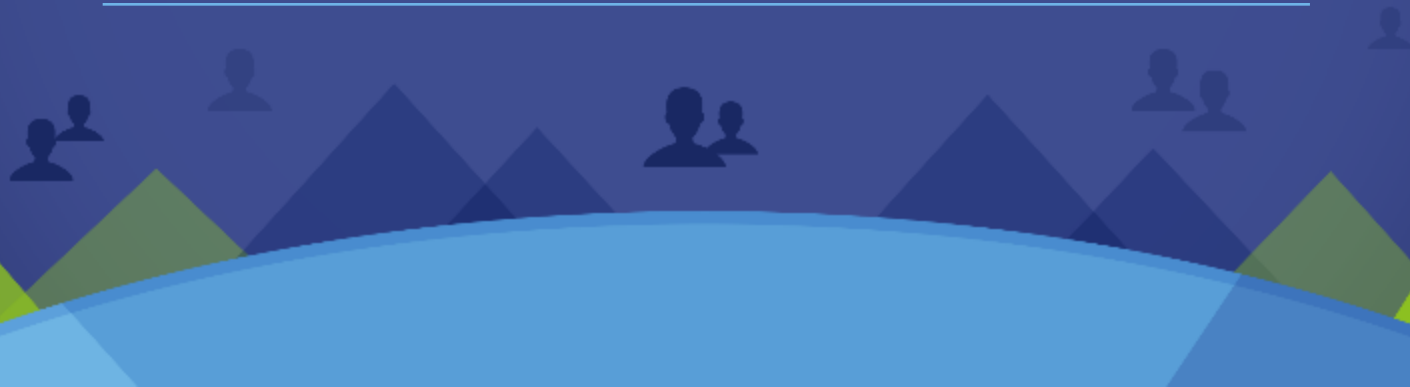


2015

房产O2O移动应用行业报告

TalkingData移动数据研究中心 2015年9月



目录

CONTENTS

- 房产O2O移动应用行业概况
- 房产O2O移动应用行业图谱
- 房产O2O移动应用行为偏好
- 房产O2O移动应用人群画像

● 房产O2O移动应用行业概况

房产O2O移动应用行业概况：用户规模

- **目前房产O2O用户规模为0.3亿，在移动互联网的渗透率较低**

移动房产O2O用户规模为0.3亿，在移动O2O中占比3.6%，在移动互联网的渗透率为2.4%；房产O2O目前用户规模很小，渗透率较低，一般来说，只有有买卖房、租房需求的用户会安装房产类应用

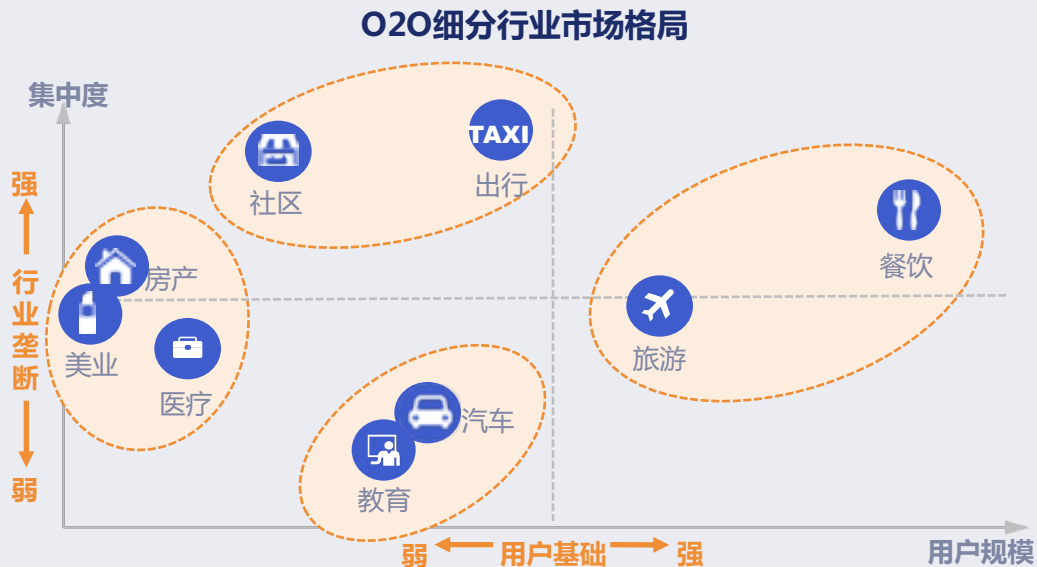


数据来源：TalkingData 移动数据研究中心 移动端用户规模指移动端累计活跃设备总数；单位：亿台

房产O2O移动应用行业概况：市场格局

- 房产O2O用户规模较小，市场集中度不高

房产O2O的受众是特定人群，即有买房、租房需求的用户；市场集中度不高，发展潜力较大



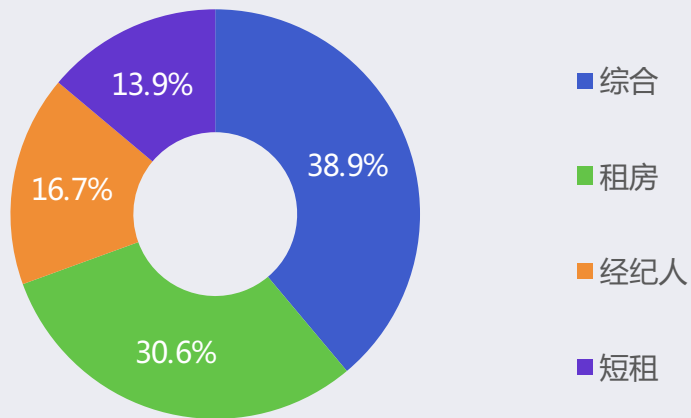
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年Android平台数据

房产O2O移动应用行业概况：应用款数

- **综合类应用最多，其次是租房**

房产O2O各类应用款数占比中，综合类应用占比最多，其次是租房类；房产行业离不开经纪人，所以专为经纪人开发的应用也占一定比例；短租类应用也在发展

2015年8月房产O2O移动应用款数占比



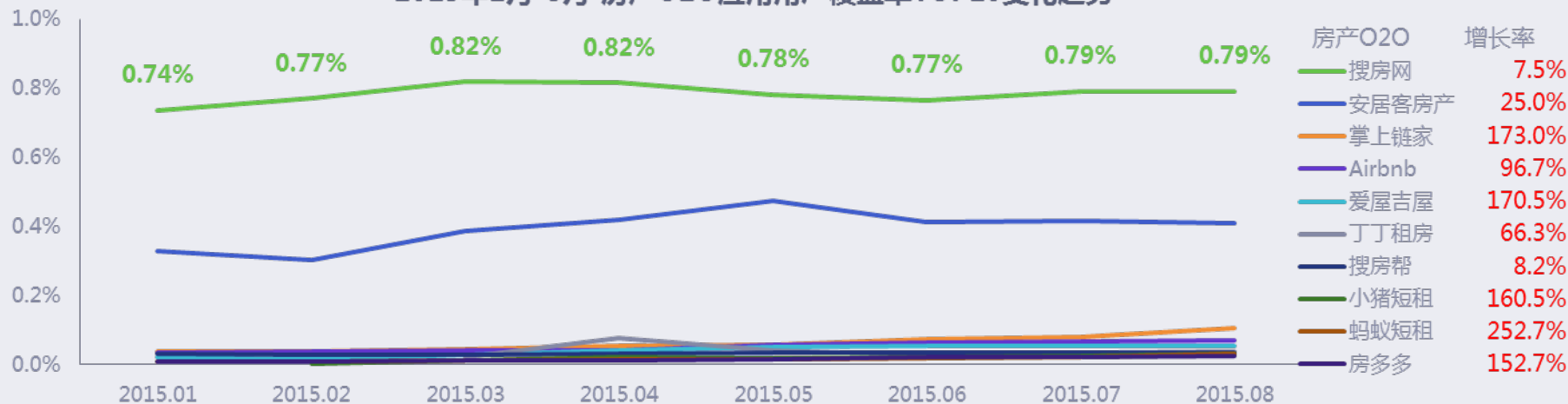
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年8月Android平台数据

房产O2O移动应用行业概况：覆盖率

● 房产O2O移动应用覆盖率搜房网居首位；其次是安居客房产

对比年初，掌上链家、爱屋吉屋、小猪短租和蚂蚁短租的用户覆盖率增长非常快速，租房类和短租类用户不断增加

2015年1月-8月 房产O2O应用用户覆盖率TOP10变化趋势



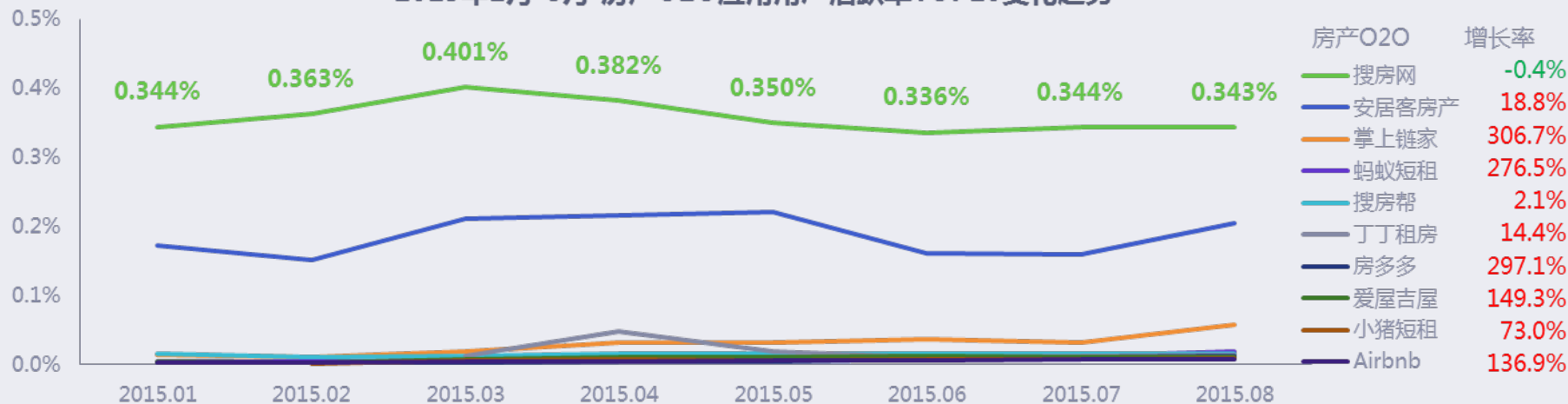
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年8月Android平台数据

房产O2O移动应用行业概况：活跃率

● 房产O2O移动应用活跃率搜房网居首位；其次是安居客房产

对比年初，掌上链家、蚂蚁短租和房多多三款应用活跃率大幅度提升、但整体房产O2O应用的活跃率还较低，仍有较大的提升空间

2015年1月-8月 房产O2O应用用户活跃率TOP10变化趋势



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年8月Android平台数据

房产O2O移动应用行业概况：使用率

● 安居客房产、掌上链家、蚂蚁短租和房多多四款应用使用率较高

安居客房产、掌上链家、蚂蚁短租和房多多四款应用使用率较高，使用率均超过50%；来自国外的Airbnb覆盖率较高，但使用率表现不佳

2015年8月 房产O2O应用覆盖率TOP10及其使用率		分类	使用率
搜房网	0.79%	综合	43.3%
安居客房产	0.41%	综合	50.2%
掌上链家	0.11%	综合	54.8%
Airbnb	0.07%	短租	11.7%
爱屋吉屋	0.06%	租房	21.2%
丁丁租房	0.04%	租房	36.7%
搜房帮	0.03%	综合	45.8%
小猪短租	0.03%	短租	29.7%
蚂蚁短租	0.03%	短租	61.2%
房多多	0.03%	综合	51.5%

■ 覆盖率

■ 活跃率

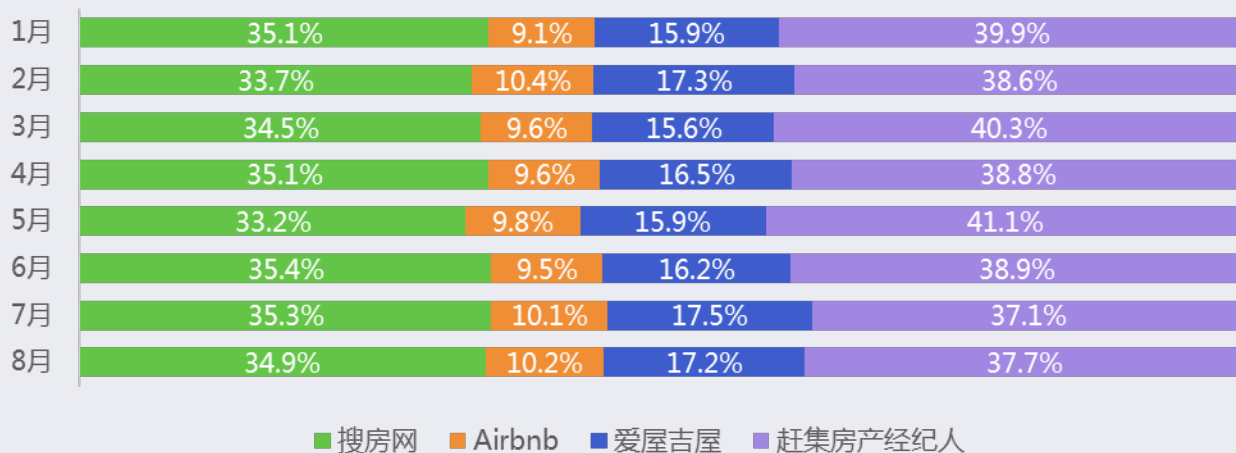
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年8月Android平台数据；使用率为活跃率与覆盖率的比值

房产O2O移动应用行业概况：活跃次数

● Airbnb和爱屋吉屋的活跃次数在不断增加

不同应用类型的用户活跃次数存在差异，年初至今，Airbnb和爱屋吉屋的应用活跃次数都在增加；而搜房网和赶集房产经纪人的活跃次数均有所减少；可见短租类和租房类需求在不断增多

2015年1月-8月 典型房产O2O应用用户活跃次数占比变化趋势



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年8月Android平台数据；活跃次数比例=每个典型应用活跃次数/四个典型应用活跃次数之和*100%，该比例仅为表示四个不同类型典型房产O2O应用的活跃次数变化情况，不表示行业占比

房产O2O移动应用行业概况：融资情况

● 房产O2O资本热度较高，融资金额很高

2015年，房产O2O应用中，房多多完成2.23亿美元的C轮融资，Airbnb完成总额约15亿美元的融资；爱屋吉屋完成D轮1.2亿美元融资

分类	应用名称	上线时间	2015年典型房产企业最新融资情况
综合	房多多	2013年	2015年9月，房多多完成C轮融资金额达2.23亿美元
短租	Airbnb	2011年	2015年6月，Airbnb完成新一轮总额约15亿美元左右的融资
租房	爱屋吉屋	2014年	2015年5月，爱屋吉屋完成D轮融资1.2亿美元

数据来源：公开资料整理

● 房产O2O移动应用行业图谱

房产O2O移动应用行业图谱

- 房产O2O应用分为综合类、租房类、短租类和经纪人类四个细分行业，目前每个细分领域都有典型应用，发展势头良好



数据来源：公开资料收集和整理，各类应用功能有重合，这里以主要功能来区分，排名不分先后

- 对比各细分领域覆盖率最高的应用，综合类最高；其次为短租和租房；经纪人类应用相对来说用户量较少

2015年8月 房产O2O各细分领域TOP1应用及用户覆盖率

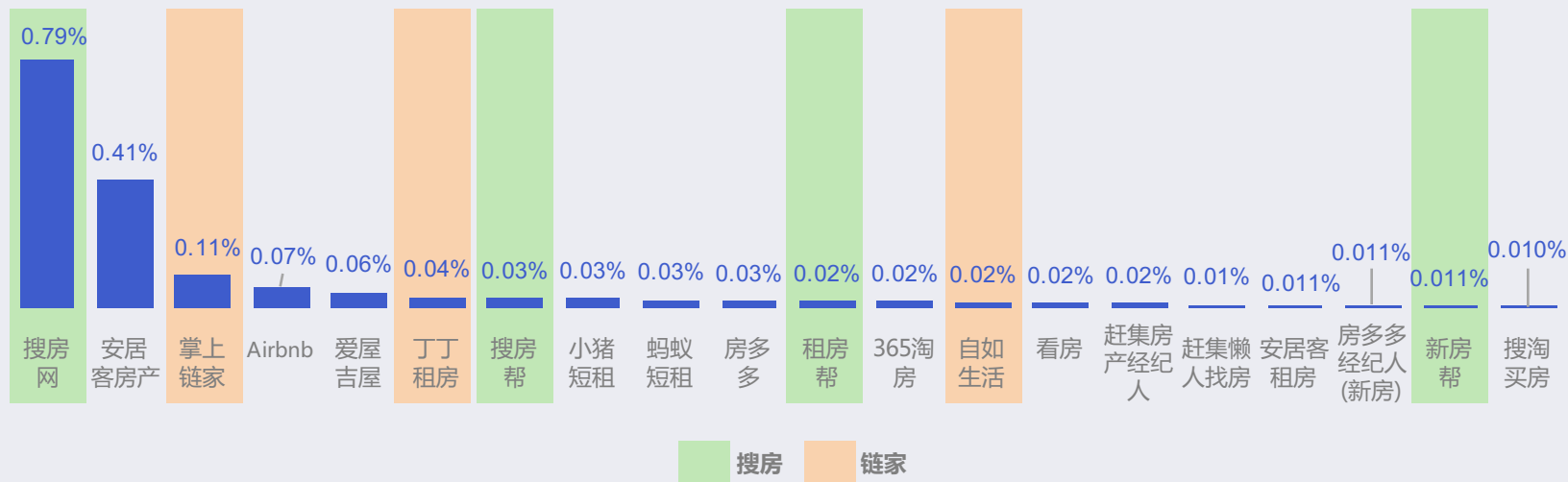
细分行业	综合	短租	租房	经纪人
TOP1应用	搜房网 	Airbnb 	爱屋吉屋 	赶集房产经纪人 
覆盖率	0.79%	0.07%	0.06%	0.02%

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年8月Android平台数据

● 房产O2O覆盖率排名第一的是搜房网

房产O2O移动应用用户覆盖率排名中，搜房网的覆盖率最高；搜房旗下有四款应用进入top20；链家近年来在O2O领域持续发力，有三款应用进入top20榜单

2015年8月房产O2O移动应用用户覆盖率Top20



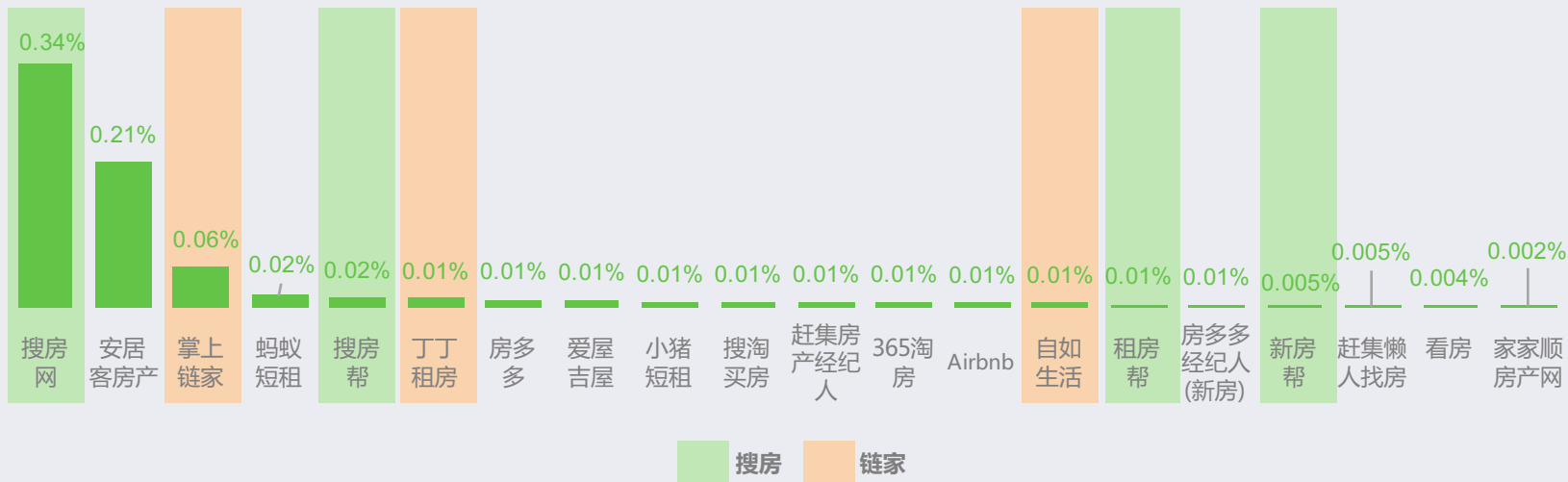
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年8月Android平台的应用覆盖率

房产O2O移动应用行业图谱：活跃率总排行

● 房产O2O活跃率排名第一的是搜房网

房产O2O移动应用用户活跃率排名中，搜房网的活跃率最高；其次是安居客房产

2015年8月房产O2O移动应用用户活跃率Top20

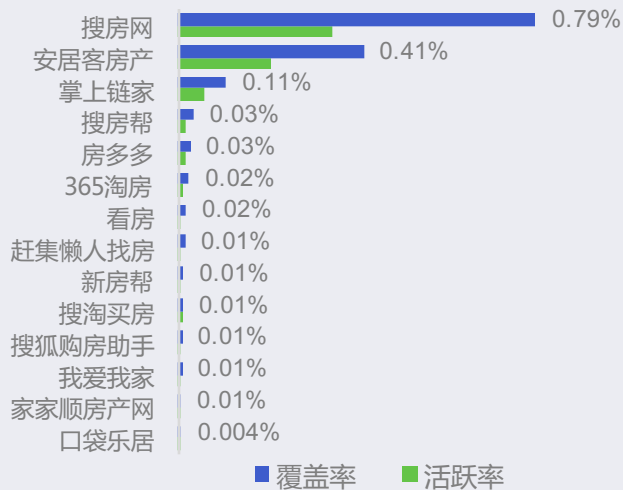


数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年8月Android平台的应用活跃率

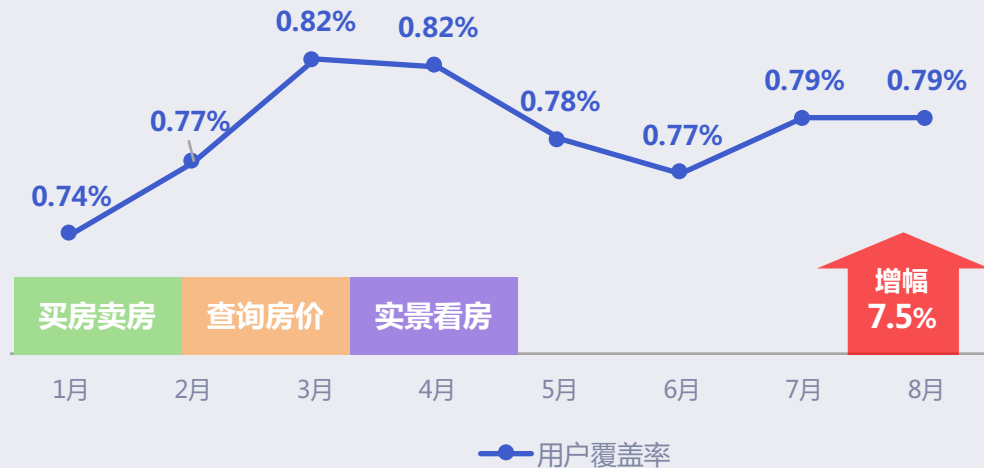
● 对比年初，搜房网用户覆盖率增幅为7.5%

综合类移动应用用户排名中，搜房网居首，覆盖率为0.79%，对比1月份增长率为7.5%；其次是安居客房产

2015年8月综合类应用覆盖率排名



2015年1月-8月搜房网用户覆盖率变化趋势



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年8月Android平台数据

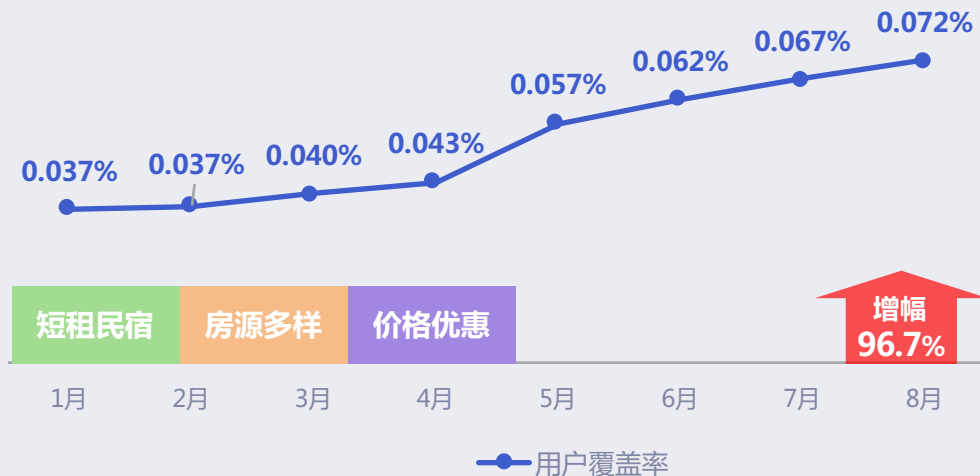
● 对比年初，Airbnb用户覆盖率增幅为96.7%

短租类移动应用用户排名中，Airbnb居首，覆盖率为0.07%，对比1月份增长率为96.7%；其次是小猪短租

2015年8月短租类应用覆盖率排名



2015年1月-8月Airbnb用户覆盖率变化趋势



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年8月Android平台数据

● 对比年初，爱屋吉屋用户覆盖率增幅为170.5%

租房类移动应用用户排名中，爱屋吉屋居首，覆盖率为0.06%，对比1月份增长率为170.5%；其次是链家旗下的丁丁租房

2015年8月租房类应用覆盖率排名



2015年1月-8月爱屋吉屋用户覆盖率变化趋势

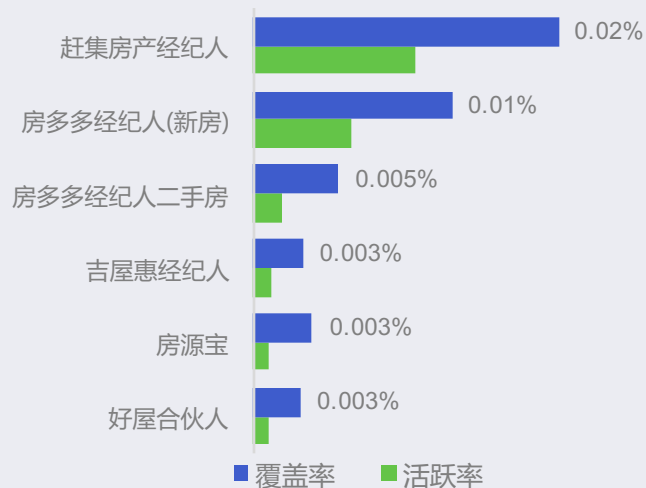


数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年8月Android平台数据

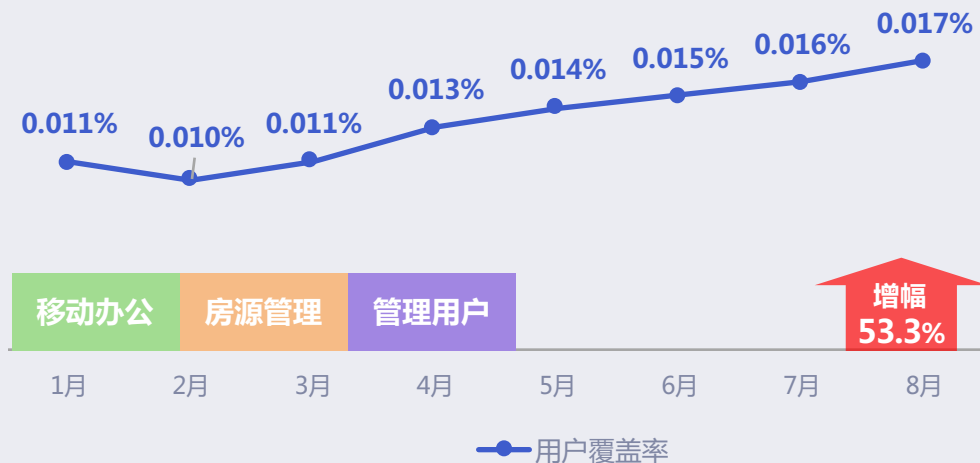
● 对比年初，赶集房产经纪人用户覆盖率增幅为53.3%

经纪人类移动应用用户排名中，赶集房产经纪人居首，覆盖率为0.02%，对比1月份增长率为53.3%；其次是房多多经纪人（新房）

2015年8月经纪人类应用覆盖率排名



2015年1月-8月赶集房产经纪人用户覆盖率变化趋势



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年8月Android平台数据

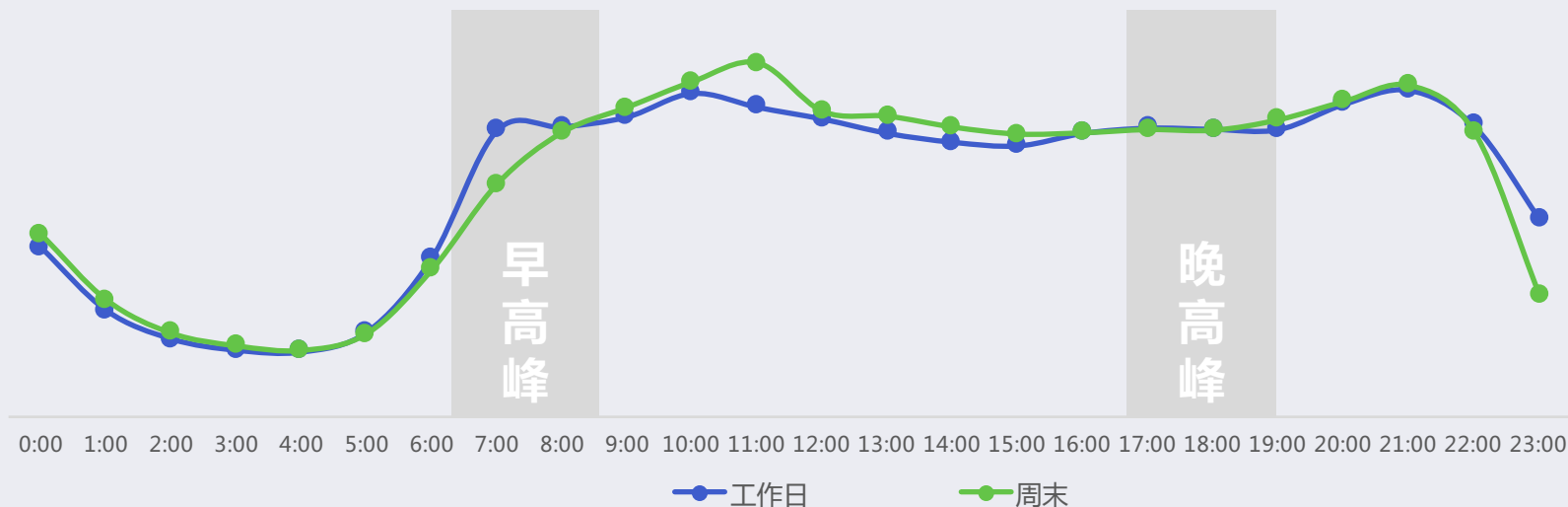
● 房产O2O移动应用行为偏好

房产O2O移动应用行为偏好：时段差异

● 工作日和周末房产应用活跃情况略有差异

工作日和周末房产应用活跃情况略有差异：工作日上午7点开始出现小高峰，此时正是用户起床上班的阶段；周末小高峰延后到中午11点

房产O2O用户全天不同时段活跃情况



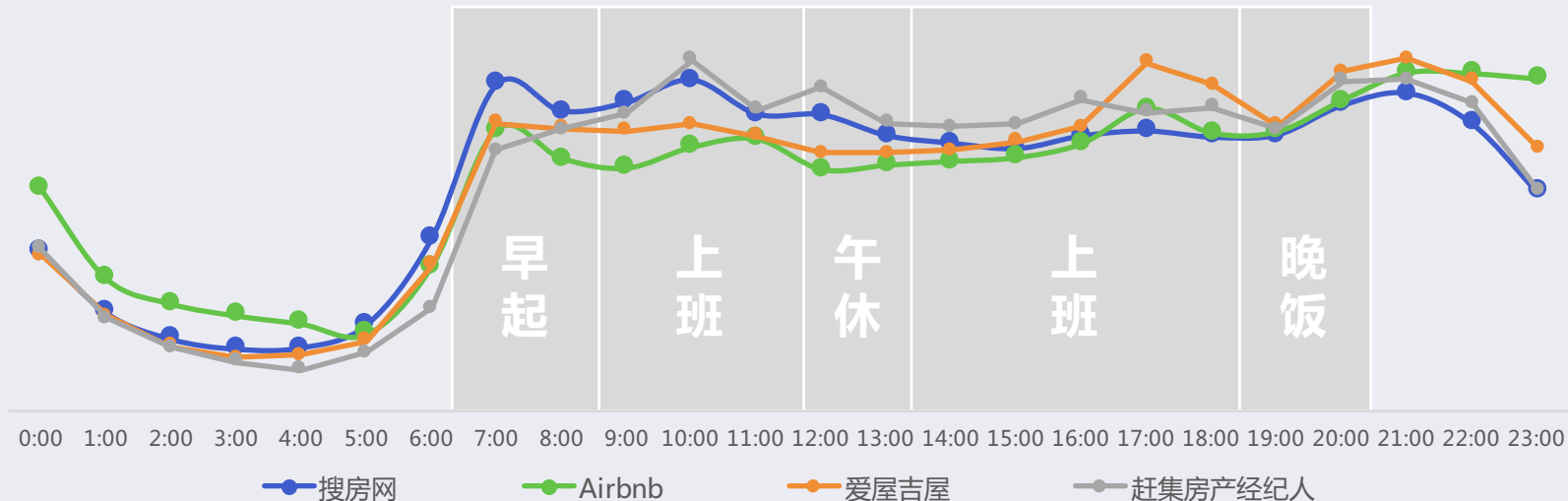
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年8月Android平台数据

房产O2O移动应用行为偏好：时段差异

● 工作日：综合资讯需求在早高峰较多、凌晨则多浏览短租资讯

工作日不同时段活跃应用略有差异；搜房网在早高峰看得比较多；Airbnb则是凌晨看得多；爱屋吉屋在晚高峰下班时看得多；赶集房产经纪人则是正常工作时间看得多

房产O2O用户全天不同时段活跃情况（工作日）



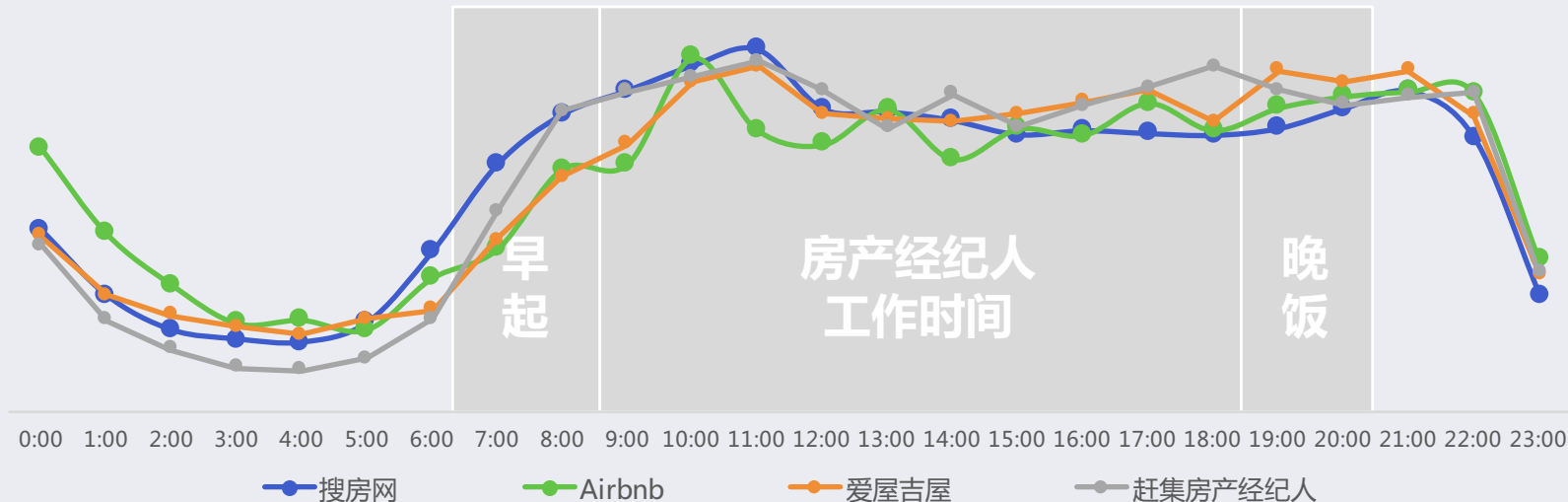
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年8月Android平台数据

房产O2O移动应用行为偏好：时段差异

● 周末：活跃时段相对工作日延迟到中午10点以后

周末不同时段活跃应用略有差异；搜房网在上午十一点用户最活跃；Airbnb在上午10点达到峰值；周末是租房党的看房时间，所以白天都比较活跃；房产经纪人周末也在工作，所以赶集房产经纪人周末活跃度也较高

房产O2O用户全天不同时段活跃情况（周末）



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年8月Android平台数据

房产O2O移动应用行为偏好：关联应用

● **TOP3关联应用类型是实用工具、生活服务和通讯社交**

房产O2O移动应用的关联应用类型中，TOP3类型是实用工具、生活服务和通讯社交

2015年8月房产O2O移动应用设备关联应用类型分布



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年8月Android平台数据

房产O2O移动应用行为偏好：典型应用关联应用对比

- **对比整体，搜房网用户关注金融理财、Airbnb用户爱旅行、爱屋吉屋用户爱出行等**

不同房产应用的关联应用存在差异，搜房网关联应用类型Top1是金融理财类；Airbnb关联应用类型Top1是旅行；爱屋吉屋关联应用类型Top1是出行；赶集房产经纪人关联应用类型Top1是游戏

	搜房网关联应用类型	Airbnb关联应用类型	爱屋吉屋关联应用类型	赶集房产经纪人关联应用类型
金融理财	121	84	144	74
新闻	120	101	111	61
旅行	110	205	146	27
电台	109	166	136	56
教育阅读	109	186	139	46
出行	100	140	209	63
游戏	99	50	69	135
图片摄影	89	163	94	110

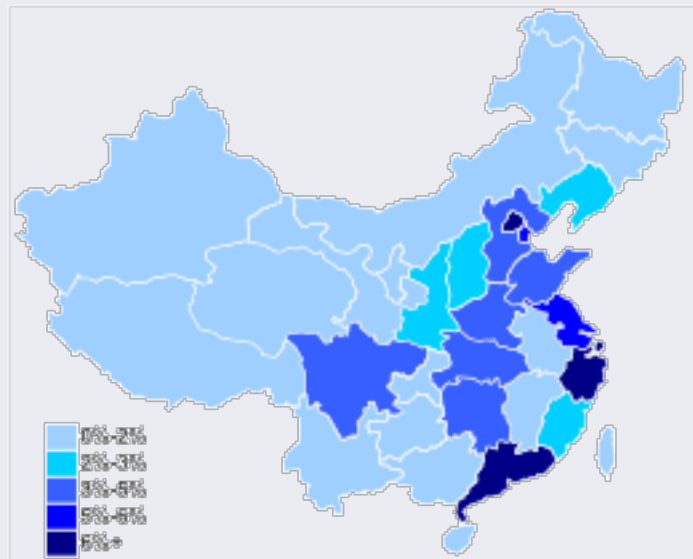
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年8月Android平台数据；图中选择几款应用差异较大的关联应用类型做对比，数据为TGI打分，即各应用的关联应用类型占比\房产O2O整体的关联应用类型占比*100，100为基准值，高于100则表示高于整体。

● 房产O2O移动应用人群画像

房产O2O移动应用人群画像：省份

● 房产O2O用户省份集中在中、东部地区

房产O2O移动应用用户多分布在广东、北京等经济较发达地区，其中广东排名第一，占比14.8%；TOP10省份占比达到70.6%，目前市场相对集中



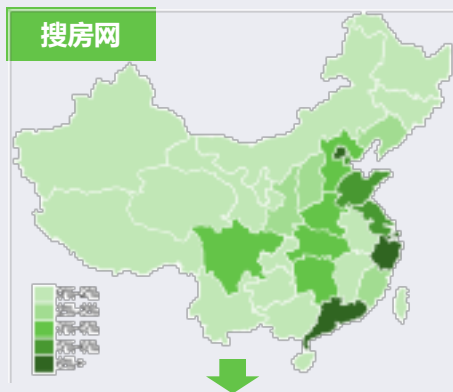
房产O2O移动应用省份分布TOP10		
1	广东	14.8%
2	北京	14.0%
3	浙江	7.3%
4	上海	7.1%
5	江苏	5.7%
6	天津	5.0%
7	湖南	4.6%
8	山东	4.3%
9	四川	4.0%
10	河北	3.8%

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年8月Android平台数据

房产O2O移动应用人群画像：典型应用省份对比

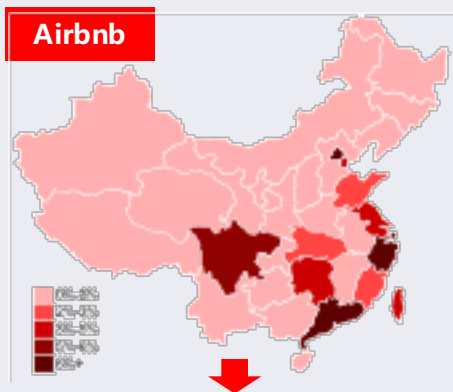
● 搜房网覆盖范围更广泛，Airbnb和爱屋吉屋主打几个大城市

不同房产O2O应用的用户分布存在差异，对比典型的四个房产O2O应用，发现搜房网优势省份是广东、北京和浙江；Airbnb是广东、北京和上海；爱屋吉屋是北京、上海和广东；赶集网房产经纪人是广东、北京和山东



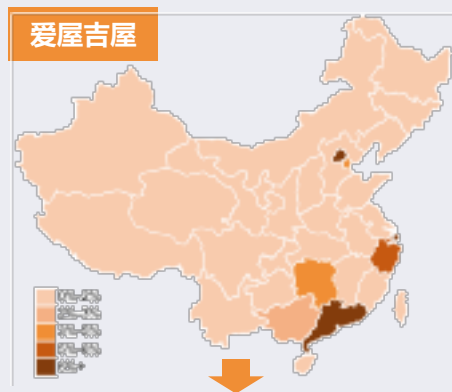
搜房网用户覆盖省份TOP3

排名	省份	覆盖占比
1	广东	15.4%
2	北京	10.1%
3	浙江	7.4%



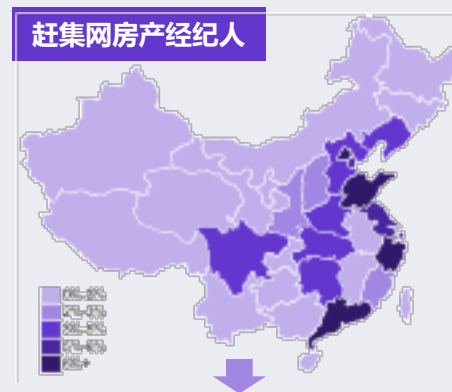
Airbnb用户覆盖省份TOP3

排名	省份	覆盖占比
1	广东	16.3%
2	北京	15.0%
3	上海	11.0%



爱屋吉屋用户覆盖省份TOP3

排名	省份	覆盖占比
1	北京	33.6%
2	上海	30.3%
3	广东	10.4%



赶集网房产经纪人用户覆盖省份TOP3

排名	省份	覆盖占比
1	广东	13.9%
2	北京	12.6%
3	山东	6.7%

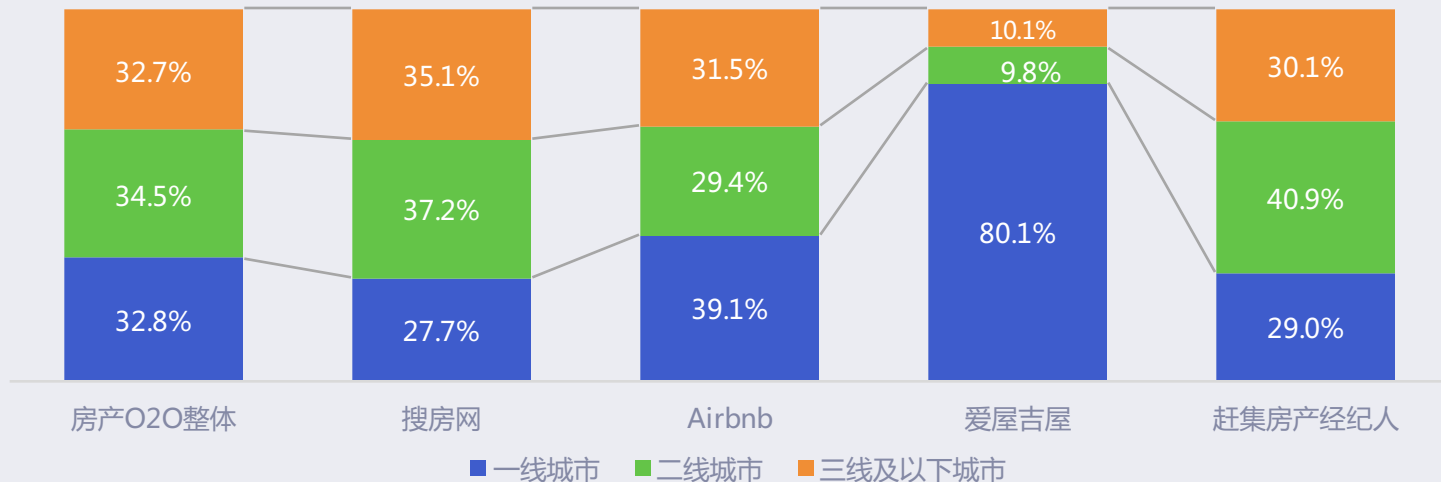
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年8月Android平台数据

房产O2O移动应用人群画像：城市级别分布

● **一二三线城市整体房产用户大概为1:1:1；综合类下沉较快、短租和租房类目前以一线城市为主**

房产O2O移动应用用户整体分布中，一线城市占比32.8%、二线城市占比34.5%、三线及以下城市占比32.7%；搜房网在二线和三线及以下城市的占比较高，覆盖更广；爱屋吉屋以一线城市为主

房产O2O应用用户城市分布对比



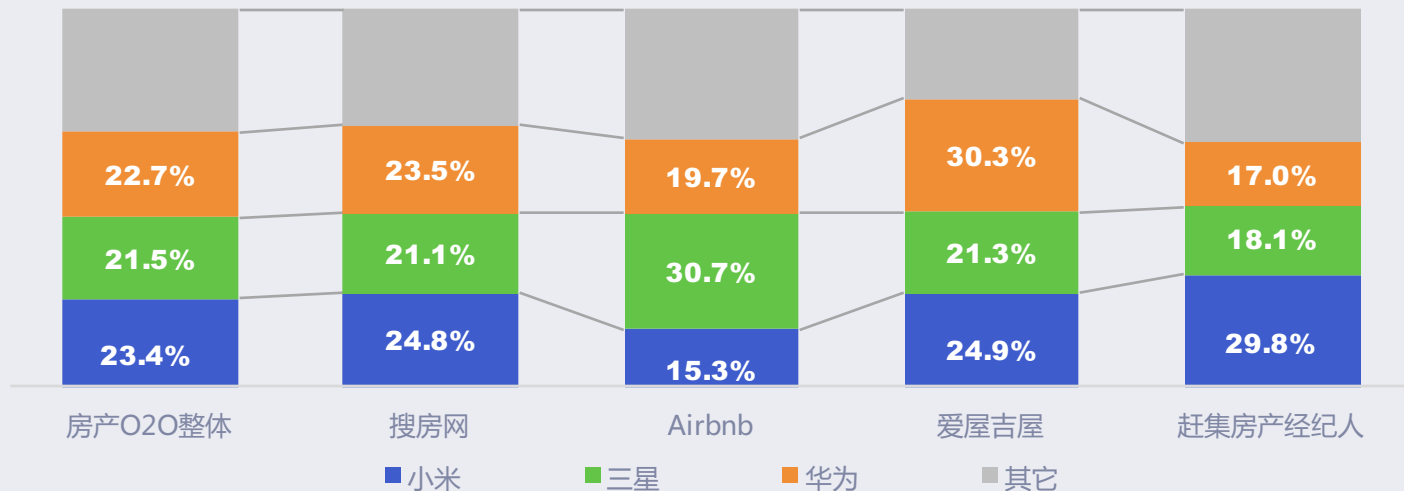
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年8月Android平台数据

房产O2O移动应用人群画像：设备品牌

● 设备品牌以小米、三星和华为为主

房产O2O移动应用用户设备品牌分布中，小米占比为23.4%、三星占比21.5%、华为占比22.7%；Airbnb用户更多使用三星、爱屋吉屋用户更多使用华为

房产O2O应用用户设备品牌分布



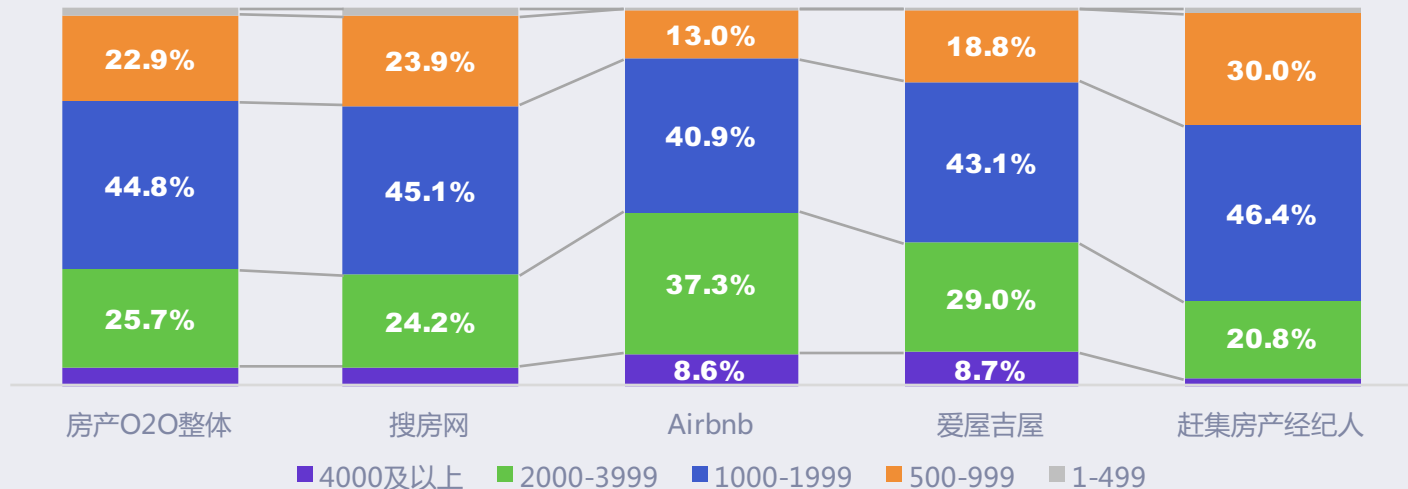
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年8月Android平台数据

房产O2O移动应用人群画像：设备价格区间

● 设备机型以千元机为主

房产O2O移动应用用户设备机型价格区间分布中，千元机占比44.8%；Airbnb用户机型相对较高端

房产O2O应用用户设备价格区间分布



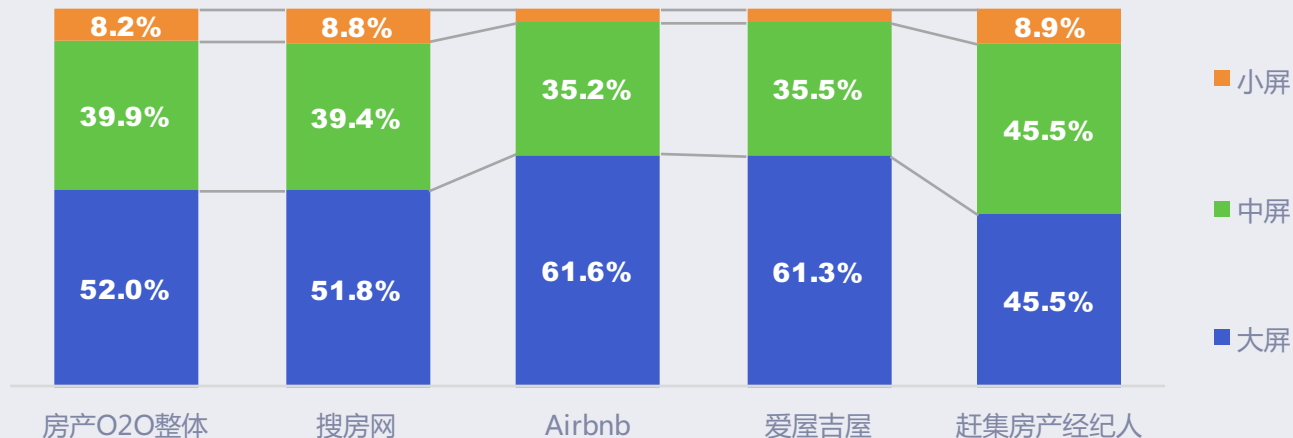
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年8月Android平台数据

房产O2O移动应用人群画像：设备屏幕尺寸

● 设备屏幕尺寸以大屏幕为主

房产O2O移动应用用户设备屏幕尺寸区间分布中，大屏幕占比52%；大屏手机受房产用户欢迎

房产O2O应用用户设备屏幕尺寸区间分布



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年8月Android平台数据；大屏为5英寸以上，中屏为4.6-5英寸，小屏为4.5英寸及以下

移动观象台

更多移动互联网的行业数据和报告请登录TalkingData移动观象台

https://www.talkingdata.com/index/#/app/app/zh_CN



研究报告说明

● 数据来源

- 1.数据来源于TalkingData数据中心。TalkingData数据中心数据基于来自TalkingData AppAnalytics、TalkingData GameAnalytics、TalkingData Ad Tracking的行业数据，及来自诸多合作伙伴，如应用市场、渠道、运营商的数据，等多种不同来源复合而成
- 2.公开资料收集和整理

● 数据周期

2015年8月

● 概念定义

- ✓ 用户覆盖率=当月安装过某个房产应用的设备数量/当月监测移动设备数量*100%
- ✓ 用户活跃率=当月使用过某个房产应用的设备数量/当月监测移动设备数量*100%

ABOUT US

关于TalkingData

.....

- ▶ **TalkingData**（北京腾云天下科技有限公司）成立于2011年9月，2013年完成千万美元A轮融资（北极光领投），2014年完成数千万美元的B轮融资（MileStone和软银领投），总部位于北京，在美国硅谷，日本东京，上海都设有分公司。
- ▶ 经过近四年的高速发展，**TalkingData**逐步打造了由开发者服务平台，数据服务平台，数据商业化平台为中心的数据生态体系，覆盖超过**18亿**独立智能设备，服务超过**9万**款移动应用，以及**7万**多应用开发者。
- ▶ 公司服务的客户既有如：腾讯，百度，网易，搜狐，360，Google，Yahoo，Zynga，宝开，聚美，唯品会，滴滴打车等知名互联网企业，又有中国银联，招商银行，兴业银行，中信银行，平安集团，国信证券，海通证券，Ochirly，碧桂园，亨得利，全城热恋等传统行业巨头。我们在移动互联网发展过程中创造数据价值，并帮助传统行业积极拥抱未来。

ABOUT PINTU

关于品途网

.....

- ▶ 品途网是一家专注于观察和研究商业创新的新媒体，成立于2012年10月。品途网以“为用户提供创新参考”为使命，助力中坚菁英成长壮大；助力中国商业进化变革。
- ▶ 品途网CEO刘宛岚，国际注册会计师（ACCA），历任世界500强企业高管。2012年创办品途网，致力于发现和研究商业创新与变革。



Thanks!



关注TalkingData和品途网官方微信获取最新移动数据资讯

www.talkingdata.com

www.pintu360.com