

2023年 青年置业报告

YOUTH REAL ESTATE REPORT



58 安居客研究院
58 ANJUKE INSTITUTE



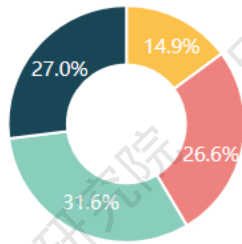
- 在青年人的人生旅途中，置业安家是一件不可忽视的大事，如何在城市中实现买房安居的梦想，成为了青年们关注的重要话题。
- 本次青年置业报告聚焦于5年内有置业需求的青年，其出生年份在1985-2005年，工作城市分布在一线城市及部分热门二线城市，男女占比各半。情感婚姻方面，参与调研的青年中有52.2%已婚已育，19.9%现阶段为单身。
- 本报告旨在讨论城市工作生活的青年们的置业原因及需求，找房选房时的倾向及意愿，资金压力与难点挑战，以及青年们的日常生活等。
- 调研数据显示，在这些5年内有置业需求的青年中，46.5%的青年打算在1-2年内买房，改善目前的居住环境是青年们购房的主要原因。青年置业选择房源时，地理位置、小区周边配套、交通情况、房屋价格、小区内部环境、面积户型等都是青年购房者关注的因素。对于小区内部，青年们选房时最注重小区的安全防范情况。总价在100-200万、三居室的房源最受青年们的欢迎。多数青年希望购买新房，对于装修情况并无明显倾向。
- 对于置业过程中的困难与挑战，资金不足和购房相关知识及信息的匮乏是青年们置业路上的难题。买房时，有35.9%的青年们选择希望支付三成首付，这样对于自身的经济压力相对较小。
- 青年们每月的支出集中在餐饮美食、生活日用方面。今年参与调研的青年中，有45.7%的青年表示今年宅在家的时间与去年相比有所减少，青年们出门的意愿有明显增加。休息在家时，手机依然是青年们最常使用的电子产品，对于客厅及主卧的改善需求较高；希望家中能添加提高家务效率、生活环境质量及增加舒适度的居家产品。
- 在新的一年里，青年们最大的希望是健健康康，平安顺利，希望拥有美好的未来，达成新年目标，成就梦想。

青年 基本画像



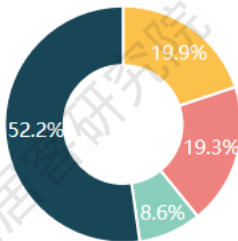
青年年龄段及情感婚恋

青年的年龄段分布情况



00后 (2000-2005) 95后 (1995-1999)
90后 (1990-1994) 85后 (1985-1989)

青年的情感婚姻情况



单身 未婚, 恋爱中
已婚, 未育 已婚, 已育

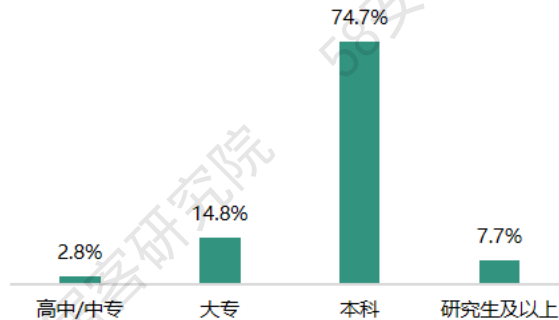
涉及城市

一线城市	
北京	广州
上海	深圳
热门二线城市	
成都	武汉
杭州	南京
重庆	天津
西安	郑州
苏州	长沙

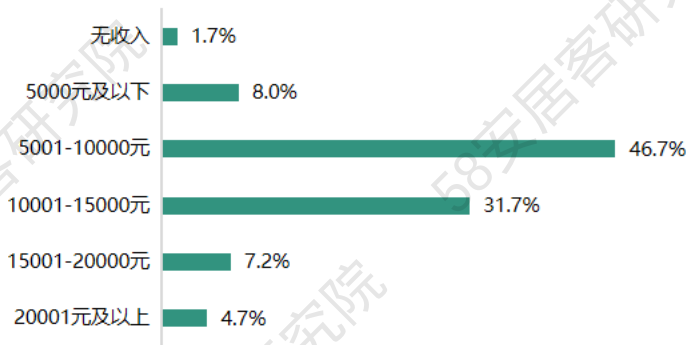
- 本次参与调研的是1985-2005年出生的青年，90年代生人（1990-1999年）占比58.2%，工作城市分布在一线城市及部分热门二线城市，男女占比各半。情感婚姻方面，参与调研的青年中有52.2%已婚已育，19.9%现阶段为单身。

青年学历及月收入

青年的学历分布情况



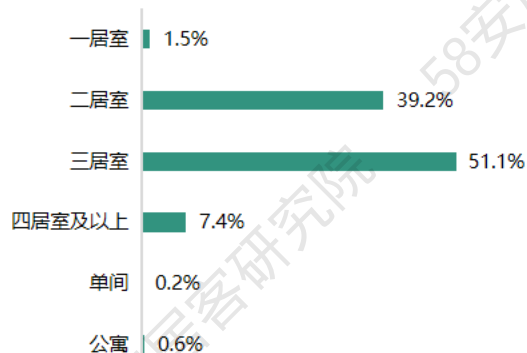
青年的月收入分布情况



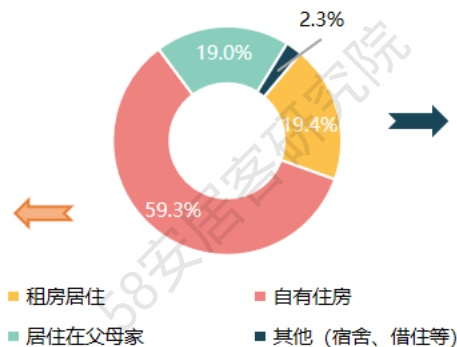
- 参与调研的青年学历以本科为主，占比74.7%。收入方面，46.7%的青年的月收入范围在5001-10000元，31.7%的青年的月收入在10001-15000元。

青年居住情况

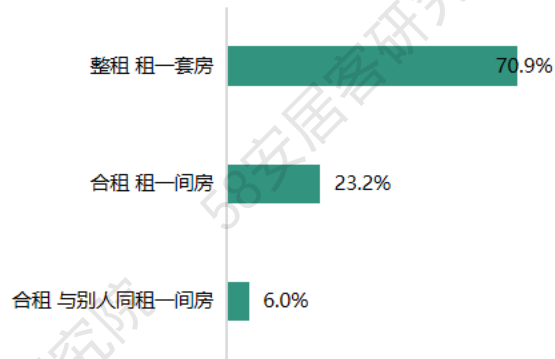
自有住房青年的居住空间



青年居住情况



租房居住青年的居住空间



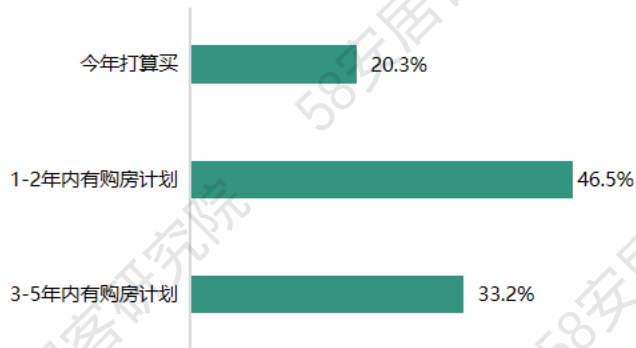
- 参与调研的青年中，有59.3%的青年自有住房，其中有超半数自有住房青年的居住空间为三居室，39.2%自有住房的青年居住在二居室。有19.4%的青年目前租房居住，其中70.9%的租房青年整租一套房居住，23.2%的租房青年与人合租且租其中一间房居住。

青年 置业趋势

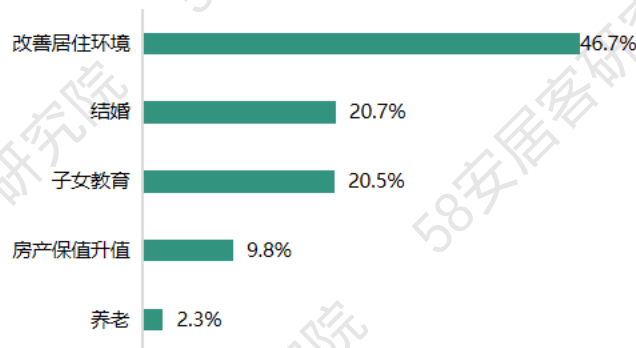


置业原因：改善居住环境成为青年置业主要动力

青年的购房规划

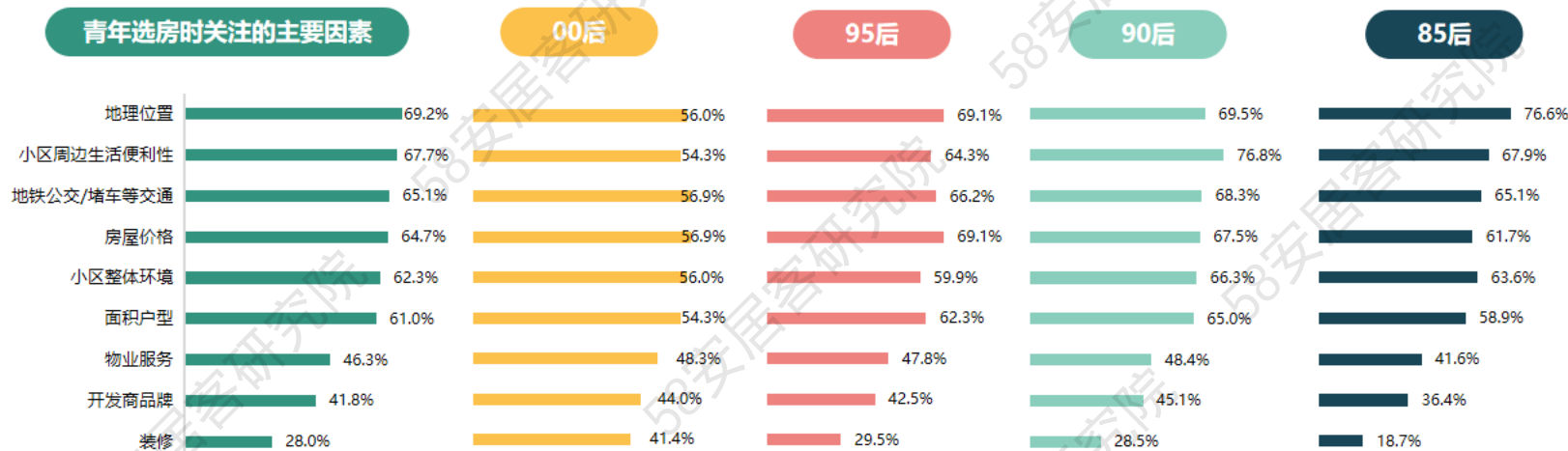


青年置业的主要原因



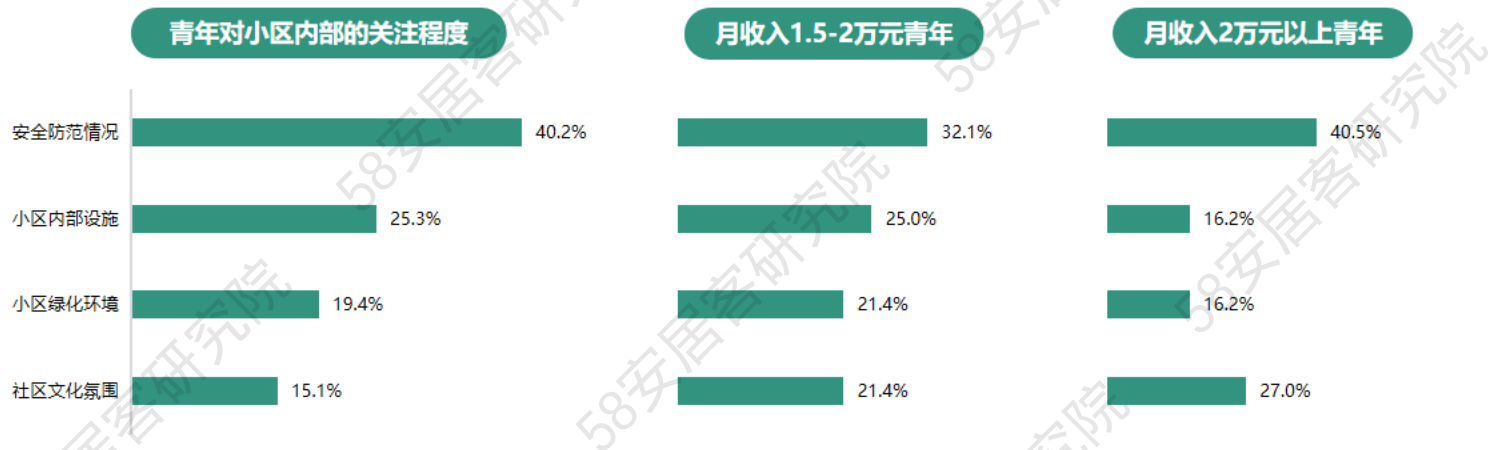
- 本次调研针对在五年内有置业计划的青年。在这些打算五年内买房的青年中，46.5%的青年打算在1-2年内买房，33.2%的青年在3-5年内有购房计划；约两成青年的置业需求较为急切，打算在今年内购房。
- 改善目前的居住环境是青年们购房的主要原因，有46.7%的青年选择了此项；因为结婚、子女教育而购房的青年们占比分别在20%左右；出于房产保值升值而购房的青年们占比不足一成。

选房因素：85后关注地理位置 90后注重周边配套



- 青年置业选择房源时，地理位置、小区周边配套、交通情况、房屋价格、小区内部环境、面积户型等都是青年购房者关注的因素。
- 从不同年龄段来看，85后青年对房屋的地理位置最为重视，90后青年则更多关注小区周边的生活配套的便利性；95后青年则对于地理位置和房屋价格同样关注。

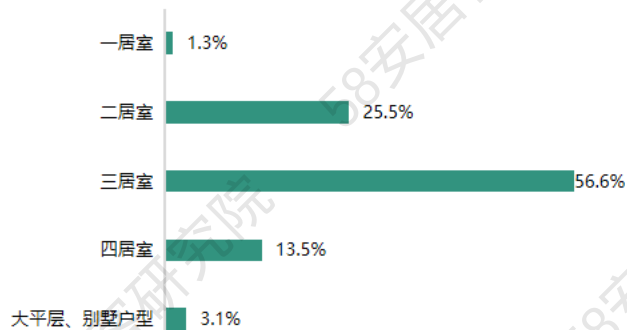
小区环境：青年注重小区安全防范情况



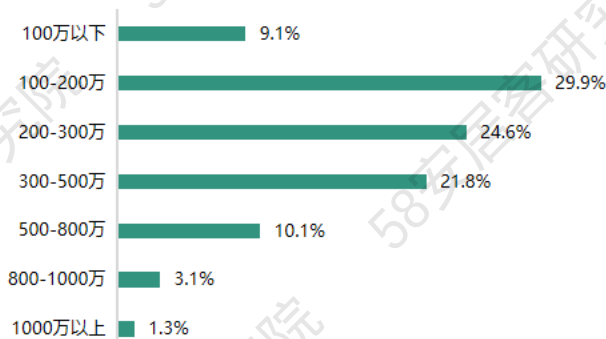
- 对于小区内部，青年们选择房源时最注重小区的安全防范情况。青年人希望家是个温暖放松的地方，对于小区的安全防范的要求相对较高。值得关注的是，对于月收入在1.5万元以上的青年，他们对于社区文化氛围的关注度有所提高。

■ 户型总价：100-200万、三居室房源最受青年欢迎

青年倾向选择的居室户型



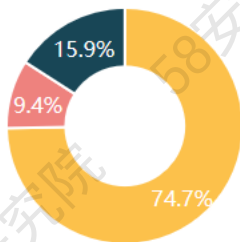
青年倾向选择的房源总价



- 在户型方面，青年们依然更愿意选择购买三居室房源，选择此项的青年占比**56.6%**；自有住房的青年选择四居室及以上大户型的倾向性更高，有**23.1%**的自有住房青年希望购买四居室及以上的大户型。
- 房源总价方面，选择**100-200万**的青年占比**29.9%**，由于不同城市的房价各异，上海青年更多倾向购买**500-800万**的房源，北京、广州选择购买**300-500万**房源的青年相对更多，郑州、天津、武汉、苏州、西安、重庆等城市的青年则倾向选择**100-200万**的房源。

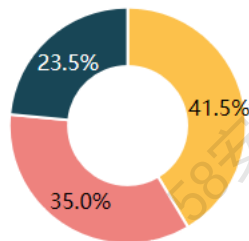
房源选择：青年多希望购买新房 装修与否并无明显倾向

青年倾向选择的房源新旧情况



■ 新房 ■ 二手房 ■ 没有特别的需求

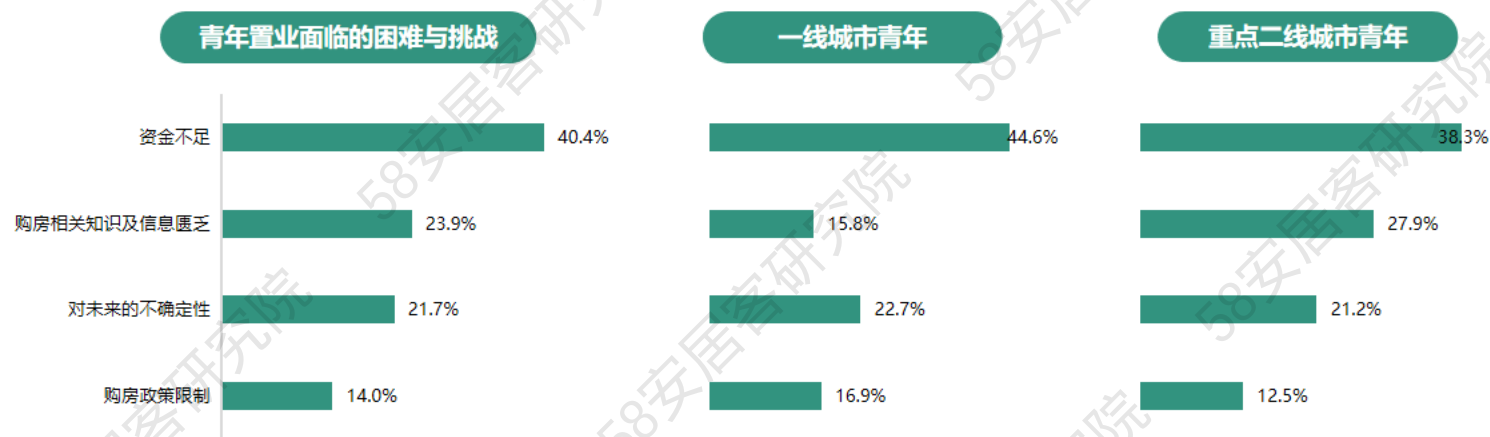
青年倾向选择的房源装修情况



■ 毛坯房 ■ 装修房 ■ 没有特别的需求

- 青年多倾向于购买新房，占比74.7%，选择倾向购买二手房的青年占比仅9.4%。
- 而装修方面，青年们并没有体现出明显的倾向性，选择倾向购买毛坯房的青年们占比41.5%，倾向购买装修房的青年们占比35.0%。

困难挑战：资金不足和购房相关知识匮乏是青年置业路上的难题



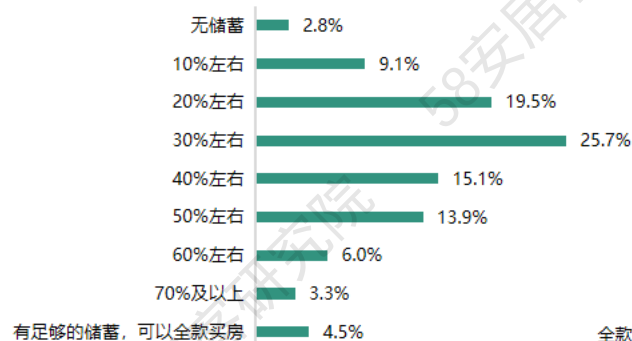
- 对于置业过程中的困难与挑战，有40.4%的青年选择了资金不足。青年们处于职业发展初期及起步的阶段，其收入水平往往难以与心仪的房源价格相匹配，这造成了青年们置业路上的最大阻碍。此外，购房相关知识及信息的匮乏也是青年们置业路上的难题。买房过程中，青年们需要了解楼盘相关的基本知识和购房流程，如房源类型、产权属性、贷款、税费、合同等，以及价格波动和市场动态，这就需要青年们借助一些专业平台或机构，获取更多的信息和服务，为购房决策提供参考和保障。
- 不同城市级别来看，一线城市工作生活的青年除了资金不足外，对于未来的不确定性也是青年置业路上的难题。

数据来源：58安居客研究院调研

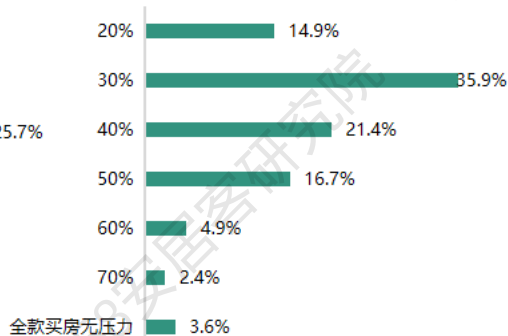
<https://ai.anjuke.com/>

存款首付：希望支付三成首付 与另一半共同承担首付压力

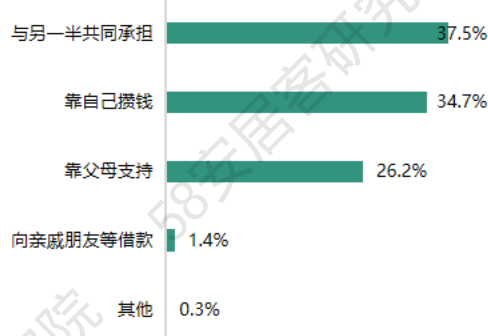
青年目前存款可支付的首付比例



青年希望支付的首付比例

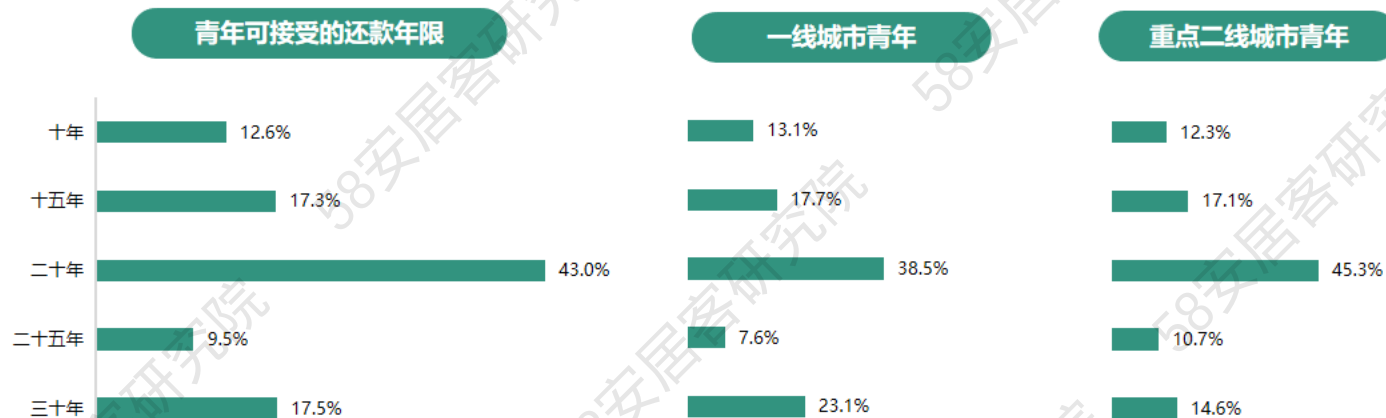


首付资金的主要来源



- 从青年们目前的存款来看，有68.5%的青年拥有可以支付30%及以上首付的存款，但选择希望支付三成首付的青年占比最高，37.5%的青年选择将与另一半共同承担首付。青年们并不希望因为买房掏空自己的存款，选择合适的首付比例、与另一半共同分担首付，这样对于自身的经济压力相对较小。

还款年限：43.0%的青年能接受二十年的还款年限

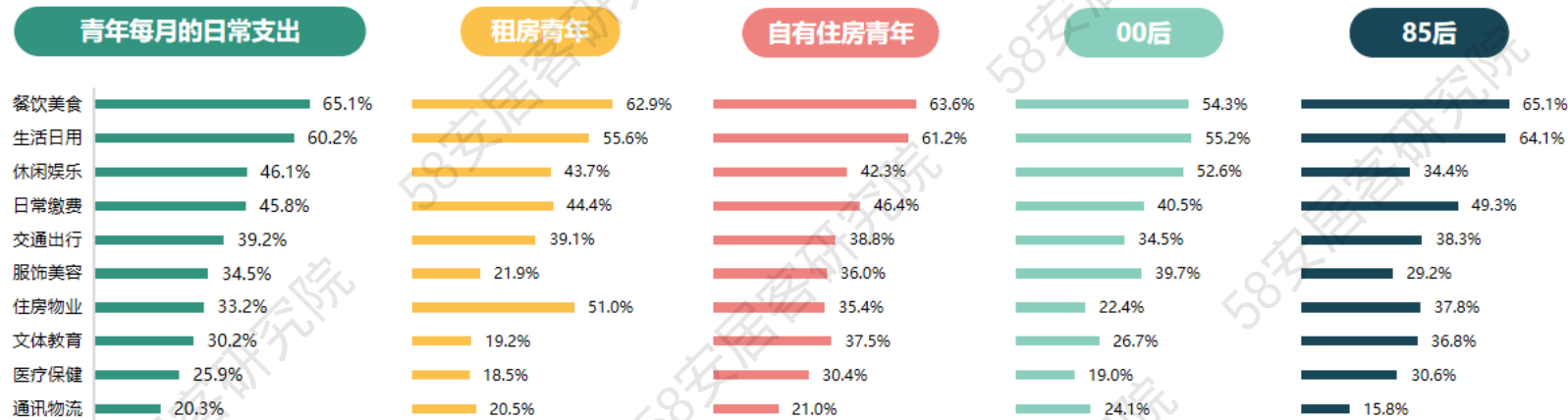


- 43.0%的青年能接受二十年的还款年限，选择三十年还款年限的青年们占比17.5%。
- 一线城市的青年中，选择三十年还款年限的青年占比23.1%，高于重点二线城市青年。

青年 日常生活



日常支出：餐饮美食、生活日用成为青年日常主要开销

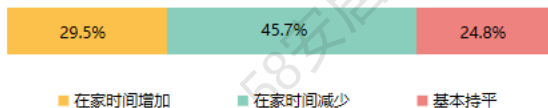


- 青年们每月的支出集中在餐饮美食、生活日用方面，选择这两项的青年占比均超过了60%。除去两项主要开销，租房居住的青年中，有51.0%的人主要的日常支出在住房物业上面，可见租金对于租房青年来说是一笔不小的开支。自有住房的青年中，日常缴费的支出排在第三位，对于休闲娱乐的消费需求没有那么强烈。
- 从年龄段上看，除去两项主要开销，95后、00后的青年们相对更注重休闲娱乐、服饰美容等增加身心愉悦度的消费，而90后、85后等青年们则相对更注重日常缴费、住房物业、文体教育等侧重生活、儿童教育等方面的花销。

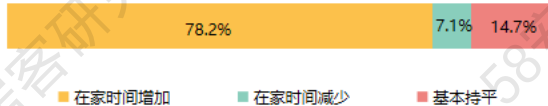
空闲时光：宅家时间明显减少 进行户外休闲娱乐的意愿增加

与去年相比，青年在家的时间

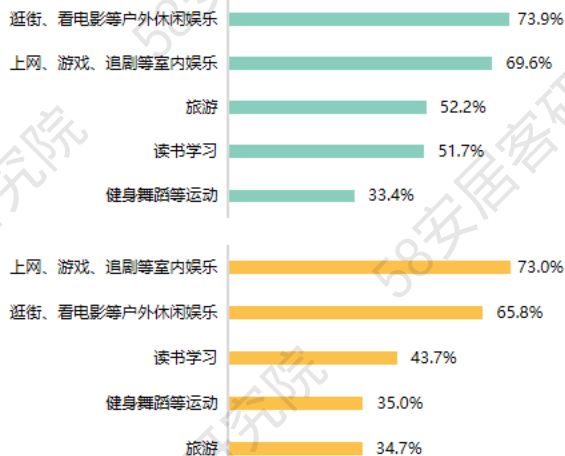
2023年



2022年



青年空余时间在做什么

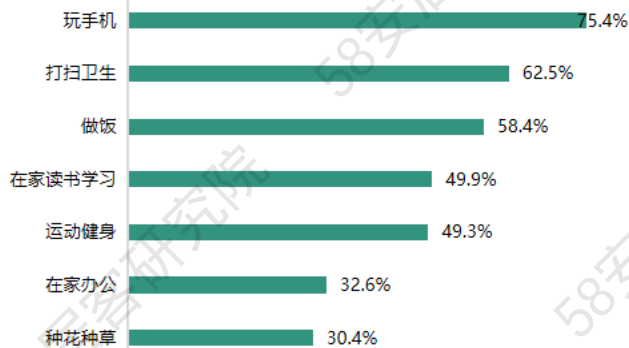


- 2023年参与调研的青年中，有45.7%的青年表示今年宅在家里的时间与去年相比有所减少，青年们更愿意出门走走，去看看大千世界，领略不一样的风景。
- 在空闲的时候，青年们多愿意从事逛街、看电影等户外休闲娱乐项目，上网、游戏、追剧等室内娱乐排在第二位。此外，选择旅游的青年们占比从2022年的34.7%增加到了2023年的52.2%，青年们出门的意愿有明显增加。

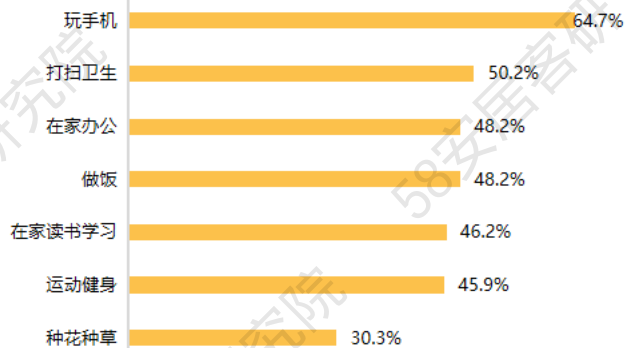
居家活动：以玩手机等放松休闲活动为主

青年在家从事的活动

2023年



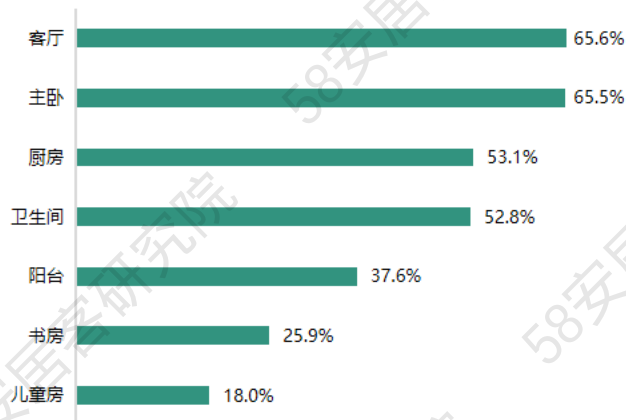
2022年



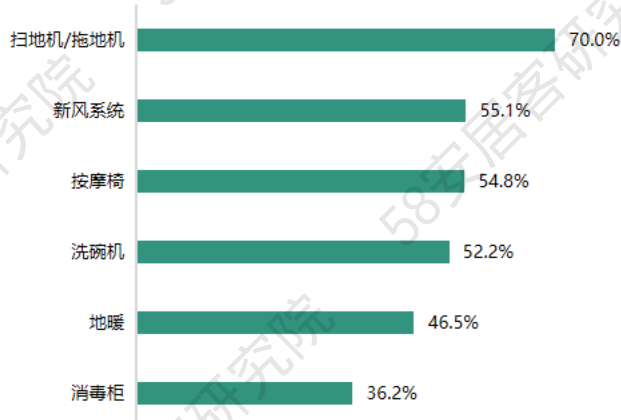
- 休息在家时，手机依然是青年们最常使用的电子产品，占据青年大部分的居家时光。与2022年相比，青年们在家办公的占比有明显减少，家回归其居住休息的属性，放松玩耍、打扫卫生、做饭等成为青年们在家时的主要活动。

居住空间：青年对于客厅及主卧的改善需求较高

青年希望改善的居住空间



能提高居家幸福感的家具/家电是



- 本次参与调研的青年，对于客厅及主卧的改善需求较高；对于家具家电的需求，青年们表示希望拥有扫地机/拖地机、新风系统、按摩椅、洗碗机等提高家务效率、生活环境质量及增加舒适度的居家产品。

[illegible]

- 2022早已过去，2023迎来新的一年。在这一年，青年们最大的希望是健健康康，平安顺利，希望拥有美好的未来，达成新年目标，成就梦想。

1.数据来源：58安居客研究院报告数据基于市场公开信息、58同城网站及安居客网站自有监测数据、历史沉淀大数据等。

2.数据周期及指标说明：报告整体时间段：2023.03-2023.04（具体数据指标参考各页标注）

3.版权声明：58安居客研究院（以下简称“本机构”）是上海瑞家信息技术有限公司及北京五八信息技术有限公司等关联公司（以下简称“本公司”）旗下的内部组织，凡属本机构的权责，上海瑞家信息技术有限公司和北京五八信息技术有限公司其中任一公司均可单独负责或共同负责。本报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权归属于本公司。本机构有权随时对报告内容予以补充、更正或修订。未经本公司书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、抄袭和改编，否则本公司有权进行维权保护自身权益。如引用、转载，需注明出处为58安居客研究院，且引用、转载不得悖于本报告原意或引起消费者误解。未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

4.免责条款：本报告内容由58安居客研究院整理制作，文中观点系本机构结合相关信息数据和行业经验所述，力求公正、客观的为用户和市场提供更多参考。因受数据获取资源的局限性以及信息数据时效性的限制，报告所述的资料、观点及推测仅反映本报告初次公开发布时的意见，任何机构或个人援引或基于上述数据所采取的任何行为所造成的法律后果以及引发的争议皆由行为人自行承担。本公司对此不承担任何担保或保证责任。报告中的任何表述，均应从严格经济学意义上理解，并不含有任何道德、政治偏见或其他偏见，用户也不应该从这些角度加以解读，本公司对任何基于这些偏见角度理解所可能引起的后果不承担任何责任，并保留采取行动保护自身权益的一切权利。

- 
- 👤 | 58安居客研究院院长:张波
58安居客研究院高级分析师:代金玲
 - ✉ | 联系方式:zhangbo_ajk@58.com
 - 📍 | 地址:上海浦东新区平家桥路100弄6号
晶耀前滩商务广场T7幢18-21层