

中国

二手房
报告（2024-2031年）

行业发展

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国 二手房 行业发展趋势分析与投资前景研究报
涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更
辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业
竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威
数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到
微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202409/726223.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

9月2日，中国楼市正在经历一轮需求结构和市场形势的重大转变，其中一项重要表现就是二手房交易量占比的持续提升。

今年以来，在“以价换量”等策略带动下，中国二手房交易活跃度持续高于新房，这也带来二手房交易量占比的持续提升。中指研究院研究副总监徐跃进在2日举办的一场月度房地产形势分析会上称，据该机构统计，2024年1-7月份，中国25个代表城市新房和二手房累计总成交套数同比有所下降，其中二手房成交量占比进一步提升至64.1%。2023年，25个代表城市新房和二手房累计总成交中，二手房占比升至55.6%。

8月份，这一趋势还在持续。中指数据显示，8月份(7月29日至9月1日)，11个重点城市二手住宅周均成交套数较去年同期增长22.3%。当月，重点100城新建商品住宅成交面积同比和环比均有所下降。

对于这种趋势，58安居客研究院研究总监韦谢指出，当前新房市场量价比处于低位，购房需求总量虽有下降态势，但结构上有增量。多数城市今年上半年销售数据显示，二手房销量反超新房——尽管新房销量同比大幅下滑，但仍有近三分之二城市二手房销量同比增长。

韦谢表示，当前中国房地产行业正处于势能转换的关键窗口期。自2021年末至今，行业数据在低位徘徊已超三年，“二手房交易已成为新房市场的驱动引擎”。他认为，目前楼市主力需求从城镇化驱动下的增量市场、刚需为王，转变为存量市场由置换驱动的改善性需求。对于房企而言，项目唯有在资源、产品、价格等维度上创造独特优势，方能有效应对二手竞品分流客户的压力。(xyl)

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国 二手房 行业发展趋势分析与投资前景研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。

本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的二手房产数据，结合对行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。

本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国	二手房	行业发展概述
第一节	二手房	行业发展情况概述
一、	二手房	行业相关定义
二、	二手房	特点分析
三、	二手房	行业基本情况介绍
四、	二手房	行业经营模式
1、生产模式		
2、采购模式		
3、销售/服务模式		
五、	二手房	行业需求主体分析
第二节 中国	二手房	行业生命周期分析
一、	二手房	行业生命周期理论概述
二、	二手房	行业所属的生命周期分析
第三节	二手房	行业经济指标分析
一、	二手房	行业的赢利性分析
二、	二手房	行业的经济周期分析
三、	二手房	行业附加值的提升空间分析
第二章 2019-2023年全球	二手房	行业市场发展现状分析
第一节 全球	二手房	行业发展历程回顾
第二节 全球	二手房	行业市场规模与区域分
第三节 亚洲	二手房	行业地区市场分析
一、亚洲	二手房	行业市场现状分析
二、亚洲	二手房	行业市场规模与市场需求分析
三、亚洲	二手房	行业市场前景分析
第四节 北美	二手房	行业地区市场分析
一、北美	二手房	行业市场现状分析
二、北美	二手房	行业市场规模与市场需求分析
三、北美	二手房	行业市场前景分析
第五节 欧洲	二手房	行业地区市场分析
一、欧洲	二手房	行业市场现状分析
二、欧洲	二手房	行业市场规模与市场需求分析
三、欧洲	二手房	行业市场前景分析
第六节 2024-2031年世界	二手房	行业分
第七节 2024-2031年全球	二手房	行业市场规模预测

第三章 中国	二手房	行业产业发展环境分析
第一节 我国宏观经济环境分析		
第二节 我国宏观经济环境对	二手房	行业的影响分析
第三节 中国	二手房	行业政策环境分析
一、行业监管体制现状		
二、行业主要政策法规		
三、主要行业标准		
第四节 政策环境对	二手房	行业的影响分析
第五节 中国	二手房	行业产业社会环境分析
第四章 中国	二手房	行业运行情况
第一节 中国	二手房	行业发展状况情况介绍
一、行业发展历程回顾		
二、行业创新情况分析		
三、行业发展特点分析		
第二节 中国	二手房	行业市场规模分析
一、影响中国	二手房	行业市场规模的因素
二、中国	二手房	行业市场规模
三、中国	二手房	行业市场规模解析
第三节 中国	二手房	行业供应情况分析
一、中国	二手房	行业供应规模
二、中国	二手房	行业供应特点
第四节 中国	二手房	行业需求情况分析
一、中国	二手房	行业需求规模
二、中国	二手房	行业需求特点
第五节 中国	二手房	行业供需平衡分析
第五章 中国	二手房	行业产业链和细分市场分析
第一节 中国	二手房	行业产业链综述
一、产业链模型原理介绍		
二、产业链运行机制		
三、	二手房	行业产业链图解
第二节 中国	二手房	行业产业链环节分析
一、上游产业发展现状		
二、上游产业对	二手房	行业的影响分析
三、下游产业发展现状		
四、下游产业对	二手房	行业的影响分析

第三节 我国	二手房	行业细分市场分析
一、细分市场一		
二、细分市场二		
第六章 2019-2023年中国	二手房	行业市场竞争分析
第一节 中国	二手房	行业竞争现状分析
一、中国	二手房	行业竞争格局分析
二、中国	二手房	行业主要品牌分析
第二节 中国	二手房	行业集中度分析
一、中国	二手房	行业市场集中度影响因素分析
二、中国	二手房	行业市场集中度分析
第三节 中国	二手房	行业竞争特征分析
一、企业区域分	二手房	特征
二、企业规模分	二手房	特征
三、企业所有制分	二手房	特征
第七章 2019-2023年中国	二手房	行业模型分析
第一节 中国	二手房	行业竞争结构分析（波特五力模型）
一、波特五力模型原理		
二、供应商议价能力		
三、购买者议价能力		
四、新进入者威胁		
五、替代品威胁		
六、同业竞争程度		
七、波特五力模型分析结论		
第二节 中国	二手房	行业SWOT分析
一、SOWT模型概述		
二、行业优势分析		
三、行业劣势		
四、行业机会		
五、行业威胁		
六、中国	二手房	行业SWOT分析结论
第三节 中国	二手房	行业竞争环境分析（PEST）
一、PEST模型概述		
二、政策因素		
三、经济因素		
四、社会因素		

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国

二手房 行业需求特点与动态分析

第一节 中国

二手房

行业市场动态情况

第二节 中国

二手房

行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节

二手房

行业成本结构分析

第四节

二手房

行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国

二手房

行业价格现状分析

第六节 中国

二手房

行业平均价格走势预测

一、中国

二手房

行业平均价格趋势分析

二、中国

二手房

行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国

二手房

行业所属行业运行数据监测

第一节 中国

二手房

行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国

二手房

行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国

二手房

行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2019-2023年中国

二手房 行业区域市场现状分析

第一节 中国

二手房

行业区域市场规模分析

一、影响	二手房	行业区域市场分	二手房
二、中国	二手房	行业区域市场分	二手房
第二节 中国华东地区		二手房	行业市场分析
一、华东地区概述			
二、华东地区经济环境分析			
三、华东地区	二手房	行业市场分析	
(1) 华东地区	二手房	行业市场规模	
(2) 华东地区	二手房	行业市场现状	
(3) 华东地区	二手房	行业市场规模预测	
第三节 华中地区市场分析			
一、华中地区概述			
二、华中地区经济环境分析			
三、华中地区	二手房	行业市场分析	
(1) 华中地区	二手房	行业市场规模	
(2) 华中地区	二手房	行业市场现状	
(3) 华中地区	二手房	行业市场规模预测	
第四节 华南地区市场分析			
一、华南地区概述			
二、华南地区经济环境分析			
三、华南地区	二手房	行业市场分析	
(1) 华南地区	二手房	行业市场规模	
(2) 华南地区	二手房	行业市场现状	
(3) 华南地区	二手房	行业市场规模预测	
第五节 华北地区	二手房	行业市场分析	
一、华北地区概述			
二、华北地区经济环境分析			
三、华北地区	二手房	行业市场分析	
(1) 华北地区	二手房	行业市场规模	
(2) 华北地区	二手房	行业市场现状	
(3) 华北地区	二手房	行业市场规模预测	
第六节 东北地区市场分析			
一、东北地区概述			
二、东北地区经济环境分析			
三、东北地区	二手房	行业市场分析	
(1) 东北地区	二手房	行业市场规模	

(2) 东北地区	二手房	行业市场现状
(3) 东北地区	二手房	行业市场规模预测
第七节 西南地区市场分析		
一、西南地区概述		
二、西南地区经济环境分析		
三、西南地区	二手房	行业市场分析
(1) 西南地区	二手房	行业市场规模
(2) 西南地区	二手房	行业市场现状
(3) 西南地区	二手房	行业市场规模预测
第八节 西北地区市场分析		
一、西北地区概述		
二、西北地区经济环境分析		
三、西北地区	二手房	行业市场分析
(1) 西北地区	二手房	行业市场规模
(2) 西北地区	二手房	行业市场现状
(3) 西北地区	二手房	行业市场规模预测
第十一章	二手房	行业企业分析（随数据更新有调整）
第一节 企业		
一、企业概况		
二、主营产品		
三、运营情况		
1、主要经济指标情况		
2、企业盈利能力分析		
3、企业偿债能力分析		
4、企业运营能力分析		
5、企业成长能力分析		
四、公司优势分析		
第二节 企业		
一、企业概况		
二、主营产品		
三、运营情况		
四、公司优劣势分析		
第三节 企业		
一、企业概况		
二、主营产品		

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2024-2031年中国	二手房	行业发展前景分析与预测
第一节 中国	二手房	行业未来发展前景分析
一、	二手房	行业国内投资环境分析
二、中国	二手房	行业市场机会分析
三、中国	二手房	行业投资增速预测
第二节 中国	二手房	行业未来发展趋势预测
第三节 中国	二手房	行业规模发展预测
一、中国	二手房	行业市场规模预测
二、中国	二手房	行业市场规模增速预测
三、中国	二手房	行业产值规模预测
四、中国	二手房	行业产值增速预测
五、中国	二手房	行业供需情况预测
第四节 中国	二手房	行业盈利走势预测
第十三章 2024-2031年中国	二手房	行业进入壁垒与投资风险分析
第一节 中国	二手房	行业进入壁垒分析
一、	二手房	行业资金壁垒分析
二、	二手房	行业技术壁垒分析
三、	二手房	行业人才壁垒分析
四、	二手房	行业品牌壁垒分析
五、	二手房	行业其他壁垒分析
第二节	二手房	行业风险分析
一、	二手房	行业宏观环境风险
二、	二手房	行业技术风险
三、	二手房	行业竞争风险
四、	二手房	行业其他风险
第三节 中国	二手房	行业存在的问题
第四节 中国	二手房	行业解决问题的策略分析
第十四章 2024-2031年中国	二手房	行业研究结论及投资建议
第一节 观研天下中国	二手房	行业研究综述
一、行业投资价值		
二、行业风险评估		
第二节 中国	二手房	行业进入策略分析
一、行业目标客户群体		

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节	二手房	行业营销策略分析
一、	二手房	行业产品策略
二、	二手房	行业定价策略
三、	二手房	行业渠道策略
四、	二手房	行业促销策略

第四节 观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202409/726223.html>