

市场前景 |

安居客独家发布：7月一二手找房倾向大揭秘

核心内容

- **一二市场重合度**：2025年7月，新房和二手房市场客户重合度11.8%，环比微降0.2个百分点，呈“城市能级越低，重合度越高”特征。
- **二手房找房占比**：2025年7月，全国二手房找房人数占比达62.1%，环比下降1.4个百分点，但较去年同期提高2.5个百分点。高能级城市占比更高，一线城市达63.8%。
- **二手房分流强度**：2025年7月，二手房对新房分流强度达28%，环比降1.4个百分点，低能级城市压力更大。7月二手房分流强度“降多升少”，41城下降、5城上升。

一、核心指标

1.一二手房市场重合度

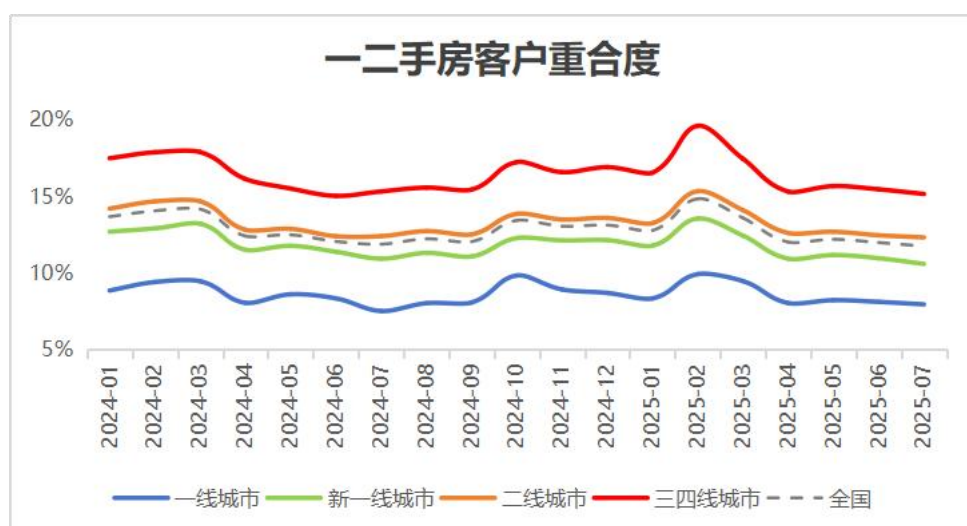
从重合度走势变化来看，7月新房和二手房市场的客户重合度微降0.2个百分点。

2025年7月，新房与二手房市场之间的客群重合度为11.8%，环比下降0.2个百分点，与去年同期基本持平。这表明，两个市场的客群基本保持相对稳定的市场份额比例，且长期低于20%，客群分离度较高。

从各能级城市情况看，7月各能级城市二手房与新房市场重合度持续小幅下降。其

中，一线、新一线、二线和三四线城市分别比上月回落 0.2、0.4、0.1、0.3 个百分点。

重合度保持“城市能级越低，重合度越高”的特点。1-7 月，新一线城市和二线城市客群在新房与二手房市场上的重合度均值分别为 12.1%、13.4%，同比收缩 0.4 和 0.2 个百分点；而一线城市和三四线城市的重合度分别为 8.6%、16.5%，与去年同期基本持平。低能级城市新房供应充足，二手房又多为次新房，购房者常在价格与品质间权衡；高能级城市新房和二手房在产品、地段、配套、价格等方面差异显著，购房者目标清晰，重合度因而较低。



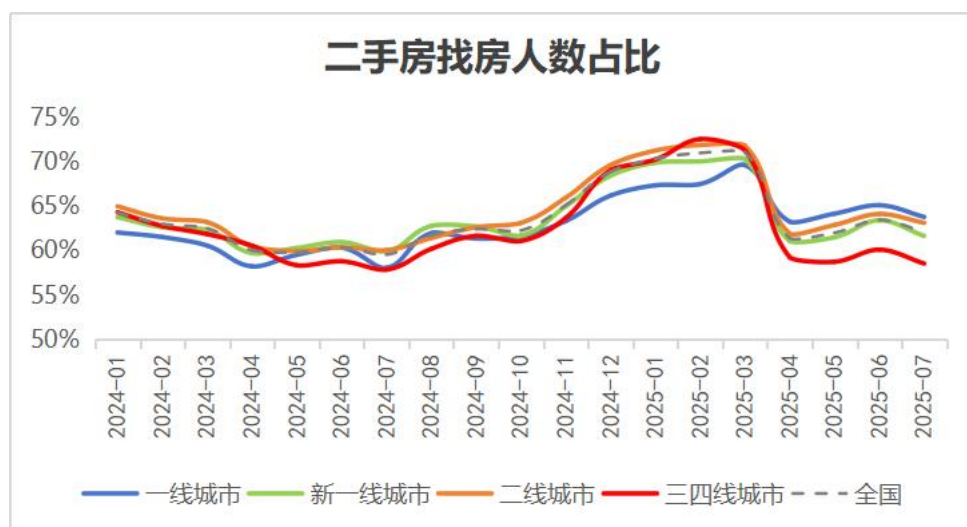
说明：一二手客户重合度= 市场上同时关注新房和二手房的找房人数÷市场找房总人数，反映新房与二手房市场的客群同质化程度。该比值越大，表明两者同质化程度越高。若重合度达 100%，意味着两个市场客户完全重合；若重合度为 0，则表示两个市场客户群体互不相关。

2.二手房找房人数占比

市场上关注二手房的购房者仍然是主力，虽短期内环比略有回落，但整体较去年增长了 5 个百分点。2025 年 7 月，全国二手房找房人数占比 62.1%，环比下降 1.4 个百分点，但比去年同期上升了 2.5 个百分点。从整体趋势来看，二手房找房人数占比呈上升趋势，1-7 月二手房找房人数占比均值为 66%，较去年同期上升 5 个百分点。

从各能级城市情况来看，二手房找房人数占比均超 50%，7 月环比均略有下降。数

据显示，一线（63.8%）>二线（63.2%）>新一线（61.7%）>三四线（58.6%），一线城市比三四线城市高 5.2 个百分点。



说明：二手房市场找房人数占比= 二手房找房人数÷市场找房总人数。该占比越高，说明二手房市场关注度越高；若占比超 50%，表明关注二手房的人数居多，反之则关注新房的人数占多数。

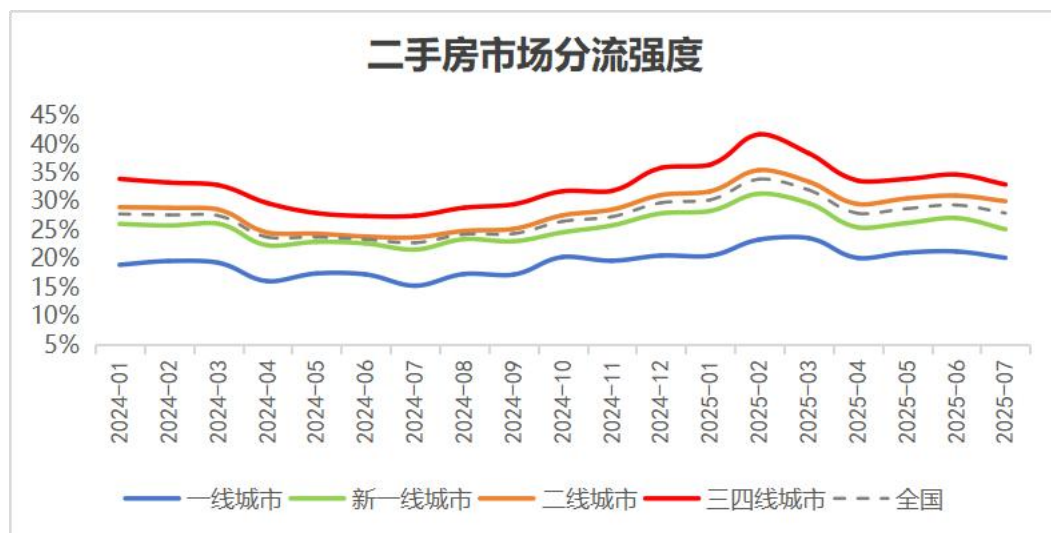
3.二手房市场分流强度

随着市场上购房者对二手房关注度下降，短期内二手房对新房市场的分流强度略有回落。2025 年 7 月，二手房市场分流强度 28%（含义：关注新房的客户中有 28% 的客户同时也在关注二手房），环比下降 1.4 个百分点，但与去年同期相比，依然上升了 5.2 个百分点。

从各能级城市情况看，二手房对新房市场的分流强度持续呈现“能级越低、分流压力越大”的特点。在各能级城市中，三四线城市的购房者分流强度最高，7 月达 33%；一线城市最低，为 20.2%，新一线和二线城市则介于两者之间。低能级城市的新房与二手房市场客户重合度高，议价空间更大的次新房具有较强的替代性，除非有高赠送、得分率高等更优质产品出现，才会吸引购房者；而高能级城市客群分化显著，例如，同样价格下，为交通便利或教育资源，购房者会选择核心地段的小户型二手房；为改善居住

条件，则会选择户型更大、小区环境更优的郊区新房，购房目的不同，选择自然各异。

7月，各能级城市分流强度同比均有所下降，其中一线、新一线、二线、三四线城市分别环比下降1.1、2、1、1.7个百分点。



说明：二手房市场分流强度=市场上同时关注新房和二手房的找房人数÷新房找房人数，反映新房找房人群中关注二手房的比例，这些摇摆客户会对新房形成潜在分流影响，占比越高，新房被二手房潜在分流压力就越大。

二、重点 46 城二手房市场分流强度

整体而言，多数城市二手房对新房的分流强度处于低压水平。安居客研究院最新监测数据表明，7月二手房对新房分流强度超40%的城市仅1个，即哈尔滨，数量较上月减少2个；分流强度在30%以上的城市达14个，占比30%，较上月显著减少11个。分流压力最小的4个城市分别是上海、咸阳、杭州和天津，分流压力值均低于20%，其中上海最低，分流强度为16%。

从变化情况来看，7月逆转上升趋势，二手房对新房的分流强度出现“降多升少”：41个城市分流强度下降，5个城市上升。其中，天津下降幅度最大，降低6.1个百分点；南通、徐州分流压力增幅明显，分别上升1.9、1.7个百分点。

表 2025 年 7 月全国重点 46 城二手房市场分流压力

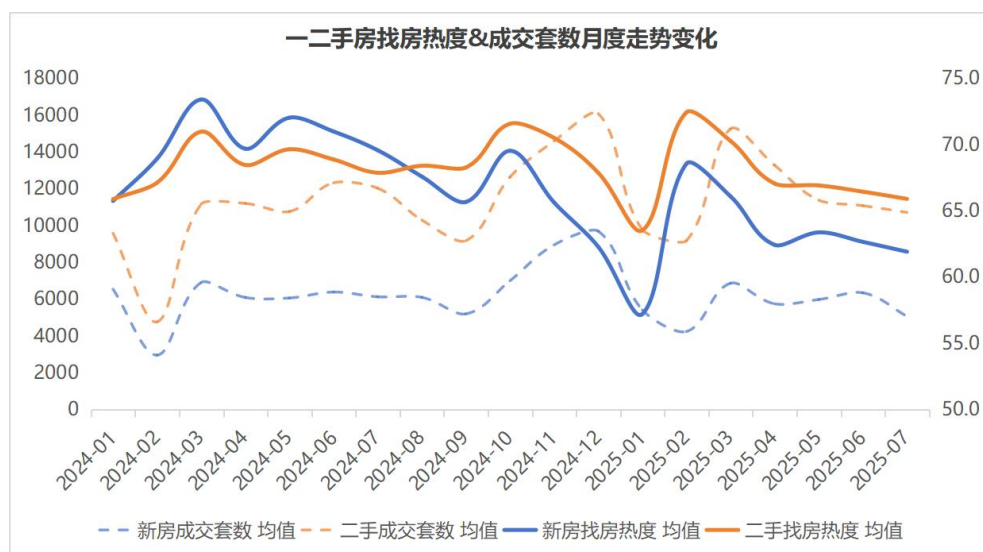
城市等级	城市	7月	环比差值	近6月变化	城市等级	城市	7月	环比差值	近6月变化
一线城市	广州	0.23	(0.01)	■ ■ ■ ■ ■ ■	二线城市	常州	0.32	(0.01)	■ ■ ■ ■ ■ ■
	深圳	0.21	(0.02)	■ ■ ■ ■ ■ ■		福州	0.32	(0.01)	■ ■ ■ ■ ■ ■
	北京	0.21	(0.01)	■ ■ ■ ■ ■ ■		徐州	0.34	0.02	■ ■ ■ ■ ■ ■
	上海	0.16	(0.01)	■ ■ ■ ■ ■ ■		长春	0.30	(0.03)	■ ■ ■ ■ ■ ■
新一线城市	无锡	0.30	(0.02)	■ ■ ■ ■ ■ ■		贵阳	0.31	(0.01)	■ ■ ■ ■ ■ ■
	青岛	0.29	(0.02)	■ ■ ■ ■ ■ ■		济南	0.30	(0.01)	■ ■ ■ ■ ■ ■
	郑州	0.29	(0.02)	■ ■ ■ ■ ■ ■		太原	0.30	(0.01)	■ ■ ■ ■ ■ ■
	宁波	0.28	(0.02)	■ ■ ■ ■ ■ ■		南宁	0.31	(0.00)	■ ■ ■ ■ ■ ■
	武汉	0.23	(0.05)	■ ■ ■ ■ ■ ■		南昌	0.27	(0.03)	■ ■ ■ ■ ■ ■
	东莞	0.26	(0.02)	■ ■ ■ ■ ■ ■		昆明	0.29	(0.01)	■ ■ ■ ■ ■ ■
	长沙	0.27	(0.01)	■ ■ ■ ■ ■ ■		珠海	0.29	(0.01)	■ ■ ■ ■ ■ ■
	合肥	0.27	(0.01)	■ ■ ■ ■ ■ ■		佛山	0.29	(0.01)	■ ■ ■ ■ ■ ■
	西安	0.26	(0.02)	■ ■ ■ ■ ■ ■		石家庄	0.26	(0.02)	■ ■ ■ ■ ■ ■
	南京	0.26	(0.01)	■ ■ ■ ■ ■ ■		沈阳	0.26	(0.01)	■ ■ ■ ■ ■ ■
	天津	0.20	(0.06)	■ ■ ■ ■ ■ ■		中山	0.25	(0.02)	■ ■ ■ ■ ■ ■
	成都	0.24	(0.01)	■ ■ ■ ■ ■ ■		惠州	0.24	(0.03)	■ ■ ■ ■ ■ ■
	重庆	0.24	(0.01)	■ ■ ■ ■ ■ ■		厦门	0.23	(0.01)	■ ■ ■ ■ ■ ■
	苏州	0.21	(0.01)	■ ■ ■ ■ ■ ■		宜昌	0.38	(0.03)	■ ■ ■ ■ ■ ■
	杭州	0.20	(0.01)	■ ■ ■ ■ ■ ■		秦皇岛	0.39	(0.02)	■ ■ ■ ■ ■ ■
二线城市	哈尔滨	0.43	0.00	■ ■ ■ ■ ■ ■	三四线城市	呼和浩特	0.37	(0.00)	■ ■ ■ ■ ■ ■
	大连	0.33	0.00	■ ■ ■ ■ ■ ■		洛阳	0.31	(0.05)	■ ■ ■ ■ ■ ■
	兰州	0.32	(0.01)	■ ■ ■ ■ ■ ■		海口	0.34	0.00	■ ■ ■ ■ ■ ■
	南通	0.35	0.02	■ ■ ■ ■ ■ ■		咸阳	0.19	(0.01)	■ ■ ■ ■ ■ ■

资料来源：安居客研究院【楼盘洞察】产品数据库

三、市场反应（典型7城）

找房热度是市场上购房者找房需求的真实反映，该需求直接影响未来市场成交情况，是更具前瞻性的指标。安居客研究院的找房热度监测数据显示，7月，新房和二手房找房热度持续回落，且新房月均找房热度下降幅度远大于二手房，新房找房热度指数同比下降7.9，二手房则降了2.1。

对比找房热度与成交情况发现，找房热度指数（实线）通常比成交结果（虚线）提前3至4周出现变化。2025年春节后的2月，新房和二手房找房热度升至峰值后回落，成交则在3月达到峰值，且随着找房热度下降，成交也同步回落。根据7月发布的找房倾向报告，我们基于找房热度准确预判了7月新房和二手房市场成交将会小幅环比下滑。实际情况是，重点监测的7个城市中，新房、二手房7月成交套数环比分别下降20%和3%。从7月找房热度指数来看，新房、二手房找房热度指数较6月分别下降0.7和0.5，这表明8月新房和二手房市场成交仍将持续小幅环比下滑。

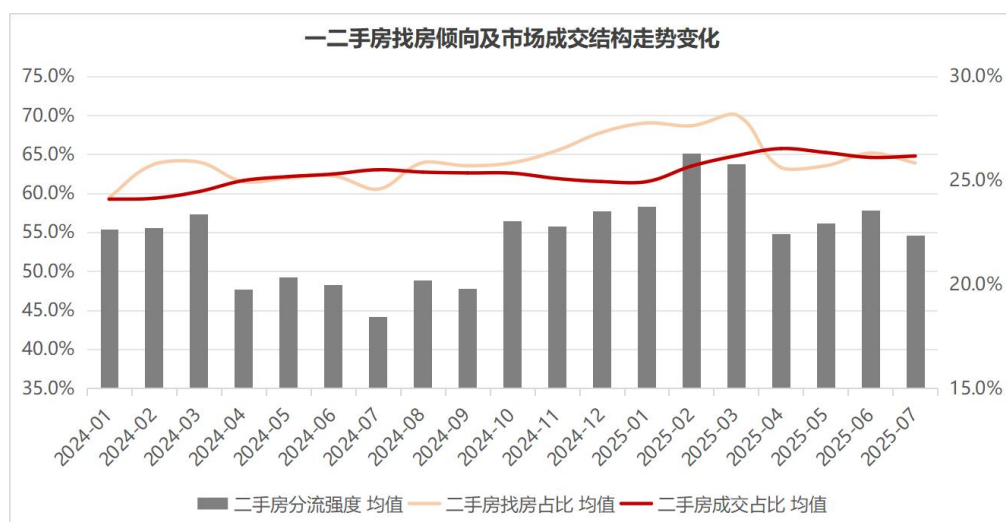


数据说明：找房热度是根据用户在线找房数据拟合的找房热度数据；在线成交为各地网签备案日度数据监测统计；为便于对比，此处选取了7个典型城市数据统计，分别是北京、上海、深圳、成都、杭州、南京、青岛。

资料来源：安居客研究院【楼盘洞察】产品数据库

二手房找房人数占比是二手房成交占比的“先行信号”，二手房成交占比则是二手房找房人数占比的“最终呈现”。 根据7个城市的数据统计显示，2025年1-7月，二手房找房人数占比的月度均值达66%，比去年同期提高了4个百分点。从实际成交数据来看，二手房成交占比从去年的61%升至2025年的64%，上升了3个百分点，二者占比及变化趋势几乎一致。

从一二手房的找房倾向来看，目前市场上关注二手房的购房者仍占多数，二手房找房人数占比超50%。不过，7月二手房找房人数占比出现变化，结束了持续两个月的增长态势，环比下降1.2个百分点，同期二手房分流强度也下降了1.2个百分点。这表明，随着市场上新产品、好房子的推出，新房吸引了一部分客户回流，本月二手房对新房的分流压力有所减轻。但与去年同期相比，今年二手房的分流压力明显增大，2025年1-7月，7个重点城市二手房月均分流强度达24%，较去年同期提升了3个百分点。



数据说明：二手房分流强度、二手房找房占比、二手房成交占比依据 7 城数据的月度均值得

出，其中二手房成交占比=二手房成交套数/（新房成交套数+二手房成交套数）。

资料来源：安居客研究院【楼盘洞察】产品数据库

四、小结

2025 年 7 月，一二手房市场呈现诸多变化。新房和二手房客户重合度微降，各能级城市重合度持续小幅下降且能级越低重合度越高；二手房找房人数占比虽环比略有回落，各能级城市占比均超 50%；二手房对新房分流强度略有回落，且能级越低分流压力越大。重点 46 城中多数城市分流强度低压，7 月分流强度“降多升少”。从找房热度指数变化来看，预计 8 月新房、二手房成交量仍将小幅下滑。不过，二手房对新房的分流压力有所减轻，新房市场或将迎来机遇。

房企在高能级城市应聚焦产品创新，打造差异化、高品质住宅，吸引目标客户；低能级城市则注重控制成本，提升性价比。中介需根据不同能级城市特点，强化客群精准分析，为购房者提供个性化房源推荐。购房者在高能级城市要明确自身核心需求，如交通、教育或改善居住，针对性选择新房或二手房；低能级城市可综合比较新房与二手房价格、品质，抓住新房推出优惠、二手房议价空间大等时机果断出手。