



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年西安房地产行业竞争格局与投资战略研究咨询报告

一、调研说明

《2009-2012年西安房地产行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/133763.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

2009年以来，西安房地产市场无论是一级（土地）市场，还是二级（一手销售）市场都出现了价格与成交齐涨的局面，从总成交量来看，二级市场已经超过了2007年历史最高点的同期水平。2009年2季度，市场供应项目明显增多，其中尤其以城北和城西两区域为主，住宅成交都较一季度大幅上涨，中海国际社区、中新浐灞半岛、首创国际城等大盘的继续领跑，也使得成交量区域特征明显；市政府北迁进入实质的区域规划、金融论坛的举行、以及未来世园会的举办等大事件在成功的引导市场的同时也唤醒了古城的投资热情。另外，值得注意的是市场上精装销售逐渐增多，以万科为代表的精装户型除了告别毛坯的可视性初始以外也使得市场竞争趋于品质化时代。2009年来土地市场成交主要以住宅为主，区域浐灞和曲江成交最为活跃，曲江区域以地价260万元/亩，楼板价格在1600元/平方米左右领涨全市，这预示着未来2年内住宅项目居多的浐灞区域和曲江区域为城市房地产板块的外扩提供支持，而土地鲜有成交的城内乃至二环以内价格将会随着供应的减少而上升。即使2008年市场成交萎缩的情况，西安的住宅价格也不曾下跌，从数据统计上来看住宅成交均价从2008年1月至今上涨了10.32%，而成交户型的集中也从2007年的绝对占比90-120m²到目前50-90 m²户型占市场成交的34%，从客户成交面而言投资比例逐渐上升，客户也有绝对占比的本地客户到本省，甚至少部分外地投资客户，西安房价尚存在升值空间而处于价值洼地的预期是促成投资成交的主要原因。

2009年上半年，西安商品房销售量为493.02万平方米，较上年同比增长55.24%；其中，住宅市场销售面积为444.32万平方米，较上年同比上涨58.86%。从2007年下半年西安房价升至历史高位开始，到2008年西安楼市持续一年多的观望调整，再到2009上半年西安楼市开始出现量升价稳、重新焕发活力，西安楼市呈现出比较稳健的市场环境。2009年下半年，西安商品房市场将迎来新一轮开发热，开发量将赶超07年；楼市成交回暖或成定论，但持续走高仍存变数。对未来成交量水平高低产生影响的变数，主要有以下几个方面：面对楼市成交量上升，政策是否会有所转向；面对市场行业开始转好，开发商是否会过度提价；新一轮开发热有可能再次引发新一轮楼市阶段性供大于求的局面，这样一来，供需双方将会再次陷入僵持之中，楼市销量将再次下滑，观望氛围有可能会再次显现，这也构成了第三个影响变数。同时，高端市场的回暖有望成为下半年楼市的亮点；而保障性住房供应量比例加大，其稳定性作用将逐步显现。下半年西安房价将以稳中有升的态势发展。虽然上半年西安房地产市场销量有了明显的回升，但西安开发企业经历08年的销售困境后，为快速消化存量房源，不会贸然太激进的调整售价，与此同时，受通胀预期影响，2009年下半年房价将以稳中有升的态势发展。

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、国家发改委、国

务院发展研究中心、中国房地产协会、西安市统计局、西安市国土资源局、西安市房产管理局、西安市房地产经纪协会、西安房地产业协会及国内外相关报刊杂志的基础信息，全面分析了西安市房地产行业发展的宏观形势、政策、行业总体水平、市场供求现状、市场结构特征。报告汇集了西安及西安主要片区的房地产开发、商品房交易价格、销售和空置状况等重要经济指标；报告涵盖了房地产开发、商品房销售、各主要类型物业、片区房地产、房地产需求规模、房地产政策与住房金融、行业竞争态势以及发展趋势等重要板块的内容；深度分析了西安土地供给市场、住宅市场的供求状况、价格走势、住房消费状况与需求特征以及房地产开发企业的竞争态势；为西安房地产商在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

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 我国房地产市场发展分析

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 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

第三节 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

第四节 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

第五节 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

第六节 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

第七节 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

第八节 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 西安房地产行业发展分析

第二节 西安土地市场分析

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

第二节 西安房地产住宅市场发展现况

一、社会经济环境

二、商品房市场

三、商品住宅市场

四、商品住宅区域市场

第三节 2009年西安房地产消费者调查

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

第四章 西安房地产市场分析

第一节 2008-2009年西安房地产市场分析

- 一、2008年1季度西安房地产市场分析
- 二、2008年2季度西安房地产市场分析
- 三、2008年3季度西安房地产市场分析
- 四、2008年4季度西安房地产市场分析
- 五、2009年上半年西安房地产市场分析

第二节 2008-2009年西安房地产新盘分析

- 一、2008年西安市新开盘项目分析
- 二、2009年1季度西安市新开盘项目分析
- 三、2009年2季度西安市新开盘项目分析
- 四、2009年7月西安市新开盘项目分析
- 五、2009年8月西安市新开盘项目分析

第三节 2008-2009年西安二手房市场分析

- 一、2008年西安二手房市场状况
- 二、2009年1季度西安二手房市场状况
- 三、2009年2季度西安二手房市场状况
- 四、2009年7月西安二手房市场状况
- 五、2009年8月西安二手房市场状况

第四节 2008-2009年西安写字楼市场分析

- 一、2008年西安写字楼发展状况
- 二、2009年1季度西安写字楼发展状况
- 三、2009年2季度西安写字楼发展状况
- 四、2009年7月西安写字楼发展状况
- 五、2009年8月西安写字楼发展状况

第五章 2008-2009年中国西安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

第二部分 行业竞争格局

第六章 西安房地产行业竞争分析

第一节 2009年我国房地产竞争分析

一、2009年房地产市场竞争形势分析

二、2009年房地产竞争性的供给市场分析

三、2009年我国房地产市场增加竞争的必要性

第二节 2009年西安房地产竞争分析

一、2008年西安房地产市场竞争情况分析

二、2009年西安房地产竞争性的供给市场

三、2009年西安房地产市场竞争形势分析

第三节 2008-2009年中国西安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 西安房地产企业竞争策略分析

第一节 西安房地产市场竞争策略分析

一、2009年西安房地产市场增长潜力分析

二、2009年西安房地产主要潜力品种分析

三、现有西安房地产竞争策略分析

四、西安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 西安房地产企业竞争策略分析

一、金融危机对西安房地产行业竞争格局的影响

二、金融危机后西安房地产行业竞争格局的变化

三、2009-2012年我国西安房地产市场竞争趋势

四、2009-2012年西安房地产行业竞争格局展望

五、2009-2012年西安房地产行业竞争策略分析

六、2009-2012年西安房地产企业竞争策略分析

第八章 西安房地产重点企业竞争分析

第一节 西安翔宇地产

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 陕西宏腾实业

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 海润国际

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 陕西鑫邦房地产

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 陕西恒泰房地产

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 西安海佳房地产

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 西安顶益房地产开发有限公司

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 华捷公司

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 陕西佳家房地产开发公司

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 龙安公司

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 西安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年西安房地产市场趋势分析

- 一、2008-2009年西安房地产市场趋势总结
- 二、2009-2012年西安房地产发展趋势分析
- 三、2009-2012年西安房地产市场发展空间
- 四、2009-2012年西安房地产产业政策趋向
- 五、2009-2012年西安房地产价格走势分析

第十章 未来西安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年西安房地产市场预测

- 一、2009-2012年西安房地产市场结构预测
- 二、2009-2012年西安房地产市场需求前景
- 三、2009-2012年西安房地产市场价格预测
- 四、2009-2012年西安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 西安房地产行业投资现状分析

第一节 2008年西安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年上半年西安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 西安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年西安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 西安房地产行业投资机会与风险

第一节 西安房地产行业投资效益分析

- 一、2008-2009年西安房地产行业投资状况分析
- 二、2009-2012年西安房地产行业投资效益分析
- 三、2009-2012年西安房地产行业投资趋势预测
- 四、2009-2012年西安房地产行业的投资方向
- 五、2009-2012年西安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 影响西安房地产行业发展的主要因素

- 一、2009-2012年影响西安房地产行业运行的有利因素分析
- 二、2009-2012年影响西安房地产行业运行的稳定因素分析
- 三、2009-2012年影响西安房地产行业运行的不利因素分析
- 四、2009-2012年我国西安房地产行业发展面临的挑战分析
- 五、2009-2012年我国西安房地产行业发展面临的机遇分析

第三节 西安房地产行业投资风险及控制策略分析

- 一、2009-2012年西安房地产市场风险及控制策略

- 二、2009-2012年西安房地产行业政策风险及控制策略
- 三、2009-2012年西安房地产行业经营风险及控制策略
- 四、2009-2012年西安房地产同业竞争风险及控制策略
- 五、2009-2012年西安房地产行业其他风险及控制策略

第十五章 西安房地产行业投资战略研究

第一节 西安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 对西安房地产品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、西安房地产实施品牌战略的意义
- 三、西安房地产企业品牌的现状分析
- 四、西安房地产企业的品牌战略
- 五、西安房地产品牌战略管理的策略

第三节 西安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年西安房地产行业投资战略
- 三、2009-2012年西安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：西安市消费者购房的原因

图表：西安市消费者对购房方式选择

图表：西安市消费者目前居住情况

图表：2009年西安市消费者购房计划

图表：西安市消费者购房选择的房款支付方式

图表：西安市消费者一直未购房的原因

图表：西安市消费者选房容易受影响的因素

图表：西安市购房消费者的收入情况

图表：西安市消费者购房的价位选择

图表：2009年西安市有购房计划的消费者所占比例

图表：2009年西安市准备二次购房的消费者所占比例

图表：西安市消费者购房用途

图表：2009年西安市消费者购房选择的区域

图表：西安市消费者购房选择的居住环线位置

图表：2009年西安市消费者准备购买何种类型的房屋

图表：2009年西安市购房消费者能够接受的价格范围

图表：2009年西安市购房消费者预测西安整体房价走势

图表：2009年西安市购房消费者家庭月收入状况

图表：2009年西安市消费者影响购房的原因

图表：2009年西安市购房消费者容易受哪些项目选择的影响

图表：2009年西安市消费者选择购房付款方式情况

图表：2008年西安楼盘销售排行榜

图表：2009年西安市主城区新发预售证

图表：2009年1-8月西安市主城区商品房供需套数

图表：2009年1-8月西安市主城区商品房供需面积

图表：2009年1-8月西安市主城区商品房户均面积

图表：2009年8月1-10日西安各种物业房源销售情况

图表：2009年8月1-10日西安各行政区成交情况

图表：2009年8月1-10日西安各城区成交情况

图表：2009年8月1-10日西安市各行政区二手房成交量

图表：2009年8月1-10日西安市主城区新开楼盘一览

图表：2009年8月1-10日西安市各行政区开盘情况

图表：2009年8月1-10日西安主城区新开楼盘价格情况

图表：2009年8月1-10日西安郊区新开楼盘

图表：2009年8月1-10日西安市媒体广告开盘信息投放情况

图表：2009年1-6月西安市二手房成交量走势图

图表：2009年1-6月西安市各区域二手房成交均价走势图

图表：2009年1-6月西安市各环线间二手房成交量分布图

图表：2009年1-6月西安市二手房买卖交易套型分布图

图表：2009年1-6月西安市二手房购买人群年龄分布图

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/133763.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。