



光明学术文库
GUANGMING ACADEMIC SERIES

尹卫红 李雪妍/著

宜居北京 消费者行为调查研究



YIJU BEIJING XIAOFEIZHE
XINGWEI DIAOCHA YIANJIU

光明日报出版社



光明学术文库
GUANGMING ACADEMIC SERIES

尹卫红 李雪妍/著

宜居北京 消费者行为调查研究



YIJU BEIJING XIAOFEIZHE
XINGWEI DIAOCHA YIANJIU

光明日报出版社

图书在版编目(CIP)数据

宜居北京消费者行为调查研究/尹卫红,李雪妍著. —北京:光明日报出版社,2008.6
(光明学术文库)

ISBN 978 - 7 - 80206 - 589 - 5

I. 宜… II. ①尹…②李… III. 消费者—行为—调查报告—北京市
IV. F127.1 F713.55

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 048737 号

宜居北京消费者行为调查研究

作 者: 尹卫红 李雪妍 著

出 版 人: 朱 庆

责任编辑: 田 军

责任校对: 徐为正

封面设计: 何成宝

责任印制: 胡 骑 宋云鹏

出版发行: 光明日报出版社

地 址: 北京市崇文区珠市口东大街 5 号, 邮编: 100062

电 话: 010 - 67078234 (咨询), 67078945 (发行), 67078235 (邮购)

传 真: 010 - 67078227, 67078233, 67078255

网 址: <http://book.gmw.cn>

E - mail: gmcbs@gmw.cn

法律顾问: 北京昆仑律师事务所陶雷律师

印 刷: 北京新丰印刷厂

装 订: 北京新丰印刷厂

本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社联系调换

开本: 690 × 975 毫米 1/16

字数: 255 千字

版次: 2008 年 6 月第 1 版

书号: ISBN 978 - 7 - 80206 - 589 - 5

定价: 35.00 元

印张: 17.25

印次: 2008 年 6 月第 1 次印刷



序

尹卫红同志是北大地理系八七级一位勤奋好学的校友，修过我开的城市地理学课。记得我在讲城市地理学发展简史时，都会讲到二战以后西方城市地理学新思潮层出不穷的繁荣兴旺局面。从重视应用计量方法的区位学派，到重视个人行为决策的行为学派和重视社会制度分析的结构主义学派，随后又有人本主义和后现代主义学派，等等。“你刚唱罢我登场”，一个接一个。别看他们争论时的火药味很浓，其实在研究视角和方法论上，我更强调他们不是互相排斥的，而是互相补充的。

也许受此影响，尹卫红同志在北大时就选学了北大经济系社会经济统计课和社会学系的课程。后来她在北京联大应用文理学院（原北大分校）任教，还讲授空间经济数学方法课程。我还支持她申请主持了北京哲学社会科学95规划（青年）项目“《数学方法在城市规划中的应用》小型专家系统”。2004年底，她给我送来商务印书馆出版的《区域经济分析方法》一书，并且赧然地说，十年教学才凑成了这半本书。我很高兴，鼓励她认真真做这方面的工作，因为数量方法在地理学研究中确实非常重要。

时值2007年底，她又告诉我有一本宜居北京的调查分析报告成稿了，希望我能为此书写个序。当时我正处于化疗中途的恢复阶段，学生的进步使我为之振奋，但是我对她说我还没有精力仔细阅读全书，如果一定要我写，只能简单写几句鼓励的话。

粗略了解本书的内容后，我觉得本书最大的一个特点是有8000份北京居民问卷调查做支撑，结合统计分析得到了北京市居民居住现状、消费心理、消费行为和住房需求等多方面、多层次的结论或认识。这样大规模扎实的行为样本调查并不多见。书中不仅公布了问卷调查表，而且公开了所有的原始调查数据，量大而详实，可以成为深入研究相关问题不可多得的平台。例如，给样本增加一个区位（圈层）特征，我想也许还可以发现许多要素有价值的



空间差异。我对城市研究常常困于获得有价值的第一手资料深有体会，因此，我非常赞赏此书作者无保留向学界贡献这批数据的拳拳之心。

我热切期望作者及团队在此基础上进行更深入的理论提炼工作，真正探寻我国城市发展、城市居民行为特征规律，为城市发展服务。更盼望读者和相关研究工作者关注和利用此项成果，相互交流，使研究继续深化。

周一星

2007 年 12 月于蓝旗营



CONTENTS

目 录

总 论

第一章 消费者居住需求调查研究综述 /1

- 一、调查方案设计 /2
- 二、调查问卷设计 /3
- 三、评价单元与调查区域确定 /5
- 四、抽样方法与调查样本量确定 /5
- 五、调查执行与问卷数据搜集 /7
- 六、问卷数据审核整理 /8

第二章 消费者居住需求空间特征研究 /10

- 一、购房期望地区的空间分析 /10
- 二、预期购房者的空间分布分析 /13
- 三、期望购房面积的空间分析 /14
- 四、住房需求产品的空间分析 /15

第一篇 宜居北京的消费者主体

第三章 消费者特征总体分析 /17

- 一、年龄 /17



二、性别	/18
三、家庭构成	/18
四、学历	/19
五、职业	/20
六、职位	/20
七、家庭收入	/21
第四章 消费者特征相关分析	/22
一、年龄与学历	/22
二、年龄与职位	/23
三、年龄与家庭收入	/24
四、学历与职业	/25
五、学历与职位	/26
六、家庭构成与家庭收入	/27
第五章 现状住房面积分析	/28
一、现状住房面积	/28
二、当时购买价格	/29
三、对购买价格的评价	/30
四、住房面积与年龄	/30
五、住房面积与家庭构成	/31
六、住房面积与学历	/32
七、住房面积与职业	/33
八、住房面积与职位	/34



九、住房面积与家庭收入	/35
-------------	-----

第六章 现状住房性质分析 /37

一、现状住房性质	/37
二、住房性质与年龄	/38
三、住房性质与学历	/39
四、住房性质与职位	/40
五、住房性质与家庭收入	/40

第七章 拥有住房情况分析 /42

一、拥有住房套数	/42
二、拥有住房套数与年龄	/43
三、拥有住房套数与学历	/43
四、拥有住房套数与职位	/44
五、拥有住房套数与家庭收入	/45

第二篇 宜居北京的消费者心理与行为

第八章 出行与交通工具分析 /47

一、上下班时间	/47
二、主要交通工具	/49
三、上下班时间与主要交通工具	/50
四、主要交通工具与家庭构成	/52
五、主要交通工具与家庭收入	/53

- 六、主要交通工具与学历 /54
- 七、主要交通工具与职位 /56

第九章 住房搬迁分析 /57

- 一、是否搬过家 /57
- 二、搬家次数 /58
- 三、搬家时间 /59
- 四、搬家原因 /60
- 五、搬家与主要交通工具 /61
- 六、搬家与职业 /64
- 七、搬家与家庭收入 /68
- 八、搬家次数与拥有住房套数 /71

第十章 生活态度与购房态度分析 /73

- 一、最倾向的购房和居住观点 /73
- 二、工作与生活态度 /75
- 三、双休日活动 /78
- 四、购房影响因素 /81
- 五、对房价预期 /82

第十一章 物业管理水平评价分析 /85

- 一、对物业管理的满意程度 /85
- 二、物业管理在购房影响因素中的排名 /89
- 三、不同年龄段的购房者对物业管理重要程度的认识 /92



四、不同学历的购房者对物业管理重要程度的认识	/95
五、不同职位的购房者对物业管理重要程度的认识	/96
六、不同职业的购房者对物业管理重要程度的认识	/96
七、不同家庭收入的购房者对物业管理重要程度的认识	/98

第三篇 宜居北京的消费者承受能力

第十二章 置业计划与目的分析 /99

一、是否计划置业	/99
二、置业目的	/100
三、不置业原因	/101
四、置业计划与年龄	/102
五、置业计划与学历	/104
六、置业计划与职业	/106
七、置业计划与职位	/108
八、置业计划与家庭收入	/110
九、置业计划与现拥有住房状况	/112

第十三章 房价承受能力分析 /115

一、能承受的总价	/115
二、能承受的首期款	/117
三、能承受的月供	/119
四、总价与年龄	/120



五、总价与学历	/122
六、总价与职业	/123
七、总价与职位	/125
八、总价与家庭收入	/127
九、总价与交通工具	/128

第十四章 付款方式分析	/131
一、倾向的付款方式	/132
二、付款方式与年龄	/133
三、付款方式与学历	/134
四、付款方式与职业	/135
五、付款方式与职位	/137
六、付款方式与家庭收入	/138
七、付款方式与交通工具	/140

第十五章 通勤时间分析	/142
一、能承受的最大通勤时间	/142
二、能承受的最大通勤时间与年龄	/143
三、能承受的最大通勤时间与学历	/145
四、能承受的最大通勤时间与职业	/146
五、能承受的最大通勤时间与职位	/147
六、能承受的最大通勤时间与家庭收入	/148
七、能承受的最大通勤时间与交通工具	/149



第四篇 宜居北京的居住产品需求

第十六章 期望户型分析 /152

- 一、期望户型 /152
- 二、特殊功能间要求 /156
- 三、期望户型与年龄 /157
- 四、期望户型与家庭结构 /161
- 五、期望户型与家庭收入 /164
- 六、期望户型与学历 /167
- 七、期望户型与职业 /170
- 八、期望户型与职位 /173

第十七章 期望面积分析 /177

- 一、期望户型面积 /177
- 二、期望户型面积与年龄 /178
- 三、期望户型面积与学历 /180
- 四、期望户型面积与职业 /182
- 五、期望户型面积与购房者职位 /183
- 六、期望户型面积与家庭收入 /185
- 七、期望户型面积与家庭结构 /187

第十八章 建筑风格分析 /190

- 一、对建筑风格的偏好 /190
- 二、建筑风格与年龄 /192
- 三、建筑风格与学历 /193



四、建筑风格与职业	/195
五、建筑风格与家庭构成	/196
六、建筑风格与家庭收入	/198
七、建筑风格与交通工具	/199
第十九章 产品类型分析	/201
一、喜欢的住宅类型	/201
二、住宅类型与年龄	/202
三、住宅类型与学历	/203
四、住宅类型与职业	/205
五、住宅类型与家庭收入	/206
六、住宅类型与家庭结构	/208
第二十章 朝向分析	/210
一、最在意朝向的房间	/210
二、朝向与年龄	/211
三、朝向与学历	/213
四、朝向与职业	/214
五、朝向与家庭构成	/216

第五篇 宜居北京的居住需求背景

第二十一章 居民总体特征与背景分析	/219
一、GDP 指标	/219



二、社会消费品零售总额	/220
三、城镇居民可支配收入	/221
四、消费价格指数	/222
五、人口构成	/225
六、家庭构成	/226
七、职业构成	/227
八、学历构成	/227

第二十二章 商品房开发与居民住房水平分析 /228

一、商品房开发	/228
二、商品房销售	/229
三、商品房价格	/231
四、个人购房比例	/231
五、居住面积	/232
六、成套率	/233
七、居住条件改善情况	/233
八、北京市住房区域背景分析	/234

附 录 /236

附录一 宜居北京消费者行为调查问卷	/236
附录二 宜居北京消费者行为调查单元—街道详表	/243
附录三 调查街道人口数及样本数汇总表	/250

后 记 /255



总 论

第一章

消费者居住需求调查研究综述

为了准确评价和把握宜居北京消费者居住需求的现状、特征和问题等,进行了此次大型问卷调查。首先设计了体现宜居北京居住需求的不同指标(详见附录一)。指标数据的获取,主要采用调查问卷的形式,直接调查了解北京市居民对宜居北京的具体需求特征。问卷调查主要按照人口密度的分布,采用抽样调查方式。调查区域范围以城八区为主,包括部分边缘城区的重点地区,总体采集样本约为 11000 份。

对初步筛查回收的近 10000 份问卷调查表,进行严格核查、汇总整理,初步统计,并进一步验证了数据的有效性,得到实际有效样本近 8000 个。总体而言,本次问卷数据具有以下特点:(1) 数据采集量大,完全能够满足抽样调查的科学要求;(2) 调查样本以街道或乡镇为基本单元,能够满足不同区域分层研究的要求;(3) 被调查者基本能够积极配合,增强了样本的可信度;(4) 被调查样本总体特征是以三口之家、中青年和中低收入为主,高学历人数相对较多,职业覆盖面广,因此样本能够代表北京市不同群体的特征。

根据调查的目标、内容和重点等的总体要求,我们设计了相应的问卷调查表,以获取居民对宜居北京各个层面的感受和看法。具体是按照以下程序实施的。第一步是设计调查方案和问卷调查表,第二步是确定调查和评价单元、抽样方法与调查样本量,第三步是执行问卷调查,并搜集、审核和整理问卷数据。具体工作流程见图 1-1。

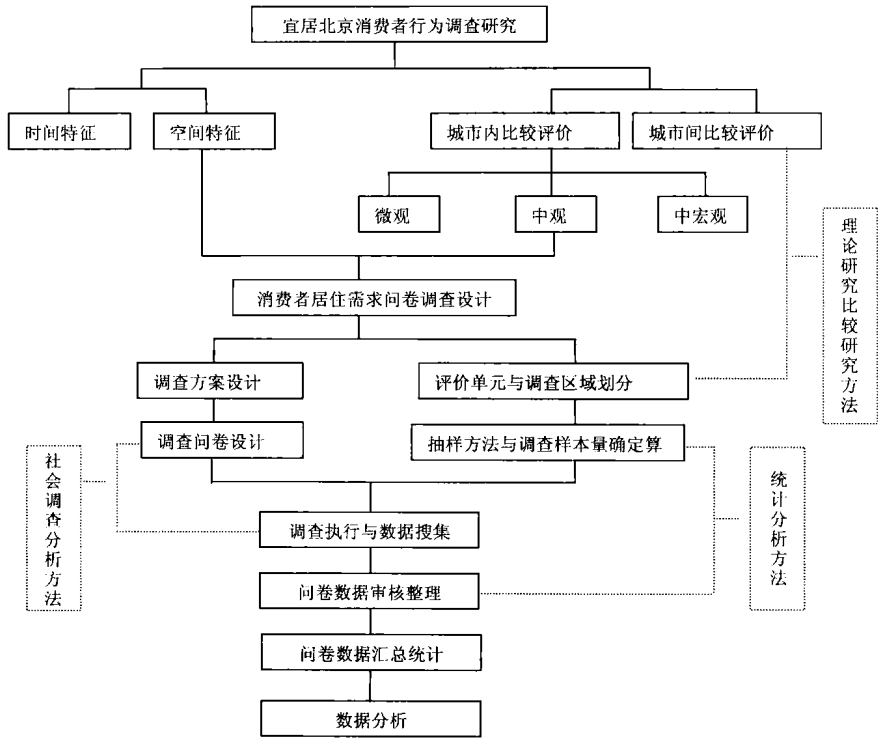


图 1-1 宜居北京消费者居住需求调查研究工作流程

一、调查方案设计

调查方案设计，是实地调查开始之前的第一步工作，也是对前期理论探讨的具体实现。调查方案设计，包括明确调查目的、内容、范围、方式，以及培训和编制调查进度计划表等。

1. 调查目的是了解消费者对宜居北京居住需求的空间特征

通过问卷调查，主要是想了解不同的职业、年龄、收入、性别和受教育程度的各类消费者群体，如何看待宜居北京的居住现状、问题。具体包括四个方面的目标设计：一是了解消费者的基本特征；二是居住需求消费者心理与行为；三是居住需求消费者承受能力；四是消费者居住需求产品特征。通过上述具体目标设计，获取居民对宜居北京的居住需求的数据，为认识、分析和研究宜居北京消费者居住需求空间特征提供详实的科学依据。

2. 调查主体对象以常住居民为主



本次调查的主体对象界定在北京市的常住居民，即在北京相对稳定居住半年以上的居民，不包括短期停留或来京旅游、务工不足半年的群体。之所以这样界定，是考虑到只有稳定居住一定时间，才能对其周围居住、生活环境有一定的了解和认识，对这些人群的调查，才能反映出北京的真实状况。

3. 调查范围为城八区为主，并包括回龙观、天通苑、亦庄新城、通州新城、大兴黄村这五个重点区域

由于时间和经费的限制，为了保证调查和研究的精度，本次暂时不考虑远郊区县，将主要研究范围集中在东城、西城、崇文、宣武、朝阳、海淀、丰台、石景山这八个城区。同时，为了反映出北京市城市快速发展特点，如人口、产业向周边区县的转移，以及由此带来的周边新城和大型居住区的快速发展，我们把昌平区的回龙观、天通苑以及重点建设的亦庄新城、通州新城、大兴黄村这五个重点区域也列入调查范围。

4. 调查方式以抽样调查和实地访问法为主

调查方式主要采用抽样调查，其中，具体又采用分层抽样、等距随机抽样、方便抽样（社区拦截）、交叉控制配额（性别、年龄）抽样等多种抽样方法的相结合调查方法。其目的是确保调查数据的可靠性、准确性、代表性和广泛性等。

5. 调查组织与实施

由于调查范围广，涉及内容多，为了完成此次调查任务，提高科学性与准确度，除了专业人员亲自组织、负责外，选拔了相关专业的本专科大学生作为此次调查的调查与督导员。在人员组织方面，主要分为调查队伍、核查队伍和督察组。不同人员的职责与要求如下：进行具体的调查问卷实地访问工作由北京联合大学应用文理学院城市科学系 03 级房地产班、03 级涉外物业管理班、03 级城市信息管理班和 04 级城市信息管理班选拔约 100 名本、专科专业生担任。调查的一般督察人员由北京联合大学应用文理学院城市科学系 02 级 43 名本科生担任；高级督导由各自调查班组的班主任担任，具体负责各自调查小组的实地调查组织、实施工作。

二、调查问卷设计

1. 问卷主体设计

为了充分反映调查不同人群的背景和宜居环境的现状特征，问卷针对居民的居住现状、住房需求状况及个人情况进行了调查设计，这些构成了调查