

2011-2015年中国二手房交易市场分析预测与发展趋势研究报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2011-2015年中国二手房交易市场分析预测与发展趋势研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R04/R0402/201105/05-74107.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

二手房交易，现在在北京、上海、深圳等大城市是一个非常活跃的现象，其发展前景相当可观。在二手房交易过程中，经纪公司无可非议是其中一个桥梁，所以，今后北京乃至全中国的经纪公司必将走向一个高峰，此中竞争也将迅速扩大，经纪人的地位也会得到更多百姓的认可。

中国产业研究报告网发布的《2011-2015年中国二手房交易市场分析预测与发展趋势研究报告》共十一章。首先介绍了中国行业市场发展环境、中国二手房交易整体运行态势等，接着分析了中国二手房交易行业市场运行的现状，然后介绍了中国二手房交易市场竞争格局。随后，报告对中国二手房交易做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国二手房交易行业发展趋势与投资预测。您若想对二手房交易产业有个系统的了解或者想投资二手房交易行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

第一章 全球二手房市场运行总况

第一节 2010-2011年全球经济运行分析

- 一、经济衰退隐约见底，局部复苏初现端倪
- 二、经济复苏不牢固、不稳定、不确定
- 三、全球经济运行状况冷热不均
- 四、我国外部经济环境依然严峻

第二节 2010-2011年美国二手房市场聚焦

- 一、环境很大程度决定二手房的销售
- 二、二手房越旧越好卖
- 三、平均每隔六七年就要换一次房
- 四、贷款买房是最主要的购房形式
- 五、2010-2011年美国二手房销售增长率
 - 1、美国1月二手房销售情况及同比分析
 - 2、美国2月二手房销售情况及同比分析
 - 3、美国3月二手房销情况及同比分析
 - 4、美国4月二手房销售情况及同比分析

5、美国5月二手房销售情况及同比分析

6、美国6月二手房销情况及同比分析

7、美国7月二手房销售情况及同比分析

第三节 2010-2011年澳大利亚二手房市场透析

一、装修齐全

二、银行提供的贷款金额可占到整个房价比重

第四节 2010-2011年英国二手房市场分析

一、七八年就换一次房

二、住房贷款利率不断下降

第五节 2010-2011年中国香港二手房市场发展现状分析

一、香港楼市以二手房为主导

二、楼市表现较为反覆

三、住宅租金高速上升

四、香港二手房市场交易下降

第二章 二手房市场运行环境分析

第一节 国内二手房经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2011年中国二手房经济发展预测分析

第二节 中国二手房行业政策环境分析

第三章 中国房地产市场运行新形势透析

第一节 2010-2011年全国房地产市场运行情况

一、房地产开发完成情况

二、商品房销售和空置情况

三、房地产开发企业资金来源情况

四、70个大中城市房屋销售价格指数

五、全国房地产开发景气指数

第二节 2010-2011年全国房地产市场运行情况

一、房地产开发完成情况

二、商品房销售情况

- 三、房地产开发企业资金来源情况
- 四、70个大中城市房屋销售价格指数
- 五、全国房地产开发景气指数

第四章 中国二手房市场走势剖析

第一节 2010-2011年中国二手房交易量分析

- 一、2008年成交量分析
- 二、2009年成交量分析
- 三、2010年成交量情况
- 四、成交量同比分析

第二节 2010-2011年中国二手房交易价格分析

- 一、成交价格分析
- 二、价格指数情况

第三节 2010-2011年中国二手房市场特点分析

第四节 2010-2011年中国二手房市场存在问题分析

- 一、行业规范尚不完整
- 二、企业间还存在无序竞争
- 三、经纪公司坑害消费者利益
- 四、客户损害中介企业合法利益

第五章 中国二手房重点区域市场运行分析

第一节 北京

- 一、北京二手房市场影响因素
- 二、2010-2011年北京二手房成交量分析
- 三、北京二手房交易双方博弈分析
- 四、75后年轻买家成二手房市场主力
- 五、一二手房市场竞争激烈
- 六、中介二手房交易竞争白热化

第二节 上海

- 一、上海二手房市场特征分析
- 二、上海二手房市场走势分析
- 三、上海二手房市场后市预测

第三节 广州

- 一、一、二手联动成淡市亮点
- 二、二手楼或局部“供大于求”
- 三、房地产中介服务的机构数量一直在增加

第四节 深圳

- 一、深圳市2010年搜房网二手房市场动态
- 二、深圳二手房退房潮暗涌
- 三、深圳暂停发放三套房以上房贷及影响分析
- 四、深圳新房成交低迷价格依然坚挺
- 六、深圳市二手房市场预测

第五节 天津

- 一、“天津模式”分析
- 二、天津二手房市场分析
- 三、2010年天津商品房二手房销售情况
- 四、未来天津二手房市场博弈中的房价预测

第六章 中国二手房交易市场相关行业发展分析--房地产行业

第一节 2010-2011年中国现阶段房地产业发展特点分析

- 一、土地管理逐步规范
- 二、房地产价格动态
- 三、房地产开发投资有抬头迹象
- 四、房地产金融的监管力度不断加强
- 五、市场调控仍需大力改进

第二节 2010-2011年中国房地产业运行概况

- 一、我国房地产调整空间情况
- 二、中国房地产市场调控分析
- 三、中国房地产市场发展的关键
- 四、中国房地产市场影响因素

第三节 2010-2011年中国房地产走势分析

- 一、全国房地产市场总体形势
- 二、全国一二三线城市房地产市场形势
- 三、我国房地产主要区域市场形势

四、分类别楼盘市场形势

第四节 2010年中国房地产市场分析

第五节 2010-2011年中国房地产企业分析

一、中国房地产百强企业分析

二、中国房产经纪百强企业分析

第六节 2010-2011年中国房地产行业面临的挑战

一、中国房地产行业三大弊端

二、中国房地产市场发展中存在的问题以及负面影响

三、中国房地产市场的新矛盾

四、我国房地产业亟需关注的八大问题

第七节 2010-2011年中国房地产行业发展策略分析

一、中国房地产行业主要对策分析

二、我国房地产市场发展的调控措施

三、克服房地产困难的对策分析

第七章 中国二手房交易市场相关行业发展分析--房地产中介行业

第一节 中国房地产中介行业发展阶段分析

一、萌芽阶段(1988-1995年)

二、起步阶段(1996-1999年)

三、快速发展期(2000年至今)

第二节 2010-2011年中国房地产中介行业的重要性分析

一、房地产中介服务行业是房地产市场的润滑剂

二、房地产中介服务行业具有较大的社会效益

第三节 2010-2011年中国房地产中介行业深度剖析

一、房地产中介经营范围分析

二、房地产中介公司运营模式分析

三、房地产中介收费标准分析

四、房地产中介与二手房市场的关联分析

第四节 2010-2011年我国房地产中介行业发展现状

一、房产中介行业赢利现状分析

二、房产中介行业“马太效应”现象

三、经营模式由粗放型向集约型转变

四、香港房地产中介“美联地产”逆势进京 高调开店

第五节 2010-2011年中国房地产中介行业发展存在的问题分析

- 一、法律法规体系不完善
- 二、缺乏专业人才，影响产业的提升
- 三、中介机构行为尚不规范
- 四、中介机构职业道德和服务意识尚待强化
- 五、行业监管不力

第六节 未来中国房地产中介行业发展前景分析

- 一、房地产行业的持续向好将创造巨大的市场空间
- 二、房地产中介服务行业的自身发展将进一步拓展已有的市场空间

第八章 中国二手房市场营销分析

第一节 二手房销售管理目标分析

- 一、制定
- 二、实施步骤
- 三、考核
- 四、激励

第二节 2010-2011年苏州楼市营销策略分析

- 一、广告轰炸
- 二、低起价
- 三、免费送礼
- 四、一口价
- 五、特价房
- 六、打折销售
- 七、无理由退房
- 八、保值计划
- 九、灵活付款
- 十、流转房
- 十一、试住促销
- 十二、开盘发力

第三节 2010-2011年广州楼市营销策略分析

- 一、降价

二、增加产品价值

三、增加个性化服务

第四节 2010-2011年西安楼市营销策略分析

一、以价换量、快速出货

二、调整产品线、捕捉市场空白点

三、体验式营销、开展客户营销

第五节 客户心理策略分析

第九章 中国二手房市场重点企业运营状况解析

第一节 易居（中国）控股有限公司

一、企业基本概况

二、经营业务

三、经营业绩

四、易居中国对2010-2011年充满信心

五、战略规划

第二节 21世纪中国不动产

一、企业基本概况

二、发展历程

三、经营业务

四、国际品牌的本土崛起

五、21世纪不动产与中国特许经营行业共同成长

第三节 我爱我家控股公司

一、企业基本概况

二、发展历程

三、运作模式

第四节 上海信义房屋中介咨询有限公司

一、企业基本概况

二、发展历程

三、经营特色

第五节 满堂红（中国）置业有限公司

一、企业基本概况

二、战略规划

第六节 深圳市中联房地产企业发展有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、发展历程
- 三、中联地产雄鹰会
- 三、企业文化
- 四、发展前景

第七节 北京中大恒基房地产经纪有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、经营业务
- 三、竞争优势

第十章 2011-2015年中国二手房市场发展趋势及对策分析

第一节 2011-2015年中国二手房交易新趋势探析

第二节 2011-2015年中国二手房贷款市场的现状分析及发展对策

- 一、二手房贷款市场所面临的风险和问题
- 二、发展对策

第三节 2011-2015年中国二手房市场发展的政策建议

- 一、及时有效地落实房地产调控政策
- 二、严肃金融政策，严把信贷关
- 三、合理使用住房公积金，降低普通居民购房成本
- 四、促进房地产市场信息公开化和科学化

第四节 2011-2015年中国二手房市场发展对策分析

- 一、政府政策要先行
- 二、加强对中介服务机构的监管
- 三、加大金融服务力度

第十一章 2011-2015年中国二手房行业投资战略分析

第一节 2010-2011年中国二手房投资概况

- 一、二手房投资概况
- 二、税收优惠政策解读
- 三、二手房投资新渠道

第二节 2011-2015年中国二手房行业投资机会分析

一、二手房区域投资潜力分析

二、赎楼贷款助推二手房投资悄然升温

第三节 2011-2015年中国二手房行业投资风险预警

一、宏观调控政策风险

二、信贷风险

三、市场运营机制风险

图表目录（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：……

更多图表详见正文……

通过《2011-2015年中国二手房交易市场分析预测与发展趋势研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R04/R0402/201105/05-74107.html>