



艾媒咨询集团
iiMedia Research Group

2015年中国“互联网+”**房产**研究报告

2015 China “Internet + ” **Real Estate** Research Report
(内部精简版)

研究方法

本报告主要采用行业深度访谈、桌面研究等方法，并结合艾媒咨询自有的用户数据监测系统。

- 通过对行业专家、政府部门与相关企业进行深度访谈，了解相关行业主要情况，获得相应需要的数据。
- 对部分相关的公开信息进行筛选、对比，参照用户调研数据，最终通过桌面研究获得行业规模的数据。
 - 政府数据与信息
 - 行业公开信息
 - 企业年报、季报
 - 行业资深专家公开发表的观点
- 根据艾媒咨询自身数据库和草莓派调研社区平台（ Strawberry Pie ）的相关数据分析。
- 面向全国针对各领域征集优秀案例企业进行中，[详情可咨询alex@iimedia.cn](mailto:alex@iimedia.cn)。

创新 · 重构 · 转型 · 变革

“互联网+” 洞察研究计划

2015年3月5日，十二届全国人大三次会议在人民大会堂开幕，国务院总理李克强在政府工作报告提出，将制定“互联网+”行动计划。这是此行业热词首次出现在政府工作报告中，“互联网+”生态战略或将成为国家重要战略。

为了让创业者精准把握商业机遇、助力传统行业积极转型、让大众更了解“互联网+”，艾媒咨询隆重开启“互联网+”洞察研究计划——7大行业报告+1部干货纸书，餐饮、医疗、社区服务、出行、金融、房产、教育全面扫描，挖掘潜藏的行业数据，分析真实的成功案例，总结无形的转型理论，并把精华内容集结成书——艾媒咨询首部大手笔互联网+实体图书巨著《互联网+：颠覆还是被颠覆》（中大出版社出版）。

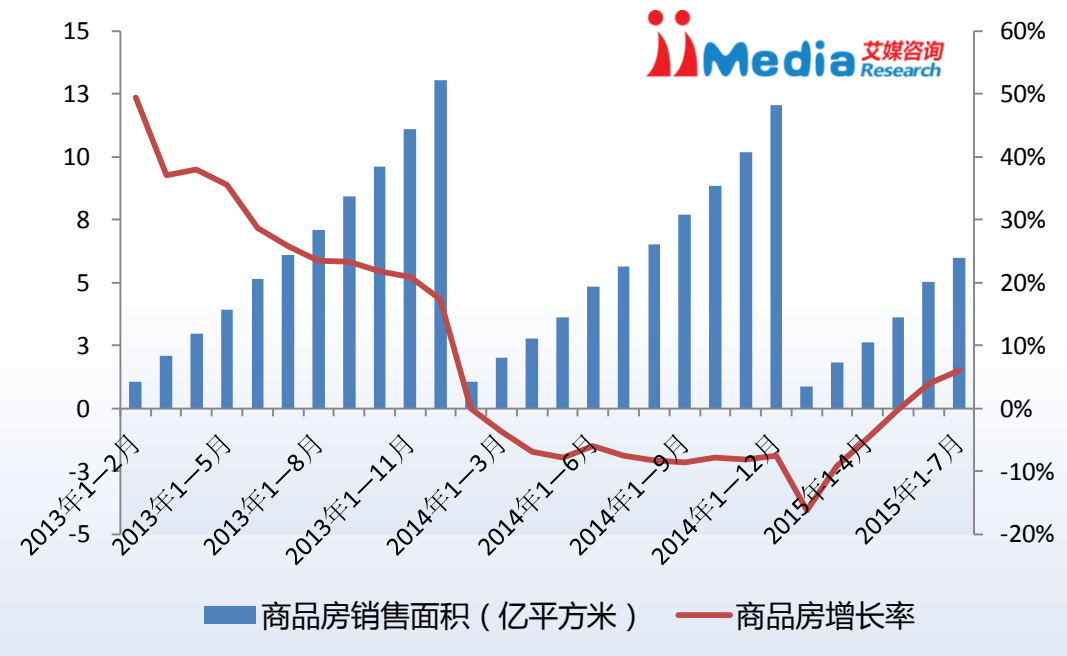
CONTENTS 目录

- 1 2015年中国 “互联网+” 房产行业分析
- 2 传统房产行业痛点与互联网解决之道
- 3 2015年中国 “互联网+” 房产 行业典型案例分析
- 4 2015年中国 “互联网+” 房产 行业发展趋势分析

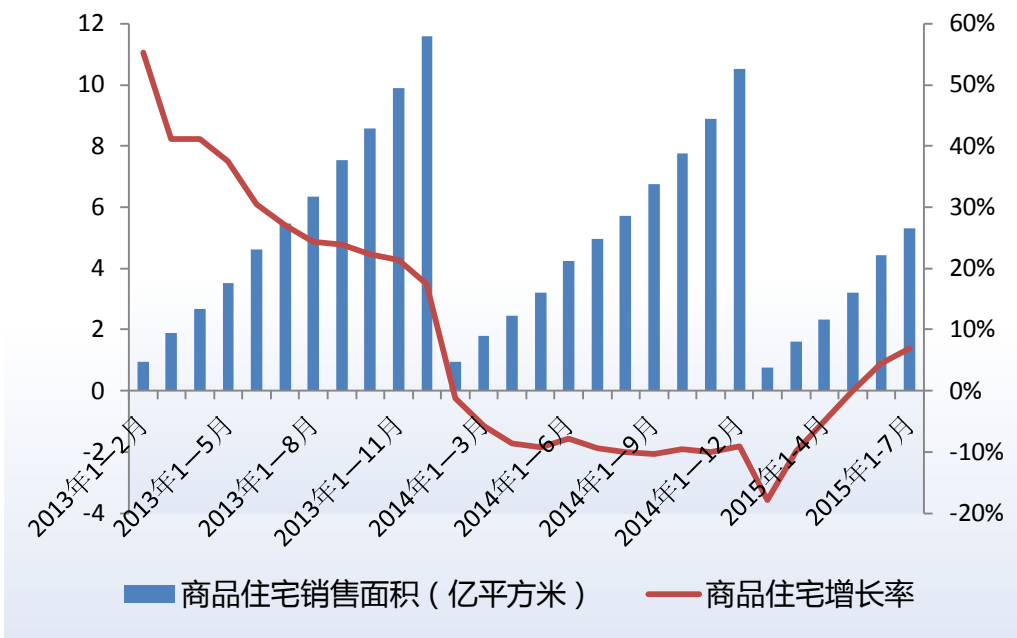
2015年中国“互联网+”房产行业分析

房产行业的发展分析

2015年上半年，由于政府货币、信贷等一系列政策效应的影响，房地产市场逐渐摆脱2014年以来的低迷走势，有了回暖的趋势。但大部分城市仍然存在着库存压力较大、地区分化加剧、成交冷热不均等问题，空城、鬼城越来越多，传统的房产开发并未走出困境。



2015年以来，全国商品房销售市场有所好转。1-7月份，全国商品房销售面积59914万平方米，同比增长6.1%；商品住宅销售面积53009万平方米，同比增长6.9%。

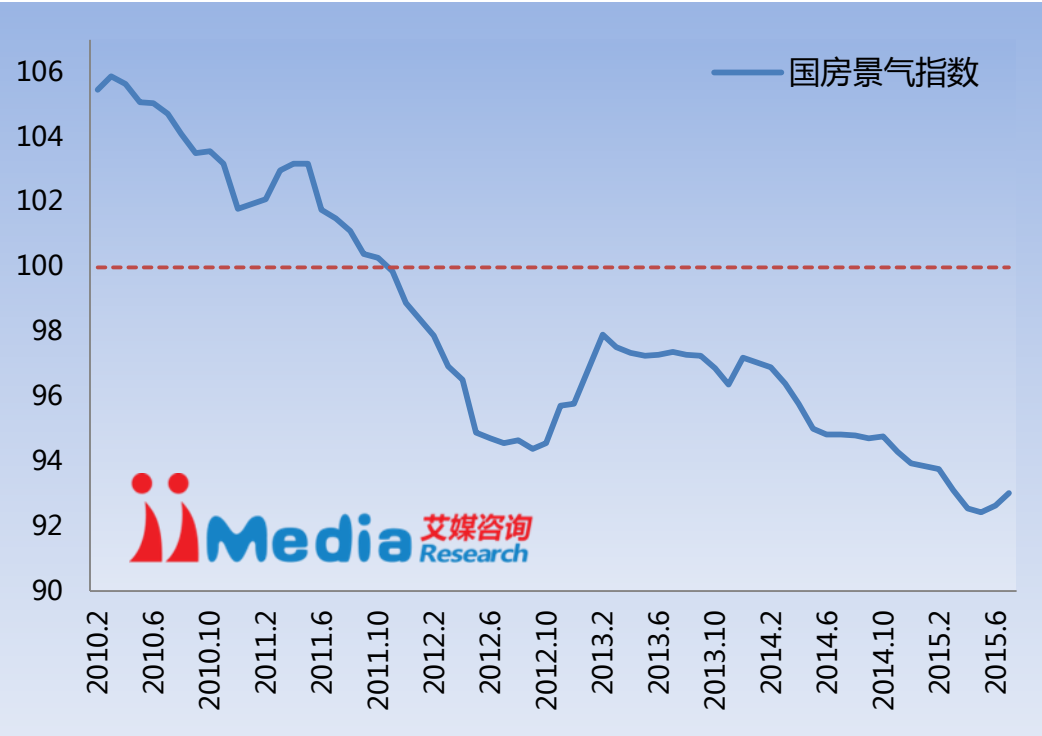


数据来源：iiMedia Research

Copyrights 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

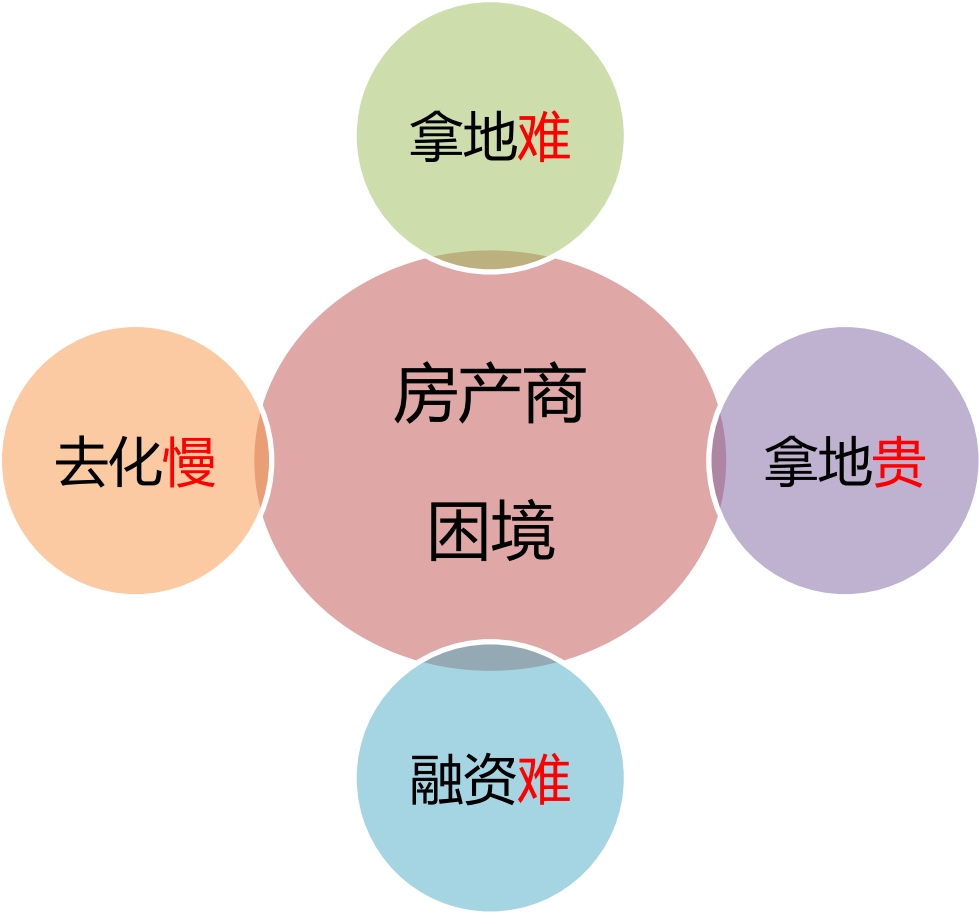
中国房产商的困境

- 国房景气指数持续低位震荡



注：全国房地产开发景气指数（简称“国房景气指数”）以100为景气线，100以上为景气空间，100以下为不景气空间。

数据来源：国家统计局，艾媒咨询加工整理



“互联网+” + 什么？



互联网给房地产业带来的是思维的改变，以改变开发商的强势为主，利用技术手段，抓住并满足客户的需求，给客户绝佳的体验，这将是房产未来生存之道。

+ 硬件

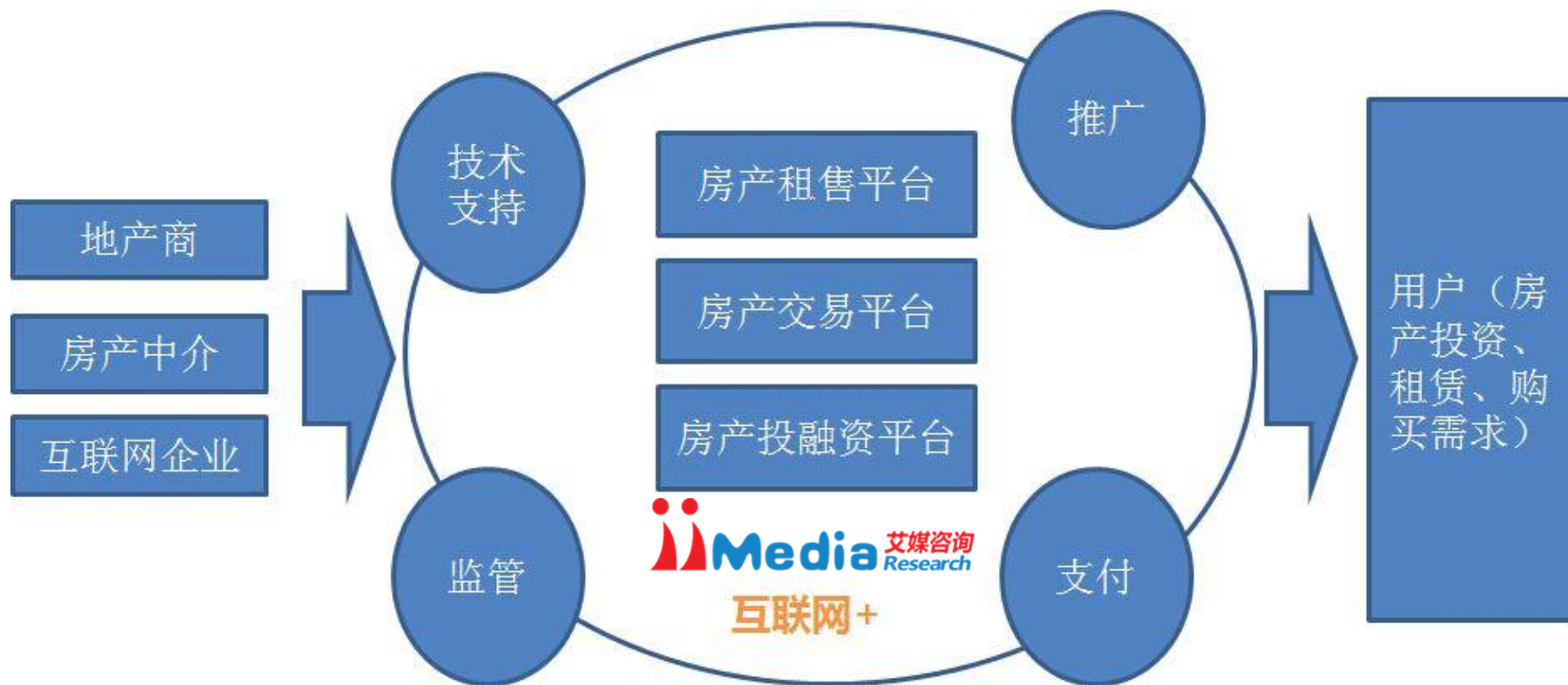
全产业链是无缝对接的“物”联网，把感应器、传播器等衔接起来，让它跟消费者无缝对接，带来整个营业模式的改变。

+ 软件

服务网络的广度对接是“务”联网，也就是服务的网络。通过硬件和软件预测消费者的需求为消费者打造贴身的服务。

- 互联网思维是思维模式的改变。客户不仅需要物理的空间和住房，还需要交流、文化等精神的层面，所以需要教育、健康、商圈、便捷服务等。
- 核心能力最重要，要很认真地把核心竞争力做好，把产品做好。
- 社区服务的春天在来临，线下服务需要跟实体加线上服务的手段相结合。

“互联网+” 房产 产业链分析



“互联网+” 房产 行业图谱

“互联网+” 房产图谱

互联网中介



房产投融资平台



社区APP



数据来源：iiMedia Research

Copyrights 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

“互联网+” 房产 图谱

传统房产公司+互联网案例



+



智慧社区



+



全方位智能家居



Flying Financial
汇联金控
股票代码: HK8030

+



互联网金融 解决融资问题



+



互联网卖房

“互联网+” 房产 最新动态

- 2015年2月，SOHO中国发布办公室在线租赁项目SOHO3Q，致力于为北京上海等**小规模创业团队和自由职业者提供线上租赁服务**。该线上产品采取O2O模式，即线上Online、线下Offline的双向结合，租赁手续的所有环节都将通过线上完成。
- 3月，方兴地产与淘宝房产进行合作，发布了**余额宝购房计划**，这是房地产首次引入互联网金融工具。购房者在线签约后，可以将房款冻结在余额宝中，直到交房时才把款项打给开发商，如此一来余额宝中的收益仍然归购房者。
- 5月，奇虎360公司与知名的房地产开发企业华远集团共同宣布，二者将进行全面战略合作，共同打造**安全智慧社区和家庭安全体系**。360将针对华远房产的家庭安全应用场景，设计开发一些家用智能产品和管理系统。此次360与华远的联盟，是中国房地产企业与互联网企业真正意义上的首次合作。
- 7月，碧桂园宣布联合汇联金融，**以股权收购的方式开发**位于深圳市坂田中心片区坂雪岗大道和中兴路交汇处的两个新地块，该地块总占地面积合计约2.5万平方米，总建面约10万平方米，将发展为集住宅、商业于一体的住区。
- 8月，**腾讯正式发布互联网+房地产行业解决方案**，智慧住家、社区平台、管理聚合、会员特权、金融创新、精准营销六大功能模块亮相，力图依托腾讯强大的信息通信技术，实现社区智慧化、营销精准化、平台聚合化，推动中国房地产行业迎来一个全新的时代。

传统房地产行业痛点与互联网解决之道

传统房地产业痛点

痛点——“房产商融资难”

目前房企融资渠道有银行贷款、同行拆借、发债、信托基金、海外融资等，银行贷款是房产行业融资的核心渠道但开发贷款仅占总贷款余额的6%-7%，地产信托占开发贷款的比例也不到20%。而受制于发行和使用条件制约，公司债券规模近些年虽基本保持稳定，但占比小。传统融资模式利用空间已经最大化。



- 2015年以来，中国房地产市场迎来了普遍的金融投资创新，市场参与者也勇于通过互联网方式进行融资及推广，为整个融资市场注入更多的创新活力，而今后，互联网+金融+房产模式将成为房企的标配。
- 互联网投融资平台可以为房产开发商提供量身定制，不需要抵押，非常灵活，复制性强，同时兼具营销特征的融资产品。

痛点解决

“房产商融资难” 痛点解决 —— 众筹

投资理财 产品型

代表是无忧我房推出的无忧众筹。无忧我房把项目包装成保险、债券或者余额宝那样的金融产品，将众筹建房的行为变成一种金融产品的购买行为。

营销 推广型

代表是京东的凑份子。京东与远洋地产的互联网房产众筹项目，通过电商平台的营销，引起社会关注。对出资人而言，可在“凑份子”找到感兴趣的项目，并参与项目初期产品涉及、生产、定价等环节；对筹资人而言，京东将利用自身拥有的供应链和资源整合等能力帮助其快速成长。

合作 建房型

代表是万通地产推出的自由筑屋。企业通过互联网手段，既能通过用户众筹到资金，也能与金融机构合作开发金融产品。筹集资金用于开发商建房子，将购房者和买房者的买卖关系转变成雇佣关系，从而降低中间成本和房价。

- 2014年6月，团贷网在东莞推出首个众筹买房投资产品“房宝宝”
- 2014年9月，万科与搜房网合作在苏州推出房产众筹项目，9个小时就顺利完成54万众筹目标
- 2015年4月，绿地集团与房地产众筹平台众筹网金发起“世界第三楼，中国第一筹”武汉绿地中心606项目的众筹计划，这是国内第一起摩天大楼的众筹案例

优势：

- 使开发商迅速完成潜在客户积累，提前锁定消费群体，大幅降低营销推广费用
- 对购房者而言，能拿到比市场上更实惠的房价，也是一种投资方式

传统房产交易痛点

传统房产交易的痛点



买方难以抓到真正有效信息，对租用的房屋或者购买的房产进行有效比对。

买方必须依靠对实际情况更加了解的房产中介，进行交易。

原因分析

由于房产交易的信息不对称，一旦买方信任了中介的市场信息，就会在交易知识和信息上，被特定中介形成权力垄断

凡有垄断，必有腐败。比如广泛存在的信息欺骗，以及存在的差价等等。

互联网+ “房产” 的解决方法

解决方法



改变房源展示方式，比如请专业摄影师上门拍摄房源并核实产证，坚决杜绝中介广告

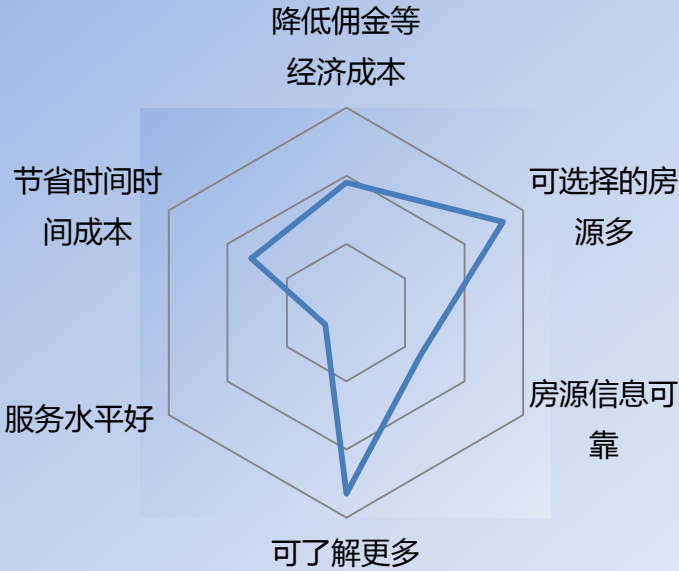


改变中介服务方式，提供在线预约看房服务、法律及金融服务、交易日专车接送以及房产中心VIP通道服务等，最大限度方便市民



改变不合理的收费模式，拒绝佣金提成，只收取合理的固定服务费，让市民明明白白消费

互联网房产中介吸引用户的地方

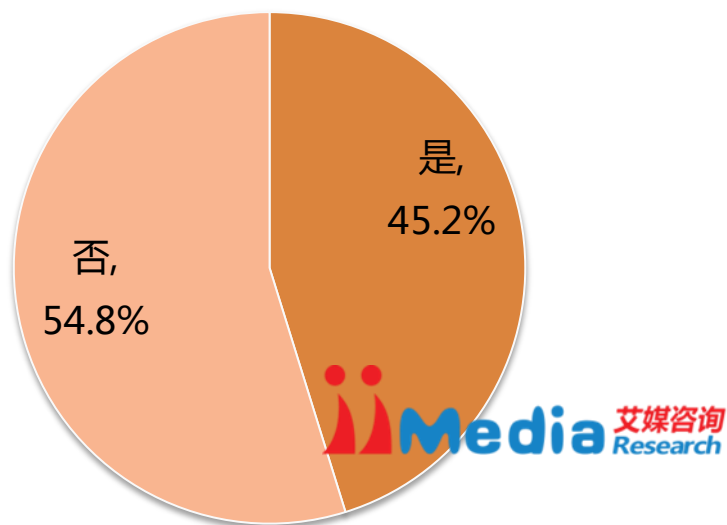


数据来源：iiMedia Research

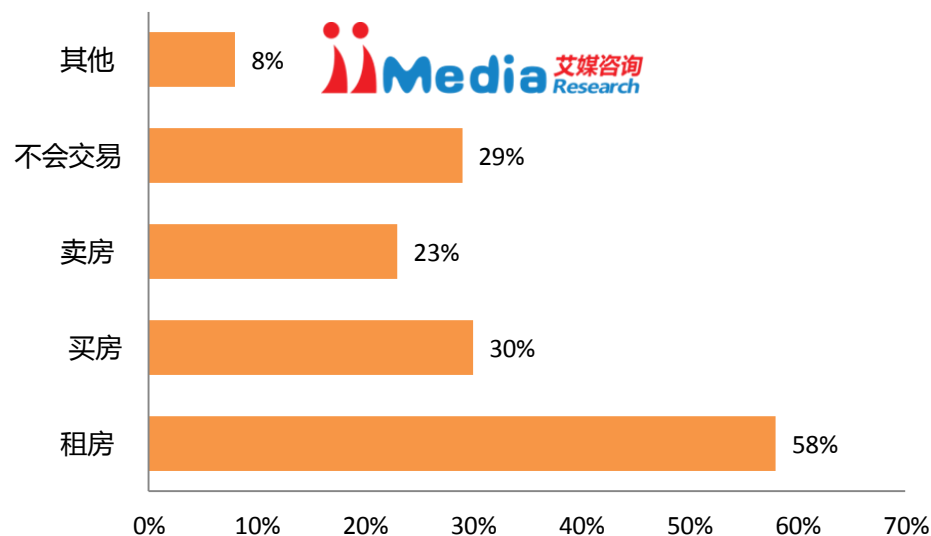
Copyrights 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

“互联网+” 房产 的用户调查

您是否有使用过互联网+房产相关产品（浏览房地产行业信息、了解房源情况，完成租房买房交易等）？



您会在互联网房产中介平台进行的交易有那些？



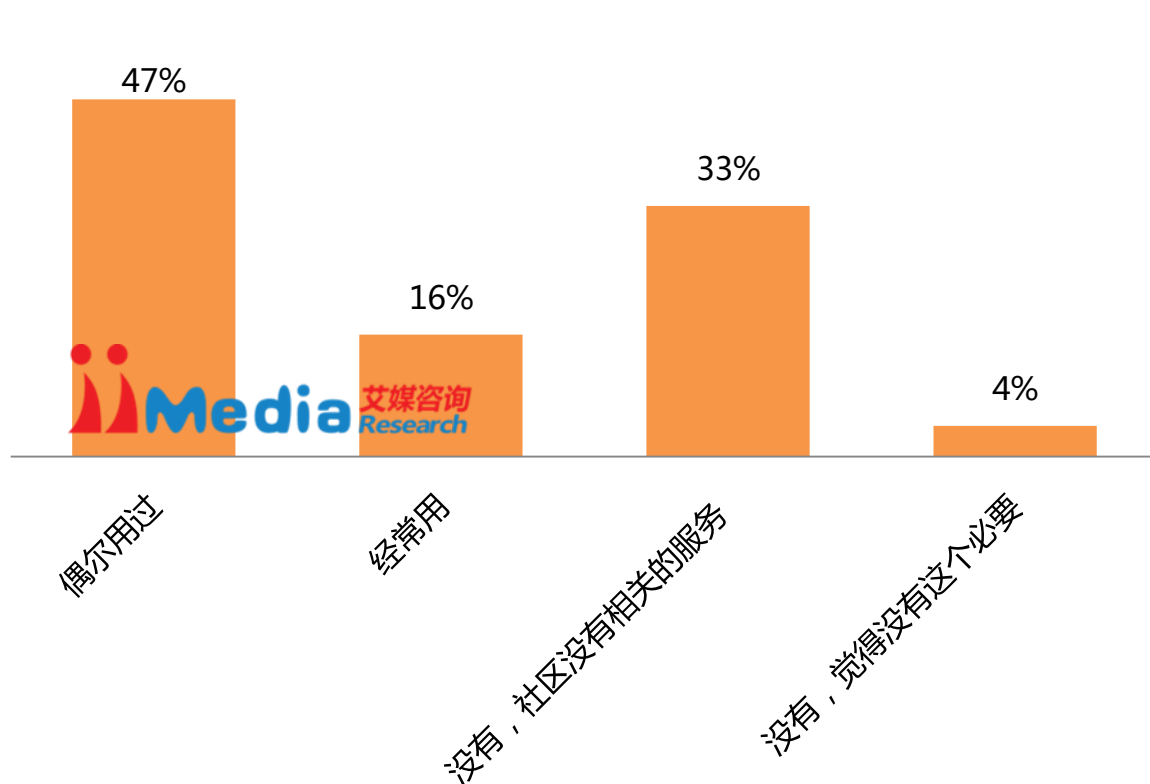
艾媒咨询分析师认为，部分网上交易平台因为只收成交价的0.5%作为中介费，与传统房产中介1.5%~3%佣金相比，优势明显，有很多人愿意在网上进行租房服务。买卖房子涉及到大笔金额，而且手续繁琐，传统中介经纪人经验丰富，相对来说，选择在互联网平台的人数较少。

数据来源：iiMedia Research

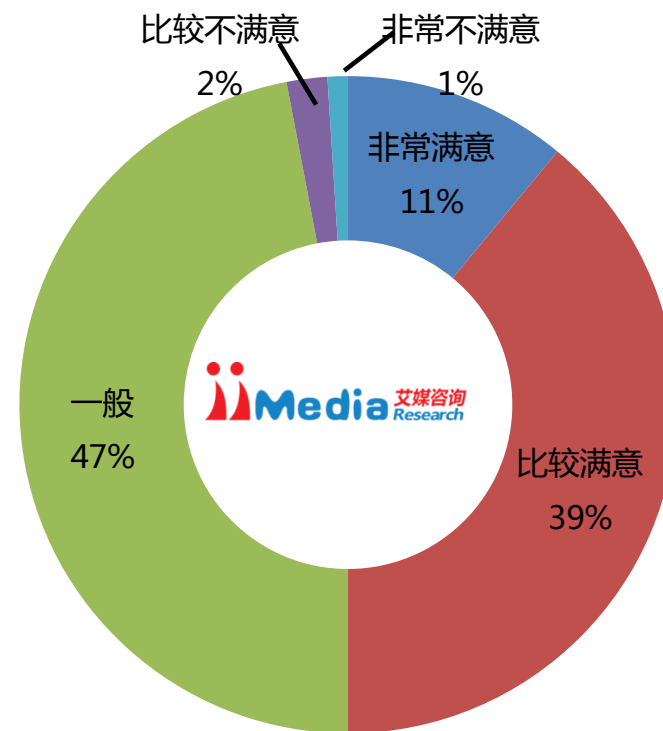
CopyRights 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

“互联网+” 房产 的用户调查

您是否尝试在线使用过您所在的小区生活服务项目？
（洗衣、搬家、快递、清洁、物业等）？



请问您对互联网+房产相关产品满意吗？



艾媒分析师认为，“互联网”+房产的产品应该进一步通过互联网增加产品的竞争力，增强用户体验，吸引更多用户使用“互联网”+房产的相关产品。

2015年中国“互联网+”房产行业典型案例分析

“互联网+” 房产 房产开发商--SOHO中国

SOHO中国的互联网产品SOHO3Q是典型的O2O产品，定位为O2O模式的办公产品短期线上租赁平台。

产品特点

预订、选位、订房、付款交易等所有环节都在线上完成

提供灵活的短租服务，一次订单的租期短至一周，长至三个月

可以单租一个办公桌，也可以整租一间办公室

在手机APP上随时随地实现选位、付款或者续租

- 2015年2月，SOHO中国的“移动办公”产品SOHO3Q正式上线，仅仅三个月之后，位于北京的望京SOHO 3Q即告满租。而根据SOHO中国2014年年报，截至2014年12月31日，望京SOHO塔3在3个月时间里只出租了68.9%的写字楼面积。

提供服务



电话间



会议室



免费咖啡



复印打印



自动售卖机



休闲区



活动

数据来源：iiMedia Research

Copyrights 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

“互联网+” 房产 青年创业企业—YOU+

YOU+国际青年社区于2012年6月在广州成立，是一个面向现代化都市青年的连锁生活社区。精致现代化的装潢、便利的地理位置、专业人性化的管理以及和睦的社区氛围，使其迅速在年轻白领中引起了轰动。至今，YOU+已在广州、上海、北京等地都开设了分店。其将青年社区创业与互联网巧妙结合，线上平台做宣传推广以及预约租房等流程，鲜艳的LOGO搭配丰富多彩的活动介绍，活力感十足。

YOU+的公寓都由专业的建筑设计人员打造。现代简约的装潢设计高于普通出租屋的平均水平。

住房精致

氛围温馨

除了提供公共空间让大家共同交流玩乐，YOU+还会组织各种各样的活动，鼓动大家加深彼此的了解，体验家式温暖。

善选租客

租住YOU+的公寓需要先在官网上进行预约，填写个人的详细资料，包括学历、职业、特长等等，既是加强公寓对租客的了解，同时也是保证租客的质量。

“互联网+” 房产 互联网企业--腾讯

- 腾讯在2015年8月正式发布互联网+房地产行业解决方案，智慧住家、社区平台、管理聚合、会员特权、金融创新、精准营销六大功能模块亮相

智慧住家	社区平台	管理聚合
<ul style="list-style-type: none">智能芯片连接智慧生活	<ul style="list-style-type: none">O2O平台整合产业链服务	<ul style="list-style-type: none">通过微信端打造房地产行业全链条管理闭环
会员特权	金融创新	精准营销
<ul style="list-style-type: none">QQ会员的专属购房特权服务	<ul style="list-style-type: none">联合微众银行“微粒贷”产品触点业主消费金融	<ul style="list-style-type: none">基于大数据的中国首个房产微电商平台

- 腾讯结合云平台、物联网、微信开放平台、互联网金融等多维度详细阐述触碰属于未来互联网+城市的生态圈。
- 腾讯参与互联网+房产的方式，是开放和协作的，做好连接器，做好跨界融合。希望通过腾讯的产品能力，社交生态，从房地产行业的营销、金融、社区、智能楼宇家居、交通、众创空间等方面，提供全方位的解决方案服务和思考。

“互联网+” 房产 房产中介—爱屋吉屋

企业简介

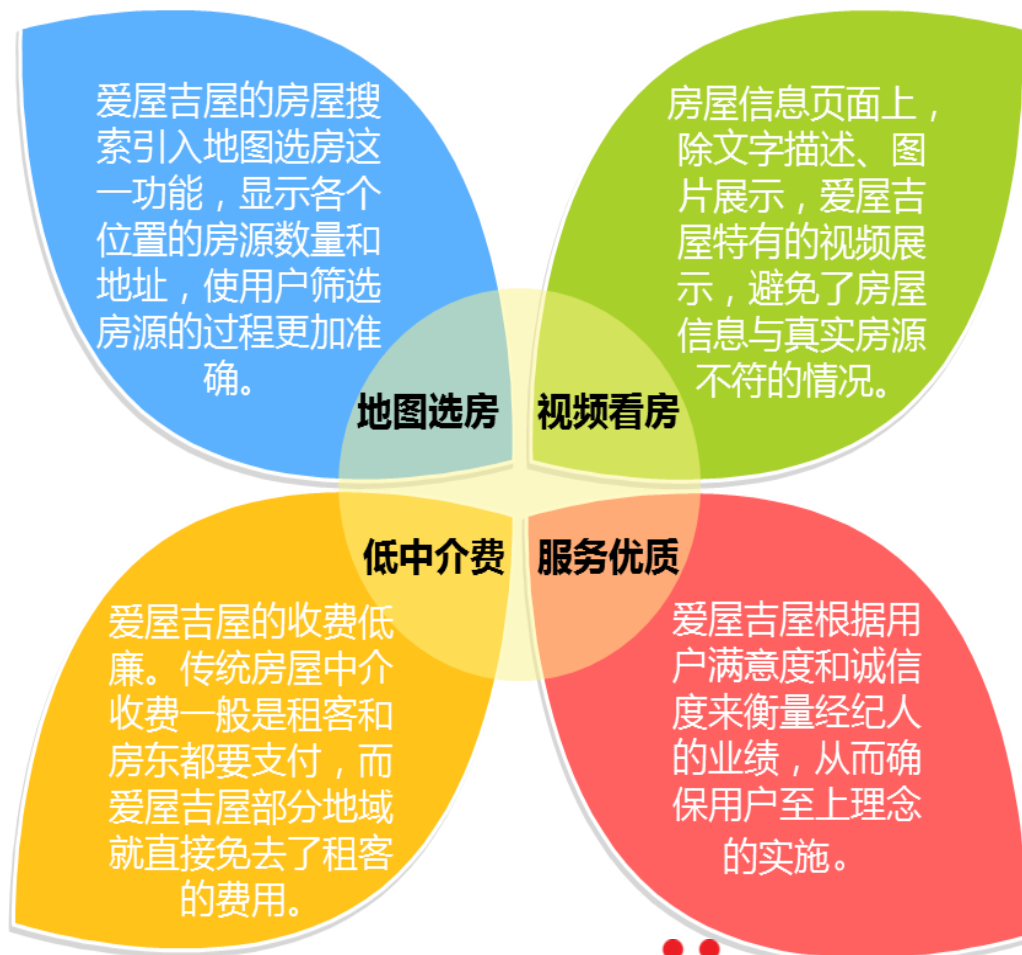
始于2014年的爱屋吉屋，立志于打破原有的传统中介模式，要将房产中介这一项服务完全的互联网化。

市场表现

爱屋吉屋不设门店、拥有线上PC端和移动端平台以及线下自属的经纪人团队、以用户体验至上的服务模式，不仅降低了用户需要支付的中介费用和看房时间，也激励了经纪人提高服务水平和中介效率。这种重服务质量、去门店化的互联网中介模式，对于传统房产中介是一个较大的冲击。

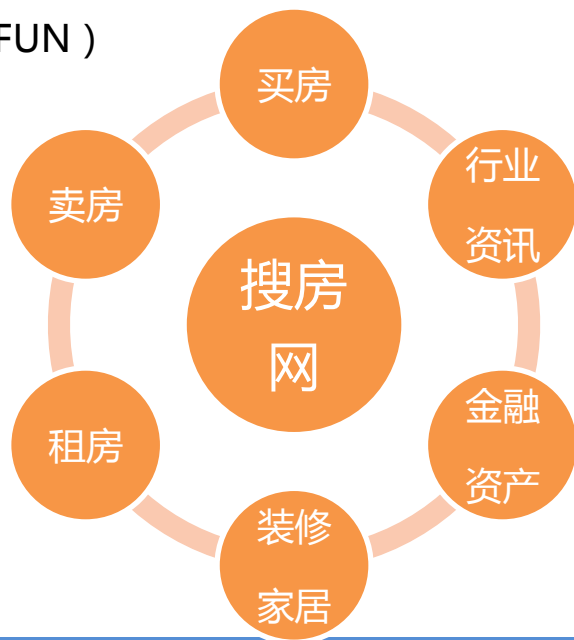
特色优势

地图选房、视频看房、低中介费、服务优质等。



“互联网+” 房产 房产资讯平台--搜房网

- 搜房网是全球最大的房地产家居网络平台，一直引领新房、二手房、家居、房地产研究等领域的互联网创新，搜房在移动技术、产品、推广方面全面布局，锁定了移动领域的领先地位。
- 2010年9月，搜房控股在美国纽约证券交易所成功上市，业务覆盖中国330多个城市，目前拥有106个分公司。（股票代码SFUN）



市场表现

2015年6月，搜房网在广州和武汉分别拿下市场成交量第一名

财报数据

2015年第二季度营收为2.109亿美元，同比增长25.4%

业绩展望

预计2015年营收约为8.434亿美元，同比增长20%，高于此前预计的8.083亿美元

“直客式”服务

2015年1月，搜房网在北京、上海、广州、武汉、成都5个城市正式测试“直客式”服务，推出超过10万套自营房源，通过交易平台匹配潜在购房者，买卖双方达成交易后，收取成交金额0.5%的中介费。与传统门店中介2-3%的佣金相比，具有十分明显的竞争优势。

“互联网+” 房产 互联网融资平台--搜易贷

搜易贷

- 搜易贷是搜狐集团旗下的互联网金融平台，由搜狐畅游CFO何捷于2014年4月创办，2014年9月搜易贷正式上线。搜易贷聚焦民间小微额借贷，致力于推动中国信贷行业的市场化、平民化及高效化。
- 搜易贷旗下的“房易贷”上线四款借贷产品，全面满足个人房产金融需求。



首付贷
适用于有首付缺口的刚需型购房者



换房贷
适用于小房换大房的改善型购房者



赎楼贷
适用于有按揭没还清，但急于出售的卖房者



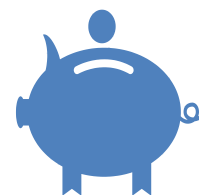
房屋抵押贷
适用于有房产可抵押，借款用于经营和周转的人



累计投资额
突破**20亿**



累计投资笔数
57万



全部预期收益
7811万

(数据截止在2015年6月30日)

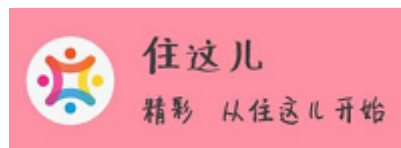
数据来源：iiMedia Research

Copyrights 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

“互联网+” 房产 社区O2O平台--住这儿

- 2014年3月，万科推出了一款社区生活APP“住这儿”，主要用户为万科业主、住户群体。
- 万科打算通过“住这儿”APP，打造一个物业服务、社区交流与商圈服务平台的O2O闭环商业，解决互联网最后一公里的问题。万科物业正式发布“住这儿”手机APP之后，上海、广州、成都、天津与南京5城的物业招标市场出现不同程度的回升。

通过住这儿App，万科可以扩大自身经营范围，通过增值服务来促进销售，获得更多的利润，同时还能加强与用户之间的联系，通过沟通互动，提高用户粘性，有利于地产企业收集用户大数据和二次开发。



整合了社区用户的生活服务产品，包括房屋报修、邮包、投诉等基础功能

业主可以直接登录万科房屋交易厅，进行相关交易服务

可以清晰掌握所在小区的最新公告、发起相关活动，通过发帖、评论等方式进行日常交流。

打造了“良商乐”，集合了附近美食、美发、超市等商家，并依靠数据分别推出了“活力排行”和“黑榜”。

2015年中国“互联网+”房产行业发展趋势分析

“互联网+” 房产 未来趋势

- ◉ **房产出租销售更加灵活。** 通过网络和移动客户端，人人都可以租房卖房，加上O2O理念的移动APP即时响应快速服务，从简单促销到实现快速营销、**实现移动互联网营销**，节省了开连锁门店和销售员的成本。
- ◉ **房产定制化。** C2B即消费者根据自身需求定制产品和价格，生产企业根据消费者需求进行定制化生产。产品定制在工业和日产消费领域较为多见，而大众型房屋定制却非常稀少。随着经济发展和生活水平的提高，**个性化房屋需求会更加明显。**
- ◉ **房产金融产品创新、融资渠道多元化。** 一方是承受巨大库存压力的房产商，另一方是未达资金门槛的房产需求者与投资需求者，借助互联网将市场上的需求双方联系起来。通过房产虚拟分散、零散资金跨时空集合以及金融信贷服务来最大程度地满足供需双方。房产众筹、P2P、P2W、资产证券化只是新型网络房产投融资的一个开端，**一个房产金融蓬勃发展的新局面即将出现。**
- ◉ **传统房产企业积极寻求与互联网融合之道。** 由于互联网跨越性、及时性、交互性、低成本、受众广等特点给房产的发展带来了无穷无尽的想象空间。近年部分房企转型互联网，挖掘市场空间。多数房企寻求与互联网企业合作，试图实现突破性的发展，**未来房产与互联网的融合发展将有无限可能。**





艾媒咨询集团（iiMedia Research Group）旗下的艾媒无线广告监测系统（Adiimedia.com）是国内领先的第三方移动互联网广告投放监测系统，通过专业的技术手段为广告主提供独立、客观、公正的移动广告监测服务以及最优化最全面的监测解决方案。

Adiimedia可为广告主提供在移动媒体上的广告投放形式、访问量情况、投放费用等统计指标，及时反馈广告效果、优化手机广告投放，为移动广告客户提供专业的监测解决方案，使广告主能全面了解自身及竞争对手媒体投放情况。

优秀案例征集计划

艾媒咨询是全球领先移动互联网第三方数据挖掘与整合营销机构，为更深入研究和了解消费者行为、优秀企业商业模式和行业竞争等情况，特针对不同领域开启优秀企业案例征集计划，本计划主要针对移动互联网及相关产业链领域企业，并要求企业在其领域内具有一定市场影响力和一定创新模式。

合作详情可咨询alex@iimedia.cn

法律声明

本报告由iiMedia Research（艾媒咨询）调查和制作，报告中所有的文字、图片、表格均受到中国大陆及香港特别行政区知识产权法律法规的保护，任何非商业性质的报道、摘录、以及引用请务必注明版权来源；iiMedia Research（艾媒咨询）会向国家相关政府决策机构、知名新闻媒体和行业研究机构提供部分数据引用，但拒绝向一切侵犯艾媒著作权的商业研究提供免费引用。

本报告中的调研数据均采用行业深度访谈、用户调研、桌面研究得到，部分数据未经相关运营商直接认可；同时本报告中的调研数据均采用样本调研方法获得，其数据结果受到样本的影响，部分数据可能未必能够完全反映真实市场情况。因此，本报告仅供个人或单位作为市场参考资料，本公司不承担因使用本报告而产生的法律责任。在未接受本声明前，请不要阅读本报告。

关于艾媒

艾媒咨询 (iiMedia Research) 是全球移动互联网领域的著名研究机构，也是中国首家专注于移动互联网、智能终端和可穿戴设备等产业研究的权威机构。艾媒咨询成立于2010年，2012年艾媒咨询正式成为CAMIR唯一专注于移动互联网行业市场信息调研的成员单位。

iiMedia Research为包括国家工业和信息化部、人民日报社、广东省人民政府、河南省人民政府等各级政府部门，各电信运营商和设备提供商提供数据研究和决策参考服务。

艾媒旗下艾媒网 (www.iimedia.cn) 是中国最早的移动互联网领域行业数据发布平台，致力于传播无线互联网行业的服务理念，为行业横向交流打造坚实平台。

艾媒每年刊发的研究报告以及分析成果数百份，在业界具有很好的影响力，一直被全球各大主流平面和网络媒体追捧和引用；每年举办多场全国或国际的高层次移动互联网高峰论坛得到行业和媒体、政府的认可和支持。

2015年艾媒咨询集团发起致力于互联网+产业环境下为全球传统产业与互联网建立高层私密交流的高端平台“创势会”，正迅速成长为推动中国经济转型变革的卓越企业家高级俱乐部。

iiMedia Research研究报告指定发布平台：艾媒网 (www.iimedia.cn)、魔部网 (www.moobuu.com)

iiMedia Research官网：<http://www.iimedia.com.cn>

艾媒无线广告监测系统：<http://www.adiimedia.com>

创势会官网：<http://www.imchance.com/>

官方邮箱：research@iimedia.cn

VIP服务热线：400 702 6383



@艾媒咨询



艾媒咨询

本报告由iiMedia Research集团控股有限公司 (中国香港) 出品



数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

因为专注，所以专业！

*Since 2010 ,
We focus on mobile Internet !*