

中国房地产网站季度监测报告

2017Q2

开篇摘要



2017Q2地产市场热度在政策调控下降温明显

2017年Q2全国房地产调控紧缩保持延续，限售城市扩大到超过30个，热点城市强化商办市场整治管理，住房信贷进一步收紧，房贷利率普遍上涨；土地出让规则不断创新多元化，抑制地价过快上涨。二季度房地产市场过热局面得到一定程度降温，总体运行平稳。



2017Q2广告投放总费用和广告主数量环比上升

艾瑞咨询iAdTracker监测数据显示，2017Q2房产类广告投放总费用为5亿元，虽然房产行业因政策、市场、企业盈收压力等多种因素呈持续收紧态势，但企业的市场动作仍然表现积极，房产类广告在整个网络广告投放中占比提升，房产类网络广告投放总费用环比上升19.0%；在房产网站投放广告的广告主数量环比上升14.4%。



2017Q2房产网站用户覆盖量下降

艾瑞咨询iUserTracker监测数据显示，2017年Q2房产网站季度PC用户覆盖总人数1.6亿人，环比上升6.9%，2017Q2各月的月度覆盖人数呈现稳定上升趋势，虽然增速减缓，但季度整体用户规模高于Q1水平。

2017Q2中国房地产政策环境概况

1

2017Q2中国房产网站广告主投放情况

2

2017Q2中国房产网站PC用户访问情况

3

中国房地产行业环境

iResearch
艾瑞咨询

2017Q2房地产市场热度在政策调控下降温明显

2017年全国房地产调控紧缩保持延续，限售城市扩大到超过30个，热点城市强化商办市场整治管理，住房信贷进一步收紧，房贷利率普遍上涨；土地出让规则不断创新多元化，抑制地价过快上涨。从房地产企业角度来看，目前企业补库存的积极性依然较高。统计局新闻发言人分析认为，经过本轮调控中国房地产市场过热局面得到一定程度降温，总体运行平稳。

2017Q2中国房地产行业环境概况

政策层面的调控仍然从严

- 商品房限售由一线城市向二三线城市下沉，由一季度仅有北京、广州、杭州、厦门、福州、青岛等少数几个城市扩展到全国超过30个城市实行限售措施；限价，由商品房售价向土地起拍价扩展；部分热点城市严控商改住，整顿商办市场。各地调控政策仍将持续，同时市场的监管力度将持续加大。

金融去杠杆保持收紧基调

- 城市住房信贷进一步收紧，房贷利率普遍上涨。无论是房地产企业的贷款，还是个人住房贷款，都有收紧的趋势。一线城市首套房的利率也调至9折甚至基准线。

房地产企业拿地仍然积极

- 虽然房地产市场过热局面已经明显降温，但房地产企业角度讲，基于2016年的乐观销售，在补库存上的积极性依然表现很高，对热点城市热门地块的拼抢依然十分踊跃。

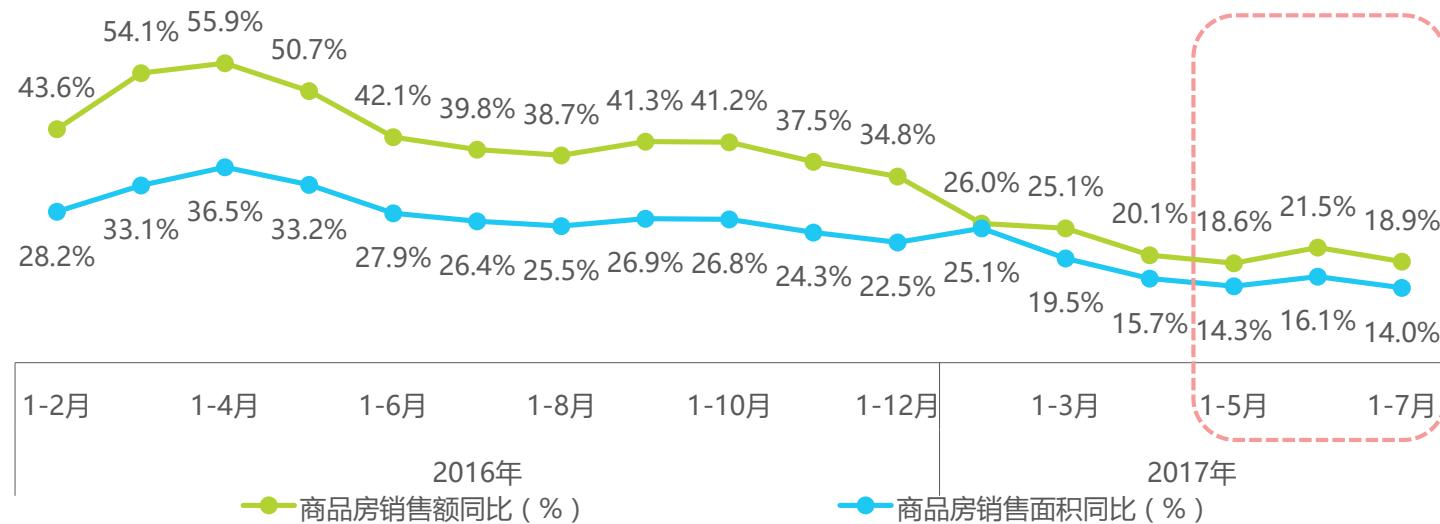
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国房地产行业环境

2017年中国房地产销售市场继6月回暖后7月热度转而回落

国家统计局发布数据显示，2017年1-7月份，商品房销售面积86351万平方米，同比增长14.0%，增速比1-6月份回落2.1个百分点；商品房销售额68461亿元，增长18.9%，增速回落2.6个百分点。在经历了数个月的下滑后，6月市场需求集中释放，两个商品房销售数据双双回暖，然而7月房地产销售市场热度又有所降温，销售数据转而下滑。

2016年1月-2017年7月中国商品房销售面积和销售额同比增速



来源：国家统计局公开数据。

2017Q2中国房地产政策环境概况

1

2017Q2中国房产网站广告主投放情况

2

2017Q2中国房产网站PC用户访问情况

3

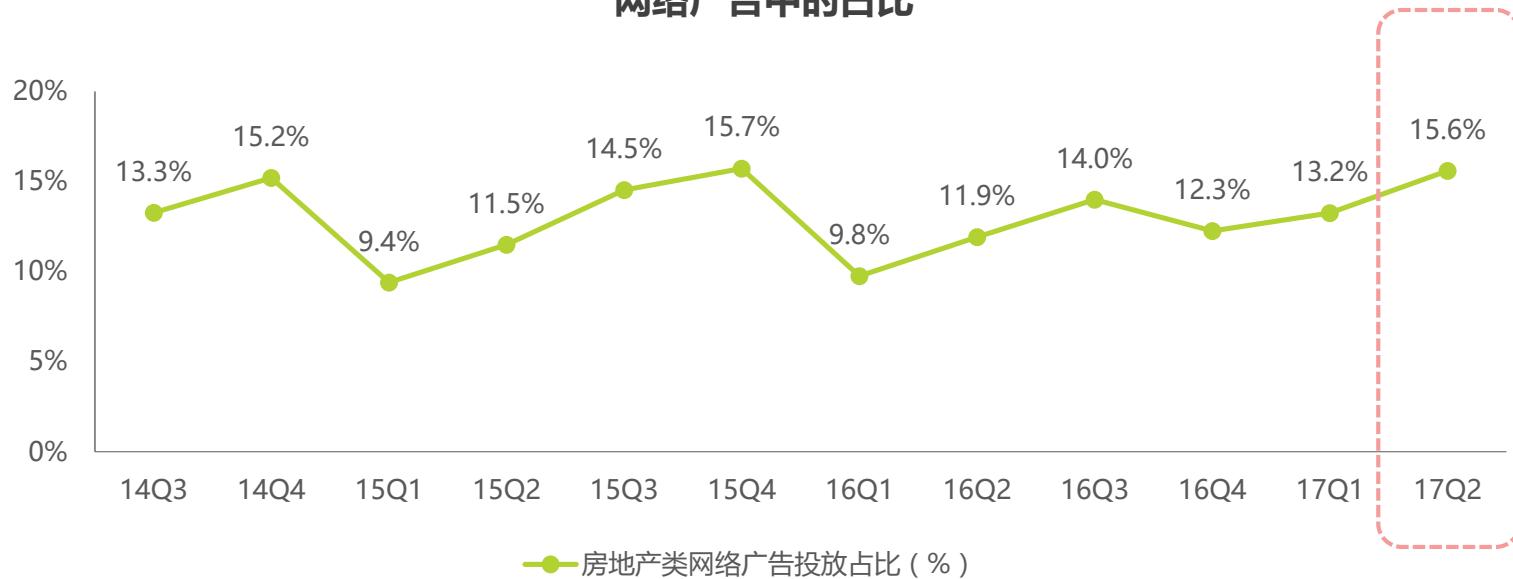
中国房产网站广告投放情况

iResearch
艾瑞咨询

2017Q2房产类网络广告投放费用占比继续回升至15.6%

艾瑞咨询iAdTracker监测数据显示，2017年Q2在总体网络广告投放费用中，房地产类网络广告投放费用占比为15.6%，环比上升2.4个百分点，同比上升3.7个百分点，份额占比持续回升。

iAdTracker-2014Q3-2017Q2中国房地产类网络广告投放费用在总体
网络广告中的占比



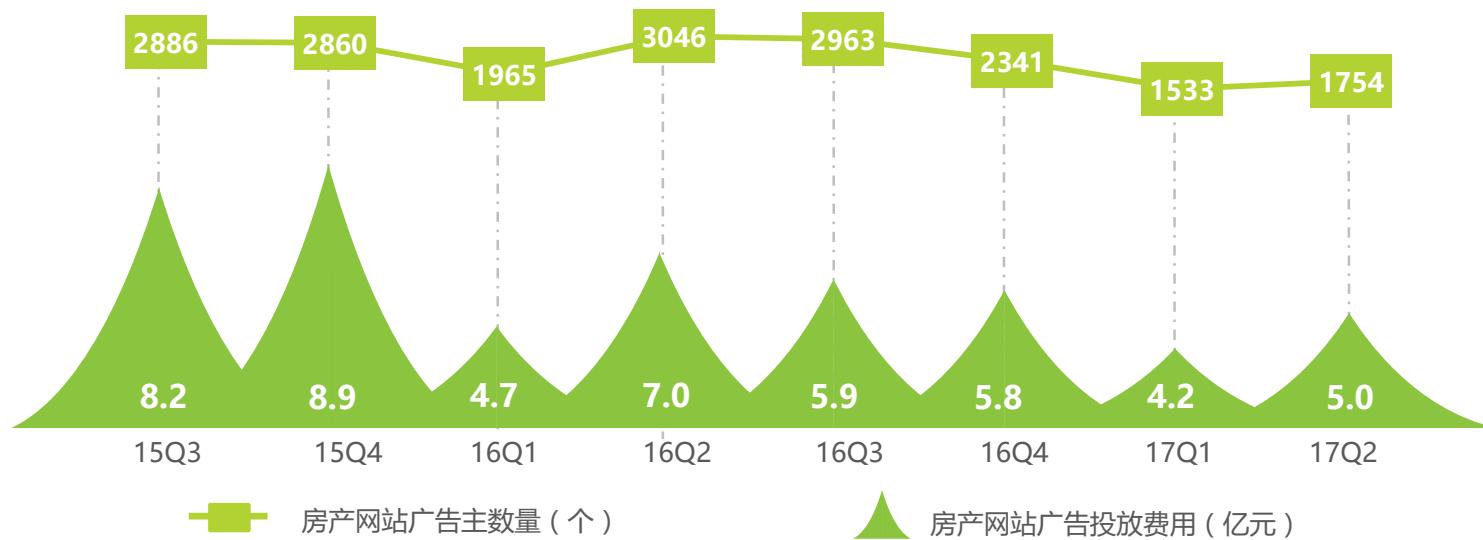
来源：iAdTracker2017.8基于对中国200多家主流网络媒体品牌图形广告投放的日监测数据统计，不含文字链及部分定向类广告，费用为预估值。

中国房产网站广告投放情况

2017Q2广告投放总费用和广告主数量环比上升

艾瑞咨询iAdTracker监测数据显示，2017Q2房产类广告投放总费用为5亿元，虽然房地产行业因政策、市场、企业盈收压力等多种因素影响呈持续收紧态势，但企业的市场动作仍然表现积极，房产类网络广告投放总费用较2017年Q1相比有所回升，环比上升19.0%，同比下降28.6%；在房产网站投放广告的广告主数量上升至1754个，环比上升14.4%，同比下降42.4%。

iAdTracker-2015Q3-2017Q2中国房地产类网络广告投放费用和广告主数量



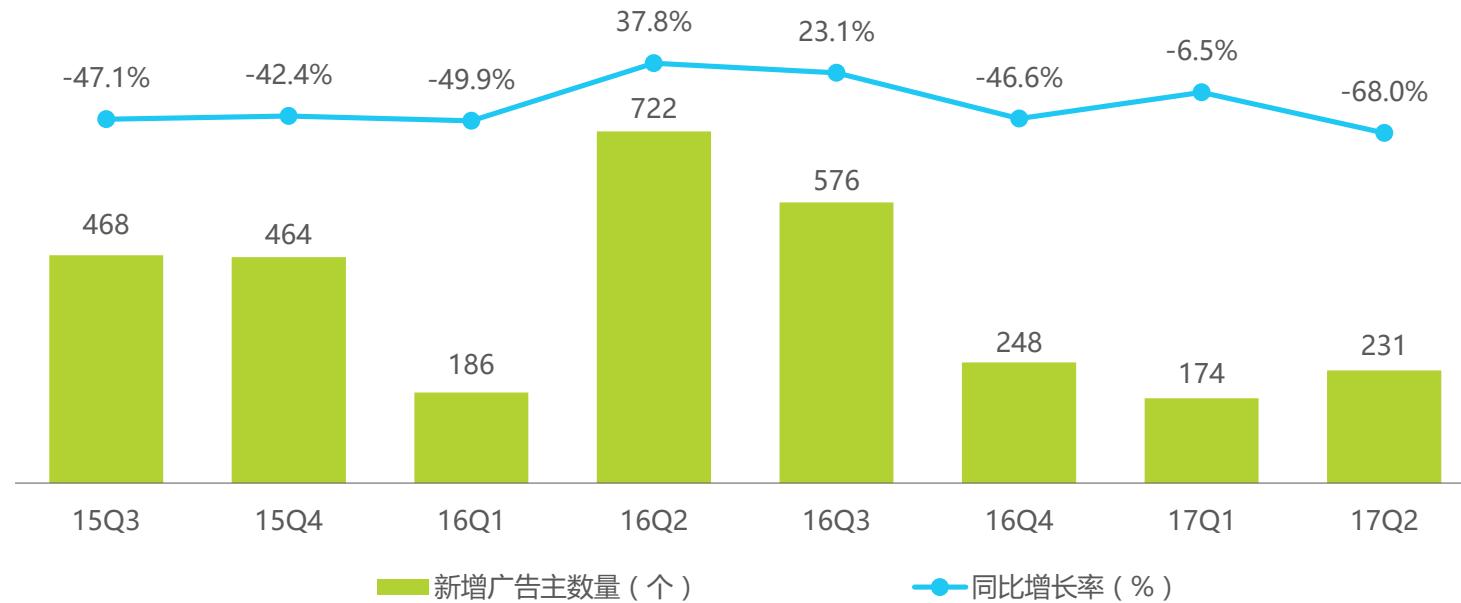
来源：iAdTracker2017.8基于对中国200多家主流网络媒体品牌图形广告投放的日监测数据统计，不含文字链及部分定向类广告，费用为预估值。

中国房产网站广告投放情况

2017Q2新增广告主数量环比小幅回升，同比缩减明显

2017年Q2新增广告主数量较2017年Q1有所回升，环比上升32.8%，但相比于去年同期水平有较大的差距，同比下滑68.0%。整体来看，2017年Q2相比去年同期的市场热度降温明显。

iAdTracker-2015Q3-2017Q2中国房产网站新增广告主数量

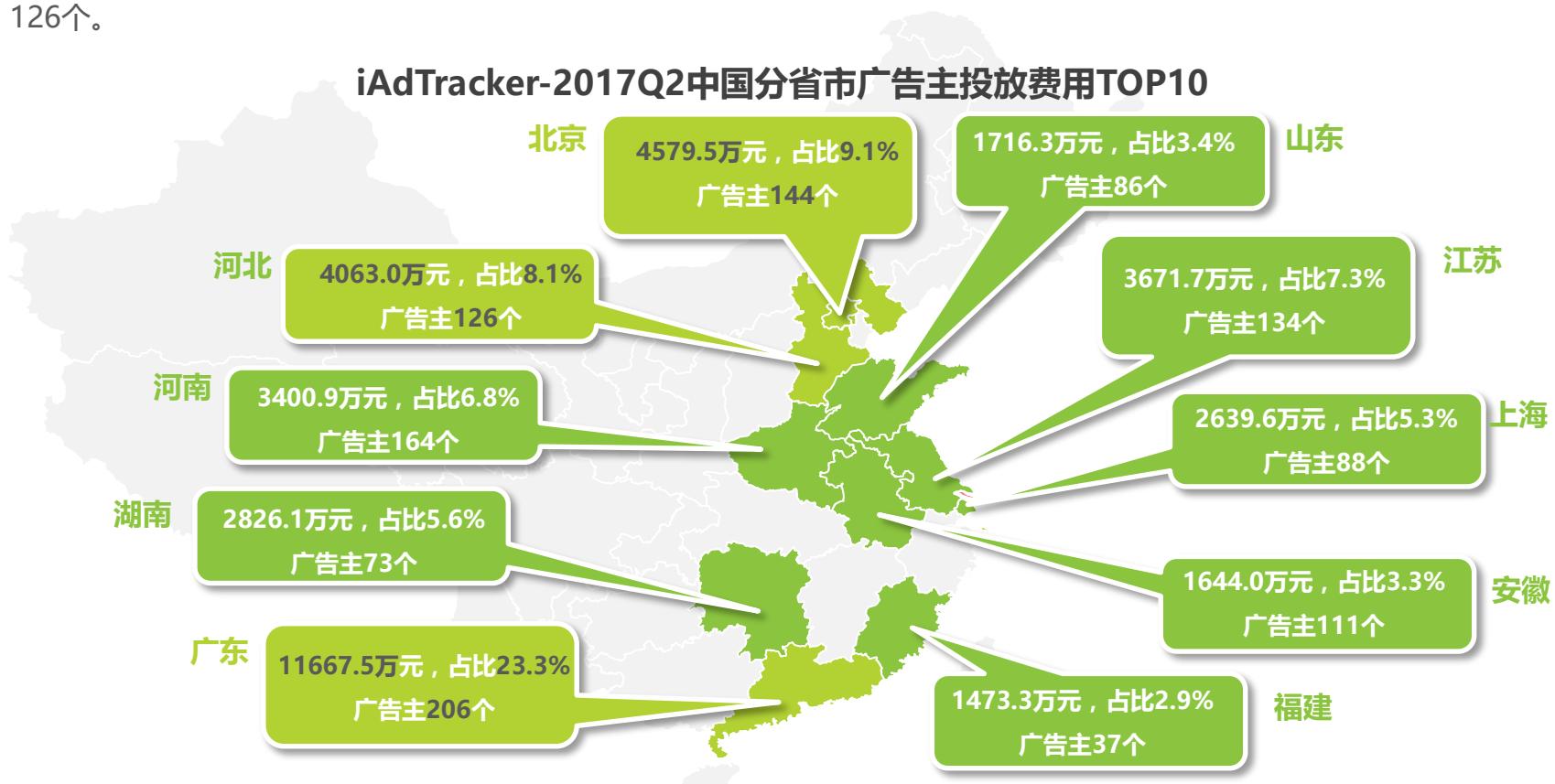


来源：iAdTracker2017.8基于对中国200多家主流网络媒体品牌图形广告投放的日监测数据统计，不含文字链及部分定向类广告，费用为预估值。

中国房产网站广告投放情况

在数量和投放额上广东、北京、河北三地广告主位于头部

艾瑞咨询iAdTracker监测数据显示，2017年Q2广东、北京、河北三地的广告主在房产网络广告的投放额和广告主数量上位居全国前三。其中广东地区的广告投放额最高，为11667.5万元，在全国房产网络广告投放额的占比为23.3%，广告主206个；北京地区广告投放额4579.5万元，占比9.1%，广告主144个；河北地区投放额4063.0万元，占比8.1%，广告主126个。



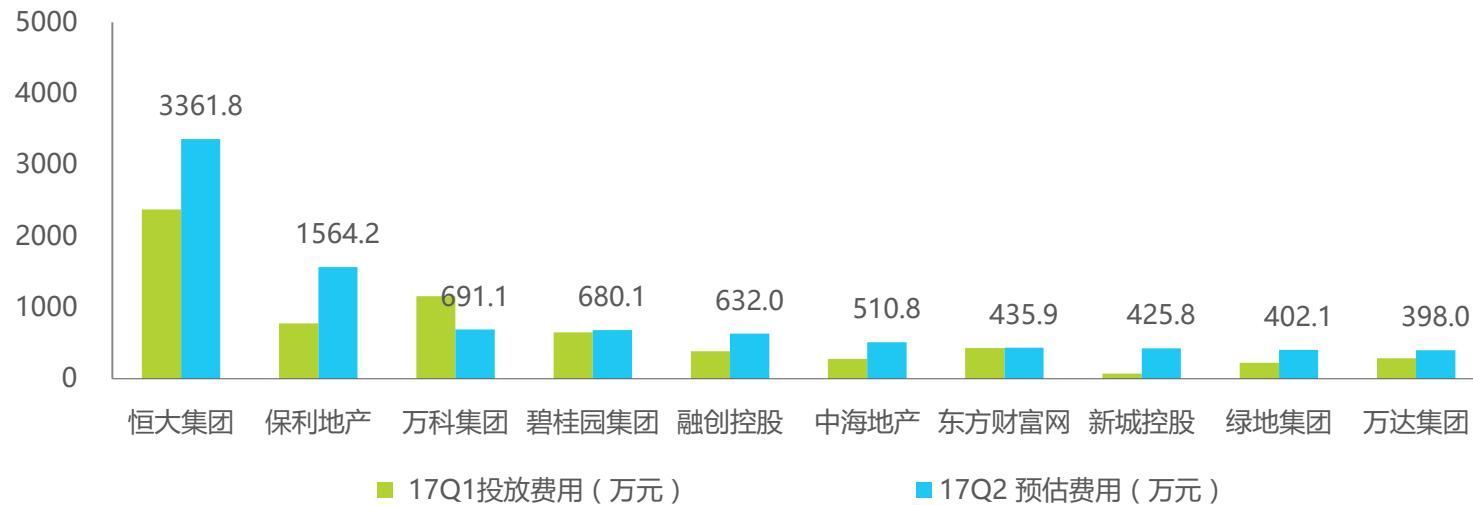
来源：iAdTracker2017.8基于对中国200多家主流网络媒体品牌图形广告投放的日监测数据统计，不含文字链及部分定向类广告，费用为预估值。

中国房产网站广告投放情况

2017Q2TOP10广告主中有五家投放费用较2017Q1增加

从2017Q2的TOP10广告主的投放费用来看，前四位格局保持稳定但排名有变，恒大集团依然位于头部，2017年Q2加大广告投放力度，投放费用3361.8万元，较之2017年Q1环比上升41.7%；保利地产上升至第二位，投放费用1564.2万元，环比上升101.2%，涨势强劲；万科集团投入缩减，降至第三位，投放费用691.1万元，环比下滑40.2%；在TOP10广告主中，除万科集团外，其它企业在2017年Q2的投放费用较2017年Q1均环比上升，头部企业的广告投入行为相对积极。

iAdTracker-2017Q2中国房产网站广告主广告投放TOP10



来源：iAdTracker2017.8基于对中国200多家主流网络媒体品牌图形广告投放的日监测数据统计，不含文字链及部分定向类广告，费用为预估值。

2017Q2中国房地产政策环境概况

1

2017Q2中国房产网站广告主投放情况

2

2017Q2中国房产网站PC用户访问情况

3

中国房产网站PC用户访问情况

iResearch
艾瑞咨询

2017Q2房产网站PC用户整体规模高于Q1水平

艾瑞咨询iUserTracker监测数据显示，2017年Q2房产网站季度PC用户覆盖总人数1.6亿人，环比上升6.9%，同比下降3.3%。2017Q2各月的月度覆盖人数呈现稳定上升趋势，虽然增速较Q1放缓，但季度内的用户整体规模高于Q1水平。

iUserTracker-2014Q1-2017Q2中国房地产网站月度覆盖人数



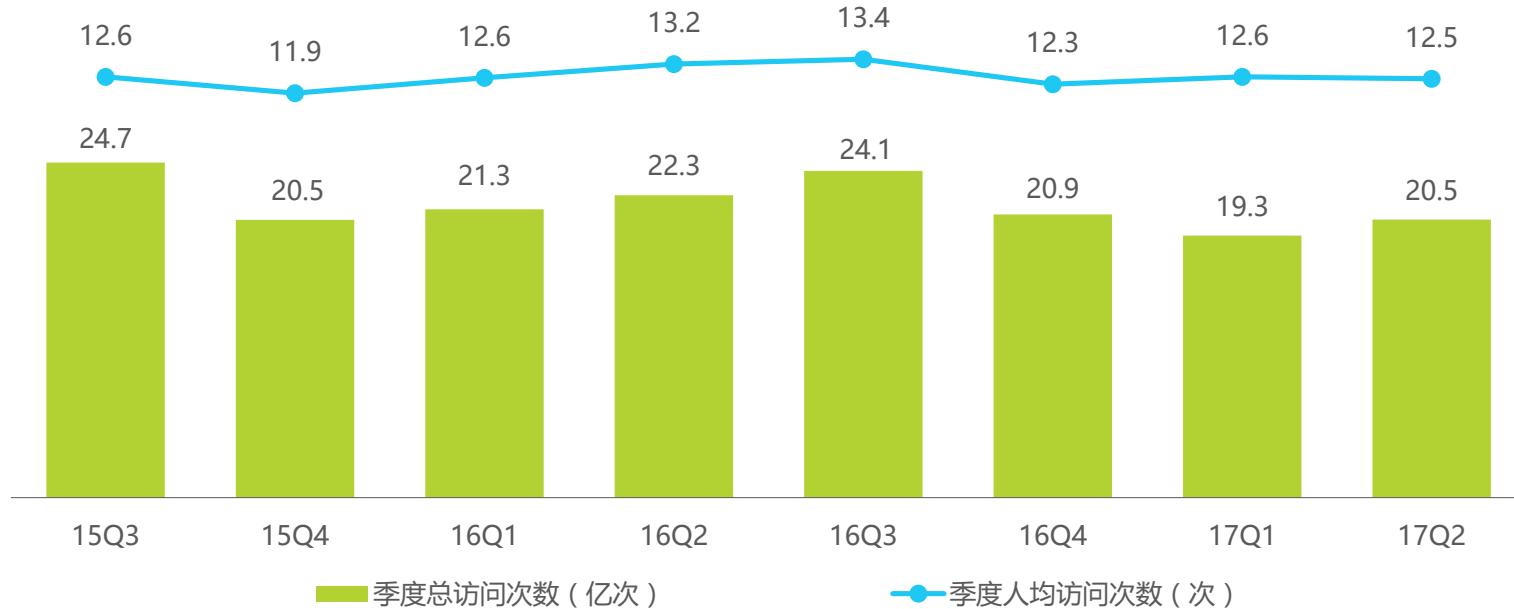
来源：iUserTracker. 2017.8，基于对40万家庭及办公（不含公共上网地点）样本网络行为的长期监测数据获得。

中国房产网站PC用户访问情况

2017Q2房产网站总访问次数环比有所上升

艾瑞咨询iUserTracker监测数据显示，2017年Q2房产网站PC用户季度总访问次数20.5亿次，环比上升6.1%，同比下降8.1%；人均季度访问次数12.5次，环比下降0.7%，同比下降5.0%。

iUserTracker-2015Q3-2017Q2中国房产网站用户季度和人均访问次数



来源：iUserTracker. 2017.8，基于对40万家庭及办公（不含公共上网地点）样本网络行为的长期监测数据获得。

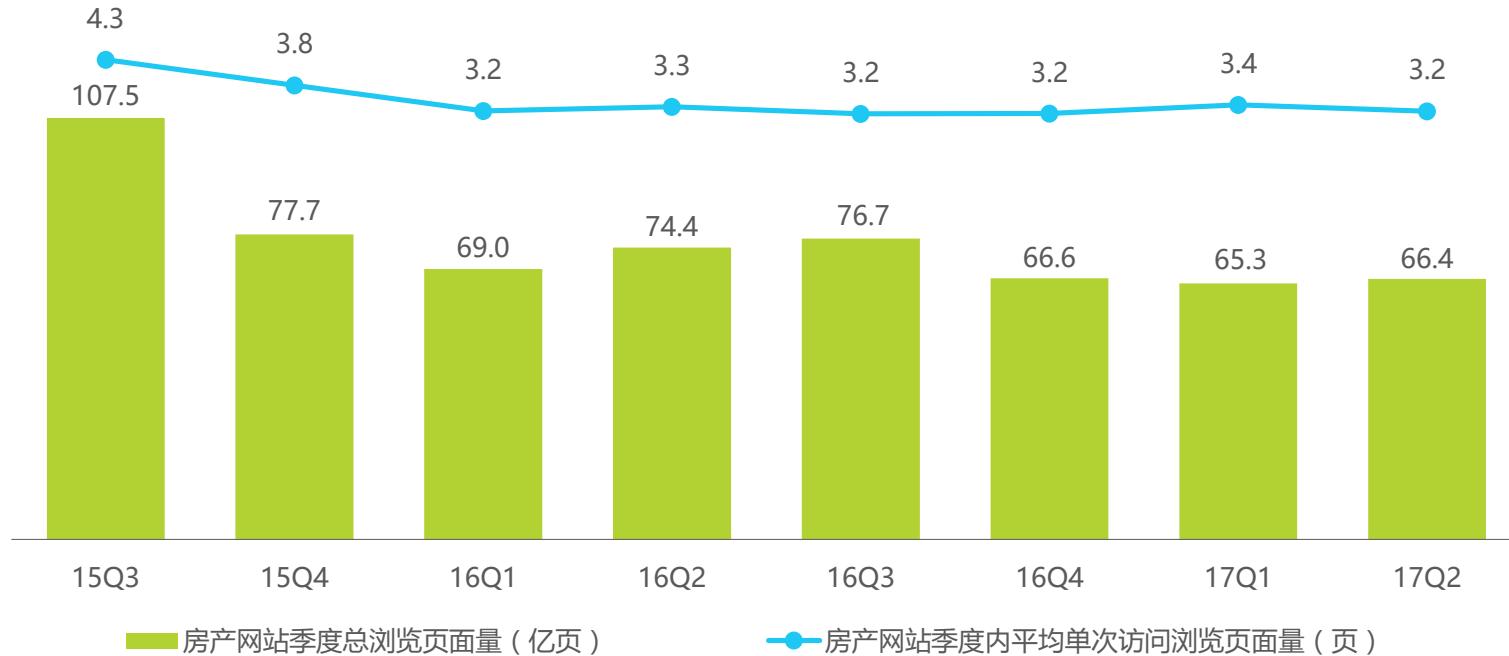
中国房产网站PC用户访问情况

iResearch
艾瑞咨询

2017Q2房产网站用户总浏览页面量环比上升

艾瑞咨询iUserTracker监测数据显示，2017年Q2房产网站PC用户季度总浏览页面量66.4亿页，环比上升1.7%，与去年同期相比下降10.7%；季度内用户平均单次访问浏览页面量为3.2页，环比下降4.1%，同比下降2.9%。

iUserTracker-2015Q3-2017Q2中国房产网站用户季度总浏览页面量和季度内单次访问浏览页面量



来源：iUserTracker. 2017.8，基于对40万家庭及办公（不含公共上网地点）样本网络行为的长期监测数据获得。

公司介绍/法律声明



公司介绍

艾瑞咨询成立于2002年，以生活梦想、科技承载为理念，通过提供产业研究，助推中国互联网新经济的发展。在数据和产业洞察的基础上，艾瑞咨询的研究业务拓展至大数据研究、企业咨询、投资研究、新零售研究等方向，并致力于通过研究咨询的手段帮助企业认知市场，智能决策。

艾瑞咨询累计发布数千份新兴行业研究报告，研究领域涵盖互联网、电子商务、网络营销、金融服务、教育医疗、泛娱乐等新兴领域。艾瑞咨询已经为上千家企业提供定制化的研究咨询服务，成为中国互联网企业IPO首选的第三方研究机构。

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

联系我们

咨询热线 400 026 2099

联系邮箱 ask@iresearch.com.cn

集团网站 <http://www.iresearch.com.cn>



艾瑞咨询官方微信

生活梦想 科技承载
TECH DRIVES BIGGER DREAMS



艾 瑞 咨 询