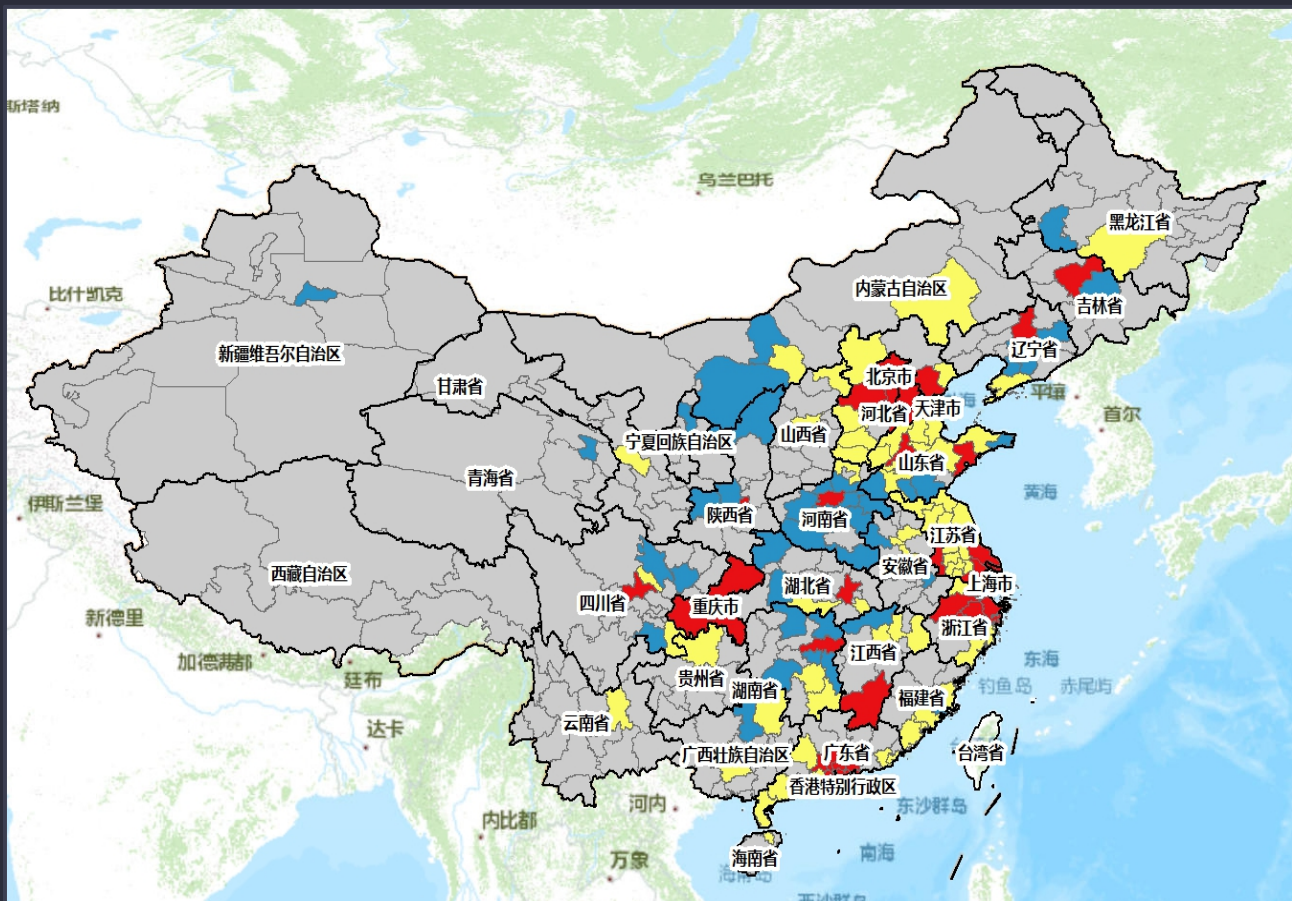
6

为后期产品的持续升级
提供样板

【3类需求】

根据研究范围的大小以及需求侧重点分为以下3类

一、全国城市进入研究



研究诉求：主要是服务于规模**100亿-500亿的区域性企业**，目标为1000-3000亿规模体量，需要更多的城市进行容量支撑及补充，侧重于城市的

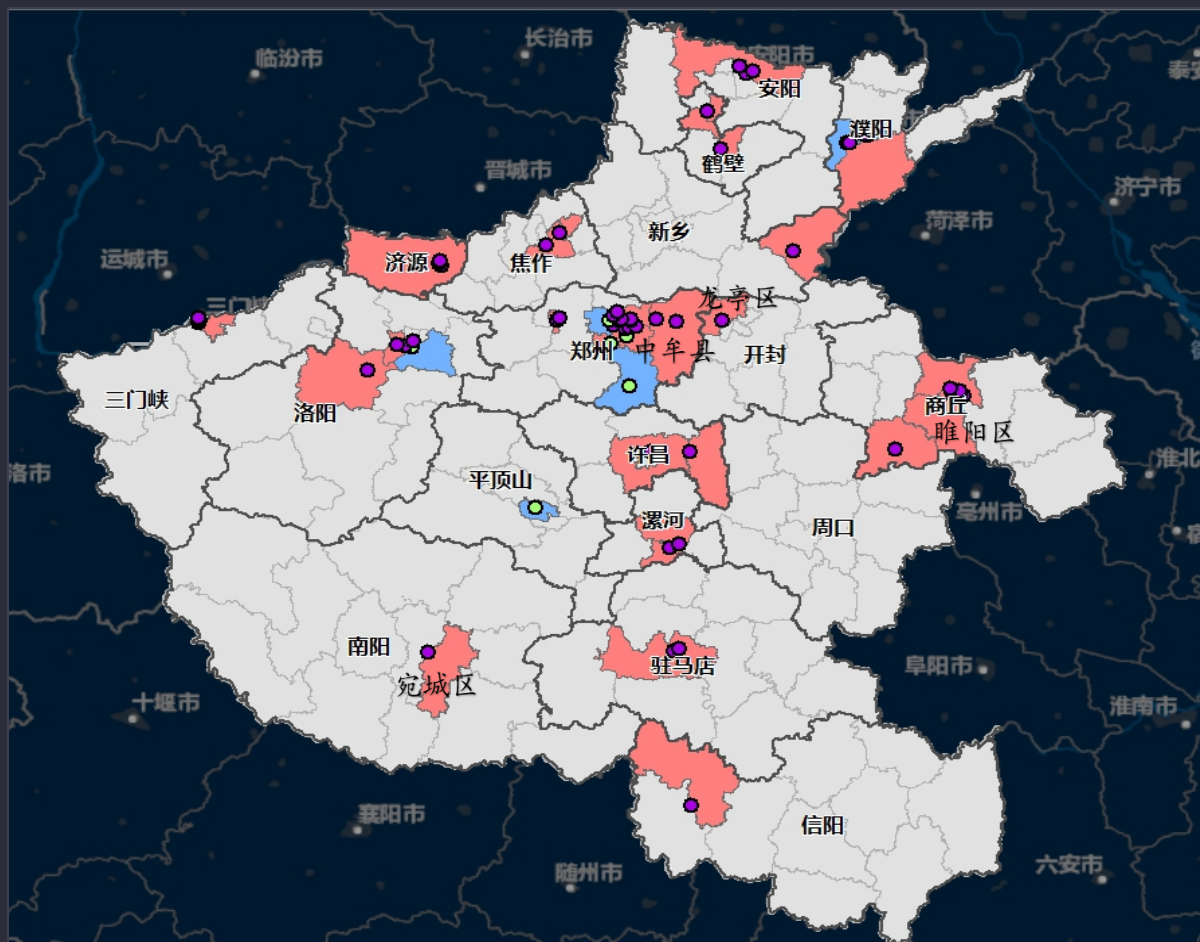
- 研判逻辑
- 指标筛选
- 结论建议
- 方法工具等。

典型案例：全国N开发商城市研究、全国K开发商城市研究等

【3类需求】

根据研究范围的大小以及需求侧重点分为以下3类

二、区域城市发展战略



研究诉求：主要是服务于**top20企业**，目标为某个区域如何50-100亿发展到200-300亿，需要更多的区域管辖内城市进行布局，侧重于区域

□ 不同城市特征禀赋

□ 不同城市进入策略

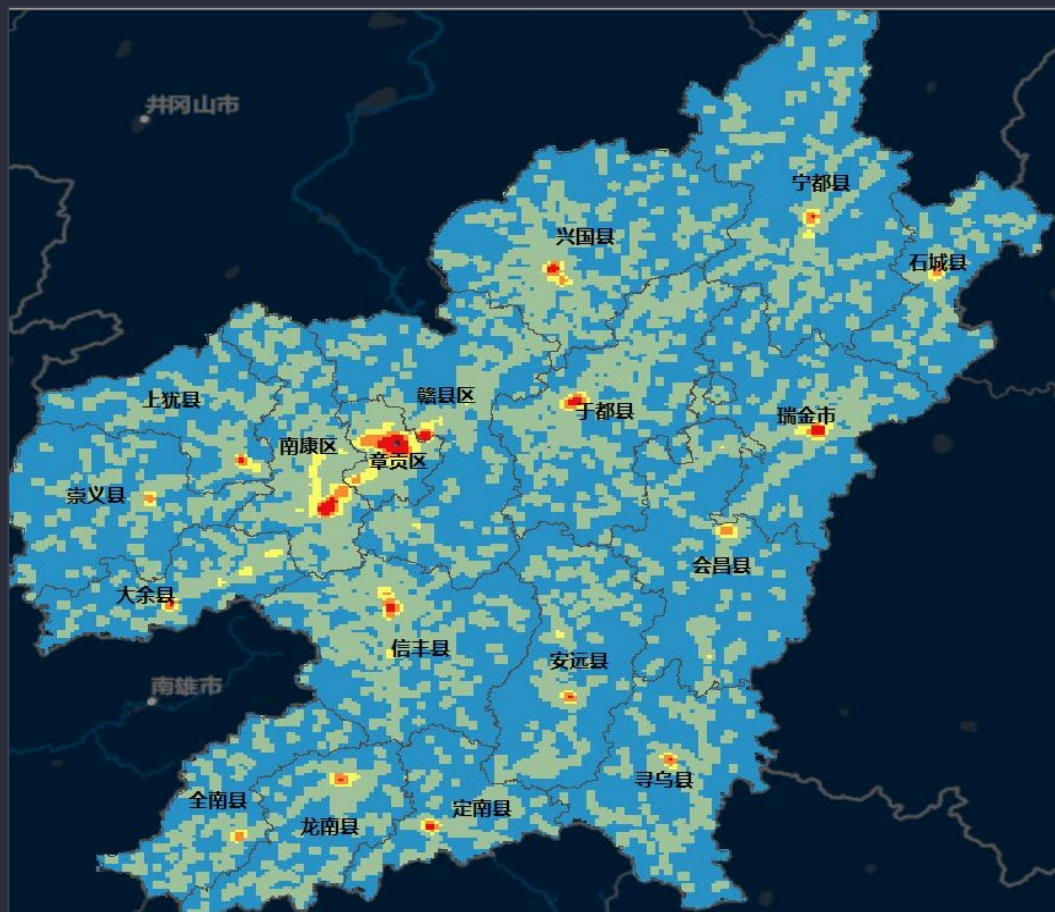
□ 1-2个城市的深耕建议等。

典型案例：F省保利发展研究、J省万科城市战略研究

【3类需求】

根据研究范围的大小以及需求侧重点分为以下3类

三、单城市深耕研究



研究诉求：主要是服务于**具体城市销量排行的top30房企**，目标为单城市的持续突围，需要更多的城市发展、主流客户、产品趋势等落地分析，侧重于城市

- 城市特征
- 板块选择
- 产品策略
- 竞争策略等

典型案例：C城万科城市研究、D城华润城市研究

【核心思路】

基于未来2~3年城市市场趋势下的择地*择时*择客策略落地



02

PART

要素模块

主要的产品布件及出品参考

【全国城市进入研究】-产品要素大表

研究模块	研究目的	细分内容	研究思路	指标说明	补充说明
一、全国城市基本面支撑	剔除“弱-”的城市 控制投资风险	1.有市场容量基础	1.有基本经济发展基础	GDP、固定资产投资、社会零售总额、人均GDP、人均存款、人均零售总额	以挑选城市均值为均线 综合6个要素测算 按强弱+-考量 剔除弱-类城市
			2.有一定的人口基础	常住人口、外来人口、城区人口、小学生人口、外来人口/户籍人口、城区人口/常住人口、小学生人口/常住人口	
			2.房地产开发有一定活跃度	建成区面积、城市道路面积、土地城市化率、房地产投资	
		2.有一定的成长型	1.有一定的人口聚集力	以上指标，2014-20**年复合增速	
			2.有一定的经济增长力	以上指标，2014-20**年复合增速	
			3.房地产开发在走强	以上指标，2014-20**年复合增速	
二、全国城市市场潜力风险	剔除萎缩型市场 聚焦增量型城市	1.规模增长	1.历史：人口聚集+经济增长+土地扩张	以上指标，2014-20**年综合评分增速	以挑选城市均值为均线 综合量价因素 剔除量减价弱型城市
			2.未来：产业聚集（智联招聘数据）	招聘岗位*就业工资	
		2.利润增长	1.历史：（人口聚集+经济增长）>土地扩张	2014-20**年增速的比较	
			2.未来：（收入+存款增速）<房价增速	2014-20**年增速的比较	
三、企业同城市匹配度	聚焦特点 找出适合城市	1.竞争能力匹配	1.TOP50进入数量	是不同房企情况而定	以300个城市为基础 跟进4项指标综合评判 匹配度
			2.开发能力匹配	用TOP房企的单价水平考虑产品能力	
		2.管理半径匹配	1.总部城市空间半径匹配	如500、500-800、800公里以上	
			2.已进入城市空间半径匹配	如300、300-500、500公里以上	
		3.风险控制匹配	1.政府负债率	财政收入/支出、土地出让金/财政收入	
			2.调控政策	限购、限贷、限价等	
四、目标城市进入策略	具体单个目标 城市的进入	1.量价规模预判	1.单个地块最佳投资规模	根据房企资金实力匹配，可通过20**年销售额假设	找到目标城市的进入策 略，不多于20个
			2.城市地价水平	根据房企资金实力匹配，可通过地价监测网或房价反算得出	
		2.投资时空周期	1.城市价值PK容量	禾略300城量化研判	
			2.城市量价回归分析	城市09-22年数据量化研判	
		3.拿地可行性	1.时间的选择	城市一二手价格滤波处理，可落位到区县	
			2.空间的选择	土地城市化*人口聚集，找到当下增量人口的聚集区	
五、陌生城市快速研判	形成可监测的 城市研判工具	1.城市人地关系研判 2.全国土地品类划分 3. 预判潜在价值区域 4.城市主流客群 5.研判城市基本面 6.洞察城市量价潜力 7.市场可行性研判 8.城市投资策略初判	1.企业竞争层	Top50房企平均拿地面积、Top50房企数量、Top50理论可获地块数、Top3房企销售占比	动态可跟踪方法论，提 高沟通决策效率
			2.项目操作层	地价平均总价、地价平均建筑面积、单项目销售额	
			3.盈利基础层	房价/地价比、房价地价差	
			考虑未来人口城市化	人口密度=2018年常住人口/人造地表面积	
			禾略PIE指标体系，定义边界	主要由极海地理大数据平台提供，共近20个细分指标	
			出城OR守城	城市人地关系*城市空间扩展	
			从首付/月供视角定义	细分为普通工薪、高级工薪、中产阶层、小富阶层、富裕阶层、巨富阶层	
			全国同等级城市均值倍数视角	细分为消费规模、消费力、土地供给、市场表现等模块	
六、年度动态跟踪服务	形成动态服务 机制及决策支持	1.城市的周期季度监测服务	核心指标观测	细分为资金总量驱动、人口需求增量、支付力驱动	就企业动态实际问题， 提供不多于5次的动态 服务
			核心指标观测	细分为竞争、操作、盈利等三个细分模块	
			综上小结	时间周期*价值区域*主流客群	
		2.城市市场季度量价地图	1.市场周期波动周期；	一二手房价格	
			2.市场供求周期；	销售面积、供应面积、新开工面积等	
			3.市场经济性周期。	房价、收入、存款、工资等水平	
		3.地块的可行性初步研判	1.市场价格及变化地图	市场相关交易数据	URAR
			2.市场规模及变化地图	市场相关交易数据	
			1.合理地价建议	根据周期及土地属性研判	
			2.初步产品方向建议	根据二手房量价需求结构预判	

【区域城市发展战略】-产品要素大表

工作阶段	工作模块	工作内容	工作事项	研究目的
阶段一 城市系统认知	一、市场容量预判	1.1历史表现	1.历史容量及变化 2.房企竞争及市场份额演变 3.历史份额演变	1.房地产发展阶段 2.市场增量空间有多少 3. 价格是否存在系统性调整风险
		1.2未来趋势	1.驱动因子下的市场容量预判 2.城市价值下的市场合理容量预判 3.目标的实现与需要的市场份额 4.价格系统性调整风险评估	
	二、市场结构演变	2.1市场演变	1.量价空间分布变化 2. 市场库存分析（长、中、短）	1.空间演变趋势； 2.库存周期变化；
		2.2主流客群	1.外来人口城市化需求 2.城市旧改棚改需求 3.城市新增产业就业客群需求 4.潜在养老度假类需求	1.主流需求变化 2.潜在增量客群机会
	三、进入时机预判	3.1 投资节奏	1.历史城市价格波动趋势 2.未来不同区县投资节奏	1.合适的进入时机 2.土地溢价率的控制
	四、中交城市发展战略	4.1 从趋势到策略	1.城市系统性收益与风险预判	1.宏观城市策略 2.方向上的拿地方式
		4.2 从资源到拿地方式	2.中交IP*剩余开发用地综合研判	
阶段二 重点城市策略落地	五、空间策略	5.1城市空间扩张	1.历史扩展节奏 2.未来扩展趋势	1.城市空间价值量化落地 2.哪里有剩余用地 3.城市空间发展预判 4.城市土地板块的选择
		5.2土地现状价值	1.人口/产业聚集 2.交通价值研判（公交/自驾） 3.商业、教育、医疗、景观配套等	
		5.3土地潜力价值	1.新增就业人口 2.轨交与道路规划 3.剩余住宅用地等	
		5.4 土地红利机会	人口聚集*扩张红利*规划红利*就业辐射*剩余用地	
	六、产品策略	6.1 市场竞争	1.竞企历年投资及布局特征 2.城市主流客群及产品分析	1.历史表现的得与失 2.潜在的产品发力点及策略建议 3.合适的进入时机
		6.2 产品机会	1. 市场主流与增量需求 2.中交产品机会初步研判	
	七、中交城市策略落地	7.1 从土地到产品	综上研究，提炼总结	给出重点拓展方向
阶段三 动态监测服务	八、市场及客群动态监测	8.1 市场量价地图季度监测	通过季度成交数据监测	市场变化下的策略变化
		8.2 市场周期季度监测	通过一二房数据监测	
		8.3 招聘客群季度监测	通过季度招聘数据变化监测	
		8.4 市场供求空白机会监测	通过季度成交数据监测	

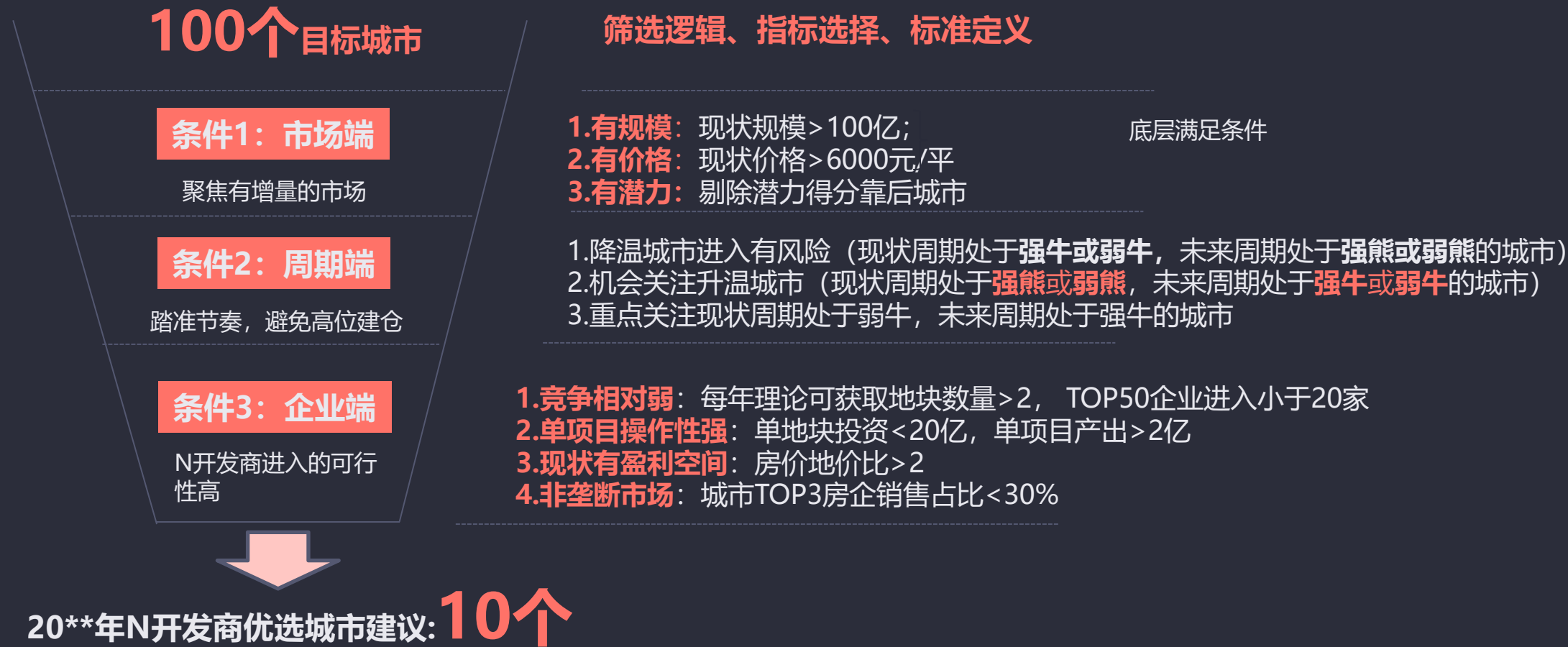
【单城市深耕研究】-产品要素大表

工作模块	工作内容	工作事项	研究目的
一、市场容量预判	1.1历史表现	1.历史容量及变化 2.房企竞争及市场份额演变 3.历史份额演变	1.城市房地产发展阶段 2.市场是否到达天花板
	1.2未来趋势	1.驱动因子下的市场容量预判 2.城市价值下的市场合理容量预判 3.对标视角下的市场容量预判 4.目标的实现与需要的市场份额	
二、市场结构演变	2.1市场演变	1.量价空间分布变化 2. 市场库存分析（长、中、短）	1.空间演变趋势； 2.库存周期变化；
	2.2主流客群	1.外来人口城市化需求 2.城市旧改棚改需求 3.城市新增产业就业客群需求 4.潜在分户/结婚需求 5.潜在养老度假类需求	1.主流需求变化 2.潜在增量客群机会
三、空间策略机会	3.1城市空间扩张	1.历史扩展节奏 2.未来扩展趋势	1.城市空间价值量化落地 2.哪里有剩余用地 3.城市空间发展预判 4.城市土地板块的选择
	3.2土地现状价值	1.人口/产业聚集 2.交通价值研判（公交/自驾） 3.商业、教育、医疗、景观配套等	
	3.3土地潜力价值	1.新增就业人口 2.轨交与道路规划 3.剩余住宅用地等	
	3.4 土地红利机会	人口聚集*扩张红利*规划红利*就业辐射*剩余用地	
四、品类与周期选择	4.1 市场竞争	1.竞企历年投资及布局特征 2.历年投资及布局特征	1.历史房企突围的成功的原因 2.历史表现的得与失 3.潜在的品类发力点及配比建议
	4.2 投资节奏	1.历史城市价格波动趋势 2.未来不同区县投资节奏	
	4.3 客群及产品	1.城市历年细分客群及产品变化 2.竞企主流客群及产品分析 3.城市需求演变及产品机会分析	
五、投资建议	5.1 从趋势到策略	1.城市系统性收益与风险预判	1.宏观城市策略 2.微观产品空间策略
	5.2 从土地到品类	2.结构性机会分析（择地*择时*择客）	

【核心模块参考1】-多城市投资潜力评估



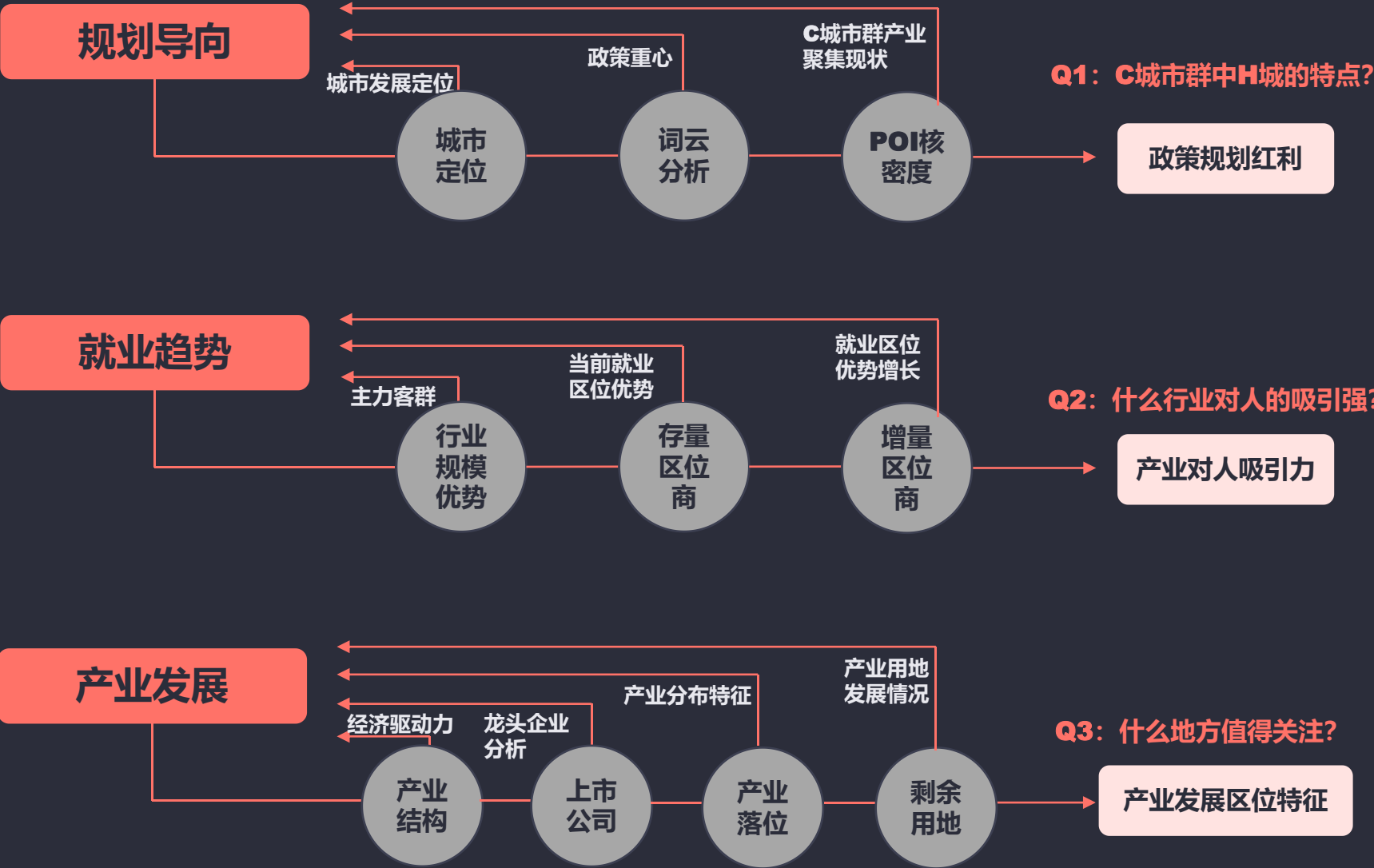
【核心模块参考2】-城市&企业匹配模型



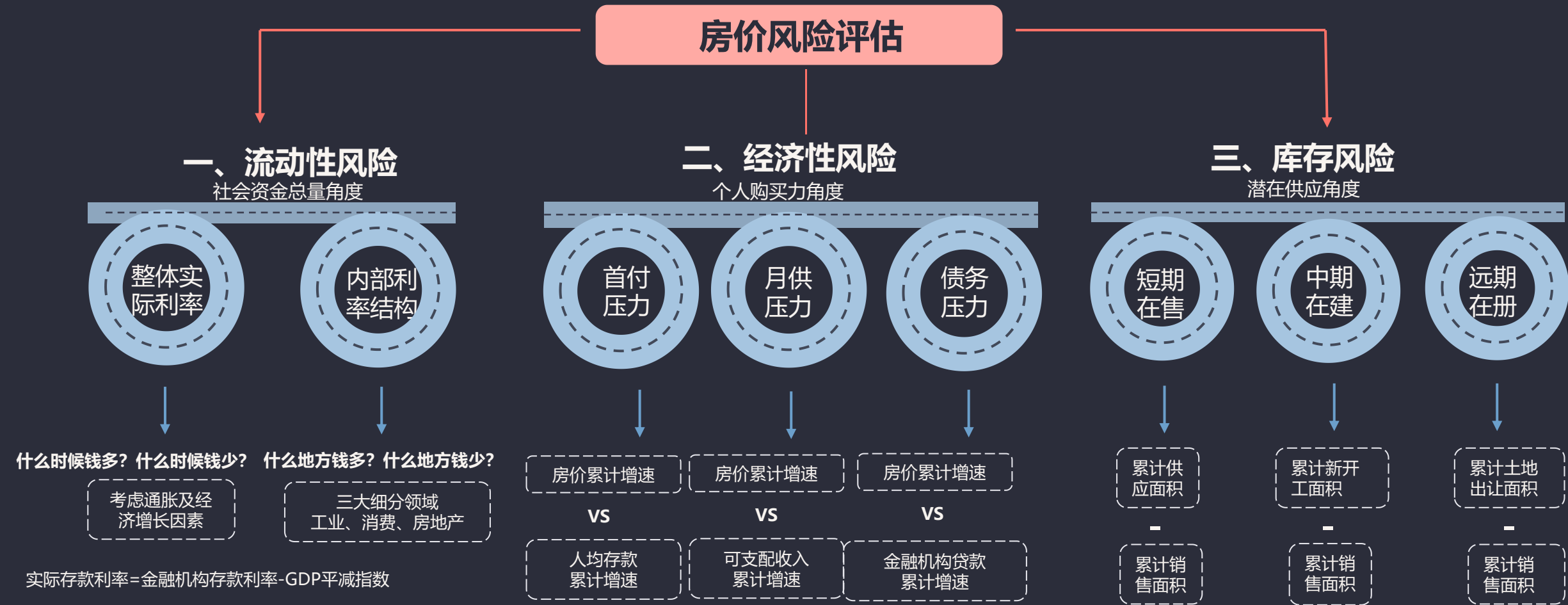
【核心模块参考3】-城市价值评估



【核心模块参考4】-产业发展评估



【核心模块参考5】-房价风险评估



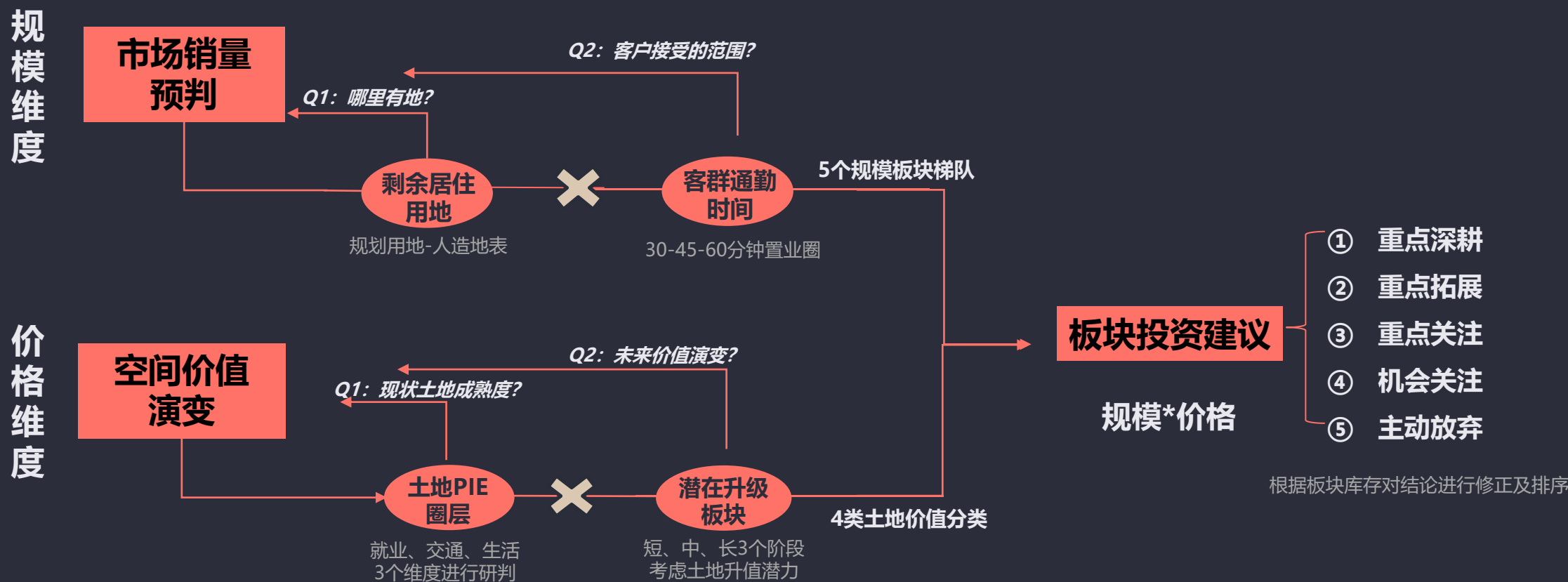
为什么使用累计增速？

- ① 增长率是事物变化的本质
- ② 累计增速符合大数法则，持续累计更具意义
- ③ 累计增速以4年为基期，例如2004累计增速 = $(2001+2002+2003+2004) / (2000+2001+2002+2003) - 1$

【核心模块参考6】-区县价值评估



【核心模块参考7】-土地价值评估



【核心模块参考8】-市场周期评估

①原理：综合新房及二手房价数据，抽取价格波动趋势，得到“**卖方对市场预期的持续走势——历史信心周期**”，依据当前走势推测下一步预期走势，得到**未来信心周期**来反映市场信心热度。信心热度提高，购房积极性提高，项目快速去化的可能性高

②主要应用场景：

市场信心高涨，买卖双方都很活跃，市场流通性强，成交量大，价格上涨有一定的支撑

繁荣

衰退

市场信心从最高位回落，开始回归理性，价格会仍有一定惯性上涨可能，但量支撑力已开始疲软

③周期算法说明

市场信心探底，购房需求不足，观望氛围浓厚，市场流通差，价格可能有所松动

萧条

复苏

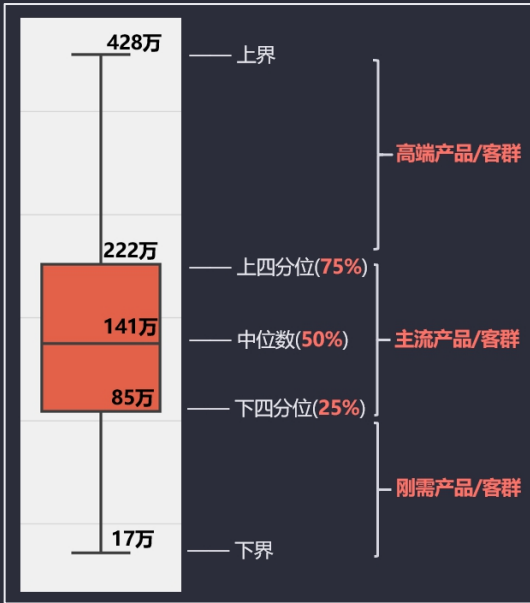
市场信心低位回升，流通性有所改善，跑量去化为主，房企以价换量可能性大

【核心模块参考9】-品类机会评估

供应视角

20**年新房成交数据

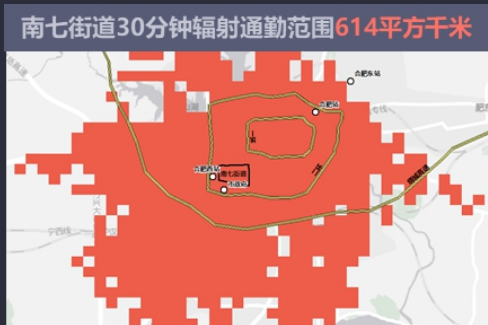
用箱线图划分板块
高端、主流、刚需
产品的总价格



需求视角

20**年智联招聘数据

统计各个板块
30分钟辐射
的客户总量 + 根据各类产品总
价推算板块客群
的对应月薪水平



就业客群30min覆盖规模:

辐射岗位总数 (个)	全市整体占比(%)	板块累计占比(%)
14842 (排名7)	40.5 (排名7)	1.8 (排名7)

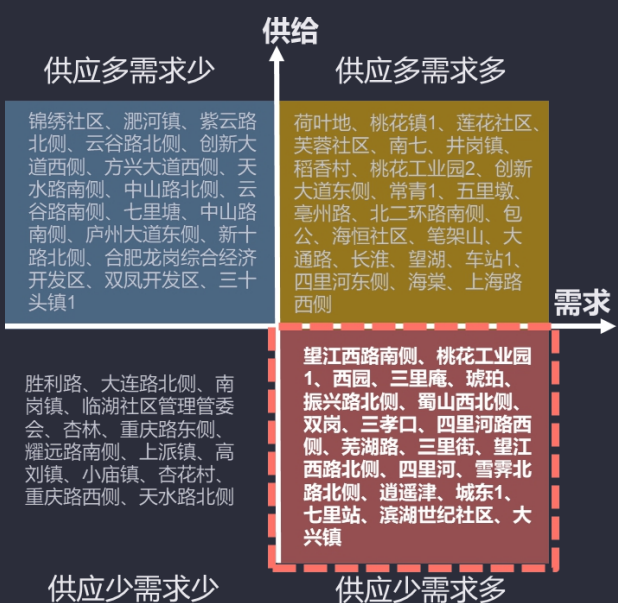
客群收入结构:

高端客群占比 (月薪1.4-2.6万)	主流客群占比 (月薪0.5-1.4万)	刚需客群占比 (月薪0.5万以下)
6.7% (排名54)	57.7% (排名61)	34.2% (排名35)

供求对比

供应×需求

将各类产品成交占
比与板块辐射客户
占比进行对比



市场供不应求板块

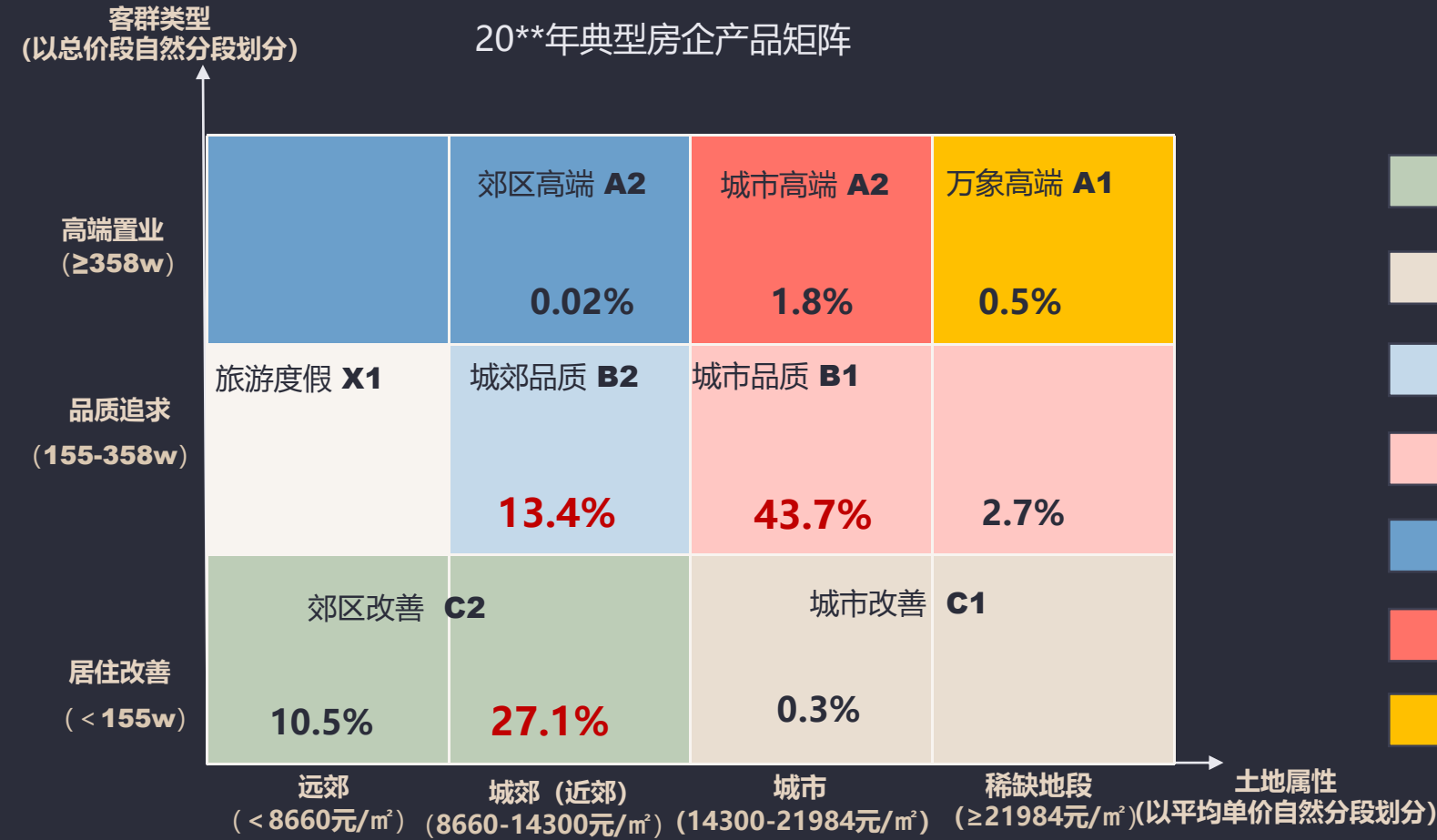
供求关系
供不应求板块

土地获取可行性
可开发用地面积

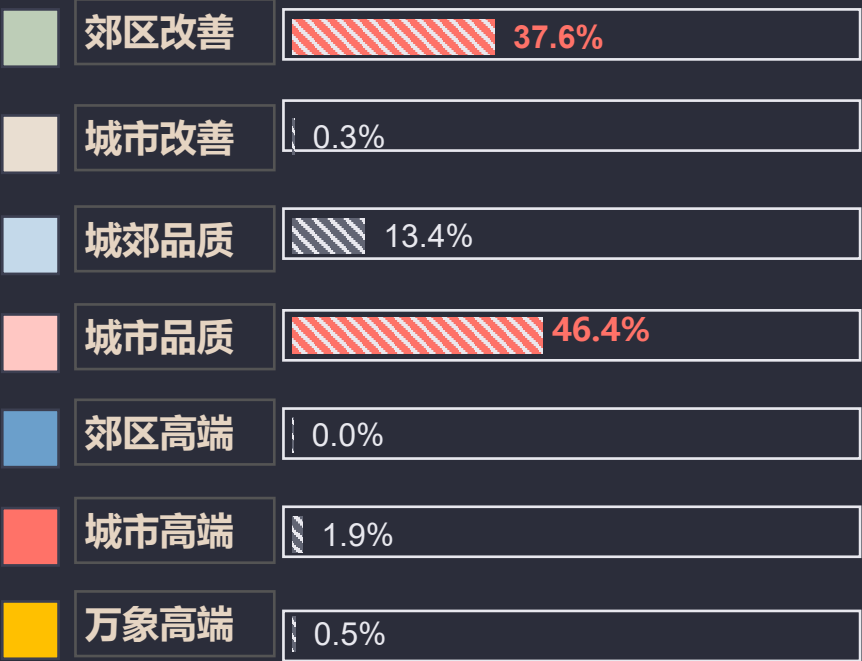
土地获取难度
土地成熟度

优先投资板块

【核心模块参考10】-品类划分模型



20**年典型房企各产品线成交套数占比



划段依据：根据D城一手房平均单价、套均总价自然分段进行划分，对产品线进行落位。

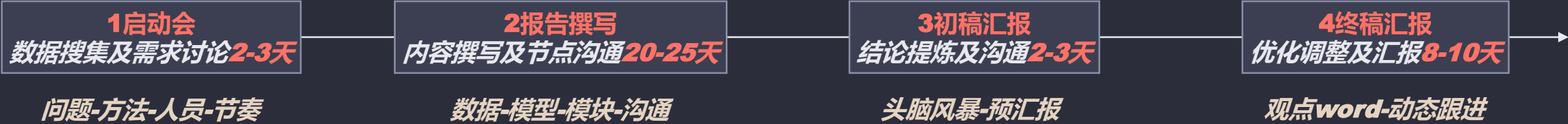
03

PART

工期与成果

付出的时间成本，最终的表现

【时间周期计划】 - 以单城市深耕研究为例

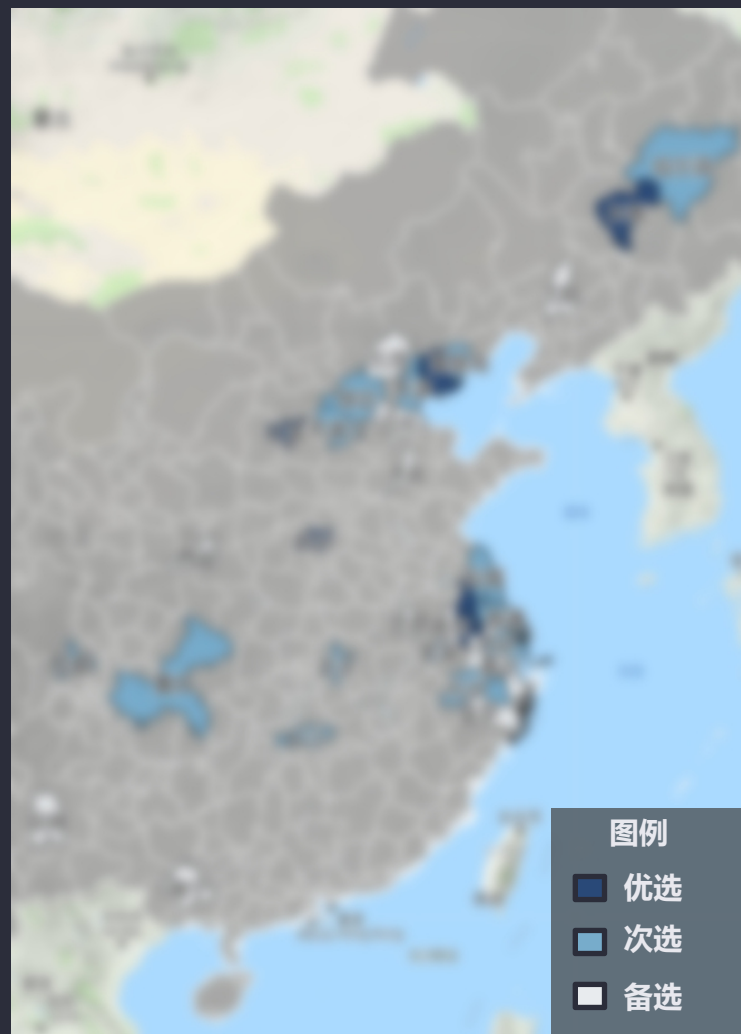


例：T城W开发商城市地图

工作阶段	内容	细分内容	第一周：8月3日~7日					第二周：8月10日~14日					第三周：8月17日~21日					第四周：8月24日~28日				
			Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri
阶段Ⅰ 城市发展趋势	Ⅰ 城市发展特征	①人造地表的规模与结构																				
		②产业Poi的空间落位及变化																				
		③招聘人数分布及变化																				
		④政府空间规划及执政特点																				
		⑤重点新区规划落地性																				
	Ⅱ 空间发展趋势	①城市价值与空间的演变																				
		②基于城市价值的扩张周期																				
		③落位到空间上的节奏预判																				
		阶段Ⅰ 和开发商沟通成果																				
阶段Ⅱ 土地价值研判	Ⅰ 土地现状价值	①生产密度																				
		②生活效率																				
		③流通效率																				
	Ⅱ 土地潜力价值	①新增生产机会																				
		②新增生活配套																				
		③流通效率提升																				
	Ⅲ 剩余可开发居住用地规模	矢量化处理挖取可开发用地																				
	Ⅳ 板块投资价值	综合土地现状价值、土地潜力价值及剩余居住用地																				
		阶段Ⅱ 和开发商沟通成果																				
阶段Ⅲ 板块投资策略	Ⅰ 土地价值演变	板块投资价值																				
	Ⅱ 土地库存	未售项目面积落位到区域																				
	Ⅲ 房企竞争	项目成交套数和面积																				
	Ⅳ 政府规划	不同片区定位及落地性情况																				
		阶段Ⅲ 整体报告交付和汇报																				

【成果示意】- 全国城市进入研究

战略深耕城市建议(仅为示意)

[illegible]

工具1	人地关系研判
工具2	全国土地品类划分
工具3	预判潜在价值区域
工具4	城市主流客群
工具5	快速研判城市基本面
工具6	洞察城市量价潜力
工具7	市场可行性研判
工具8	城市投资策略初判

【成果示意】 - 区域发展战略研究

- 三大主流需求崎岖并进，城镇改善+城镇化+结构性回流；
- 省会聚集力不强+多中心结构体系；
- 工业规模加速聚集+试点新经济，居民财富仍处于积累阶段；
- 100-200亿规模扩张阶段需进行更多城市的布局,布局潜在溢价市场。



3个投资节奏：积极下沉、1+1+2（C城+G城+J城/F城）的布局节奏
4种产品策略：C城G2+G3+C、G城G2+G3+T、J城G2、F城G2+G3
2张风险地图：风险控制，土地投资边界地图+人口聚集空间地图

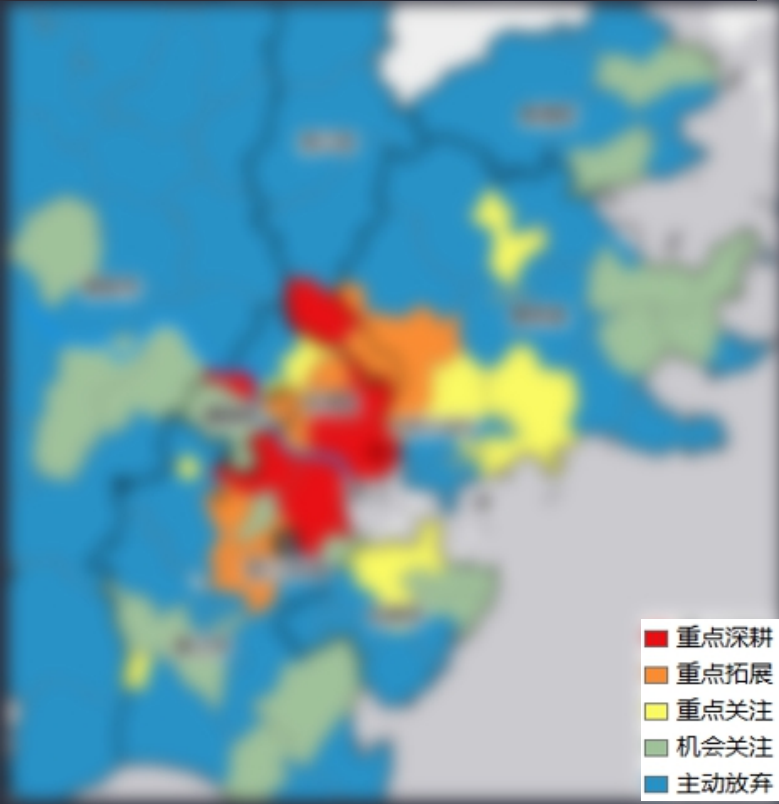
J省城市投资类型



城市	城市	有效需求容量(万人)	城区人口(万人)	GDP(亿元)	居民人均存款(万元)	建成区面积(平方公里)	容量预判	库存风险	房价增速-人均收入增速	房价增速-人均存款增速	租金均值倍数	房价均值倍数	风险评估	投资潜力	市场竞争	投资建议	土地拓展	产品适配	客群特征
稳健投资	C城	54	250	5596	5.97	339	1762	28.59	15.40%	8.43%	1.25	1.44	65.08	100	14	扩大市场地位	近城区+近郊区	G2+G3+C	新型服务业相对多
积极进入	G城	120	140	3474	3.76	180	735	79.57	-9.35%	23.53%	1.09	0.92	86.26	42.46	8	努力增加	城区+近城区	G2+G3+T	工业属性强
观望寻机	J城	108	74	3121	3.65	151	437	50.16	31.32%	46.77%	1	0.89	77.86	26.11	6	增长、专业化、集中化	城区+近城区	G2	整体相对均衡
	F城	62	77	1511	3.63	97	341	11.76	-14.67%	9.41%	0.83	0.83	49.58	21.85	2		城区+近城区	G2+G3	/
暂不进入		91	70	2513	3.3	81	421	47.67	2.34%	27.84%	1	0.86	70.72	25.41	5	逐步撤出	城区+近城区	G2+T	城市商贩多
		71	54	2688	3.6	88	190	100	9.05%	28.10%	0.99	0.83	100	12.03	4		城区+近城区	G2	事业单位人群相对多
		57	41	2085	3.85	59	284	98.55	-0.46%	16.22%	0.89	0.86	99.31	17.21	4		近城区+近郊区	G2	整体相对均衡
		45	41	926	4.62	87	219	17.32	19.09%	38.74%	0.9	0.76	56.85	14.7	4	停止投资	城区	G2+T	/
		51	43	930	3.49	51	205	47.32	-3.49%	10.17%	0.9	0.61	64.6	13.59	3		近城区+近郊区	G2	/
		36	48	972	4.63	80	205	90.04	6.44%	7.76%	0.69	0.71	95.49	12.91	0		城区+近城区	G2	/
		32	30	941	4.13	50	155	27.83	-17.82%	-5.88%	0.84	0.75	54.4	11.27	2		城区+近城区	G2	/

从择地*择时*择客三个维度综合看，城市的综合策略建议

投资板块价值梯队



要素一：择地						要素二：择时				要素三：择客			
城市	区县	板块				一季 度	二季 度	三季 度	四季 度	土地匹配产品（所列为主要产品）			
		优选	次优	次选	备选					扎根	安居	功改	高端
**	深耕							√	√		Y镇2	Z市	
	拓展						√	√	√				
									√				
						√	√						
	潜力							√	√				
						√	√	√	√				
						√	√						
						√	√						



【成果示意】-板块到品类的匹配

20**年C城板块产品线落位+20**有可能产品升级板块落地



备注：通过计算各板块的项目平均总价和平均单价进行产品线落位。数据来源禾略研究院，数据更新时间：20**年7月。

板块	Top系	翡翠系	时代系	金色系	花园系
板块1	√				
板块2		√			
板块3		√			
板块4		√			
板块5		√			
板块6			√		
板块7			√		
板块8		√			
板块9	√				
板块10		√			
板块11			√		
板块12				√	
板块13					√
板块14				√	
板块15				√	
板块16				√	
板块17			√		
板块18				√	
板块19			√		
板块20			√		
板块21			√		
板块22				√	
板块23					√
板块24				√	
板块25			√		
板块26			√		
板块27			√		
板块28					√

三年250亿战略目标分解

C城市场占有率

路径①

保持不变：7.7%

中概率事件

C城134亿

“1+1+N”模式

需拓展G城、J城、S城、F城4个城市

城市	市场规模 (亿元)	假设7.7% 的占有率	累计值
G城	907	70亿	204亿
J城	666	51亿	255亿
S城	546	42亿	297亿
F城	447	34亿	331亿

拓展4个城市，目前短期团队规模不支撑

路径②

稳定提升：9.5%

大概率事件

C城165亿

“1+1”模式

需拓展G城

城市	市场规模 (亿元)	假设9.5%的 占有率	累计值
G城	907	86亿	251亿

路径③

大幅提升：14.4%

小概率事件

C城250亿

大C城模式

需在新力、绿地等企业，中，抢
占6.4%的市场占有率；短期操
作难度大

根据J省W开发商目前在C城土地
情况进行预判：

假设20**年C城市场容量1740亿，
不同市场占有率可实现份额：

要实现三年250亿战略目标的
模式选择：

数据来源：禾略研究院

备注：20**年各城市商品房销售额预测是以城市容量指数作为占比权重，20**年J省省商品房销售额预测值作为总量，其中20**年J省省商品房销售额（6114亿元）由历年销售额与J省人地钱约40个指标通过线性回归后模型预测所得。C城、G城、J城、S城、F城城市容量指数分别为100、52.13、38.28、31.4、25.71，即市场容量占比分别为28.45%、14.83%、10.89%、8.93%、7.32%

感谢聆听 谢谢观看

专业，让事业更简单

让世界更理性，赋能普通人，创造无限可能