

# 2009-2012年房地产行业竞争格局与投资战略研究咨询报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2009-2012年房地产行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》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.cction.com/report/200909/26592.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

2007年房地产市场经过了前一阶段的调控压抑后，需求短时间内爆发，成交势头迅速回转变热。然而，2008年初以来，全国市场骤然滑入低谷，直至2009年年初，被压抑了一年之久的购房需求重新释放，引燃了2009年的楼市火爆。进入2009年以来，国家救市政策效果初显，各城市的楼市成交逐步回升，减价优惠逐渐减少，提价现象屡见不鲜，到了5月份全国市场出现了全面回暖态势，上海等城市创下了2008年以来的成交新高，全国房价也呈现普涨态势。同时在经济逐步复苏，通货膨胀预期不断增强的背景下，投资客纷纷进入房地产市场，推动了高档住宅、别墅产品等投资性物业的热销。从2009年上半年的成交量来看，多数城市同比大幅上升，合肥、海口与去年同期持平，主要是因为这两个城市受全国市场低迷影响较小，2008年下半年当地市场才逐步下行。尤其是5月份，全国市场成交高涨，相比2008年和2007年的月均成交值来看，绝大部分城市的成交量都出现较大幅度的回升，说明市场已经全面回暖。其中杭州、无锡、成都等城市当月成交量相比2007年月均成交量的增幅超过了100%。在市场回暖的推动下，2009年成交屡攀新高，市场存量则不断下行。从2009年5月底商品住宅的存量来看，在连续多月市场回暖、成交回升的情况下，除了长春由于当月供应大幅攀升使得存量与上月基本持平外，其他多数城市的存量都不断减少。依照目前的成交走势，多数城市的存量基本上在几个月内就能去化，若未来新增供应跟不上需求，有可能引起市场供不应求的矛盾，价格有进一步上涨的可能。

2009年以来商品住宅的价格也不断上升。深圳、广州等华南城市在年初率先出现了新一轮涨价。到了4、5月份，这一轮涨价风潮席卷到全国各地，多数城市的项目出现普涨现象。尤其是上海、北京等一线城市，项目价格的涨幅较大。二三线城市的价格表现则较为多样化，长春、大连、常州等城市房价较为稳定；重庆、成都、苏州、宁波等城市的房价微涨；而西安、济南等个别城市还有部分楼盘价格出现小幅下调的现象。从项目来看，随着市场回暖，全国各地的项目借势涨价，与最低点相比，涨价幅度在5-25%之间，个别楼盘涨价幅度达到40%左右。多数楼盘在2008年下半年、2009年初达到了项目价格的最低点。这些楼盘在2008年市场低迷时进行降价销售且降幅较大，取得了不错的销售业绩。当市场回暖时，开发商重新提价，项目销售价格逐步回涨，但仍获得了客户的认可，销售业绩不俗。

2009年房地产行业集中度加强，业绩稳定增长。2009年上半年房地产销售火爆，销售面积及销售额同比增长31.7%和53%，已经超过2007年的历史最高点，销售均价也连续上升。进入到7月份，环比开始下降，主要是受开发商新开工面积不足和捂盘的影响，从主要大中城市来看，房地产市场的存量房有明显下降的趋势，开发商已经完成了去库存化的过程。2009年上半年房地产行业净利润增长9.58%，沪深两市109家房地产上市公司(剔除全部ST公司，下

同)2009年上半年实现营业收入941.09亿元，比2008年中期的845.57亿元的营业收入增长11.3%；实现营业利润205.7亿元，净利润135.17亿元，同比分别增长13.35%和9.58%。整个房地产行业的集中度又有提高，资金和资源大幅的流入行业前列的公司。109家房地产上市公司整体营业收入941亿元，净利润135亿元，货币资金1503亿元，存货4704亿元，预收帐款1332亿元；而市值前30位的上市公司分别占到了上述各项指标的68.62%、78.49%、75.38%、73.42%和76.95%。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国土资源部、国家发改委、国家信息中心信息资源开发部、国家住房和城乡建设部、北京市统计局、上海市统计局、深圳市统计局、中国指数研究院、全国商业信息中心、中国房地产业协会、北京房地产学会、国民经济景气监测中心、《中国房地产年鉴》、国内外相关报刊杂志的基础信息，结合深入的市场调查资料，全面分析了我国房地产行业发展的宏观形势、行业总体水平、市场供求现状、市场结构特征。报告对北京、上海、广州、成都等主要城市房地产市场发展状况和消费情况进行深入的研究探讨，并对全国和各地区房地产市场的发展前景、趋势做出推测并提出了可操作性投资建议，是房地产业及相关单位准确了解当前我国房地产业发展动态，把握企业定位和发展方向的重要决策依据。

## 目录

### CONTENTS

#### 第一部分 行业发展现状

##### 第一章 全球房地产市场发展分析

###### 第一节 2008-2009年世界房地产市场分析

###### 一、2008年世界房地产市场分析

###### 二、金融危机下世界房地产业发展分析

###### 三、2009年世界房地产“主心骨”探讨

###### 四、2009年上半年全球房地产市场交易情况

###### 五、2009年全球房地产市场分析与预测

###### 六、全球房地产市场“触底”探讨

###### 第二节 世界房地产对世界经济复苏的重要意义

###### 第三节 中美房地产市场发展对世界的影响分析

###### 一、中美房地产对各资源供应国的影响

###### 二、中美房地产对世界经济发展的影响

###### 三、中国房地产对各行业的影响

###### 四、2009年中国房地产市场对全球经济复苏的影响

## 五、美国房地产对全球经济的影响及预测

## 第二章 我国房地产行业发展分析

### 第一节 中国房地产供需分析

#### 一、住房潜在需求分析

#### 二、我国购置未开发土地情况

#### 三、我国房地产价格情况

#### 四、我国房地产市场调整分析

#### 五、我国房地产购买力的外部抽离解析

### 第二节 我国土地市场分析

#### 一、2008年土地市场状况

#### 二、2009年1季度土地市场状况

#### 三、2009年2季度土地市场状况

#### 四、2009年上半年土地市场状况

### 第三节 2008年房地产市场运行分析

#### 一、2008年中国房地产市场整体情况

#### 二、2008年中国房地产市场热点问题

#### 三、2008年房地产开发完成情况

#### 四、2008年商品房销售和空置情况

#### 五、2008年房地产开发企业资金来源情况

#### 六、2008年全国房地产开发景气指数

#### 七、2008年四季度企业景气指数分析

### 第四节 2008年我国大中城市房屋市场销售价格指数

#### 一、2008年1季度全国70个大中城市房屋销售价格指数

#### 二、2008年2季度全国70个大中城市房屋销售价格指数

#### 三、2008年3季度全国70个大中城市房屋销售价格指数

#### 四、2008年4季度全国70个大中城市房屋销售价格指数

### 第五节 2009年上半年全国房地产市场运行情况

#### 一、2009年上半年房地产开发完成情况

#### 二、2009年上半年商品房销售情况

#### 三、2009年上半年房地产开发企业资金来源情况

#### 四、2009年上半年全国房地产开发景气指数

### 第六节 2009年我国大中城市房屋市场销售价格指数

- 一、2009年1季度全国70个大中城市房屋销售价格情况
- 二、2009年2季度全国70个大中城市房屋销售价格情况
- 三、2009年上半年全国70个大中城市房屋销售价格情况

#### 第七节 2009年中国房地产市场发展分析

- 一、2008-2009年中国房地产业发展概述
- 二、2009年中国房地产全行业发展形势
- 三、2009年我国房地产调整空间情况
- 四、2009年中国房地产市场调控分析
- 五、2009年中国房地产市场发展的关键

#### 第八节 2009年房地产市场形势分析与影响因素

- 一、2009年我国房地产市场形势分析
- 二、影响2009年房地产市场走势的因素分析
- 三、我国房地产政策建议

#### 第九节 金融危机对中国房地产市场影响分析

- 一、经济危机对房地产市场的影响
- 二、金融危机对中国楼市外资投资的影响
- 三、金融危机对中国住房消费能力的影响
- 四、金融危机对中国房地产企业融资的影响

### 第三章 房地产消费市场分析

#### 第一节 2009年房地产消费者调查

- 一、房地产消费者对现时楼价的评价
- 二、房地产消费者对下半年楼价走势预期
- 三、房地产消费者预期楼价走势分析
- 四、房地产消费者购房计划调查
- 五、房地产消费者中主导消费群体
- 六、房地产消费者中购买主力群体
- 七、房地产消费者二次购房情况调查
- 八、房地产消费者购房首选区域
- 九、房地产消费者购房心理价位区间
- 十、房地产消费者的消费信心调查

#### 第二节 2008-2009年房地产市场分析

- 一、2008年1季度房地产市场分析

二、2008年2季度房地产市场分析

三、2008年3季度房地产市场分析

四、2008年4季度房地产市场分析

五、2009年上半年房地产市场分析

第三节 2008-2009年房地产新盘分析

一、2008年我国新开盘项目分析

二、2009年1季度我国新开盘项目分析

三、2009年2季度我国新开盘项目分析

四、2009年7月我国新开盘项目分析

五、2009年8月我国新开盘项目分析

第四节 2008-2009年我国二手房市场分析

一、2008年我国二手房市场状况

二、2009年1季度我国二手房市场状况

三、2009年2季度我国二手房市场状况

四、2009年7月我国二手房市场状况

五、2009年8月我国二手房市场状况

第五节 2008-2009年我国写字楼市场分析

一、2008年我国写字楼发展状况

二、2009年1季度我国写字楼发展状况

三、2009年2季度我国写字楼发展状况

四、2009年7月我国写字楼发展状况

五、2009年8月我国写字楼发展状况

第四章 2008-2009年中国房地产行业供需分析

第一节 2008-2009年供给分析及预测

一、2008-2009年供给总量分析及预测

二、2008-2009年供给结构分析及预测

第二节 2008-2009年需求分析及预测

一、2008-2009年需求总量分析及预测

二、2008-2009年需求结构分析及预测

第三节 2008-2009年供需平衡分析及预测

一、2008-2009年供需平衡分析

二、2009-2010年供需平衡预测

#### 第四节 2008-2009年价格分析及预测

一、2008-2009年价格分析

二、2009-2010年价格预测

#### 第五章 2008-2009年重点城市房地产市场分析

##### 第一节 北京房地产市场

一、2008-2009年上海房地产市场分析

二、2008-2009年上海住宅市场分析

三、2008-2009年上海写字楼市场分析

四、2008-2009年上海二手房市场分析

五、2008-2009年上海别墅市场分析

六、2008-2009年上海房价走势分析

##### 第二节 上海房地产市场

一、2008-2009年上海房地产市场分析

二、2008-2009年上海住宅市场分析

三、2008-2009年上海写字楼市场分析

四、2008-2009年上海二手房市场分析

五、2008-2009年上海别墅市场分析

六、2008-2009年上海房价走势分析

##### 第三节 广州房地产市场

一、2008-2009年上海房地产市场分析

二、2008-2009年上海住宅市场分析

三、2008-2009年上海写字楼市场分析

四、2008-2009年上海二手房市场分析

五、2008-2009年上海别墅市场分析

六、2008-2009年上海房价走势分析

##### 第四节 深圳房地产市场

一、2008-2009年上海房地产市场分析

二、2008-2009年上海住宅市场分析

三、2008-2009年上海写字楼市场分析

四、2008-2009年上海二手房市场分析

五、2008-2009年上海别墅市场分析

六、2008-2009年上海房价走势分析



## 第五节 成都房地产市场

- 一、2008-2009年上海房地产市场分析
- 二、2008-2009年上海住宅市场分析
- 三、2008-2009年上海写字楼市场分析
- 四、2008-2009年上海二手房市场分析
- 五、2008-2009年上海别墅市场分析
- 六、2008-2009年上海房价走势分析

## 第六节 杭州房地产市场

- 一、2008-2009年上海房地产市场分析
- 二、2008-2009年上海住宅市场分析
- 三、2008-2009年上海写字楼市场分析
- 四、2008-2009年上海二手房市场分析
- 五、2008-2009年上海别墅市场分析
- 六、2008-2009年上海房价走势分析

## 第七节 武汉房地产市场

- 一、2008-2009年上海房地产市场分析
- 二、2008-2009年上海住宅市场分析
- 三、2008-2009年上海写字楼市场分析
- 四、2008-2009年上海二手房市场分析
- 五、2008-2009年上海别墅市场分析
- 六、2008-2009年上海房价走势分析

## 第二部分 行业竞争格局

### 第六章 房地产行业竞争分析

#### 第一节 房地产市场竞争层次体系探讨

- 一、产品式样竞争
- 二、产品大类竞争
- 三、产品使用价值竞争
- 四、基于消费观念和文化导向的竞争

#### 第二节 2009年我国房地产竞争分析

- 一、2008年房地产市场竞争分析
- 二、2009年房地产市场竞争形势分析
- 三、2009年房地产竞争性的供给市场分析

#### 四、2009年我国房地产市场增加竞争的必要性

### 第三节 2008-2009年中国房地产行业竞争分析及预测

#### 一、2008-2009年集中度分析及预测

#### 二、2008-2009年SWOT分析及预测

#### 三、2008-2009年进入退出状况分析及预测

#### 四、2008-2009年替代品分析及预测

#### 五、2008-2009年生命周期分析及预测

## 第七章 房地产企业竞争策略分析

### 第一节 房地产市场竞争策略分析

#### 一、2009年房地产市场增长潜力分析

#### 二、2009年房地产主要潜力品种分析

#### 三、现有房地产竞争策略分析

#### 四、房地产潜力品种竞争策略选择

#### 五、典型企业产品竞争策略分析

### 第二节 房地产企业竞争策略分析

#### 一、金融危机对房地产行业竞争格局的影响

#### 二、金融危机后房地产行业竞争格局的变化

#### 三、2009-2012年我国房地产市场竞争趋势

#### 四、2009-2012年房地产行业竞争格局展望

#### 五、2009-2012年房地产行业竞争策略分析

#### 六、2009-2012年房地产企业竞争策略分析

## 第八章 房地产重点企业竞争分析

### 第一节 万科企业股份有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2008-2009年经营状况

#### 四、2009-2012年发展战略

### 第二节 保利房地产（集团）股份有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2008-2009年经营状况

#### 四、2009-2012年发展战略

### 第三节 合生创展集团有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2008-2009年经营状况

#### 四、2009-2012年发展战略

### 第四节 北京首都开发控股（集团）有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2008-2009年经营状况

#### 四、2009-2012年发展战略

### 第五节 恒大地产集团有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2008-2009年经营状况

#### 四、2009-2012年发展战略

### 第六节 中国海外发展有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2008-2009年经营状况

#### 四、2009-2012年发展战略

### 第七节 碧桂园控股有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2008-2009年经营状况

#### 四、2009-2012年发展战略

### 第八节 绿城房地产集团有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2008-2009年经营状况

#### 四、2009-2012年发展战略

### 第九节 大连万达集团股份有限公司

#### 一、企业概况

## 二、竞争优势分析

## 三、2008-2009年经营状况

## 四、2009-2012年发展战略

## 第十节 大华（集团）有限公司

### 一、企业概况

### 二、竞争优势分析

### 三、2008-2009年经营状况

### 四、2009-2012年发展战略

## 第三部分 行业前景预测

## 第九章 房地产行业发展趋势分析

### 第一节 我国房地产市场走势分析

#### 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、2009-2012年我国房地产市场走势

### 第二节 房地产业发展趋势与预测

#### 一、我国房地产发展前景

#### 二、我国房地产市场未来趋势的判断

#### 三、2009年中国房地产市场预测

#### 四、2009-2012年我国房地产市场预测

### 第三节 2009-2012年房地产市场趋势分析

#### 一、2008-2009年房地产市场趋势总结

#### 二、2009-2012年房地产发展趋势分析

#### 三、2009-2012年房地产市场发展空间

#### 四、2009-2012年房地产产业政策趋向

#### 五、2009-2012年房地产价格走势分析

## 第十章 未来房地产行业发展预测

### 第一节 2009-2012年全国房地产市场预测

#### 一、2009-2012年全国房地产市场结构预测

#### 二、2009-2012年全国房地产市场需求前景

#### 三、2009-2012年全国房地产市场价格预测

### 第二节 2009-2012年房地产市场预测

- 一、2009-2012年房地产市场结构预测
- 二、2009-2012年房地产市场需求前景
- 三、2009-2012年房地产市场价格预测
- 四、2009-2012年房地产行业集中度预测

#### 第四部分 投资战略研究

### 第十一章 中国房地产行业投融资与并购分析

#### 第一节 中国房地产行业投融资与并购背景分析

- 一、房地产市场进入退出门槛分析
- 二、宏观政策规范完善房地产市场
- 三、一线城市房地产市场情况分析
- 四、二三线城市房地产的需求分析

#### 第二节 中国房地产行业投融资与并购现状分析

- 一、金融与房地产结合发展模式
- 二、房地产投资情况分析
- 三、外资进入房地产市场的特征
- 四、外资关注重点

#### 第三节 中国房地产行业投融资与并购趋势分析

- 一、宏观调控对房地产市场影响趋势
- 二、海外房地产投资基金市场影响力趋势

#### 第四节 中国房地产行业投融资与并购案例比较

- 一、业外资本投融资与并购案例分析
- 二、国际资本投融资与并购案例分析
- 三、业内企业投融资与并购案例分析

### 第十二章 房地产行业投资现状分析

#### 第一节 2008年房地产行业投资情况分析

- 一、2008年总体投资及结构
- 二、2008年投资规模情况
- 三、2008年投资增速情况
- 四、2008年分行业投资分析
- 五、2008年分地区投资分析
- 六、2008年外商投资情况

#### 第二节 2009年上半年房地产行业投资情况分析

- 一、2009年上半年总体投资及结构
- 二、2009年上半年投资规模情况
- 三、2009年上半年投资增速情况
- 四、2009年上半年分行业投资分析
- 五、2009年上半年分地区投资分析
- 六、2009年上半年外商投资情况

### 第十三章 房地产行业投资环境分析

#### 第一节 经济发展环境分析

- 一、2008-2009年我国宏观经济运行情况
- 二、2009-2012年我国宏观经济形势分析
- 三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

#### 第二节 政策法规环境分析

- 一、2009年房地产行业政策环境
- 二、2009年国内宏观政策对其影响
- 三、2009年行业产业政策对其影响

#### 第三节 社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状
- 二、2009年社会环境发展分析
- 三、2009-2012年社会环境对行业的影响分析

### 第十四章 房地产行业投资机会与风险

#### 第一节 房地产行业投资效益分析

- 一、2008-2009年房地产行业投资状况分析
- 二、2009-2012年房地产行业投资效益分析
- 三、2009-2012年房地产行业投资趋势预测
- 四、2009-2012年房地产行业的投资方向
- 五、2009-2012年房地产行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

#### 第二节 影响房地产行业发展的主要因素

- 一、2009-2012年影响房地产行业运行的有利因素分析
- 二、2009-2012年影响房地产行业运行的稳定因素分析
- 三、2009-2012年影响房地产行业运行的不利因素分析
- 四、2009-2012年我国房地产业发展面临的挑战分析

## 五、2009-2012年我国房地产业发展面临的机遇分析

### 第三节 房地产行业投资风险及控制策略分析

#### 一、2009-2012年房地产行业市场风险及控制策略

#### 二、2009-2012年房地产行业政策风险及控制策略

#### 三、2009-2012年房地产行业经营风险及控制策略

#### 四、2009-2012年房地产同业竞争风险及控制策略

#### 五、2009-2012年房地产行业其他风险及控制策略

## 第十五章 房地产行业投资战略研究

### 第一节 房地产业发展战略研究

#### 一、战略综合规划

#### 二、技术开发战略

#### 三、业务组合战略

#### 四、区域战略规划

#### 五、产业战略规划

#### 六、营销品牌战略

#### 七、竞争战略规划

### 第二节 对房地产品牌的战略思考

#### 一、企业品牌的重要性

#### 二、房地产实施品牌战略的意义

#### 三、房地产企业品牌的现状分析

#### 四、房地产企业的品牌战略

#### 五、房地产品牌战略管理的策略

### 第三节 房地产行业投资战略研究

#### 一、2009年房地产行业投资战略

#### 二、2009年房地产行业投资战略

#### 三、2009-2012年房地产行业投资战略

#### 四、2009-2012年细分行业投资战略

## 图表目录

图表：2008年1-12月全国房地产开发投资完成情况

图表：2008年1-12月东部地区房地产开发投资完成情况

图表：2008年1-12月中部地区房地产开发投资完成情况

图表：2008年1-12月西部地区房地产开发投资完成情况

图表：2008年1-12月全国商品房销售情况

图表：2008年1-12月东部地区商品房销售情况

图表：2008年1-12月中部地区商品房销售情况

图表：2008年1-12月西部地区商品房销售情况

图表：2009年1-6月全国房地产开发投资完成情况

图表：2009年1-6月东部地区房地产开发投资完成情况

图表：2009年1-6月中部地区房地产开发投资完成情况

图表：2009年1-6月西部地区房地产开发投资完成情况

图表：2009年1-6月全国商品房销售情况

图表：2009年1-6月东部地区商品房销售情况

图表：2009年1-6月中部地区商品房销售情况

图表：2009年1-6月西部地区商品房销售情况

图表：2008年10月份70个大中城市房屋销售价格指数（一）

图表：2008年10月份70个大中城市房屋销售价格指数（二）

图表：2008年10月份70个大中城市房屋销售价格指数（三）

图表：2008年10月份70个大中城市房屋销售价格指数（四）

图表：2008年10月份70个大中城市房屋销售价格指数（五）

图表：2008年10月份70个大中城市房屋销售价格指数（六）

图表：2008年10月份70个大中城市房屋销售价格指数（七）

图表：2008年10月份70个大中城市房屋销售价格指数（八）

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（一）

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（二）

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（三）

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（四）

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（五）

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（六）

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（七）

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（八）

图表：2008年12月份70个大中城市房屋销售价格指数（一）

图表：2008年12月份70个大中城市房屋销售价格指数（二）

图表：2008年12月份70个大中城市房屋销售价格指数（三）



图表：2008年12月份70个大中城市房屋销售价格指数（四）

图表：2008年12月份70个大中城市房屋销售价格指数（五）

图表：2008年12月份70个大中城市房屋销售价格指数（六）

图表：2008年12月份70个大中城市房屋销售价格指数（七）

图表：2008年12月份70个大中城市房屋销售价格指数（八）

图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（一）

图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（二）

图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（三）

图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（四）

图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（五）

图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（六）

图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（七）

图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（八）

图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（一）

图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（二）

图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（三）

图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（四）

图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（五）

图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（六）

图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（七）

图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（八）

图表：2009年3月份70个大中城市房屋销售价格指数（一）

图表：2009年3月份70个大中城市房屋销售价格指数（二）

图表：2009年3月份70个大中城市房屋销售价格指数（三）

图表：2009年3月份70个大中城市房屋销售价格指数（四）

图表：2009年3月份70个大中城市房屋销售价格指数（五）

图表：2009年3月份70个大中城市房屋销售价格指数（六）

图表：2009年3月份70个大中城市房屋销售价格指数（七）

图表：2009年3月份70个大中城市房屋销售价格指数（八）

图表：2009年4月份70个大中城市房屋销售价格指数（一）

图表：2009年4月份70个大中城市房屋销售价格指数（二）

图表：2009年4月份70个大中城市房屋销售价格指数（三）

图表：2009年4月份70个大中城市房屋销售价格指数（四）

图表：2009年4月份70个大中城市房屋销售价格指数（五）

图表：2009年4月份70个大中城市房屋销售价格指数（六）

图表：2009年4月份70个大中城市房屋销售价格指数（七）

图表：2009年4月份70个大中城市房屋销售价格指数（八）

图表：2009年5月份70个大中城市房屋销售价格指数（一）

图表：2009年5月份70个大中城市房屋销售价格指数（二）

图表：2009年5月份70个大中城市房屋销售价格指数（三）

图表：2009年5月份70个大中城市房屋销售价格指数（四）

图表：2009年5月份70个大中城市房屋销售价格指数（五）

图表：2009年5月份70个大中城市房屋销售价格指数（六）

图表：2009年5月份70个大中城市房屋销售价格指数（七）

图表：2009年5月份70个大中城市房屋销售价格指数（八）

图表：2009年6月份70个大中城市房屋销售价格指数（一）

图表：2009年6月份70个大中城市房屋销售价格指数（二）

图表：2009年6月份70个大中城市房屋销售价格指数（三）

图表：2009年6月份70个大中城市房屋销售价格指数（四）

图表：2009年6月份70个大中城市房屋销售价格指数（五）

图表：2009年6月份70个大中城市房屋销售价格指数（六）

图表：2009年6月份70个大中城市房屋销售价格指数（七）

图表：2009年6月份70个大中城市房屋销售价格指数（八）

图表：2009年7月份70个大中城市房屋销售价格指数（一）

图表：2009年7月份70个大中城市房屋销售价格指数（二）

图表：2009年7月份70个大中城市房屋销售价格指数（三）

图表：2009年7月份70个大中城市房屋销售价格指数（四）

图表：2009年7月份70个大中城市房屋销售价格指数（五）

图表：2009年7月份70个大中城市房屋销售价格指数（六）

图表：2009年7月份70个大中城市房屋销售价格指数（七）

图表：2009年7月份70个大中城市房屋销售价格指数（八）

图表：我国消费者购房的原因

图表：我国消费者对购房方式选择

图表：我国消费者目前居住情况

图表：2009年我国消费者购房计划

图表：我国消费者购房选择的房款支付方式

图表：我国消费者一直未购房的原因

图表：我国消费者选房容易受影响的因素

图表：我国购房消费者的收入情况

图表：我国消费者购房的价位选择

图表：2009年我国有购房计划的消费者所占比例

图表：2009年我国准备二次购房的消费者所占比例

图表：我国消费者购房用途

图表：2009年我国消费者购房选择的区域

图表：2009年我国消费者准备购买何种类型的房屋

图表：2009年我国购房消费者能够接受的价格范围

图表：2009年我国购房消费者预测我国整体房价走势

图表：2009年我国购房消费者家庭月收入状况

图表：2009年我国消费者影响购房的原因

图表：2009年我国购房消费者容易受哪些项目选择的影响

图表：2009年我国消费者选择购房付款方式情况

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200909/26592.html>