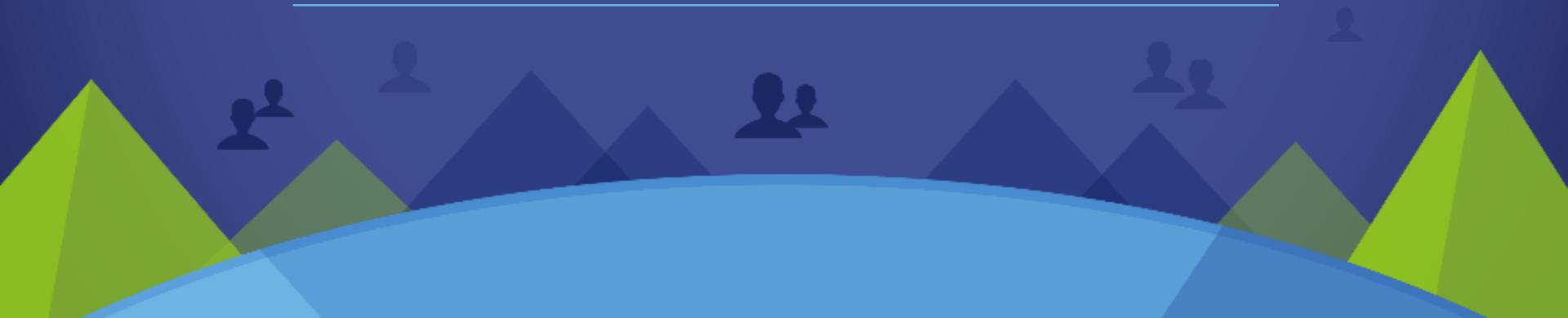




2015

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

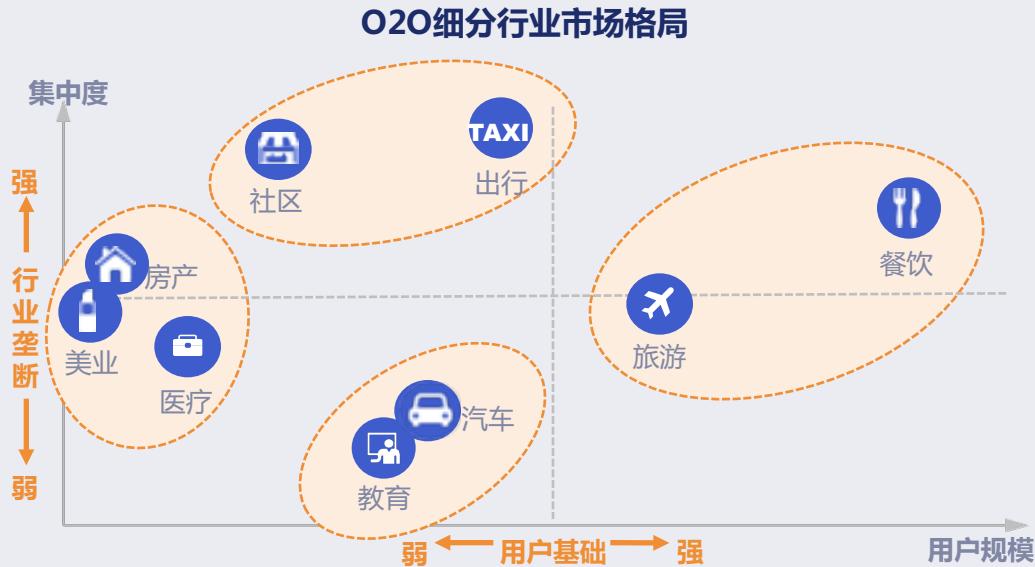


数据来源：TalkingData 移动数据研究中心 移动端用户规模指移动端累计活跃设备总数；单位：亿台

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



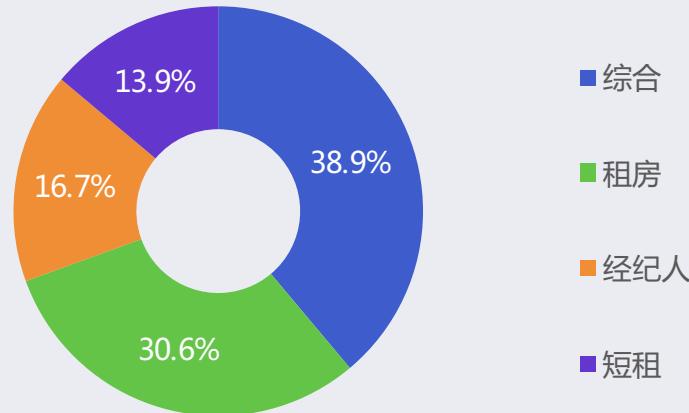
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年Android平台数据

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

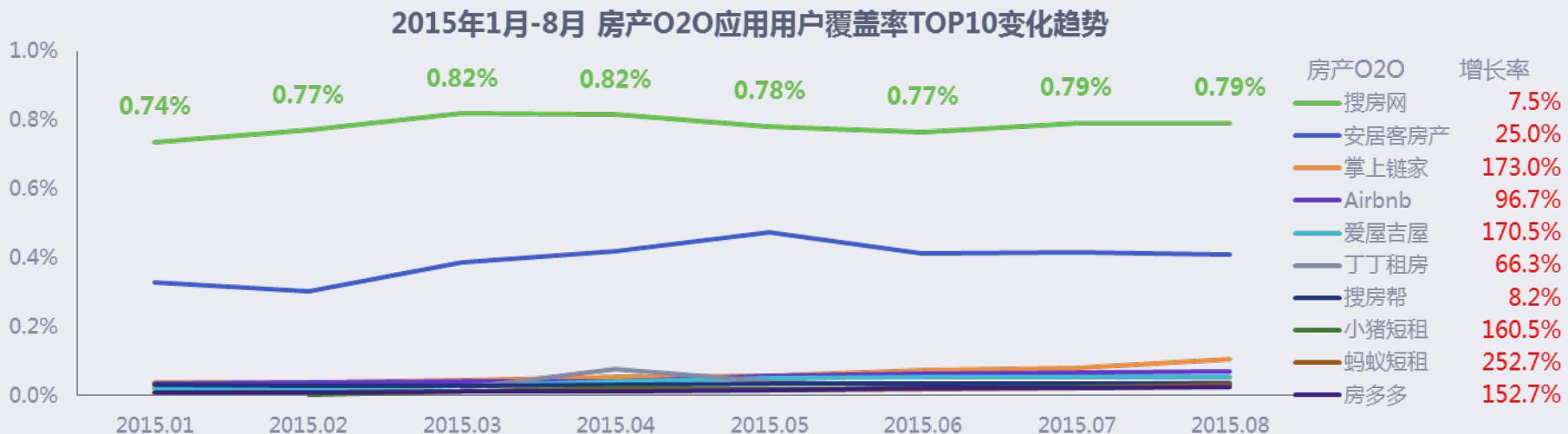


数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年8月Android平台数据

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

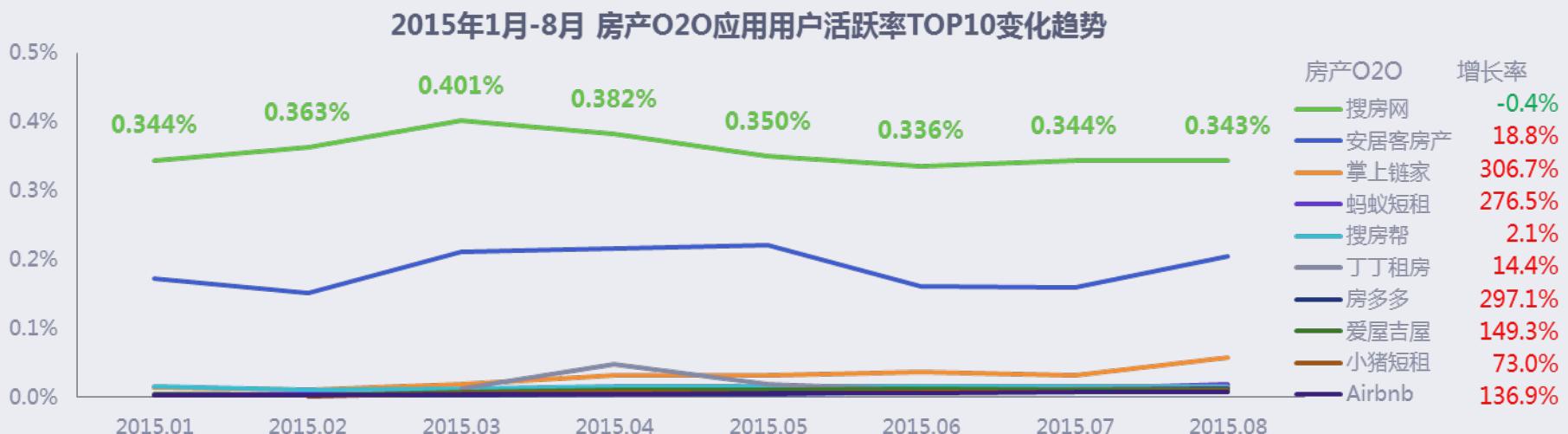


数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年8月Android平台数据

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



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



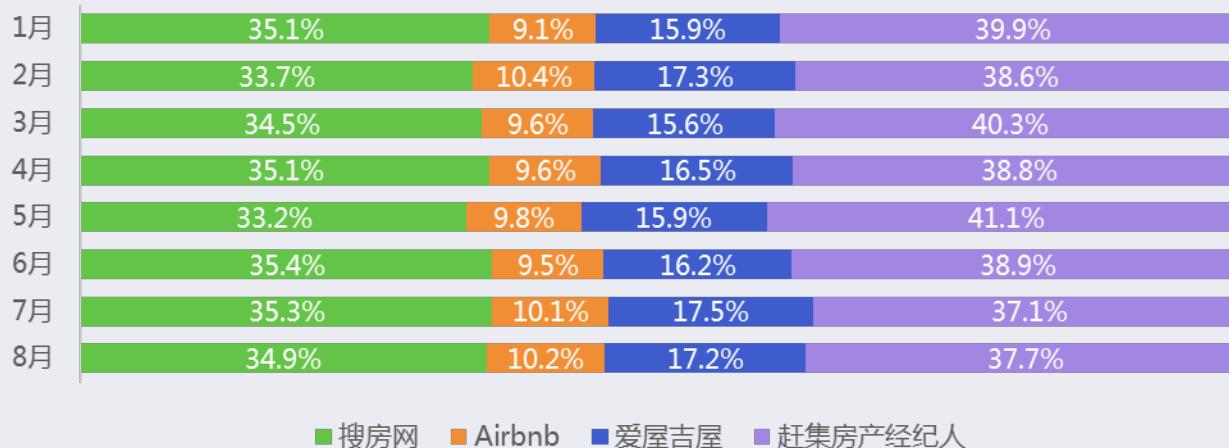
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年8月Android平台数据；使用率为活跃率与覆盖率的比值

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

房产O2O移动应用行业图谱

- 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

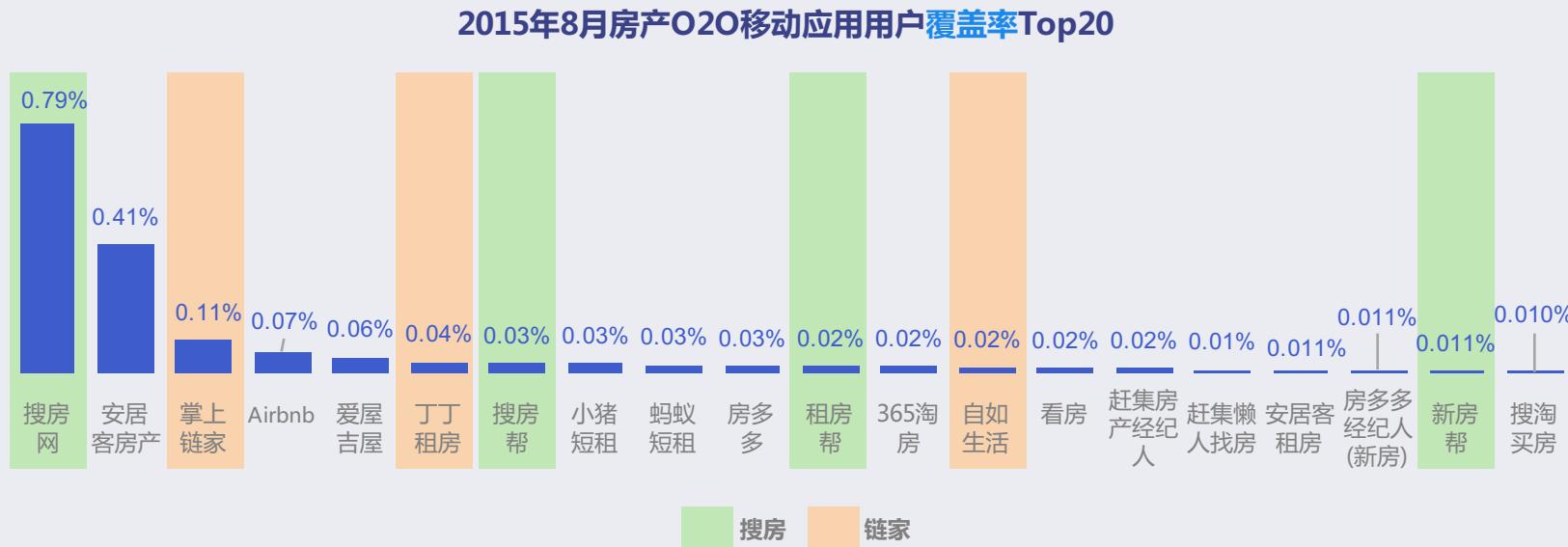
细分行业	综合	短租	租房	经纪人
TOP1应用	搜房网 	Airbnb 	爱屋吉屋 	赶集房产经纪人 
覆盖率	0.79%	0.07%	0.06%	0.02%

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移动应用行业图谱：覆盖率总排行

● 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



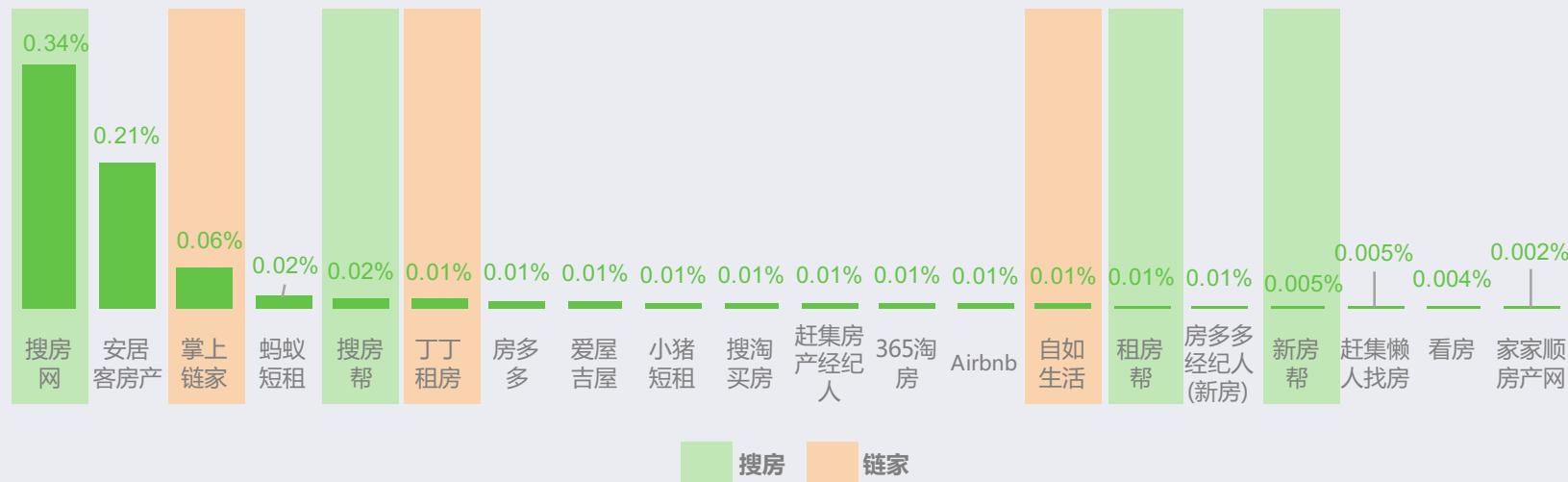
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年8月Android平台的应用覆盖率

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

房产O2O移动应用行业图谱：综合类典型应用

● 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

房产O2O移动应用行业图谱：短租类典型应用

● 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

房产O2O移动应用行业图谱：租房类典型应用

● 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

房产O2O移动应用行业图谱：经纪人类典型应用

● 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



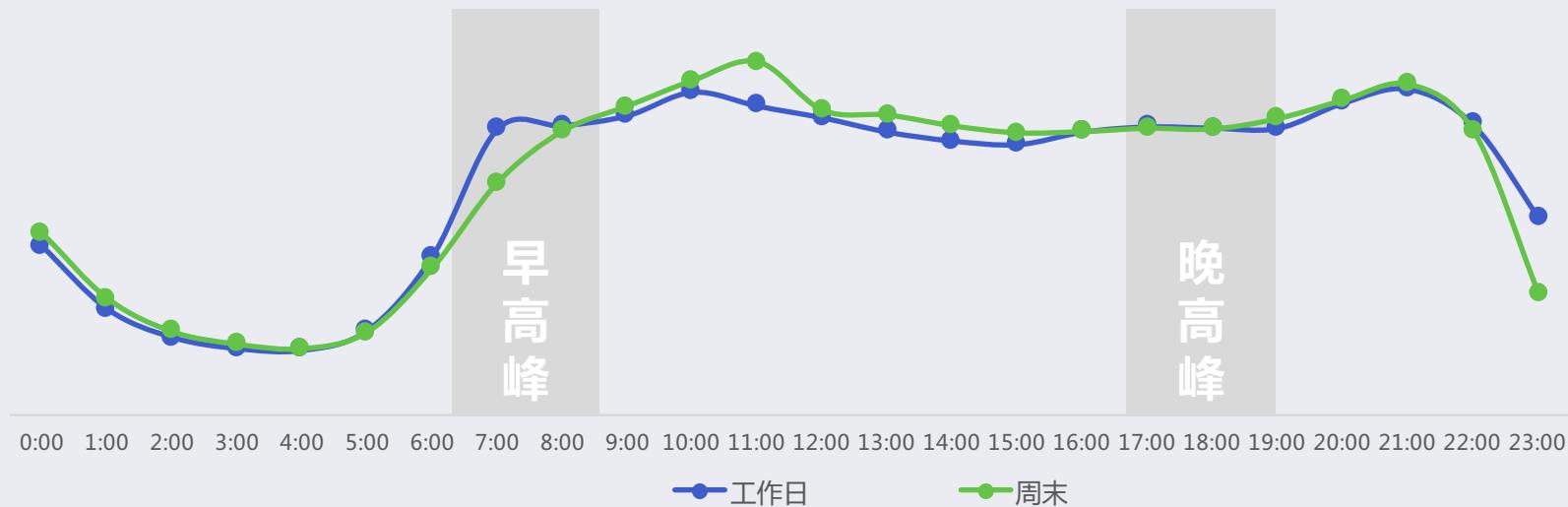
房产O2O移动应用行为偏好

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



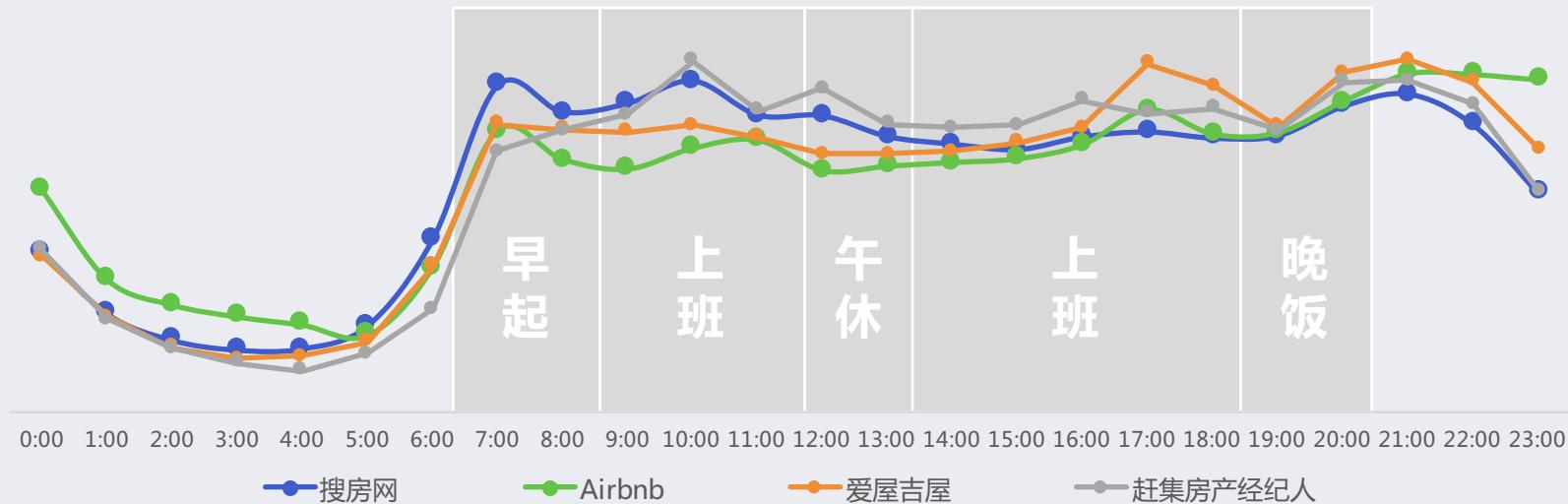
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年8月Android平台数据

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

工作日不同时段的活跃应用略有差异；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）



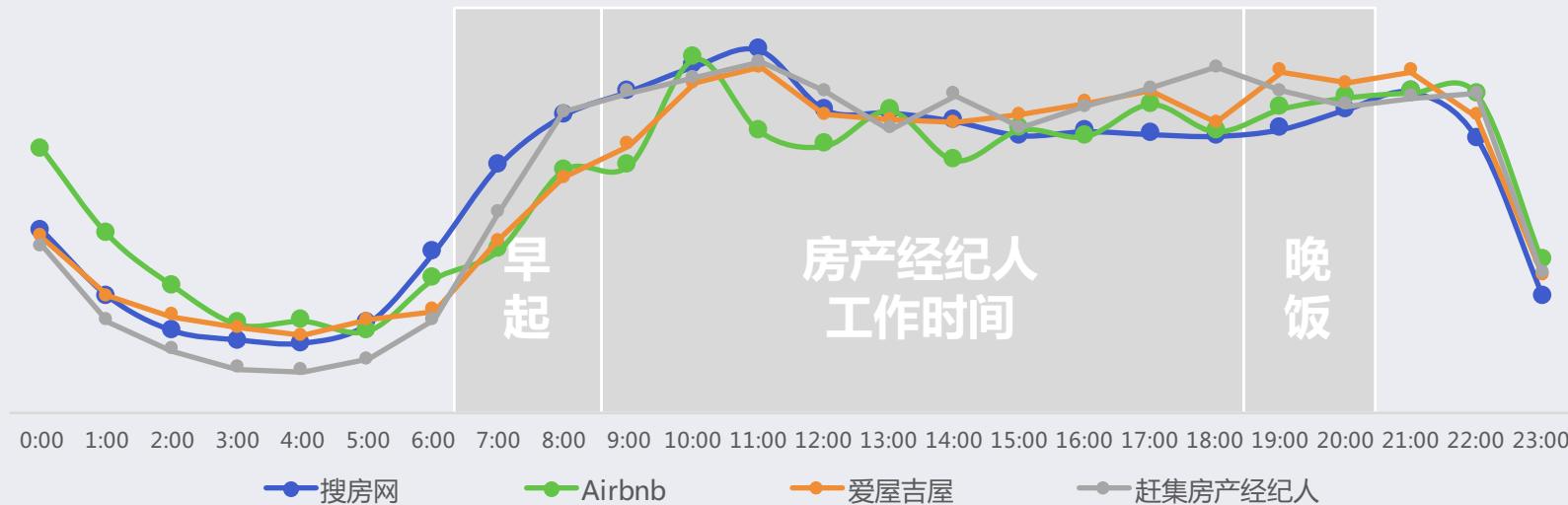
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年8月Android平台数据

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

周末不同时段的活跃应用略有差异；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

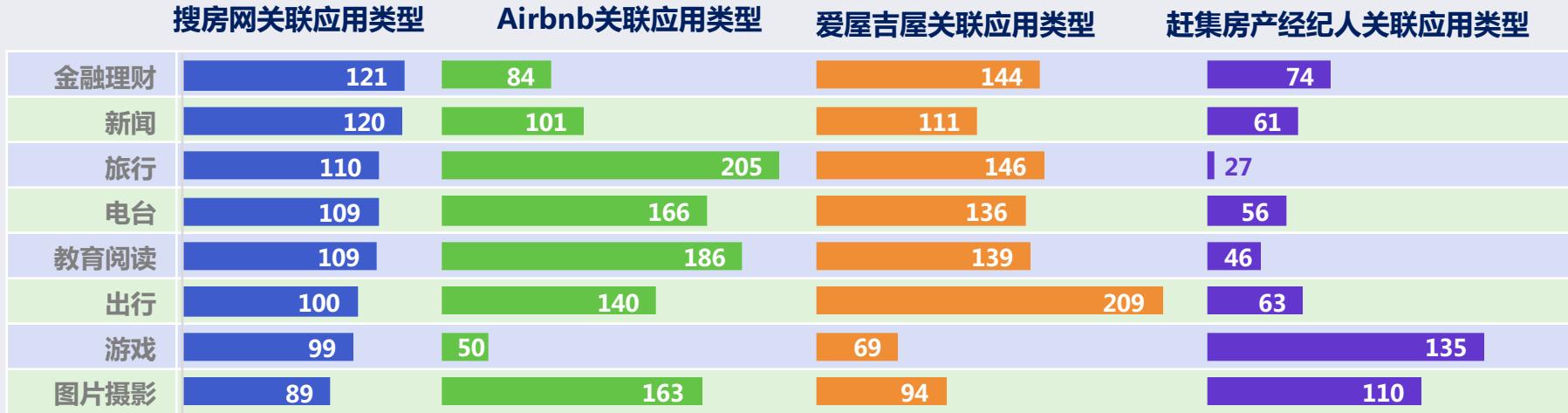


数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年8月Android平台数据

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



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。

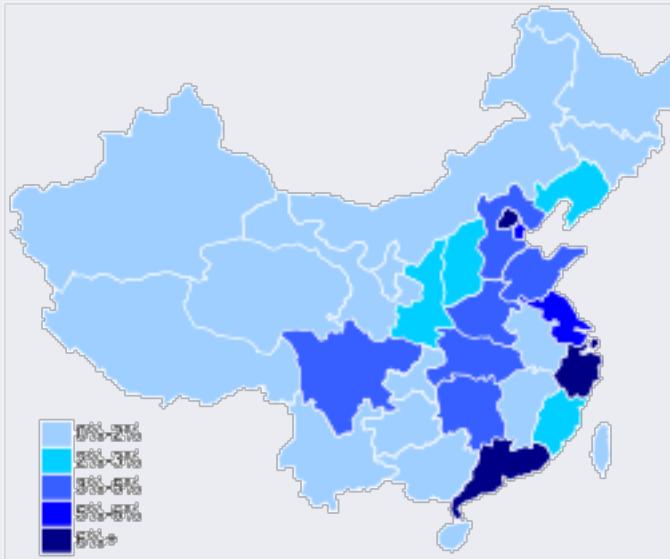


房产O2O移动应用人群画像

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



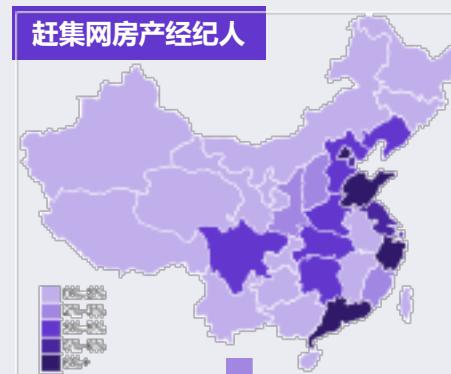
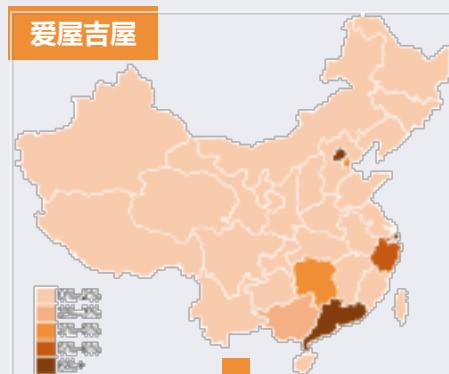
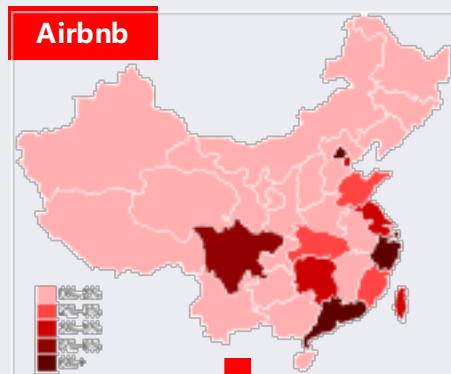
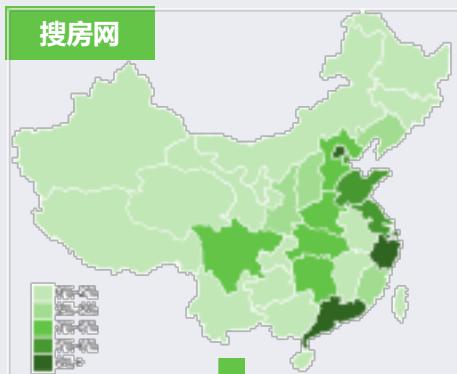
房产O2O移动应用省份分布TOP10		
1	广东	14.8%
2	北京	14.0%
3	浙江	7.3%
4	上海	7.1%
5	江苏	5.7%
6	天津	5.0%
7	湖南	4.6%
8	山东	4.3%
9	四川	4.0%
10	河北	3.8%

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%

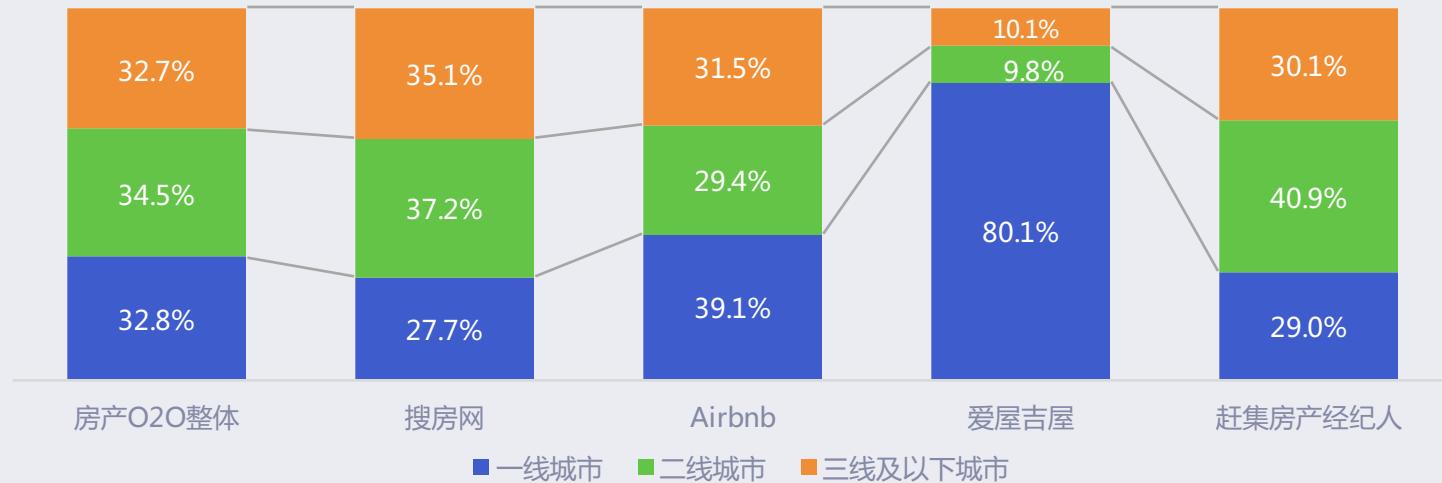
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年8月Android平台数据

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



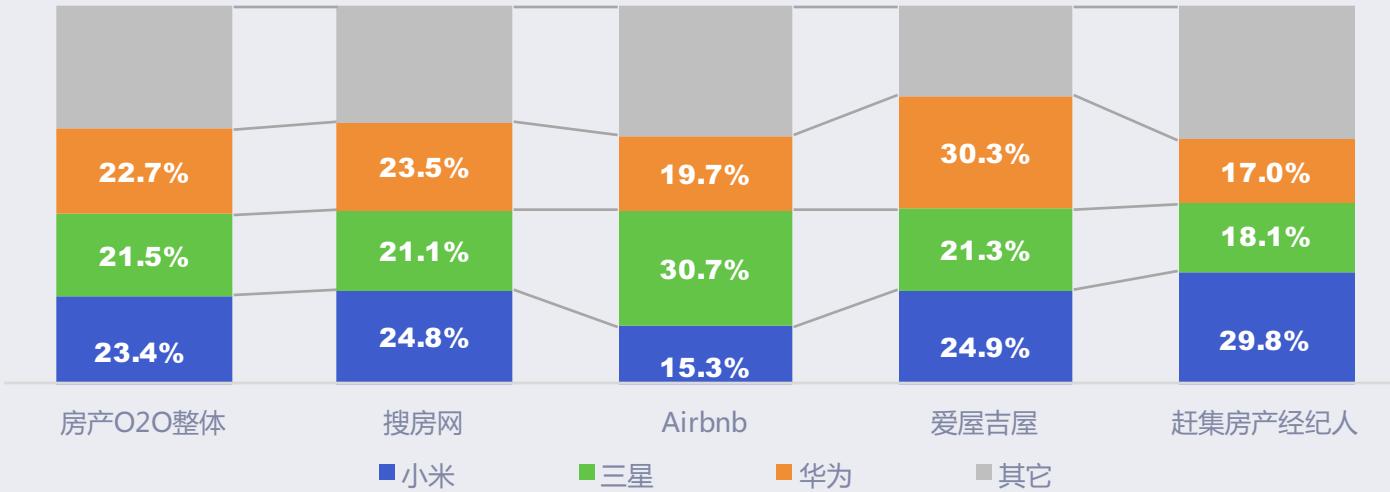
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年8月Android平台数据

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



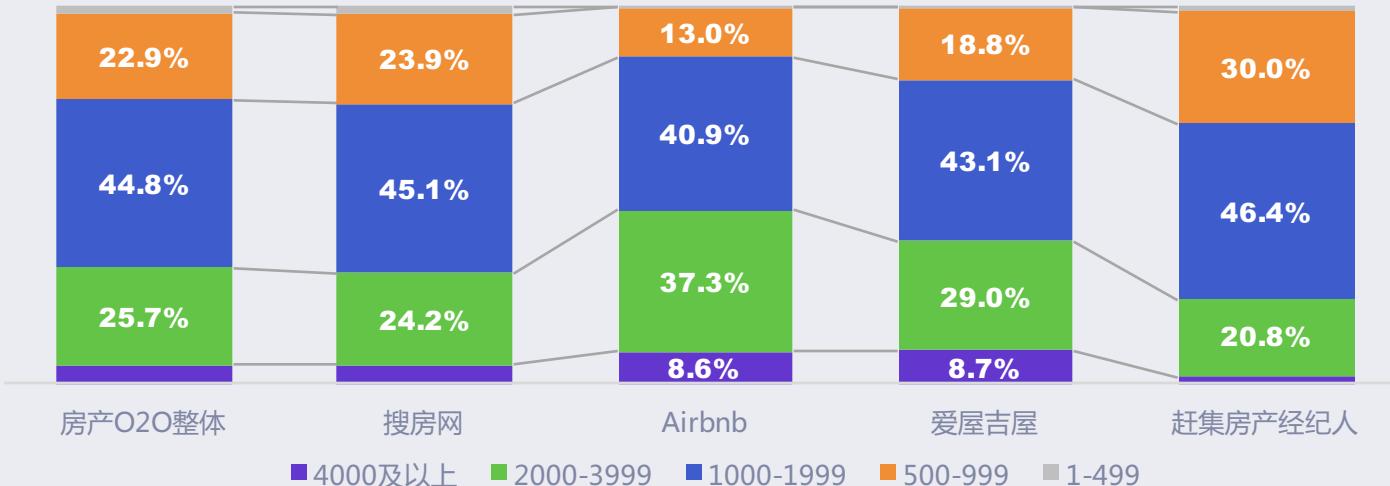
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年8月Android平台数据

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



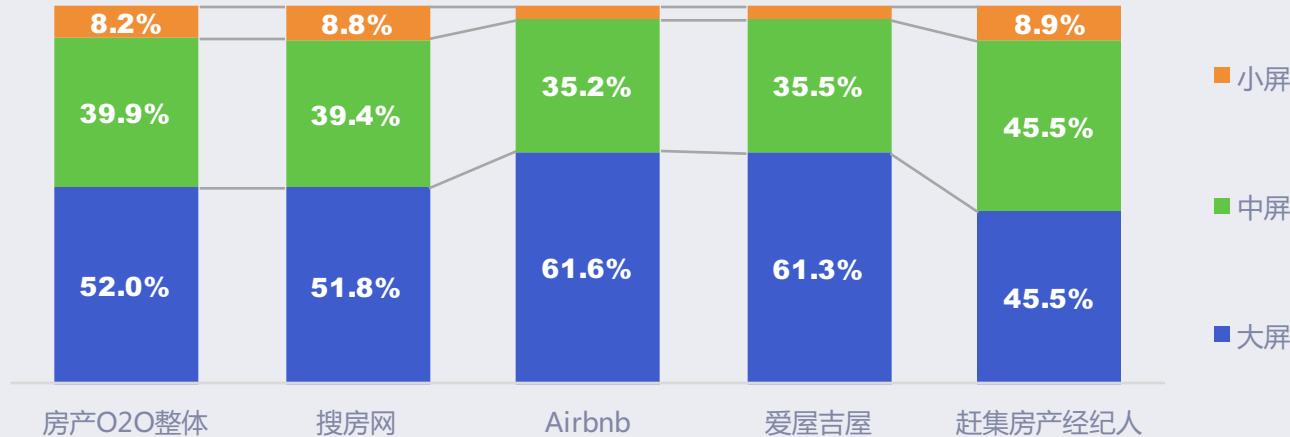
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2015年8月Android平台数据

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刘宛峯，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