

中国移动房产服务市场发展专题分析

2016年第3季度

Analysys 易观
实时分析驱动用户资产成长

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws



研究定义和研究方法



研究定义

- 移动房产服务是通过互联网平台以及O2O的方式为消费者提供购买新房，二手房，租房以及社区物业等服务，并包括交易过程中衍生出来的家装等增值服务。



研究范畴

- 本报告主要针对移动房产服务市场进行研究，主要有发展背景、发展现状、市场规模及格局、典型企业、市场趋势等内容。



研究方法

- 本报告主要运用定性和定量方法，使用了AMC、实力矩阵、PEST等分析模型，报告中资料及数据来源于易观对行业公开信息的研究，对业内资深专家的深度访谈，易观的互联网数据监测，以及分析师的专业评价和判断。

| 数据说明

数据来源：千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2016年第3季度易观千帆基于对12亿累计装机覆盖、2.78亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

数据更新说明：数据基于易观千帆A2.0算法，较A1.0算法做了如下优化：1.对数据采集方式进了优化，采集用户行为更全面；2.加强了数据防作弊体系管理，提高数据的完整性和真实性；3.增加机器学习算法，对用户标签、用户属性指标进行计算。

目录

CONTENTS

01



中国移动房产服务市场发展背景

02



中国移动房产服务市场发展现状

03



中国移动房产服务市场规模及格局研究

04



中国移动房产服务市场典型企业分析

05



中国移动房产服务市场发展趋势研究

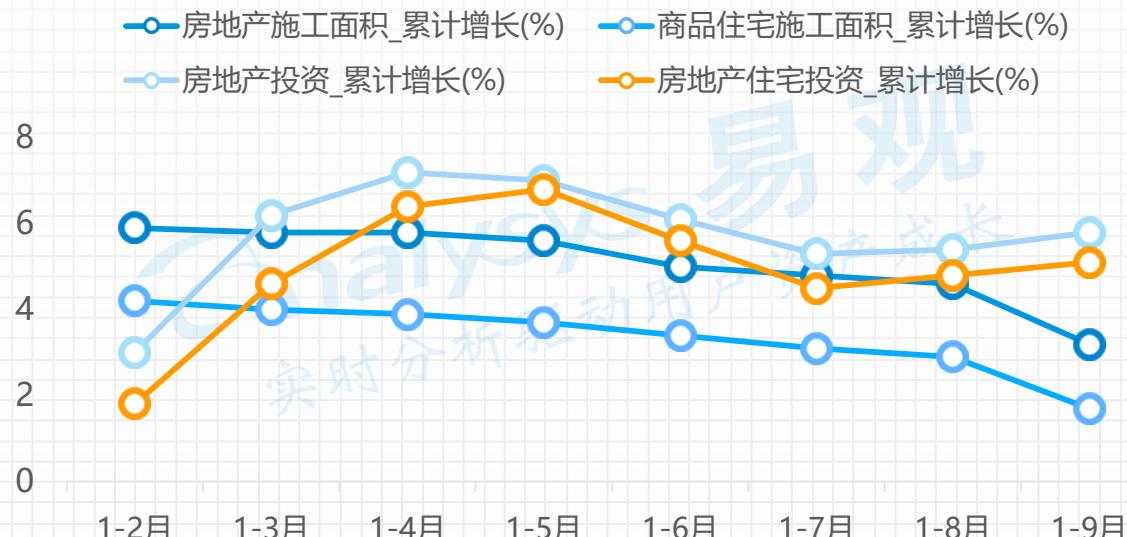
PART 1



中国移动房产服务市场发展背景

全国房地产施工面积累计增长放缓，第三季度投资增长回升

2016年前三季度中国房地产投资及施工增长情况



© Analysys 易观·国家统计局

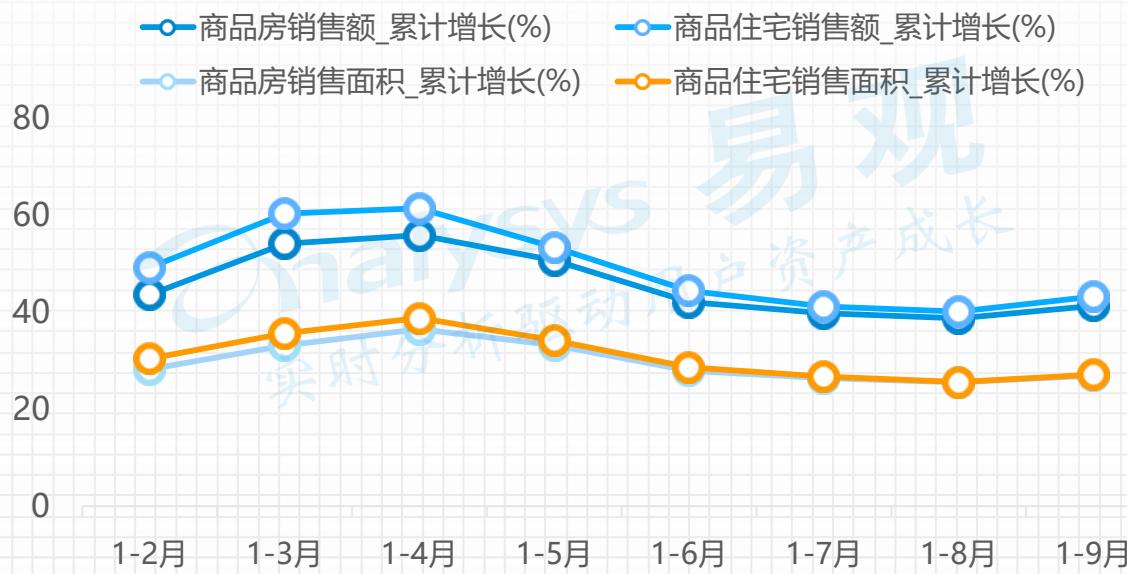
www.analysys.cn

国家统计局数据显示，2016年1-9月，全国房地产施工面积716029万平方米，累计增长（比上年同期）3.2%，其中商品住宅施工面积为491031万平方米，住宅施工占房地产施工比重为68.6%，累计增长（比上年同期）1.7%。前三季度整体增速呈缓慢回落趋势；

全国房地产投资74598亿元，累计增长5.8%，其中住宅投资49931亿元，住宅投资占房地产投资比重为66.9%，累计增长5.1%。前三季度整体增速呈波动上升趋势。

全国商品房销售面积及销售额较上年均取得较大增幅，商品住宅销售额增幅最大，整体增速缓慢回落

2016年前三季度中国房地产销售额及面积增长情况



© Analysys 易观·国家统计局

www.analysys.cn

国家统计局数据显示，2016年1-9月，全国商品房销售额80208亿元，累计增长41.3%，其中商品住宅销售额68611亿元，商品住宅销售额占商品房比重为85.54%，累计增长43.1%。前三季度整体增速呈缓慢回落趋势；

全国商品房销售面积105185万平方米，累计增长26.9%，其中商品住宅销售面积93054万平方米，商品住宅销售面积占商品房比重为88.47%，累计增长27.1%。前三季度整体增速呈缓慢回落趋势。

2016年上半年，深圳均价涨幅最大，二线城市成交套数及面积涨幅远大于一线城市，北京深圳负增长

2016年上半年全国重点城市房地产成交数据

城市	成交均价	均价同比增长率	成交套数	套数同比增长率	成交面积	面积同比增长率
北京	29295	15%	37795	-19.68%	436.18	-10%
上海	24668	17%	109447	8.95%	1173.91	14%
广州	15829	5%	56666	33.06%	627.71	27%
深圳	51006	82%	23170	-27.13%	242.95	-23%
一线城市			227078	2.33%	2480.76	7%
天津	12385	10%	101913	107.33%	1120.77	110%
杭州	23393	4%	30629	53.24%	342.14	49%
南京	17504	35%	75685	105.50%	846.65	106%
成都	9077	26%	47702	9.03%	469.57	19%
武汉	8850	18%	146226	58.58%	1512.31	64%
重庆	6637	-0.50%	108446	32.67%	1002.3	29%
二线城市			510601	57.75%	5293.74	61.90%

来源：易观2016

国家积极通过财政金融政策调控房市，土地制度改革持续推进

2016年前三季度，中央及地方各级机构在“去库存”国家任务的指导下，积极进行相关政策实施和制度改革。其中，在财政金融政策方面，国家既施行了多项降低购房负担的相关措施，也在不断推进税收改革方面。同时，在发挥土地供应对房地产市场的影响作用的同时，亦密集出台相关土地制度政策，积极推进土地制度改革。

2016年前三季度全国主要房地产金融财政政策

非限购城市首付比例最低可降至20%

2月 职工住房公积金存款利率上调为一年1.5%

大幅降低契税，2年以上住房销售免收营业税

3月 央行全面叫停首付贷，各地方积极出台整治措施

5月 房地产企业“营改增”全面推开，二手房税负降低

6月 试点地区农村集体经营性建设用地可办理抵押贷款

房企再融资不得用于买地和偿还银行贷款

7月 个税改革持续推进，“个税抵扣房贷”有望实现

《不动产登记操作规范（试行）》 《国土资源“十三五”规划纲要》

推动不动产登记法治化、规范化和标准化建设

收紧新增建设用地总量，但强调因城施政

土地制度改革

创新土地利用指标管理制度

推进农村集体经营性建设用地入市改革试点工作

《土地利用年度计划管理办法》

《农村集体经营性建设用地使用权抵押贷款管理暂行办法》

各地方积极出台“去库存”相应政策，以棚改货币化、鼓励农民购房、公积金改革、税贷优惠、租购并举、土地供应调控等措施为主

保障性住房安置货币化
合理配置房产资源
控制房地产用地供应



鼓励农民进城购房
扩大住房公积金覆盖范围
商住公寓享受住宅同等政策
减少乃至暂停房地产用地供应



收购或租赁商品房作公租房
农民进城购房安排入学、现金直补
严格防控市场风险
允许商办用地改为住宅用地



取消“7090”政策
引导农民进城买房
降低购房成本
引导开发商自持物业经营



加强北京周边房地产管控
取消“7090”政策
从公积金、贷款等鼓励农民购房
推动房地产产业转型升级



放宽购房落户限制
消化非住宅商品房库存
加强公共配套设施建设
支持自住型和改善型购房需求



暂停新建商品住宅
停止新建公租房，货币化安置
推进房地产产品多元化
推进企业兼并重组



农民购房可退还宅基地获得奖励
通过税收优惠鼓励企业改售为租
建设监控系统，防范市场风险
停止新建公租房，给予租房补助



公共租赁住房免征房产税
农民购房契税补贴、规费减免
调控房地产土地供应
公积金“低门槛、广覆盖”



给予农民税收优惠，安排子女入学
加强轨道交通及其他公共设施建设
鼓励发展专业化租赁企业
防范南京、苏州市场风险



宏观环境利好因素增多，行业迎发展良机

政治环境

- 房地产“去库存”是中国2016年五大经济任务之一，中央及地方积极促进存量房销售；
- 2016年6月，国务院印发《关于加快培育和发展住房租赁市场的若干意见》，全面培育和发展住房租赁市场；
- 从2015年起，国家不断发布支持和促进互联网行业发展的政策和战略，促进传统行业的互联网化与信息化发展。

经济环境

- 2015年，中国第三产业所占比重为50.5%，高于第二产业的40.5%，说明中国正处于重要的产业转型期，对于房地产服务业和互联网行业意义重大；
- 2015年，全国居民人均可支配收入21966元，实际增长7.4%，基尼系数为0.462，创2003年以来最低值，表明我国收入改革取得了一定成果，居民购买力持续增强。

社会环境

- 2015年中国移动互联网用户数达到了7.9亿人，增长率为8.4%，用户规模不断增长的同时，互联网的发展培育了用户的移动互联网使用习惯，为移动房产服务行业提供了较好的用户基础；
- 中国城镇化率持续提高，在2015年达到了56.1%，随着户籍改革的推进，城镇户籍人口的增长将刺激购房需求的增长。

技术环境

- 2015年中国4G基站新增92.2万个，总数达到了177.1万个，基础通信技术逐渐成熟和完善；
- 大数据、云计算、LBS等技术的发展，有助于移动房产服务企业的业务、服务和营销等能力的创新和升级；
- 虚拟现实等新兴技术的应用范围扩展，移动房产服务行业有望升级用户体验，打造更加丰富的服务内容生态。

PART 2

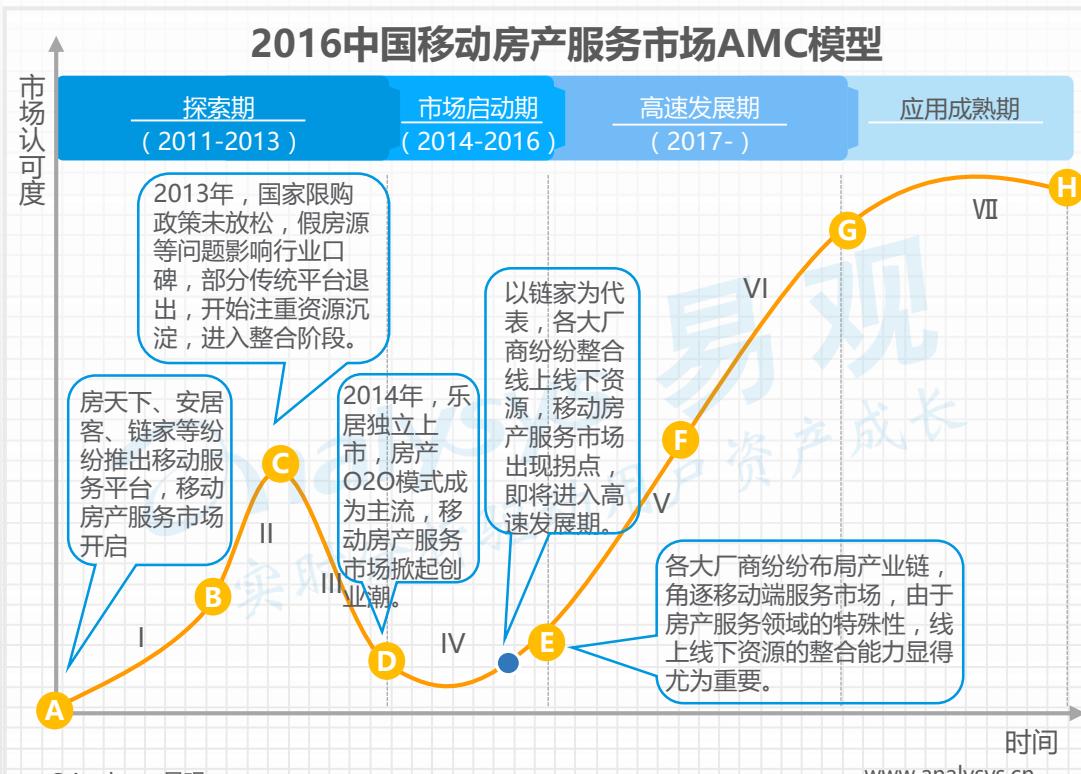


中国移动房产服务市场发展现状

传统房产服务PC网站起步较早，市场较为成熟

起步期	发展期	整合期	扩展期	成熟期
时间 1998-2003	时间 2004-2008	时间 2009-2010	时间 2011-2015	时间 2016-
主要厂商 房天下、焦点网、链家在线、其他门户网站	主要厂商 家和网、安居客、雅虎口碑	主要厂商 链家网、乐居、淘宝房产、	主要厂商 爱屋吉屋、平安好房	主要厂商 链家、房天下、安居客、乐居
主要业务 广告、资讯	主要业务 资讯、营销	主要业务 营销、服务	主要业务 交易、房产O2O	主要业务 综合服务、交易
简述 <p>随着中国互联网的兴起，房产类媒体出现，为用户提供房产相关的资讯。售卖用户的注意力为房企提供广告服务。</p>	简述 <p>随着房地产市场的迅速发展，房地产网站于2008年达到近千家，其中安居客、雅虎口碑等房产垂直网站均于此期间成立，除传统广告外，为房企提供论坛、信息发布等多种营销方式。</p>	简述 <p>已有充足发展的房产服务厂商开始资源整合，搜房控股赴美上市、新浪乐居并入易居中国。房地产媒体营销价值进一步开发，面向房企提供看房团等多种营销服务。</p>	简述 <p>各大房产服务厂商均发力建设移动端，同时，爱屋吉屋、平安好房等新型服务商诞生，房产O2O成为主流，线下交易环节重要性凸显进入业务和入口的扩展期。</p>	简述 <p>主要竞争市场基本完全转移至移动互联网，对于房产家装等垂直领域市场仍有较大的发展空间，大型移动房产服务厂商以交易为切入点，以综合服务构建业务版图。</p>

移动房产服务市场出现拐点，线上线下高度整合，即将进入高速发展期



Analysys易观分析认为，虽然传统房产服务PC网站市场已经基本进入成熟期，但由于市场格局并未稳定、垂直覆盖范围和商业模式仍有待开发，移动房产服务市场仍处于市场启动期。进入2016年，一方面，“去库存”政策从宏观上影响了房产交易市场，另一方面，用户不再满足于简单的信息获取或交易撮合，对于各类房产服务的需求不断上涨，并逐步走向多元化，移动房产服务市场开始出现拐点，各大服务厂商集中发力，线上线下资源得到高度整合，以“数据+服务”相结合的方式重构服务生态，移动房产市场有望进入高速发展期。

2016年前三季度，移动房产服务行业投融资活跃，各大小厂商积极进行战略布局及业务调整

2016年移动房产服务大事记

一月

房天下确认将以拆分业务借壳上市的方式回归A股；

三月

办公地产平台好租获2.5亿人民币A轮融资；

四月

链家获60亿人民币B轮融资，华晟资本领投，百度腾讯同时成为战略投资方；

五月

蓝海购获数千万元A+轮融资；好屋中国与VR供应商思为软件达成战略合作；

六月

京东金融战略投资租房分期平台会分期；

七月

爱屋吉屋多地团队大规模跳槽；留学房产交易平台异乡好居获5000万A轮融资；

八月

乐居母公司易居中国正式完成私有化，整合旗下营销及信息服务集团；

九月

链家与今日头条达成战略合作，致力于房产大数据及内容生态。

监管

战略布局

投融资

业务调整

移动房产服务产业主要由供应、流通、服务三个环节组成，以综合服务平台为核心

供应

房地产经纪公司

移动房产服务



基础支撑

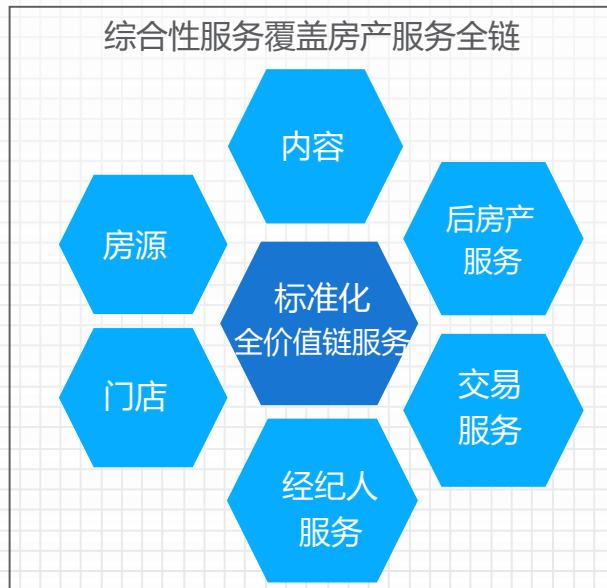
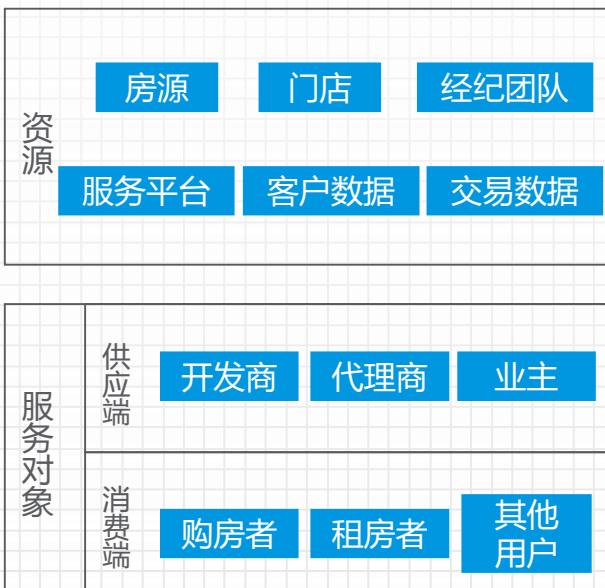


房产服务链条打通，综合性厂商与垂直类厂商业务覆盖能力存在差异



房产服务全价值链布局，提供综合性房产服务

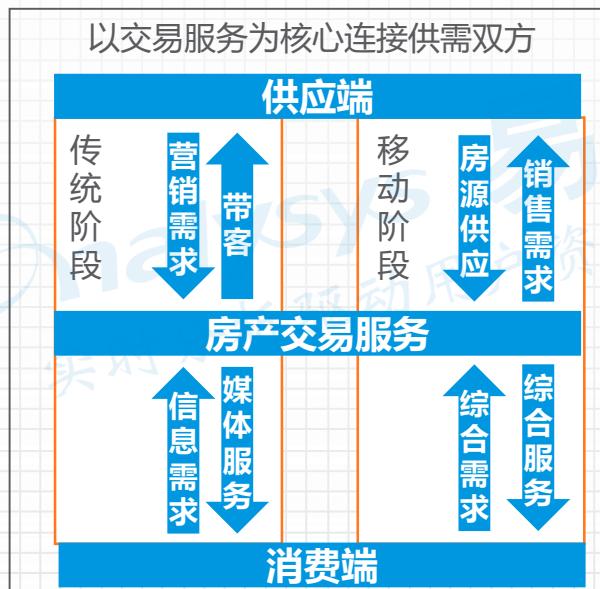
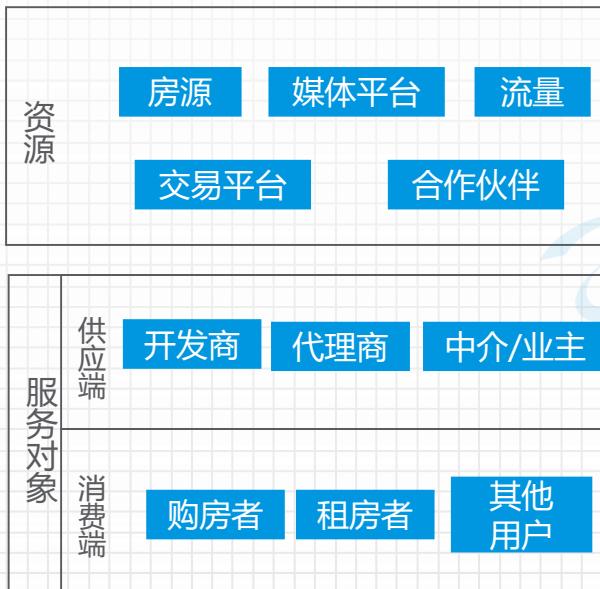
- 房产综合服务平台是指线上线下资源全面打通，并覆盖了内容、后房产服务等多维度的全价值链聚合生态，集纳了线上线下、多种服务的房产服务厂商。一方面，该类型厂商在线下积累了大量的房屋数据资源和交易数据；另一方面，通过建设线上平台，形成线下线上协同运作的服务体系，构建综合的房产服务链条。主要代表厂商有：链家。



- 优势：**依靠线下门店长期的经营积累，服务链条中经纪人团队、房产数据、服务能力上均具有显著优势。线上房源数据库和多年交易数据的积累可以保障房源真实可靠，增强数据多样性；线上线下打通的服务体系，自有经纪人服务掌控能力强，提升整体服务水平和专业化程度。
- 劣势：**线上平台布局稍晚，流量资源有待进一步扩充。

发力房地产交易环节，提供平台化服务

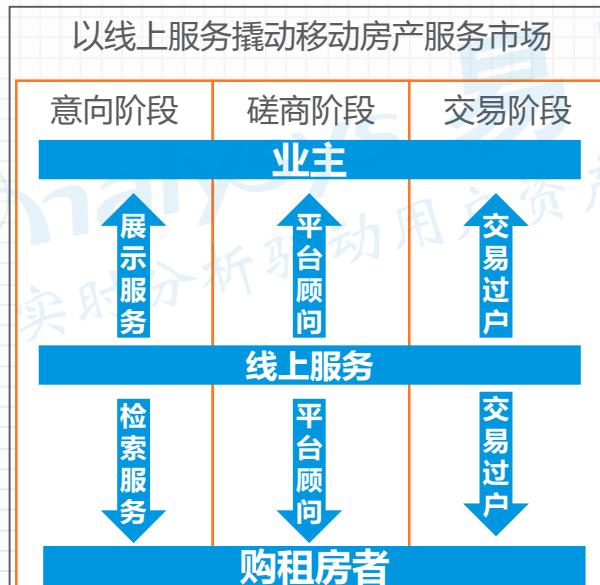
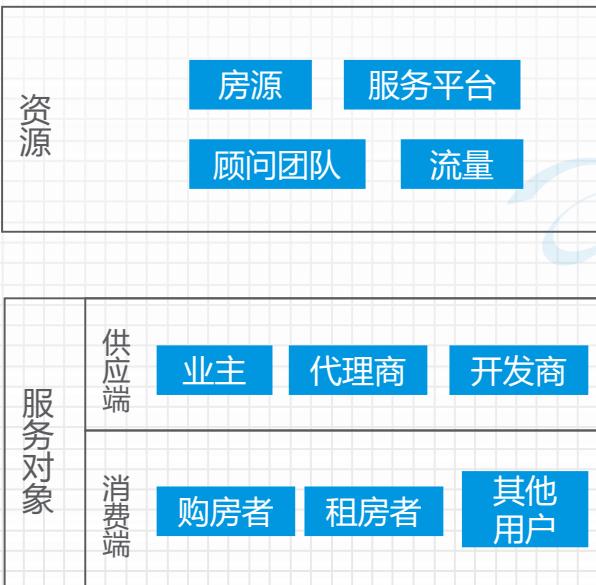
- 房产交易平台是指从传统房产服务PC网站发展而来的房产服务商，从主要提供房产资讯及营销服务的房产媒体，发展为以媒体服务为中心，扩展至交易及其他房产服务，甚至建设线下门店及经纪团队的综合房产电商服务方。主要代表厂商有：房天下、安居客、乐居、搜狐焦点等。



- 优势：线上平台运营时间最久，在流量、运营经验、合作伙伴方面均有资源优势；与开发商、代理商合作经验丰富，积累了较好的供应伙伴关系；
- 劣势：大部分线下服务由其他中介经纪进行，服务水平不一；交易业务和线下布局较晚。

以线上平台为核心，整合各方资源提供透明化服务

- 移动房产服务平台是指为购租房者提供直接联系业主以及交易或其他服务的平台，其主要特点是不设线下门店，主张直面房产交易双方，提供以交易过户顾问为主的综合服务，辅以代理销售，以线上平台为中心提供平台服务。主要代表厂商有：爱屋吉屋、珍房网等。



- 优势：“无门店、轻中介”的特点使得线下门店及其他布局投入低，具有成本优势；交易溢价空间较小，C端用户受益的同时，代理商等B端用户亦更加欢迎；
- 劣势：对交易服务过程的掌控能力较弱，整体服务水平较低；市场布局范围及规模受限；起步较晚，资源积累较弱。

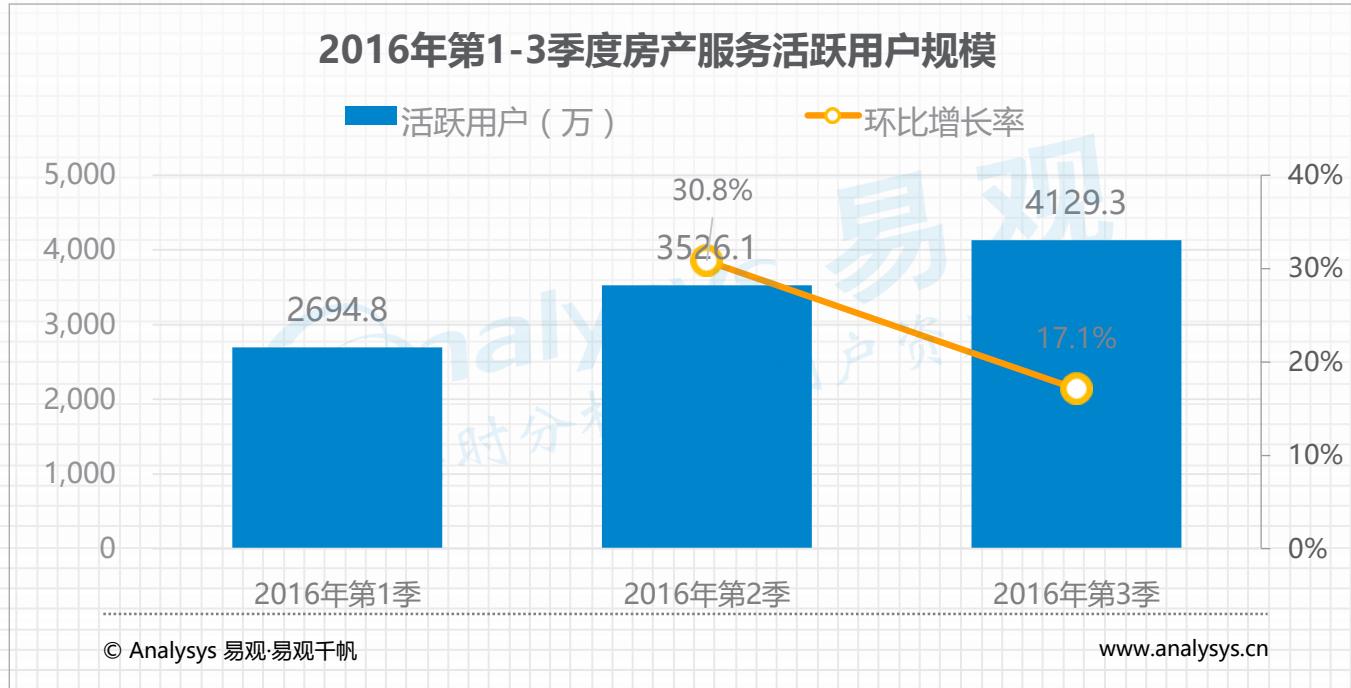
PART 3



中国移动房产服务市场规模及格局研究

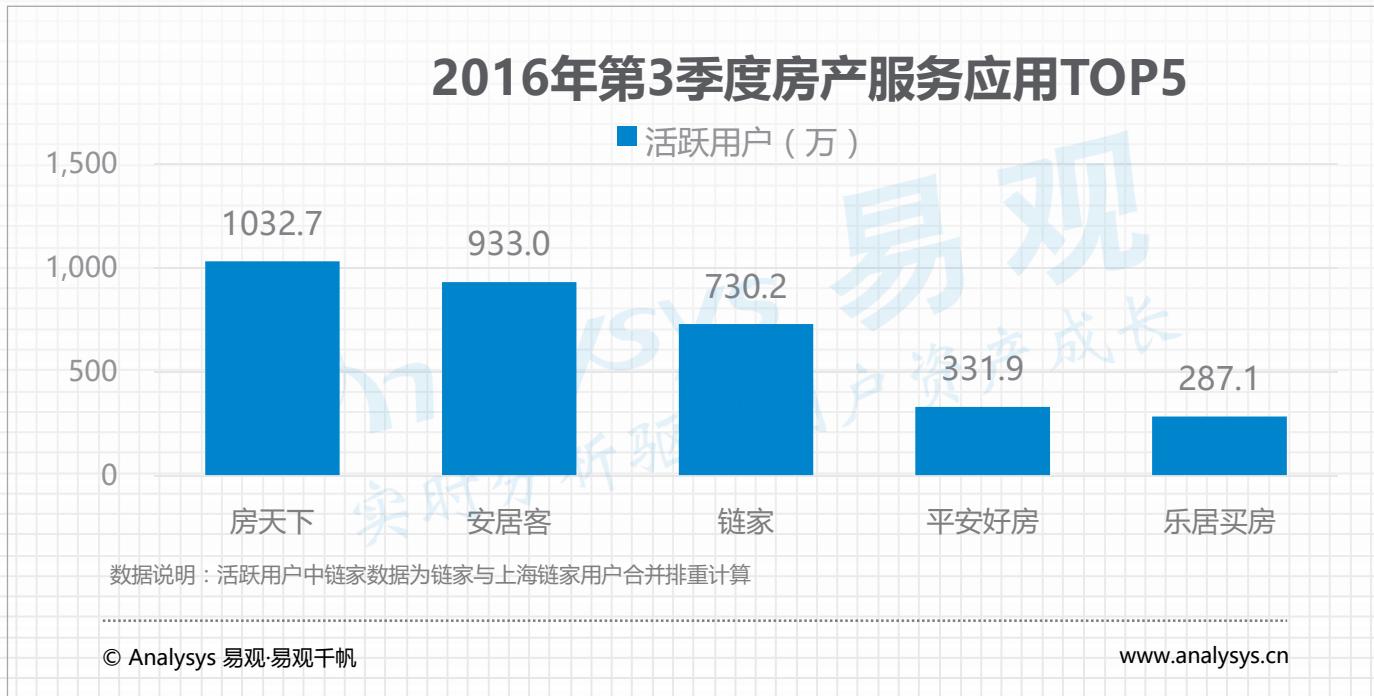
中国移动房产服务市场活跃用户规模

2016年第1-3季度房产服务活跃用户分别为2694.8万、3526.1万、4129.3万，第2季度较1季度环比增长30.8%，第3季度环比增长17.1%。本季度内，受市场政策以及市场影响，活跃用户规模具有一定程度波动；从整体趋势上看，房产服务用户数量稳步增长，对于全网用户的渗透能力逐渐加深。



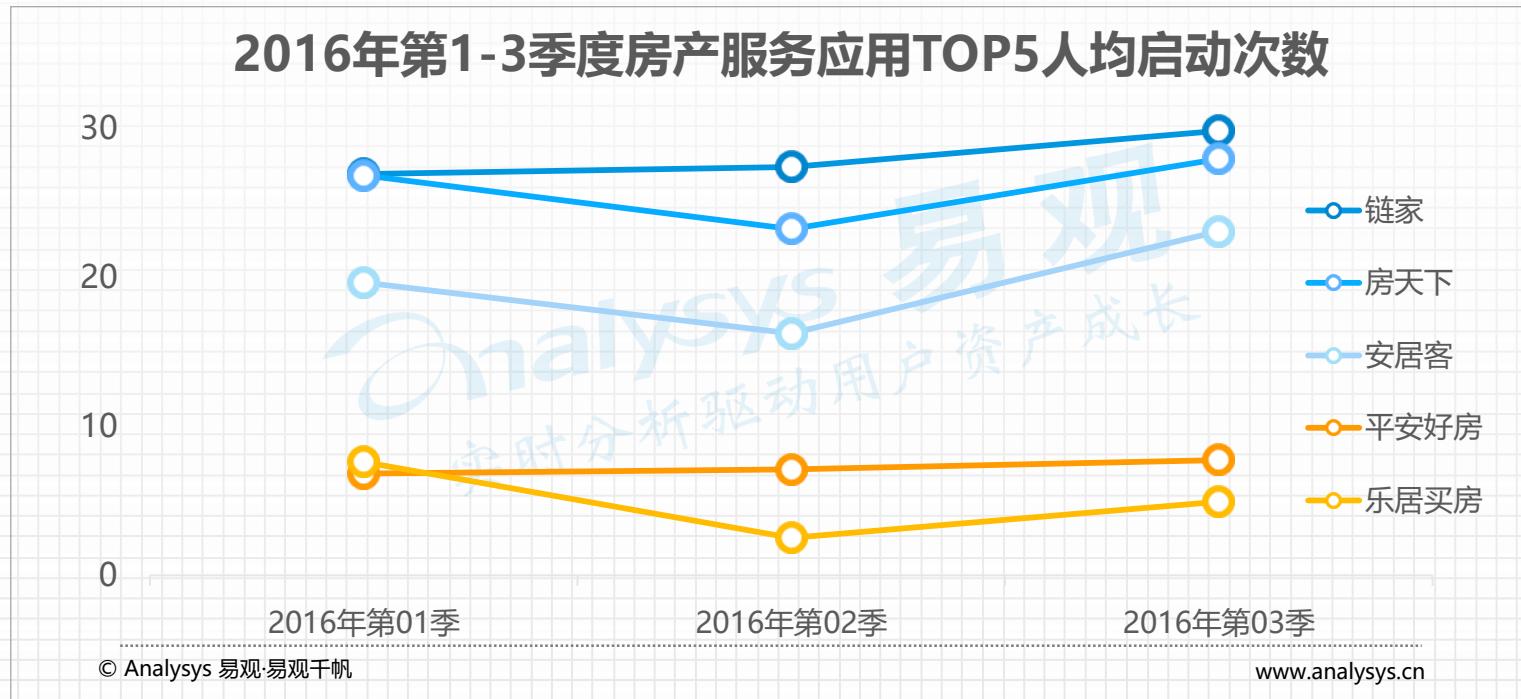
TOP5APP活跃用户规模及增速

2016年第3季度房产服务应用活跃用户规模前三分别为房天下(1032.7万)、安居客(933.0万)、链家(730.2万);



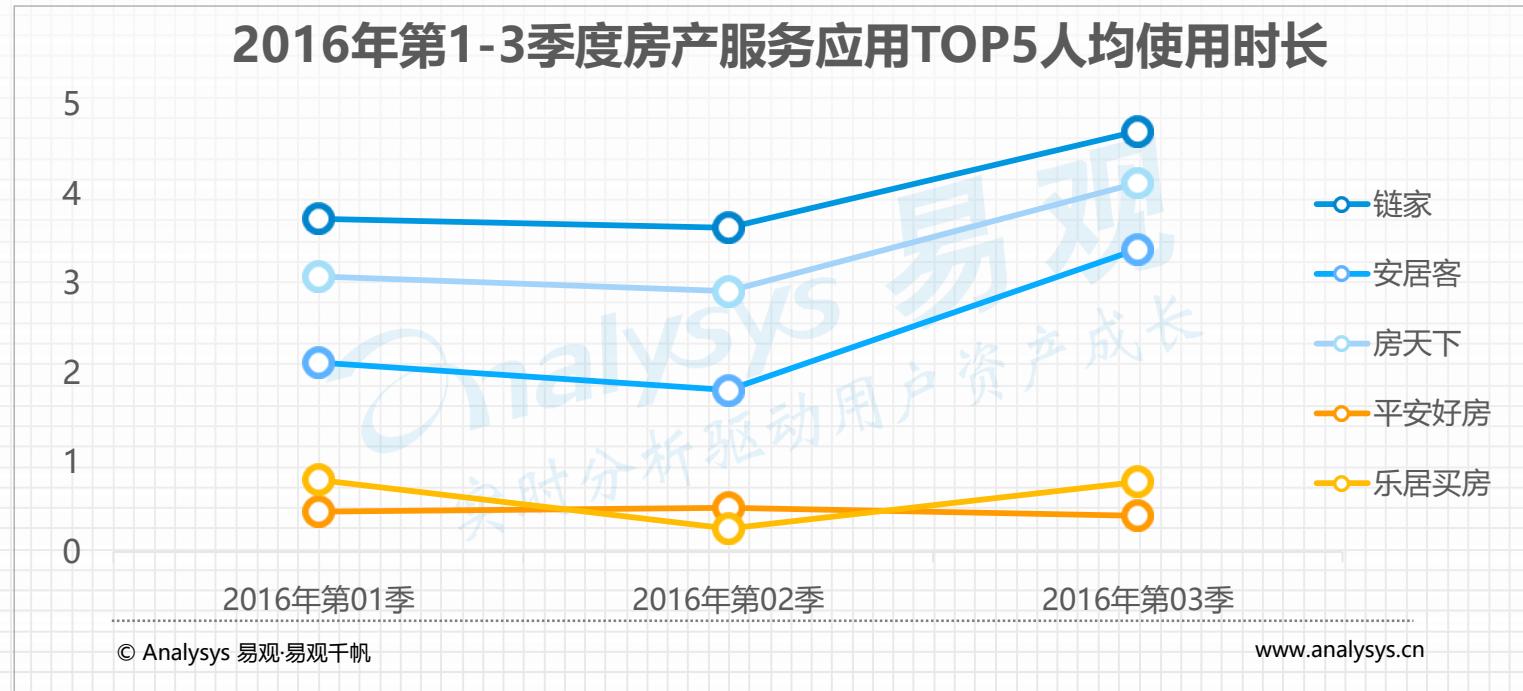
TOP5APP用户使用频次

2016年第1-3季度房产服务应用人均启动次数链家保持第一，分别为26.95次、27.43次、29.85次。较高的使用频次代表了用户对于APP功能的认可，并保持较高的使用粘性。



TOP5APP用户使用时长

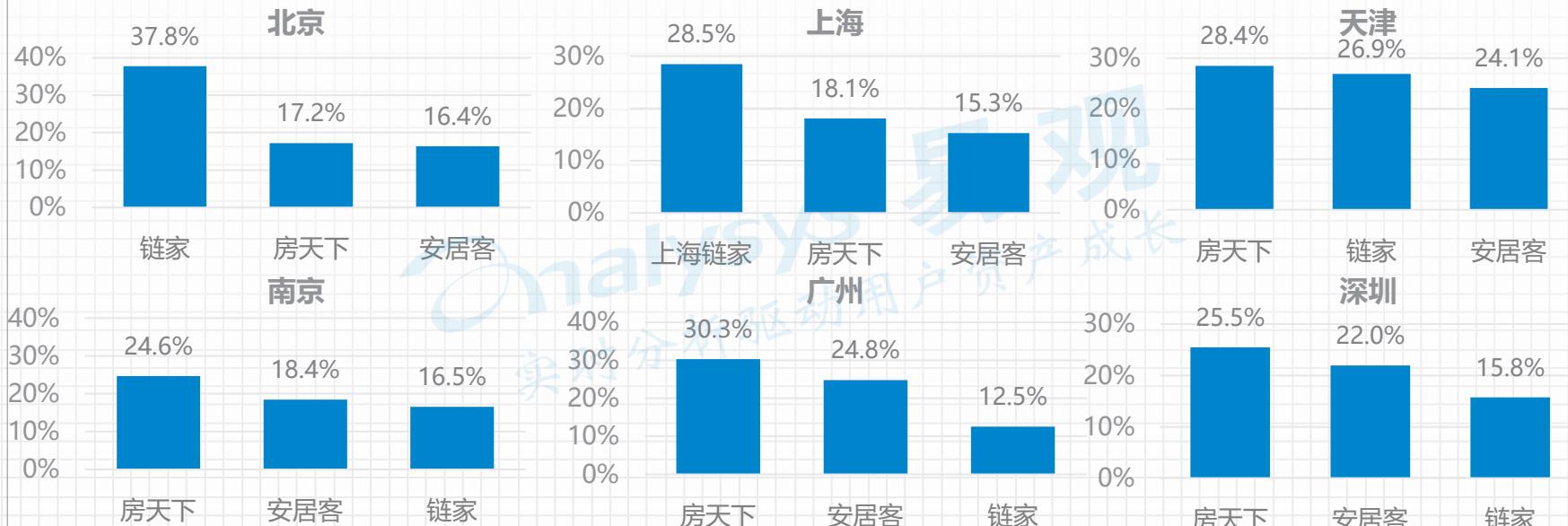
2016年第1-3季度房产服务应用人均使用时长链家均保持第一位置，分别为3.73小时、3.62小时、4.71小时。房产服务APP在服务能力方面不断深化，功能更加全面，用户对于服务完善的应用愿意花更多的时间停留在上面，用户的忠诚度越高。



移动房产服务区域市场渗透率

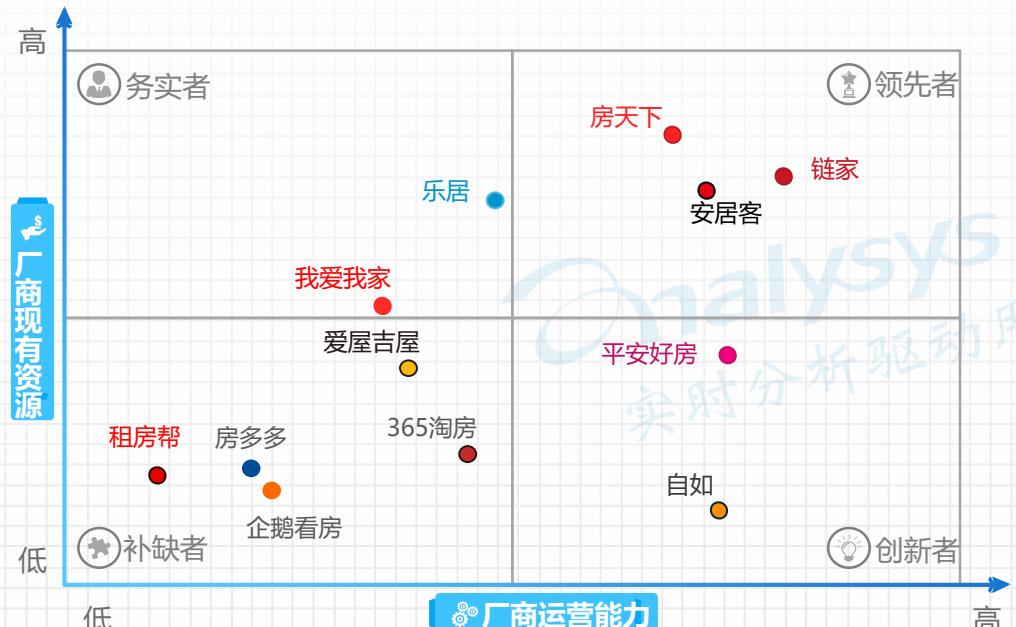
2016年第3季度房产服务6个主要区域市场中，房天下、链家、安居客稳居前三，其中，链家在北京市场渗透率排名第一，上海链家在上海市场渗透率排名第一，房天下在天津、南京、广州、深圳市场渗透率均排名第一。

2016年第3季度区域市场移动房产服务应用渗透率TOP3



链家、房天下、安居客是中国移动房产服务市场的领先者

2016年中国移动房产服务市场实力矩阵



© Analysys 易观

www.analysys.cn

Analysys易观认为，中国移动房产服务市场中，领先者阵营企业较早进入房产服务市场，积累了丰富的资源，通过线上线下布局打通整个产业链，以数据驱动业务成长；创新者阵营旨在通过房产服务模式上的革新追赶行业领先者；务实者方面则更多依赖现有资源优势拓展业务，需要在模式创新和理念创新上有所建树，才能进一步迈向领先者行列；补缺者多专注于各自擅长的领域，在整体市场规模和资源能力仍有待后续发展。

2016年中国移动房产服务市场实力矩阵评分 权重设计

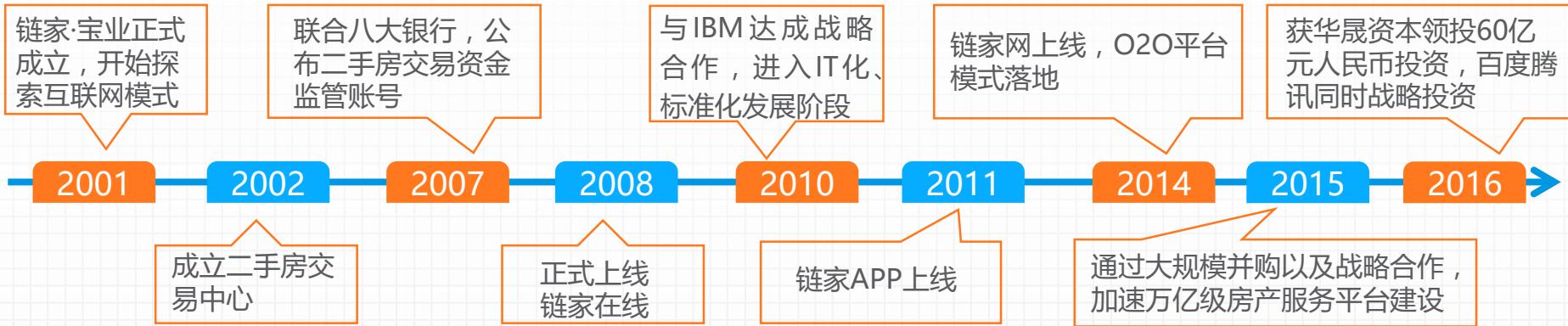
	指标	权重设计	指标说明
现有资源	用户规模	35%	从活跃用户规模、渗透率等用户指标进行评判
	服务资源	35%	对投资并购、合作资源、服务团队等指标进行评判
	市场覆盖	30%	对覆盖区域的规模和覆盖深度指标进行评判
创新能力	用户价值	30%	对用户粘性、活跃度、增长趋势等指标进行评判
	产品能力	30%	对产品更新、创新研发能力等指标进行评判
	商业模式	40%	从业务创新、战略发展、市场前景等指标进行评判

PART 4



中国移动房产服务市场典型企业分析

链家，数据驱动的全价值链房产服务平台



优势

数据能力

链家自2009年开始打造统一的“楼盘字典”，覆盖7000万套房屋数据，保证“真房源”，解决用户痛点，提升购房体验。通过多年经营，积累了丰富的房源数据、交易数据和行为数据，借助数据驱动业务增长。

平台创新

链家线上平台链家网，集房源搜索、产品研发、大数据处理、服务标准建立于一体，通过地图找房、地铁找房工具精准定位客户需求，连接起线上搜索和线下服务，提升购房效率和购房体验。

职业化经纪人

链家拥有经纪人约13万名，并通过信息化手段搭建形成全方位管理体系，加强经纪人的专业度，使经纪人走向职业化道路，提升服务品质。

链家APP亮点：真实全面的房屋信息 优化交互功能，提升效率和体验

真房源查看

拥有真房源数据库，提供多维度在售房源信息和评价内容，包含户型图、实勘图、房源特色等信息



场景化导航

租售买卖，用户定位一键直达，更快访问核心功能，满足用户的差异化需求



智能化找房

地图找房、商圈搜索等智能化搜索与推荐，同时包含区域、总价、房型等十余种标签，帮助用户锁定房源，提升服务效率



真实市场数据参考

链家APP提供真实、实时更新的市场成交数据，用户可随时掌握该城市房屋均价，精准搜索不同区域、商圈、小区楼盘的交易数据，为房屋交易决策提供参考，同时确保交易透明公平



一键委托

业主可一键委托卖房，同时提供基于海量交易数据开发的估价功能，为房屋进行估值，为房屋交易理性决策提供合理依据

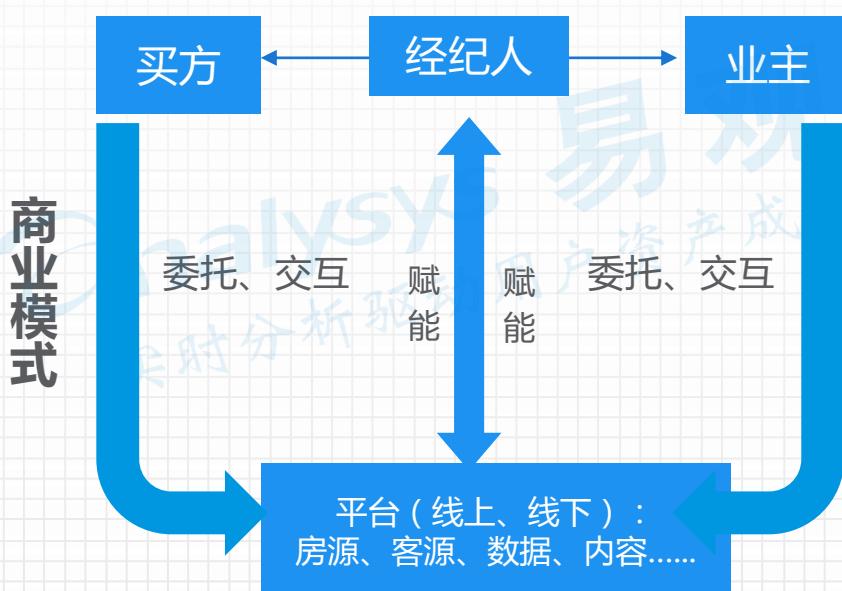


一键约带看

用户可通过链家APP，任意输入心仪的小区名称，随时连线链家经纪人，获得专业的咨询及预约带看等服务，提升交易效率

分析师点评—链家

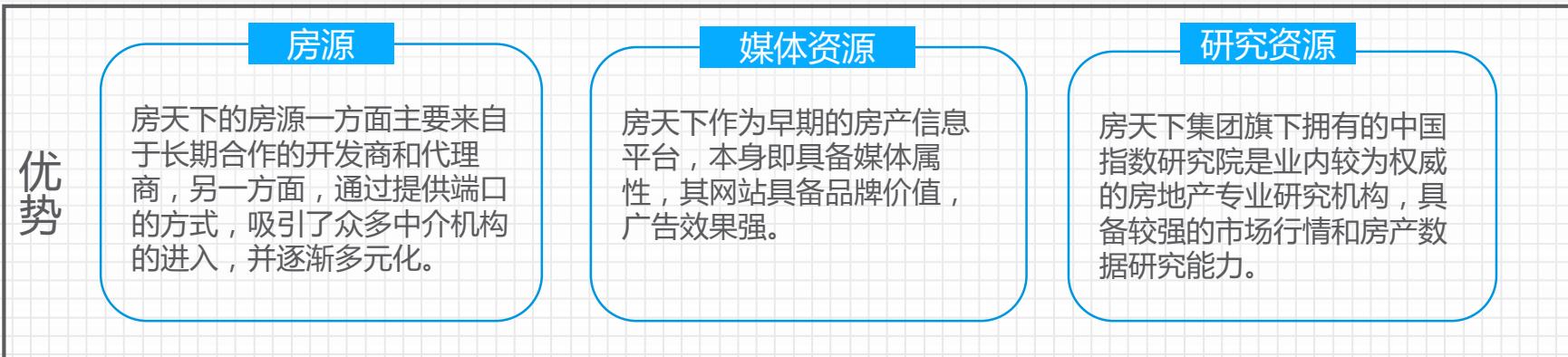
居间交易：打造“住”的入口



SWOT分析

S	<ul style="list-style-type: none"> 真房源数据库，保障房源真实性，辅以强大的数据基础，不断实现业务与服务的创新 规模化的门店和庞大的经纪人团队为用户提供优质的线下服务 平台与业务实现有效整合与打通，交易、业务流程优化，实现服务升级 	W	<ul style="list-style-type: none"> 互联网房产服务能力增长迅速，资源积累仍有较大空间
O	<ul style="list-style-type: none"> 国家推行“互联网+”和房产“去库存”政策，移动房产进入高速发展期 通过并购、合作加强与房产企业的联系，进一步扩大市场规模 	T	<ul style="list-style-type: none"> 线下房产中介公司、线上互联网房产服务商等竞争主体增多，竞争激烈

| 房天下，传统媒体电商的平台之路



房天下APP亮点：功能多元化，提升供需双方交易效率

房源发布快，增加分享功能

2分钟轻松发布房源，业主可以像发朋友圈一样为房子输入图文并貌的个性化评价

支持“一键停售”

新版APP支持房源一键停售、自主修改售价，无需审核，编辑成功后自动更新售价



委托接电方式

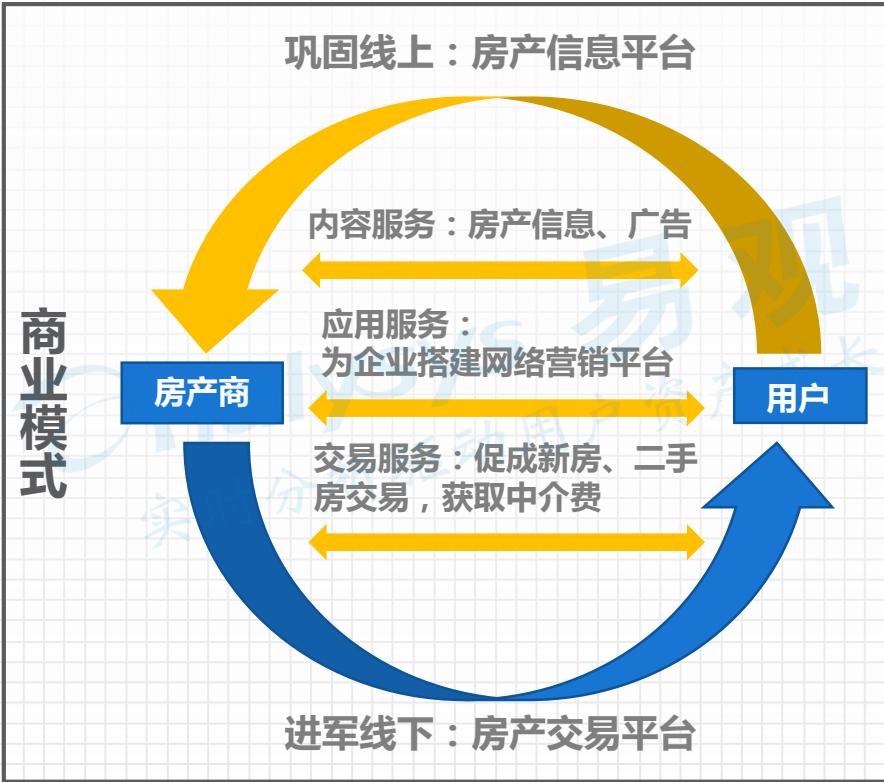
业主可以自主委托接电方式、接电时间，400电话接转还能免除骚扰

房源委托

业主可以根据自身需求，自主选择将房源委托给所有经纪人或是委托给房天下经纪人

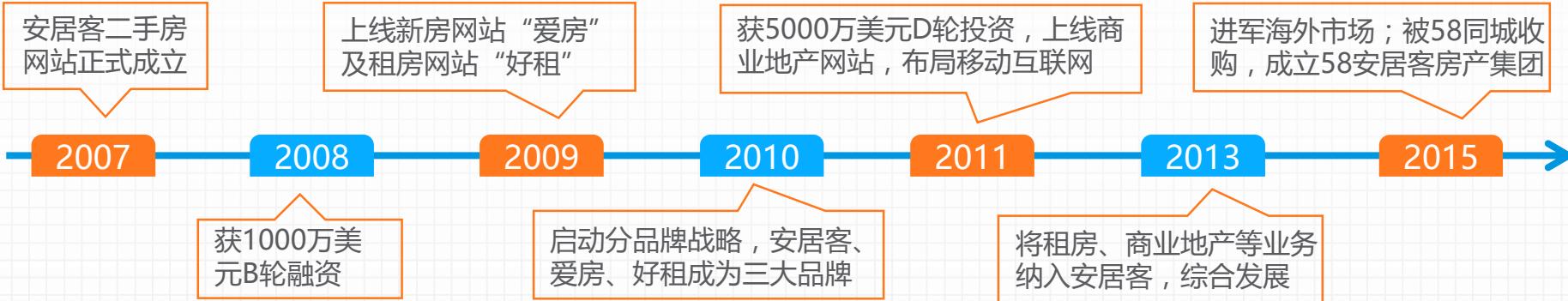
分析师点评——房天下

SWOT分析



S	<ul style="list-style-type: none"> 较早进入互联网房产服务领域，具备先发优势 在移动房产领域拥有多个专业房产APP，优势明显 覆盖城市范围广，具备规模优势 	W	<ul style="list-style-type: none"> 缺乏线下资源积累，经纪人团队存在短板 房源真实性难以保障，屡遭质疑
O	<ul style="list-style-type: none"> 国家推行“互联网+”和房产“去库存”政策，移动房产进入高速发展期 依托“房产+电商”的发展模式，有望向交易平台转型 	T	<ul style="list-style-type: none"> 以超低佣金吸引用户的手段可持续性差，受到房产中介联合抵制

安居客，传统租售平台寻求综合发展



优势

房源

以二手房为初始业务的安居客，最重要的房源来自于长期合作的众多房产中介机构或开发商，被58同城收购之后，个人房源的比例也在逐渐增大。

数据资源

依托安居客在一二线城市的租售数据和消费者搜索数据，可以为经纪人更加准确地找到目标用户提供数据支持。

创新能力

安居客的技术团队创新能力 强，产品更新迭代速度快，陆续开发出“经纪人网上房源发布系统”、“地图找房”等多款系统。

安居客APP亮点：强化基础服务，打造房产服务矩阵

“安居头条” 改版

“安居头条” 改版分为楼市X真相、甲方日报、本地原创三个版块，集中详细解答用户在买房过程中的常见疑问

买房阶段查政策

通过智能买房助手，可以了解最新的购房政策，或是查询自己是否限购，置换需求的购房者可以为房子估价，了解自己的购房能力



看房选房阶段找信息

用户可以查看到“如何选户型”、“如何选楼层”等实用信息，或体验安居客APP“一键找房”功能

增设“楼盘画报”功能

“楼盘画报”可以带领购房者走进样板间，通过组图和文字介绍，让购房者如临其境，更真实地感受房源信息。

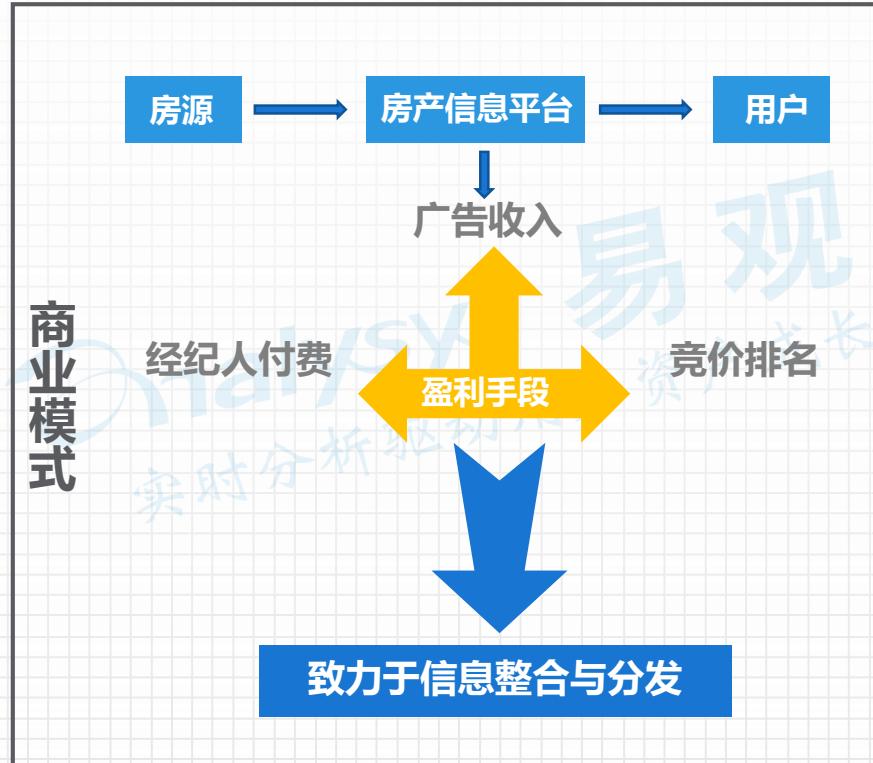
“小区专家”上线

小区周边的优秀的经纪人撰写一手内容，涵盖小区设施、房屋品质、生活配套、交通、缺点等

购房贷款阶段算价格

公积金查询、房贷计算器、贷款知识等在智能买房助手中都有所呈现

分析师点评——安居客



SWOT分析

S	<ul style="list-style-type: none"> · 在一二线城市和东部沿海城市的二手房租售领域覆盖率高，具有传统优势 · 推出多款房产创新产品，用户体验好 	W	<ul style="list-style-type: none"> · 进入互联网房产服务时间较短，在移动端运营能力有限
O	<ul style="list-style-type: none"> · 国家推行“互联网+”和房产“去库存”政策，移动房产进入高速发展期 · 与58、赶集合并后实现资源互补，提升了市场占有率 	T	<ul style="list-style-type: none"> · 与58合并后企业的发展模式面临新的调整 · 面对老牌互联网房产公司房天下，后起之秀房多多、平安好房的竞争挑战

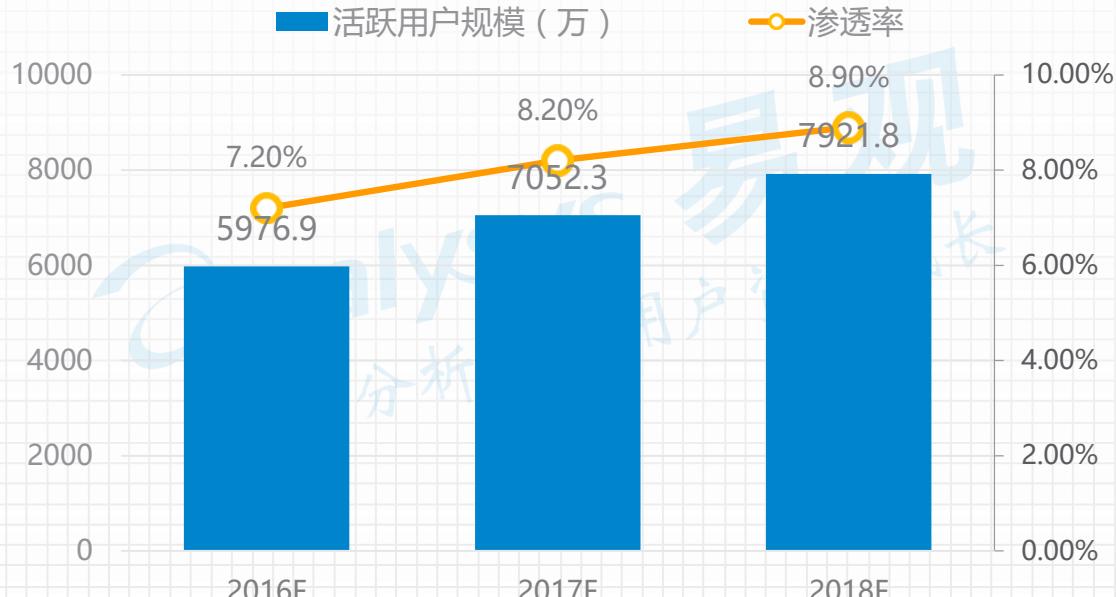
PART 5



中国移动房产服务市场发展趋势研究

未来三年房产服务用户渗透率预测

2016-2018年房产服务活跃用户预测



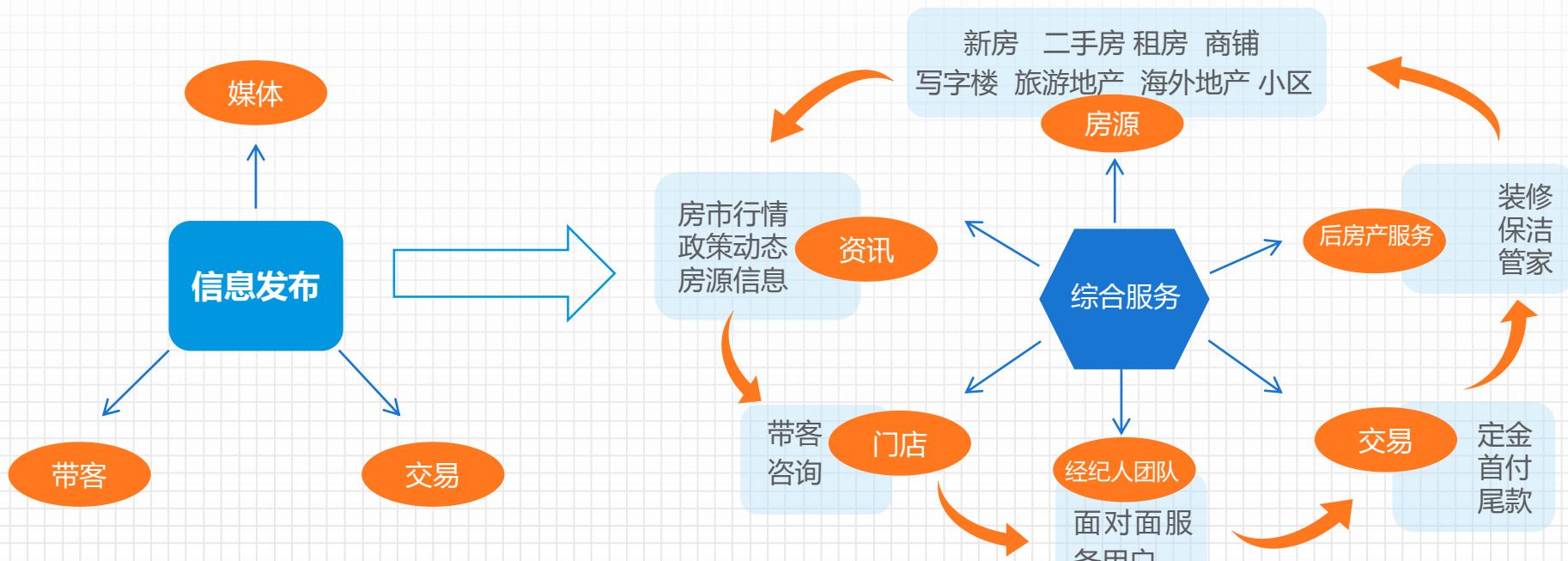
© Analysys 易观

www.analysys.cn

预计2016年移动房产服务活跃用户规模将达到5976.9万，渗透率7.2%；随着房产服务和房产后市场服务进一步发展，预计在2018年，移动房产服务活跃用户将达到7921.8万，渗透率将达到8.9%。

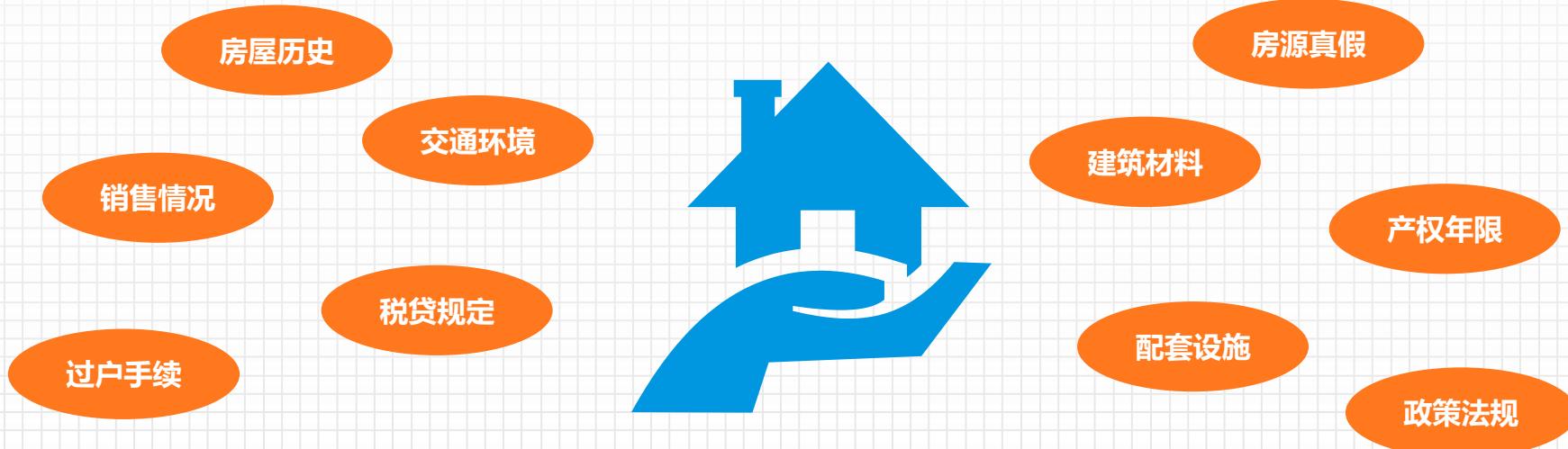
发展趋势：业务体系不断综合化发展

不论是传统PC时代的房产媒体门户，还是移动互联网发展初期的房产服务商，业务体系均以广告营销为主，辅以媒体、带客、交易等业务。随着用户终端、产业基础、技术条件等驱动力的发展，移动房产服务商将形成以新房、二手房、租房所组成的“三房”交易服务为中心，覆盖房产资讯、门店经营、经纪人团队、交易及后房产服务在内的综合化业务体系。



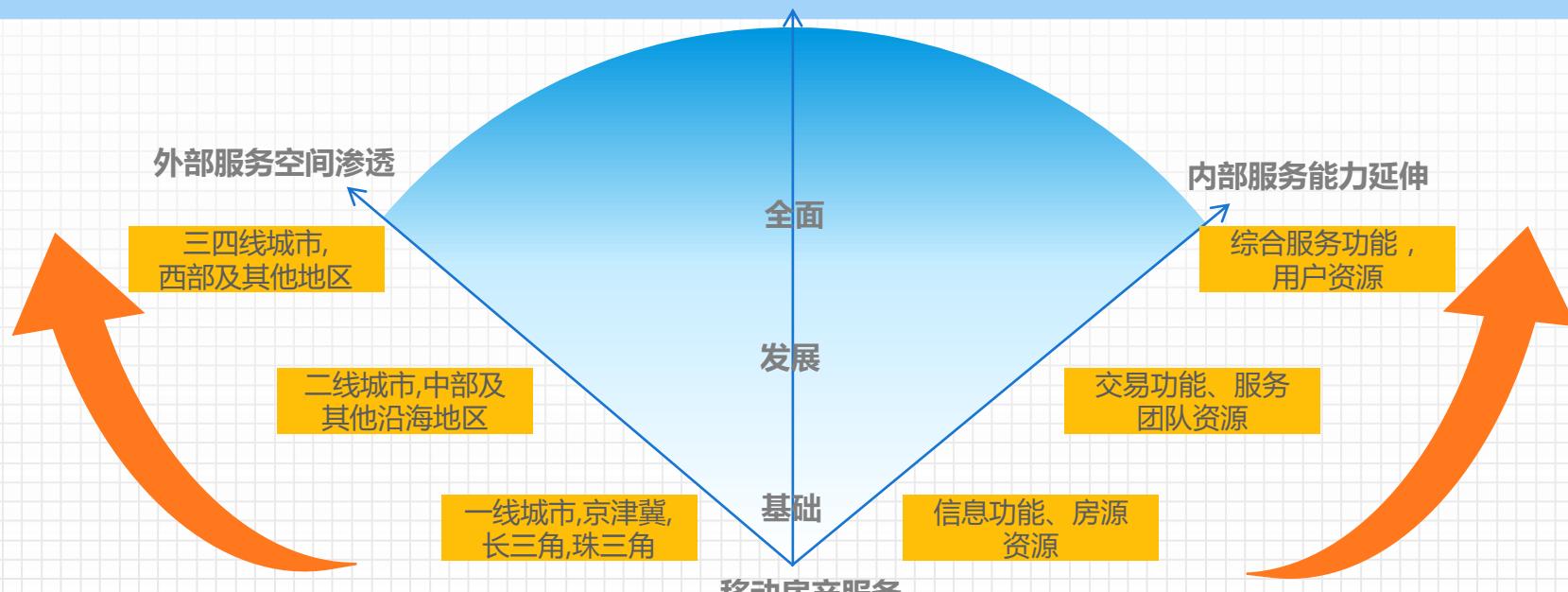
|发展趋势：信息不对称的问题逐步改善，服务水平和用户体验的提升将成为行业最大痛点

在传统房地产市场，无论是以开发商为主导的一手房市场，还是以中介机构主导的二手房市场，或租房市场，均存在买方与卖方之间的信息不对称的问题。随着移动互联网的发展，市场信息透明度逐渐增强，而市场竞争的加剧也在促使着房产服务商主动解决信息不对称问题，同时需要不断提升服务水平和用户体验，解决用户痛点，以此增强自身竞争力。

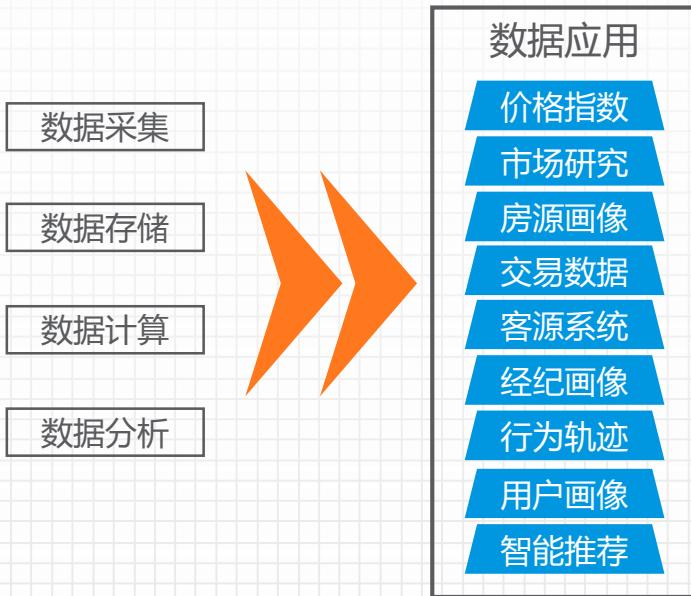


发展趋势：区域市场更加追求纵向的覆盖

对于区域市场，将从对横向数量覆盖的发展态势转向为更加多维度多层次的纵向覆盖。在城市方面，以一线城市为中心，向二线及三四线城市深入；地区方面，以京津冀、长三角、珠三角为重点，向其他地区发展。更加重要的是，由于房地产市场的强区域性特征，移动房产服务商在面对每一个区域市场时，都应该有更加具体的业务资源体系，实现更有价值的覆盖。



发展趋势：大数据技术持续发展，数据应用在房产服务领域的价值将持续体现



发展趋势：限购政策为房产行业长期健康发展提供保障，移动房产服务面临全面升级拐点

2016年十一期间全国重点城市限购限贷政策

城市	内容概要
北京	首套住宅首付35%，二套住宅首付50%，加大中低端商品房供应；
上海	维持原有限购限贷措施，加大房地产市场资金监管；
广州	非本市籍限购1套，首套房或无房贷者首付30%，二套房70%；
深圳	单身限购1套，非深籍需连续五年缴纳社保或个税，二套房首付70%；
南京	单身限购1套，已有住房者限购，首套房首付30%，二套50%或80%；
天津	在市六区及武清区内，非本市籍限购第2套，首套房首付40%；
合肥	已有住房者限购，非本市籍需连续1年缴纳社保或个税，首付40%；
成都	同一身份自然人、法人限购买1套，首套房首付30%，二套40%；
武汉	市区内，本市籍首套房首付25%，二套50%，非本市籍25%或禁贷；
苏州	非本市籍需连续1年缴纳社保或个税且禁购第2套，首套房首付30%；
东莞	不论户籍禁购第3套，首套房首付30%，二套40%，第3套禁贷；

来源：易观2016

9月30日至10月11日，北京、上海等逾20个城市发布限购政策，为部分城市过热的房产市场降温，但用户对移动房产服务需求不断增长是不争的事实，移动房产服务已经迈向产业升级的拐点，限购政策的出台有助于引导广大居民理性购房，从长远角度来看，有利于为整个移动房地产服务业营造一个健康、有序发展的市场环境，促使房产服务形态和利润结构更加合理，驱动移动房产服务从以市场规模为纲走向以产品质量为导向，带动移动房产服务的全面升级。

实时分析驱动用户资产成长

- 易观千帆
- 易观万像
- 易观方舟
- 易观博阅

