# 房地产市场的划分及影响因素

来源：网络 作者：九曲桥畔 更新时间：2024-03-19

*摘要:消费者心理对购买行为起着重要作用。不同城市的房地产消费者在选择住房的过程中有其不同的心理特点,文章通过对太原2009年上半年房地产市场消费者心理调查研究从消费者角度来分析住宅房地产市场及其影响因素。调查内容包括:购房者基本特征、购房者...*

摘要:消费者心理对购买行为起着重要作用。不同城市的房地产消费者在选择住房的过程中有其不同的心理特点,文章通过对太原2009年上半年房地产市场消费者心理调查研究从消费者角度来分析住宅房地产市场及其影响因素。调查内容包括:购房者基本特征、购房者购买力偏好和影响因素等。通过分析,人们可以更清楚地了解房地产市场及其运作,从而促进房地产市场营销,规范房地产市场交易,指导消费者更加理性合理地消费。

关键词:太原住宅消费者特征;购买力分析;住宅消费偏好;购房影响因素

Abstract:The consumer psychology plays an important role in buying behavior. The real estate consumers in different cities have different psychological characteristic in choosing the house. The paper takes Taiyuan consumer psychology in the first half of 2009 as an example to study and analyze the residential real estate market and its influencing factor. The investigation content includes: the basic characteristics of buyers, the purchasing poarket and its operation, so as to promote real estate marketing, regulate its market transactions, guide consumers to consume rationally and reasonably.

Key er characteristics; analysis of buying poer preferences; purchase influencing factors

2009年, 中国 的房地产市场几乎成了以住房消费者为主导的市场,即满足消费者的居住需求。从消费者角度分析,房地产市场分类有:①按产权分为大产权、小产权和没产权;②按价位分为高档、中档和低档;③按适用人群分为:适于老年人的老年公寓,适于青年人的中小户型,适于中年人的较大户型和适于有钱人的别墅。

1太原的住宅消费者的主要特征

1.1消费者年龄分析

消费者年龄段可分为两部分:①30岁,大概占所有消费者的60 %;②30岁以上,即40岁～55岁左右,大约占全部消费者的40 %。太原住宅消费者主要以年轻人和中年人为主。包括本地购房者和外地购房者,购房的目的主要为自己居住,即自住型需求为主。

1.2消费者家庭结构与职业分析

60 %的消费者属于成家有孩子的家庭,40 %的消费者属于参加工作不久即将结婚的年轻人。多数以工薪阶层为主,即有稳定的收入者。

1.3购房目的分析

56 %的消费者有子女且子女正在上学,购房目的在于改善自己的居住环境,约20 %的消费者属于未婚,他们购房混合了两种目的:改善居住和结婚用房。

2消费者购买力状况分析

总价:消费者能承受的购房主流总价在40万～50万之间。

从消费者的普遍心理来讲,消费者的实际购买力应该要超过这个标准。

单价:消费者能承受的购房主流单价在4 000元/m2～5 000元/m2之间。

约20 %的消费者能够接受相对更高的房价,10 %的消费者倾向更低的房价。

3.1楼型偏好

35 %的消费者愿意多层,45 %的消费者能够接受小高层,20 %的消费者倾向于高层。“心理偏好”并不是购买的唯一决定因素,消费者还要考虑自己的购买能力和实际需求。

3.2户型与空间面积偏好

户型:较偏好两室类和三室类。40 %的消费者较喜欢两室类,50 %的消费者较喜欢三室类,喜欢一室类和四室类的消费者占消费者数量的10 %左右。具体户型是:两室一厅一卫、两室两厅一卫、三室两厅一卫、三室两厅两卫。

空间:比较偏好大卧室和大客厅。

3.3付款方式

现在的高房价,消费者选择按揭贷款的付款方式稍高于消费者选择一次性付款和分期付款的比率。这取决于消费者自身的 经济 状况和收入情况。

3.4城区偏好

现在太原市南面 发展 比较迅速,大部分人在高新区上班,消费者倾向于在南城买房,可以离工作地点近些。

3.5其他偏好

供暖方式:地暖作为一种新型的采暖方式,以其舒适、节能、健康、环保等多项优势成为了令消费者青睐的供暖产品。

4影响太原消费者购房的主要因素

4.1地段和价格

价格是影响消费者购房的最主要因素,太原的经济水平处于中等偏上,消费者购买能力有限,住房价格的影响力比较大。随着现在房价的上涨,大部分消费者会考虑自己的实际承受能力,这对于刚参加工作的大学毕业生尤为明显,他们还没有稳定的收入和完善的福利,价格考虑最多。其次是地段,消费者倾向于就近孩子上学、工作单位, 交通 便利,商业发达的地理位置。

4.2手续问题

这其实就是相当于为房子买保险,消费者购房要求是大产权,也就是人们常说的大红本。“大红本”,其规定的产权可以上市交易、抵押贷款,产权人的产权因此就能得到保障。而民间所说的“小红本”,是区、县政府发给集体土地上建设房屋的房屋所有人的产权证。按照国家现行规定,这种“小红本”规定的产权在集体组织成员之间可以转让,但不能自由上市交易、不能抵押贷款。鉴于此种情况,消费者买房时,会把产权问题也列入考虑范围之内。

综上所述,房地产市场以消费者为主导,即如果房地产市场价格合理,消费者有支付能力购买,消费者又有意愿进入这个市场,那么房地产市场的交易才得以进行及完成。房地产的发展问题,无论是地方政府还是房地产 企业 ,甚至于一些住房销售的中介及媒体,不要总是打住房消费者的主意,不要以为用几句煽动性语言就会让这些住房消费者俯首帖耳,顺从地进入市场,而是要看看其房地产产品的价格合理不合理,产品质量如何,要学会分析消费者的心理。希望每一个住房的消费者都成为自己决策的主人,希望每一个住房消费者可以通过各种合理的方式、渠道来获得相应的信息。

参考 文献

1 苏朝辉.消费者的购买行为与购买风险.商业时代,2003

2 高炳华.我国住宅消费者购买行为的十大特征. 中国 房地产,2001

3 毕 群.中国城市消费者购买行为的模式研究.武汉冶金管理干部学院学报,1998

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn