



新青年置业 年度报告

2012年1月

2011年度新青年置业报告

腾讯房产 2012年1月

引言：

2011年的中国楼市注定是不平凡的一年，从频频出台的楼市调控政策，到跌宕起伏的数据变化，整个房地产市场犹如一场博弈大战，备受关注，不论是开发商还是置业者，都在“患得患失”中走过这一年。

尽管房地产市场整体仍处于低迷阶段，但因结婚、生子、改善居住条件等原因需置办房产的置业者，依然奔跑在各大楼盘之间，寻找自己理想的居所，这一部分用户，为寒冬中房地产市场送来一抹暖意，也为房企开发新产品提供方向。

随着当前消费者的需求呈现出个性化、多样化，如何满足置业者的需求，在房地产市场中寻找新机，如何使房企开发从单一产品向多元化及软营销网络化发展，已成为摆在开发商案头的首要课题。

为了更清楚的了解置业者置业标准，腾讯房产在全国范围内启动“置业者行为调查”活动，在为期7个月的调查时间内，对北京、上海、广州、深圳等全国二十个大中小城市置业者展开调查，截至12月31日，全国参与调查总人数达24.3万人，其中10个重点城市调查人数达13.4万人。

调查城市分布：北京、上海、深圳、广州、苏州、无锡、成都、重庆、武汉、南京、杭州、青岛、大连、宁波、济南、长沙、郑州、西安、哈尔滨、长春。

其中调查人群年龄分布：25岁以下人群占比6.3%；25-30岁人群占比48.2%；30-40岁人群占比33.1%；40—50岁人群占比12.4%；
调查人群学历结构：本科以下学历占比7.4%；本科学历占比72.5%；其他学历占比20.1%；

调查人群收入结构：个人年收入5万以下占比6.1%；个人年收入5-8万占比19.4%；个人年收入8—10万占比44.2%；个人年收入10万以上占比30.3%；

调查人群职业结构：公司职员占比32.4%；企业高管占比14.8%；自主创业者11.3%；公务员占比12.1%；国企员工占比14.1%；其他15.3%；

调查人群性别构成：男性占比76.4%，女性占比23.6%；

调查人群婚姻状态：81.7%已婚；18.3%未婚

调查显示目前市场以刚性需求为主，改善型需求为辅，81.3%的置业者年龄集中在25-40岁，成为置业主力人群，而置业年龄在25岁以下及40岁以上的比例分别占6.3%、12.4%。

调查数据显示92.6%的置业者为本科及以上学历，其中12.3%置业者为海外留学人员。高学历高收入者逐渐成为楼市成交主体。随着女性经济独立意识不断增强，女性独立置业者比例也呈增长趋势，占比达25.3%。

在置业承受能力方面，74.3%的调查者可承受150万以下的住宅；在计划置业时间方面，调查中61%置业者选择在2年内置业，置业预期呈提前趋势；调查显示：置业需求“区域性转移”十分明显，35.7%的人群表示可以选择中心区域外的优质项目；24.3%的人群更偏向于终极置业。

调查数据显示，78.8%的人群在买房行为中通过网络渠道获取房产信息，其中12.5%的人群关注政策资讯；28.6%的人关注项目推荐信息；37.7%的人关注项目评测信息。

调查期间，我们同时对调查人群的爱好兴趣、价值观取向等做了同步取样调查，结果显示，71%的调查人群拥有明确的生活理想和事业规划，对个人家居生活需求较以前更为精细化及多样化，这里腾讯房产将其命名为“新青年”。

新青年=高素质+高学历+高潜力

此次调查旨在通过对多区域多人群样本抽查，以真实数据和专业分析全面、深入的呈现置业群体的置业观念，置业标准和置业预期。以期为所有想要提高自己生活居住品质的人群，提供一份详实的市场分析及具有可操作性的参考指导。

在这种“政策市”特征明显的情况下，标榜自由创新的新青年，他们是如何以自己的方式来选择家园，做出自己的置业决定，腾讯房产数据中心从大量数据中逐步剖析。

一、数据分析

1. 刚性需求置业者受到限制

数据显示，本次受调查的人群中，纳税或缴纳社保5年以上占比为22.8%，纳税不到5年的用户占比77.2%，其中纳税和社保在3年以下的用户占53.1%（图1）。

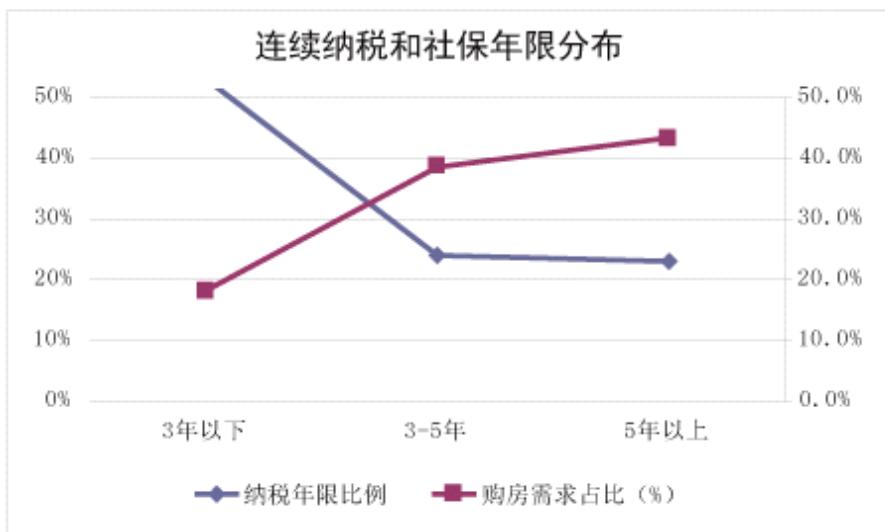


图1：连续纳税和社保年限分布（数据来源：腾讯房产数据中心）

其中，有置业需求而未满足限购条件的占比56.7%；有置业需求并满足限购条件的占比26.3%；2年内暂时无置业需求但满足限购条件的占比17%。

从以上数据判断，近五成刚需置业者在政策限制下无法置业，有需求并有置业资格的置业者占两成，数据分析表明在当前政策环境下，置业者的正常需求受到极大的限制，未来市场仍具有强大的潜在置业需求，包括外地置业者落地生根、本地拆迁户的购房需求、年轻置业者的婚房需求以及部分置业者的长线投资和换房升级需求等。不管市场形势如何变化，明年开发企业仍将推盘动力十足。这部分置业需求处于持币待购、择机入市的状态，若后续政策松动，这部分需求也将最易释放，整体房地产市场的交易气氛仍然浓厚。

2. 置业者结构体系多元化趋势明显

腾讯房产数据中心分析样本结构时发现，新青年置业群体呈现以下四大趋势：第一是置业群体年轻化；第二是置业家庭结构简单化；第三是女性置业群体比例攀升；第四是收入水平呈橄榄结构。

2.1 置业群体呈现年轻化趋势

调查数据显示（图2），20-39岁的置业群体占比87.6%，其中未来2年内有置业需求的占比为78.9%；40岁以上的群体占比12.4%，其中未来2年内有置业需求的占比为10.8%。数据显示，因结婚和育儿导致的置业需求占比达56%；首次置业占比38%。

由以上数据判断，70、80后已经成为房地产市场消费的主力，置业群体结构呈现年轻化趋势。这部分人群的置业需求集中在生活必需方面，急需得到满足。

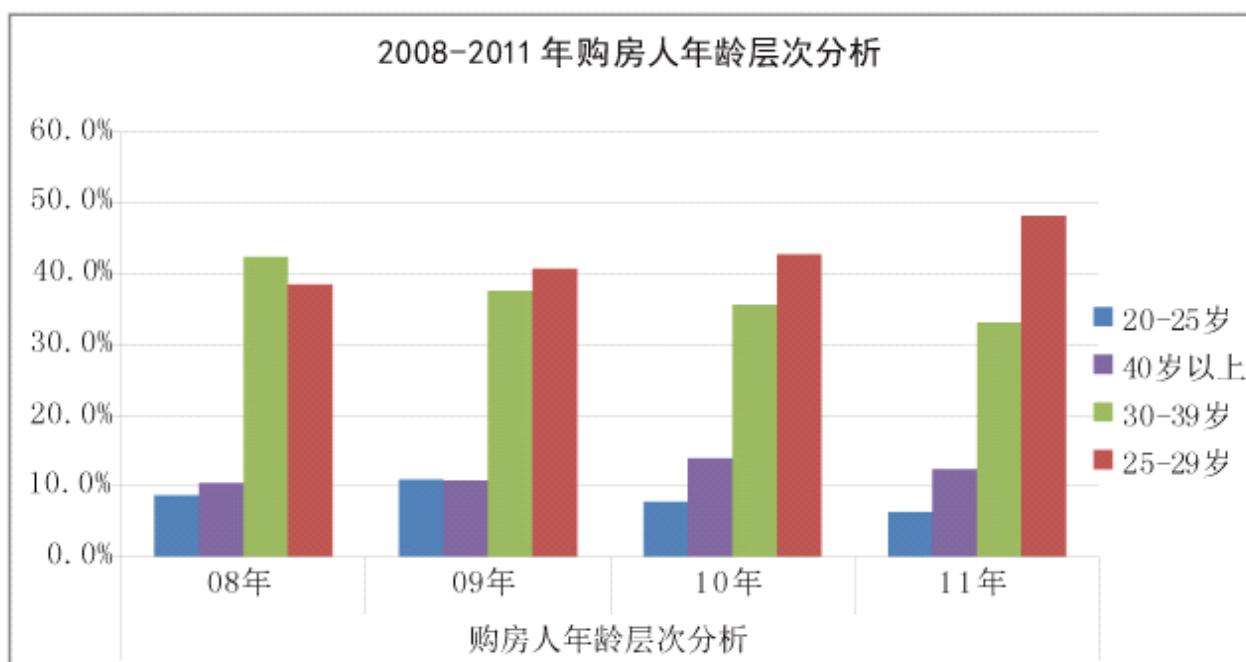


图2：置业者年龄层次分析 数据来源：(腾讯房产数据中心)

2.2 家庭结构简单化

数据显示，置业群体中比例最大的为未婚单身，占34%。三口之家位居其次，占24%。小两口之家位居第三，占20%（图3），三口之家和小两口合计比率占44%，三代同堂的复杂结构仅占总体的10%。

未婚单身在未来2年内有置业需要的占比64.3%，三口之家在未来2年内有置业需要的占比32.3%。

由以上数据判断，当前置业者家庭结构已经简单化，呈现家庭成员少，住房需求相对简单的特点。其中居住需求相对复杂的群体所在比率将随着时间推移，进一步降低。未婚单身这个群体中置业愿望迫切，为绝对刚需。

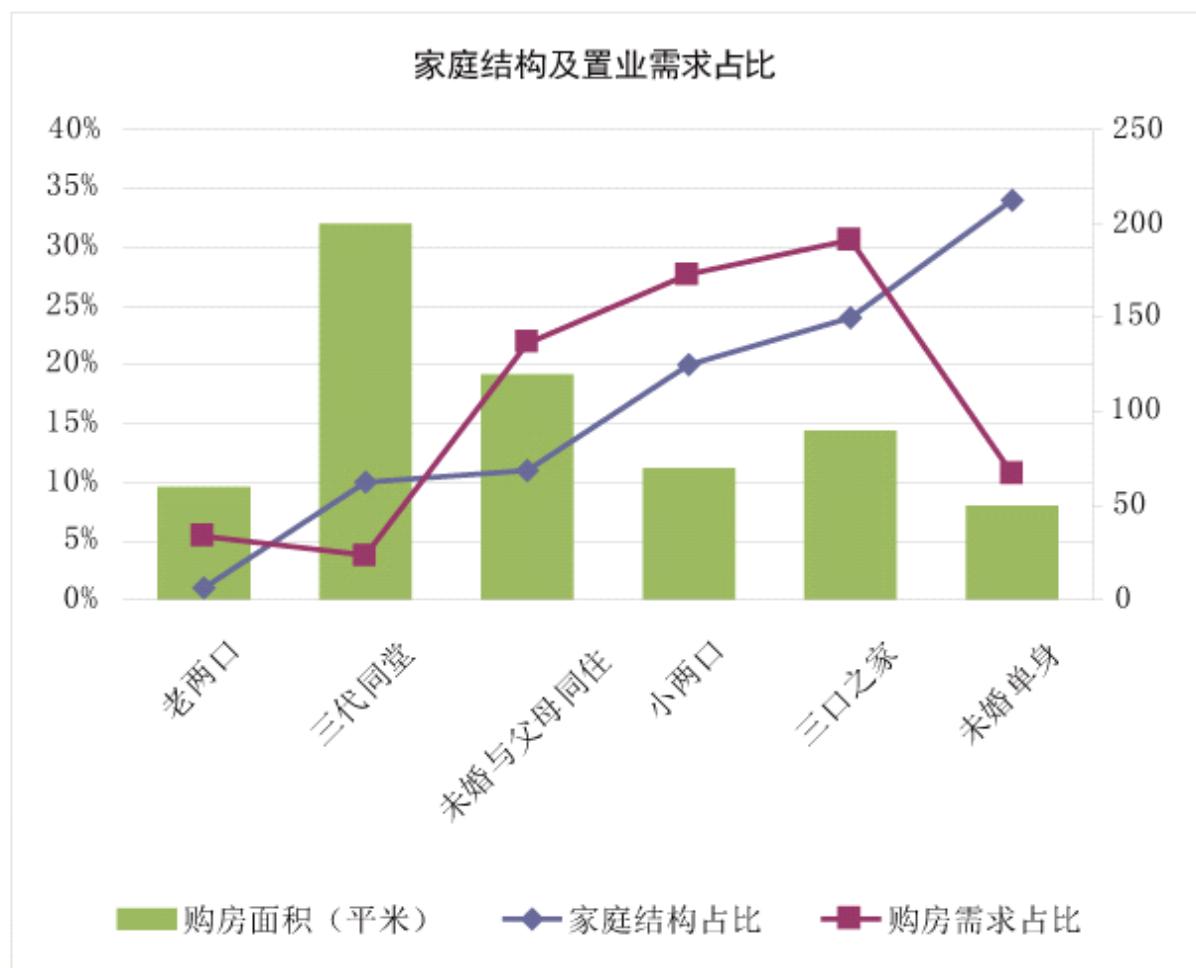


图3：家庭结构及置业需求占比（数据来源：腾讯房产数据中心）

2.3女性置业者比例上升

受调查女性占比23.6%，单身女性占比17.2%，其中有置业意向的占比14.3%，已拥有房产的占比为10.2%。20-29岁年龄段，女性置业者占比为11.5%，男性置业比例为88.5%。30-34岁年龄段，女性置业占比为15.6%，男性置业比例为84.4%。45-59岁年龄段，女性置业占比为9.7%，男性置业比例为90.3%（图4）。

调查发现，2011年男性置业者的比例整体大于女性置业者。通过对2009年至2011年女性置业数据观察，发现女性置业比例呈整体上升趋势，随着女性在社会角色中的分工变化，社会地位和职场地位的提升，女性群体支付能力逐渐提高，选择自主置业比例大幅上涨（图5）。

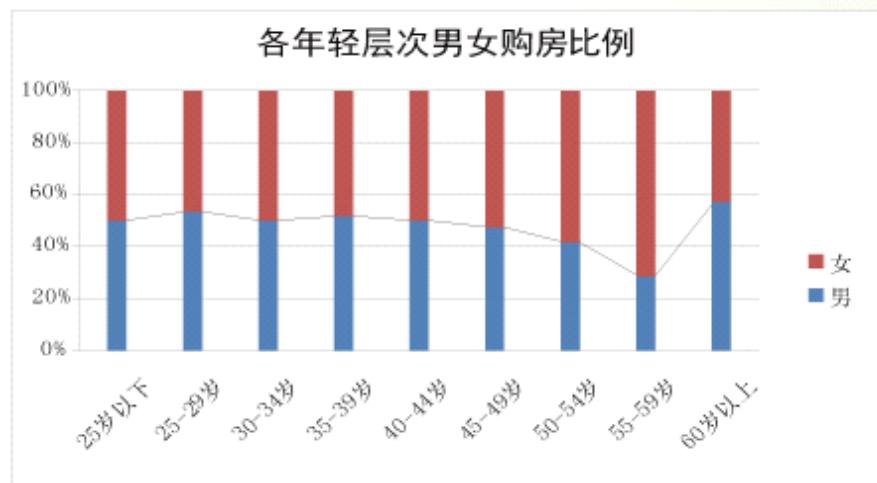


图4：各年轻层次男女置业比例（数据来源：腾讯房产数据中心）

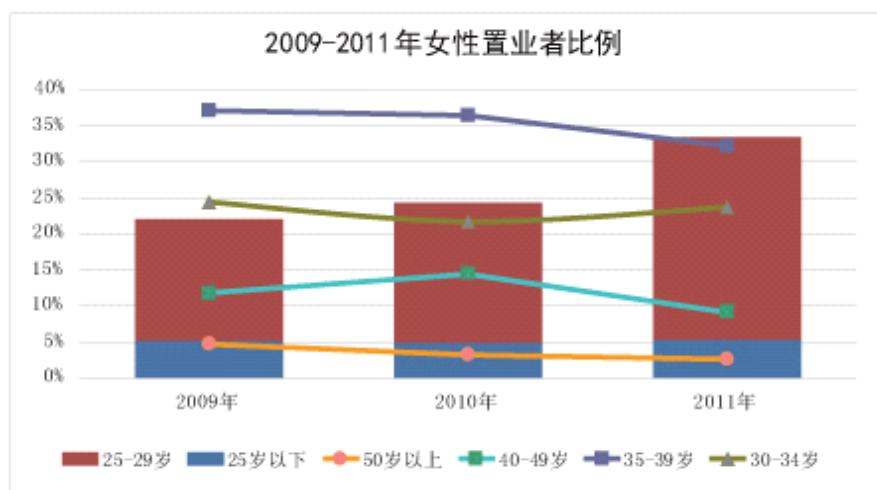


图5：2009-2011女性置业者比例（数据来源：腾讯房产数据中心）

《婚姻法》最新解释中关于婚前财产的认定发生变化，多数女性认为此法新解撼动了其自身的利益。一些经济条件较好的女性选择婚前置业，“买房比嫁人更重要”这句话已经成为一些单身女性深信不疑的至理名言，拥有自己的独立住房，不仅让自己有了安全感，也能在今后择偶过程中给自己增加价值的砝码。

2.4 收入水平呈橄榄结构

收入调查数据显示，受调查人群收入状况呈现橄榄形结构。数据显示，年收入在6-10万之间的人群占比48.9%，年收入10-15万的人群占比23.4%，年收入15万以上的人群仅占10%（图6）。

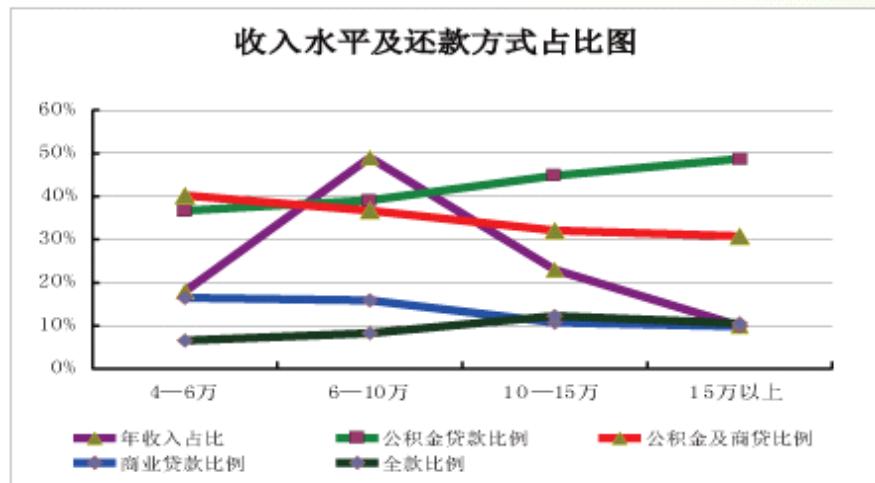


图6：收入水平与置业资金来源（数据来源：腾讯房产数据中心）

数据显示，参与抽样调查的20所城市中，选择总房款在100万以内的占比36.7%；总房款在100-250万以内的占比31.3%。其中北京、上海、深圳、广州四大城市选择总房款在100-250万的占比45.3%。

置业者付款方式调查显示，选择贷款置业的比例最大，占86.7%，全款置业方式仅占13.1%。

通过调查发现，选择公积金贷款的占比达42%，较08年上升12.3%。

从以上数据判断，置业者经济能力是一大考虑因素，另外由于房价过快上涨所带来的购买压力，导致置业者偏向于选择总价较低，实用性较强，具备一定的投资价值的经济型户型。在置业款来源上，绝大多数用户选择银行贷款，极少数使用全款付清的方式。一方面说明新一代置业者对按揭贷款的接受度提高，另一方面也说明金融机构对置业者置业过程中的重要地位。金融政策的调整和变化，也将对置业者产生巨大影响。

2.5 置业者对产品关注点更加精细化

腾讯房产数据中心对调查样本置业行为偏好分析中发现，置业者的关注体系发生了变化，置业者在住房面积使用上变得更倾向多功能户型，在配套上的要求更加精细实用，集中在学前教育、医疗保健、轨道交通等方面。

2.5.1 关注经济节约型户型

调查数据显示，选择40平米以下户型的占比10.1%，40-70平米的占33.4%，90平米以下占比60.2%。较09年相比，选择90平米以上的比例同比上涨9.1%（图7）。

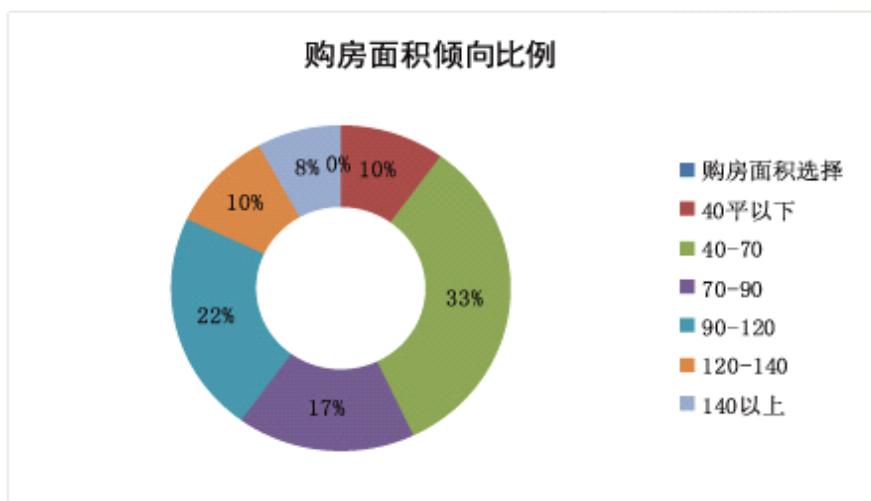


图7：置业面积倾向（数据来源：腾讯房产数据中心）

置业者倾向经济节约型户型原因如下：

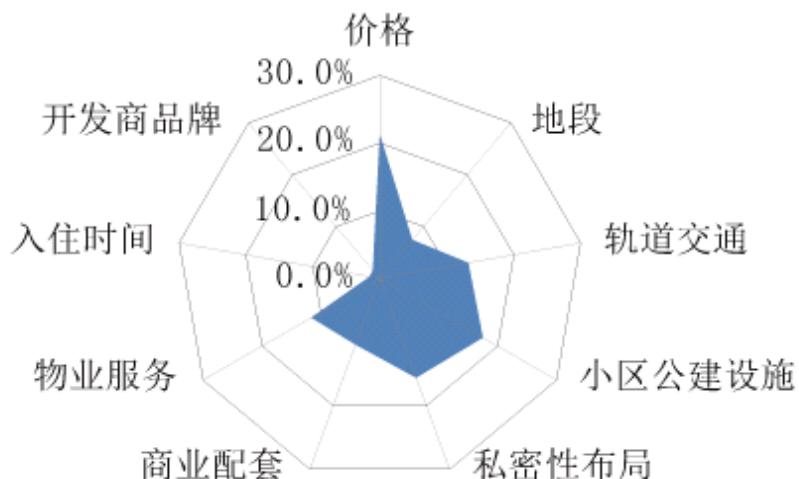
- 1、房价偏高，而经济型户型总价较低，与置业者的价格预期相符。
- 2、置业者年龄结构偏低，随着家庭结构的简单化，节约型户型基本满足其生活和使用需求。
- 3、经济型户型公寓门槛低、适用性强、可租可住，投资价值强。

2.5.2 周边配套要求精细化

调查数据显示，房屋价格依然为置业者首要关注点，占比达21.2%；但园区设施绿化关注上升，上涨比例达25.5%，小区私密性：包括小区布局（楼间距、日照时间等）关注占比为15.6%，幼儿园、小学、医院、超市（半径0.5公里内）、娱乐设施关注度总占比10.4%；对开发商品牌，入住时间等要求不高，总占比为3.1%（图8）。

从调查数据判断，置业者的关注重心已逐渐偏移，由于这部分置业者可持续支付能力较强，更关注于社区环境的打造，生活品质感提升，居住区域的质量。作为自住型居住，更多置业者选择考虑社区内的设施配套，商业、商务配套，即使是转为租赁市场，也容易获得较高的回报。

置业者选房关注角度



说明：小区公建设施包括园林绿化、公共配套、会所等；

私密性布局包括户型、容积率、楼盘间距等；

商业配套包括教育医疗、文娱设施、餐饮、超市等。

图8：置业者选房关注点（数据来源：腾讯房产数据中心）

3. 获取房产信息途径网络化

腾讯房产数据中心在研究中发现，用户在获取楼盘信息的途径上发生重大变化，已经由以往的现场看房为主转变为网上看房为主，现场看房与网上看房相结合的考察模式。楼盘网上展厅的信息和信息质量将会直接影响置业者的置业判断。

3.1 网上信息影响置业者置业判断

影响置业者的渠道数据显示，置业者受网上信息影响程度提高，数据显示，置业者从网站渠道获取楼盘信息的方式已成为首要信息渠道，占比达信息途径的42%。报纸占21%，广告占10%，朋友介绍占17%。45%的置业者会因为网上信息影响置业决定。这一比例，由去年仅占20%。其它信息渠道在2011年的比例相应减少（图9）。

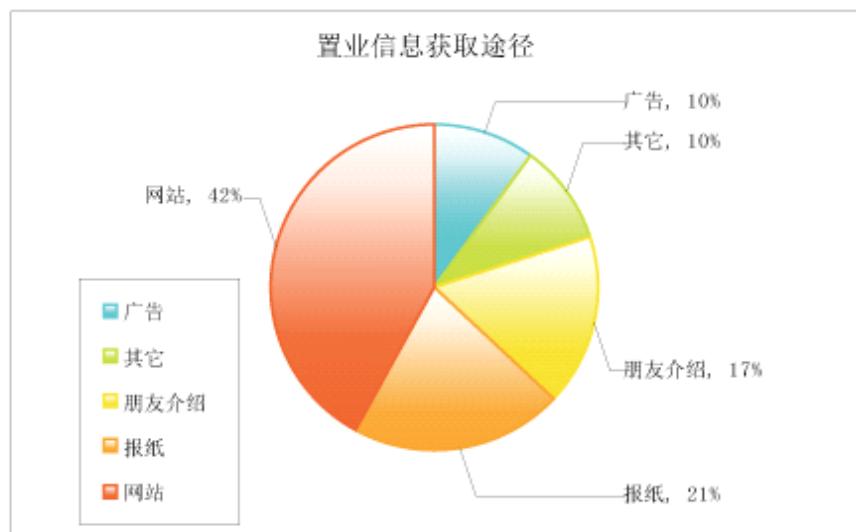


图9：置业信息获取途径（数据来源：腾讯房产数据中心）

从数据观察推断，随着上网环境的不断升级，互联网的不断发展，网站信息将会在未来置业者的信息渠道中，占据最为重要的位置。

3.2 网上互动获取楼盘信息比例增加

腾讯房产数据中心在深访中了解到，置业者受网站、论坛信息影响程度较高。在实地考察前，会先上网了解楼盘的整体情况，了解楼盘的配套设施，交通以及一些可能存在的风险，通过微博裂变式的传播方式获取楼盘资讯信息，在论坛互动交流中得到指导性的置业建议，最终再通过现场考察做出置业选择，楼盘在网上信息的清晰程度和丰富程度将直接影响到置业者的置业决定（图10）。

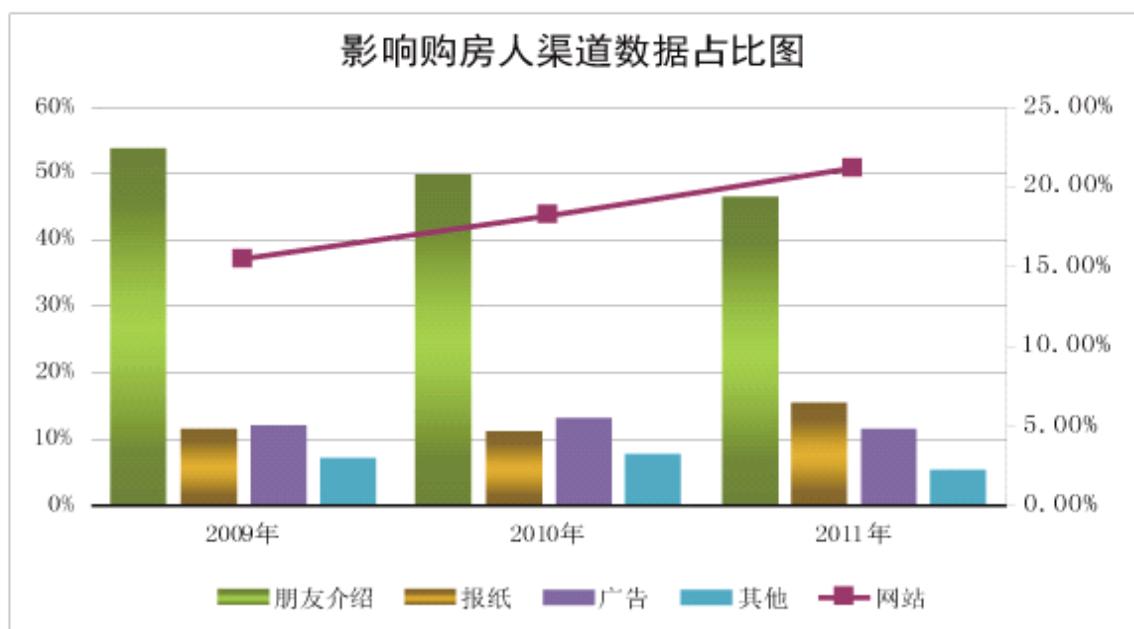


图10：信息渠道对置业者的影响程度（数据来源：腾讯房产数据中心）

二、腾讯房产数据中心由以上数据分析得出关联结论：

1. 经济型、全功能住房成趋势

数据分析结果显示，当前新青年置业者的收入水平和房价水平尚有差距。置业者中大多属于将要结婚或者刚结婚的群体，需求以自住和婚房为主。由于事业处于上升期，财富积累相对较少，所以他们对房屋价格的敏感度更高，对总价较高的大户型房源承受度较低，低总价经济型户型住房更易被接受。相较大户型房源，低总价经济型户型住房市场需求量更多，升值空间更大，更具有保值增值的功能。

部分新青年置业者置业时更多考虑家庭组建的需要，会着重考虑房子在未来3-5年间的住宅功能实用性，所以拥有更多独立空间，囊括起居室、卧室、儿童房等个体生活各方面的全功能住房受到新青年置业者的欢迎。

2. 置业者更关注居住品质

近年来高学历置业者逐渐成为楼市成交主体，腾讯房产调查数据显示，新青年置业者中本科及以上学历占比92.6%，其中海外留学人员置业者占比12.3%。

高学历置业者的年龄层次和收入结构决定了他们在生活品质上要求较高，而居住环境就是其中重要组成部分，在交通上，他们追求便捷；在功能上，他们追求实用；在生活上，他们追求格调；在投资上，他们追求保值。

2.1 精装修、高设计感住宅成首选

精致的装修风格和设计深得新青年置业者的追捧，新青年置业者观念新颖，勇于接受新生事物，因此面对市场上众多房源时，在规划设计上有所创新的产品更能引起他们的兴趣。在满足楼盘功能要求的前提下，采光，园林设计，空间利用率等因素成为提升楼盘项目吸引力的关键点。

2.2 小区“硬”配套“软”服务——明确定位 量身定做

腾讯房产调查数据显示，价格目前仍是置业者首要考虑因素，但是随着轨道交通规划的日益完善及置业者对生活品质的不断提升，以往占据第二位的地段因素已经退居到第四位，取而代之的是对户型、小区内设施配套的极大关注。数据显示，选择因素中排名第二位的是小区公建设施项，占比17.5%，第三位户型舒适度占比15.6%，第四位交通出行占比13.2%，第五位物业服务占比11.6%。

2.2.1 硬配套倾向全功能型

腾讯房产调查数据显示，置业者排名第二位的选择因素中小区公建设施占比高达17.5%，户型舒适度占比达15.6%。

新青年置业者更关注生活周边的配套设施，从生活便利、消费习惯、娱乐休闲等角度选择自己理想的家园，医院、药房、餐馆、邮局、健身中心、幼儿园、娱乐中心等逐步成为新青年置业的硬性配套需求。量身打造满足其需求的配套设施，使得配套不仅意味着触手可及，而且还意味着能够急人之所需。

2.2.2 对轨道交通要求高 更注重出行效率

新青年置业者更倾向于追求时效、便捷的生活，轨道交通规划的日益完善为居住生活区提供了更为便捷多重的选择。在对于置业区域的选择上，将会有更多的置业者破除区域的概念，重点考查交通出行的便捷度。

城市轨道交通的快速发展，以及其运量大、时间可控等优点，直接导致了新青年置业者购房半径的扩大，轨道交通所到之处，都变成了他们置业考虑的区域范围之内，而这些区域内低总价的房源也随即成为新青年置业者最关注的项目。

2.2.3 关注高品质物业服务

拥有高品质物业服务也成为置业者的关注重点，高品质智能化的物业更能吸引新青年置业者，高素质人性化的物业管理，个性化和定制式服务模式服务会为楼盘提供更高的市场竞争力。追求优质生活的新青年，会群体性迎来物业的“专业化管家时代”，伴随住宅品质升级，物业管理进化，能够为业主打造完美服务的“持证管家”，是新的市场需求增长点。

3. 购房渠道多元化，网络渠道将更受青睐

调查数据显示，置业者从网站渠道获取楼盘信息的方式已成为首要信息渠道，网站渠道占信息途径的42%，报纸占比21%，广告占比10%，朋友介绍占比17%。

通过数据分析，新青年置业者在获取楼盘信息的途径上发生重大变化，已经由以往的现场看房为主转变为网上看房为主，现场看房与网上看房相结合的考察模式。随着上网环境的不断升级，互联网的不断发展，网站信息将在未来置业者的信息渠道中，占据最为重要的位置。

网络获取信息及时、快速、立体，新青年置业者也基本是在网络环境中成长起来的，对互联网的熟悉度高、应用率广。因此，未来企业的楼盘信息、户型、相关资讯和传播内容若需要传播得更宽广，就需要加强网络传播，使置业者和企业之间信息沟通及时，形成良性互动，最终达到双赢的效果。

同时由于生活节奏加快，且新青年置业者对网络依赖程度较深，普遍有过网购的经验，网上置业将成为趋势，开发商通过互联网组织团购给出优惠折扣的模式将会被更多新青年置业者认可。