

中国移动房产服务市场现状盘点

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws

Analysys 易观
你要的数据分析



PART 1



中国移动房产服务市场现状和看点

© Analysys 易观

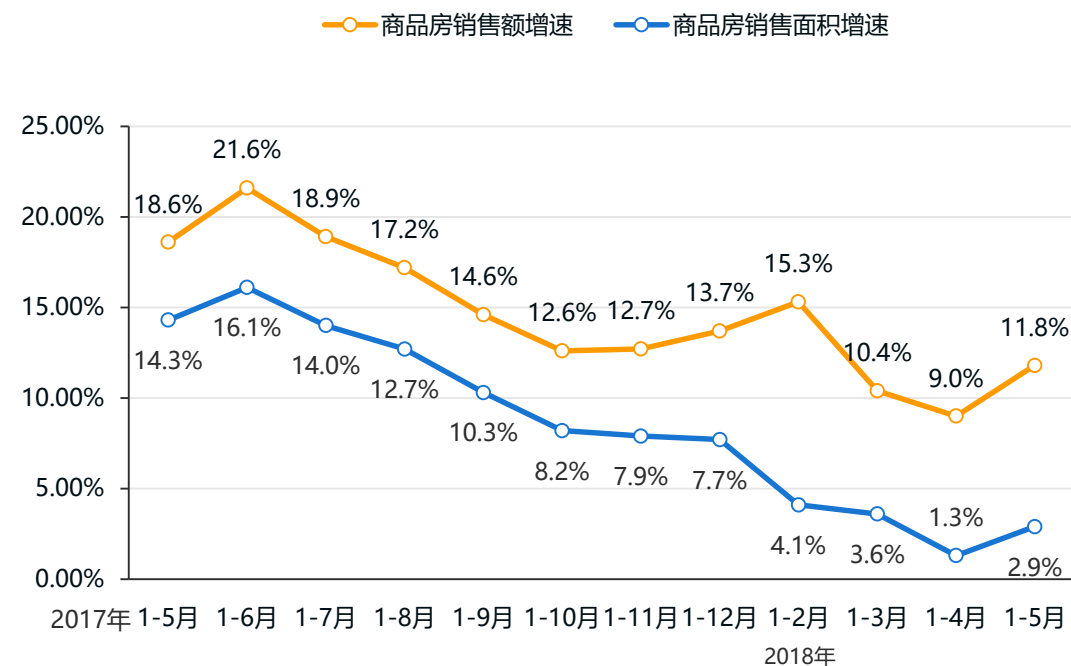
www.analysys.cn

史上最严调控政策下，中国房地产市场交易量持续下滑

- 截止2018年3月，超过40个城市与部门发布2018年全国房地产调控政策，发布政策内容超过50次，调控力度远超2017年。

日期	2017年重点房产调控事件
1.24	政策利率6年内首次上调 再度抑制房地产泡沫
2.2	非“限购”城市房贷首付款比例最低可达20%
3.17	北京3·17新政进一步维护房地产市场稳定
4.6	住建部：商品房库存周期36个月以上城市停止供地
5.20	中国将建立购租并举住房制度
7.18	12城试点住房租赁市场改革
10.19	提出坚持房子是用来住的不是用来炒的，成为2017-2018年房产调控主旋律
12.8	加快住房制度改革和长效机制建设
12.9	逾50城出台住房租赁政策房企深度布局

2017年5月-2018年5月中国商品房销售增速



© Analysys 易观·统计局

www.analysys.cn

中国房地产市场进入存量时代，二手房交易占比持续攀升

- 2015年，我国家庭户均拥有住房1.08套；2016年人均住房建筑面积为40.8平方米；2017年全国商品房交易额15万亿，其中二手房交易5万亿，占比达到三成，我国房地产市场开始进入存量时代。

北京



2009年，北京二手房交易量首次超过新房，2017年北京二手房与新房交易占比为4.5:1。

杭州



2017年，杭州二手房与新房交易比为1.1:1。

上海



2015年是售房大年，上海二手房与新房交易比为2:1。

天津



2017年，天津市内六区二手房与新房交易比为2.65:1。

广州



2006年，深圳二手房交易套数正式超越新房，2017年，深圳二手房与新房交易占比为2.5:1。

深圳

2017年，广州二手房与新房交易占比为1.5:1。

南京

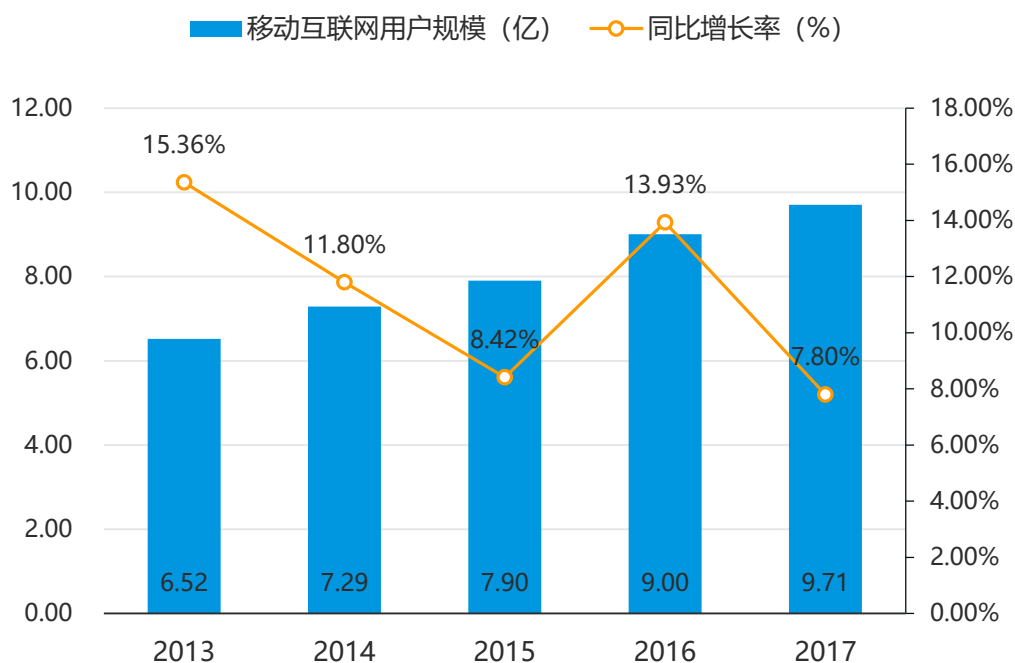


2017年，南京二手房与新房交易比为1.5:1。

中国互联网进入存量时代，流量红利消失殆尽，市场竞争加剧

- 2017年中国移动互联网用户规模达到9.71亿，同比增长7.8%；人均周上网时长27.00小时，同比增长2.27%。中国互联网人口流量红利已经消耗殆尽，进入存量时代。

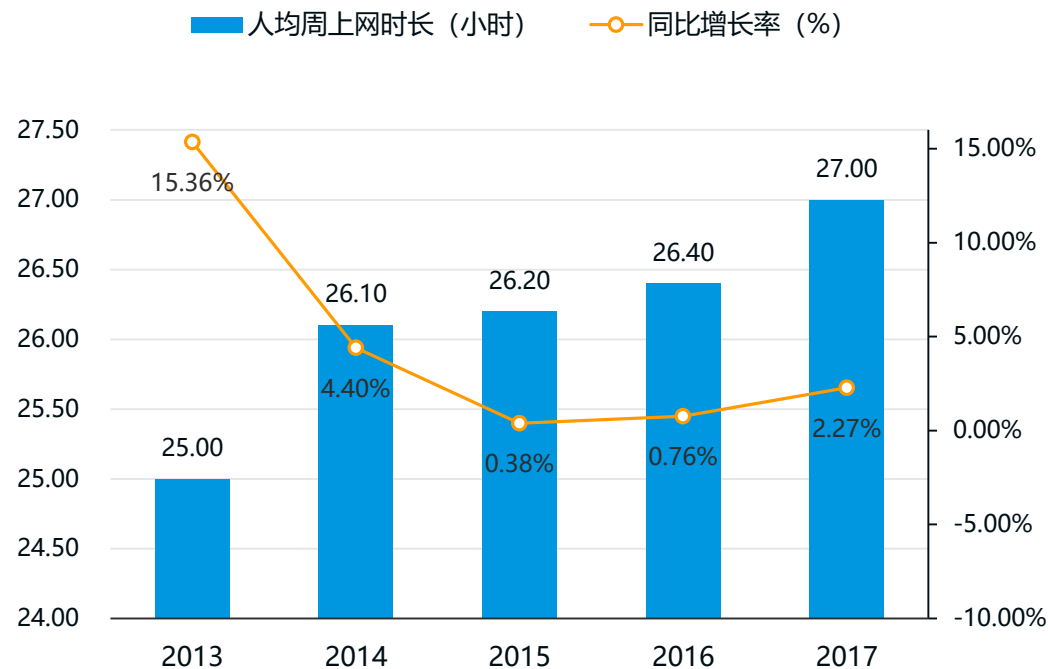
2013-2017年中国移动互联网用户规模



© Analysys 易观

www.analysys.cn

2013-2017年中国互联网用户人均周上网时长

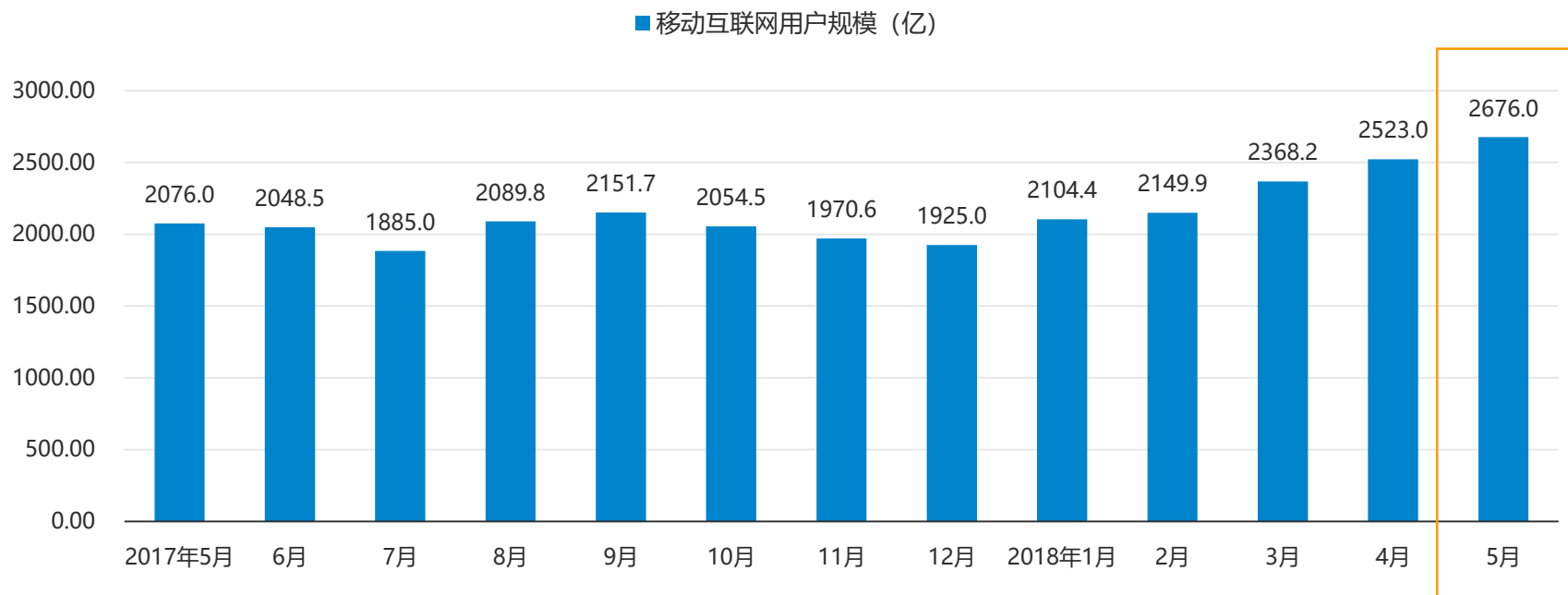


© Analysys 易观·CNNIC

www.analysys.cn

移动房产服务用户稳步增长，房子依然是国人关注话题

2017.5-2018.5年中国移动房产市场用户规模



348.2万

日活跃用户

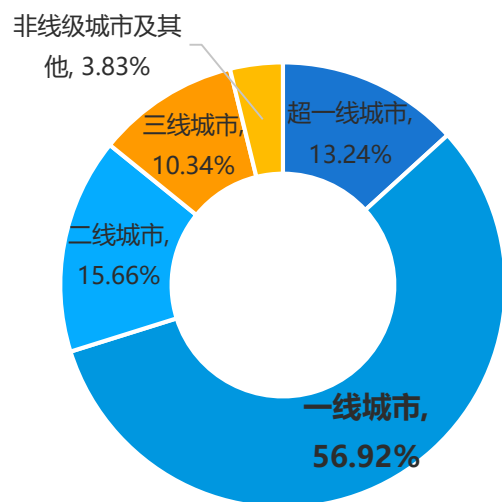
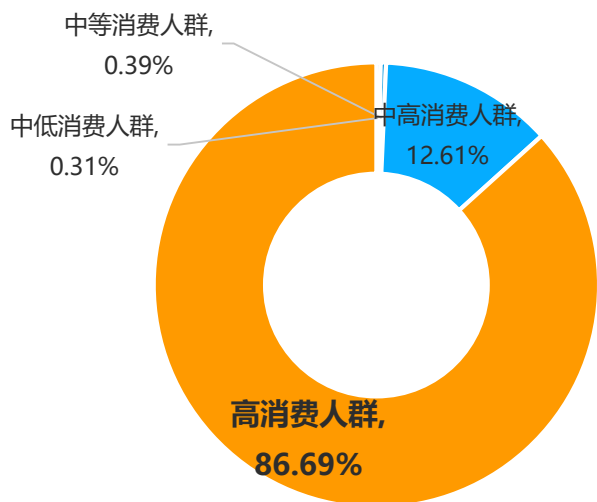
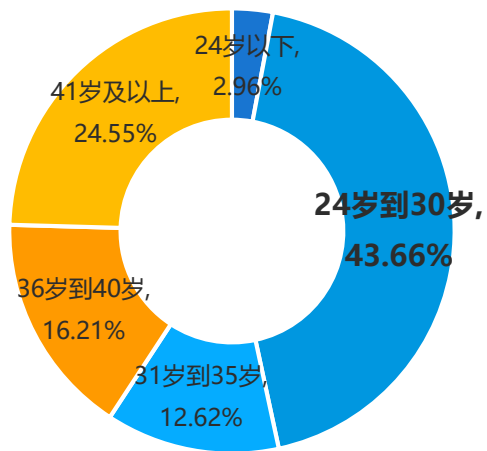
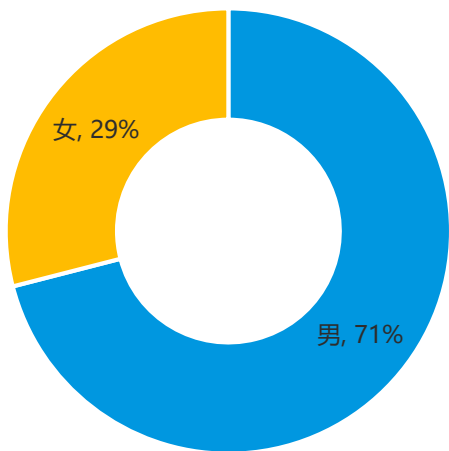
1.4小时

人均使用时长

19.5分钟

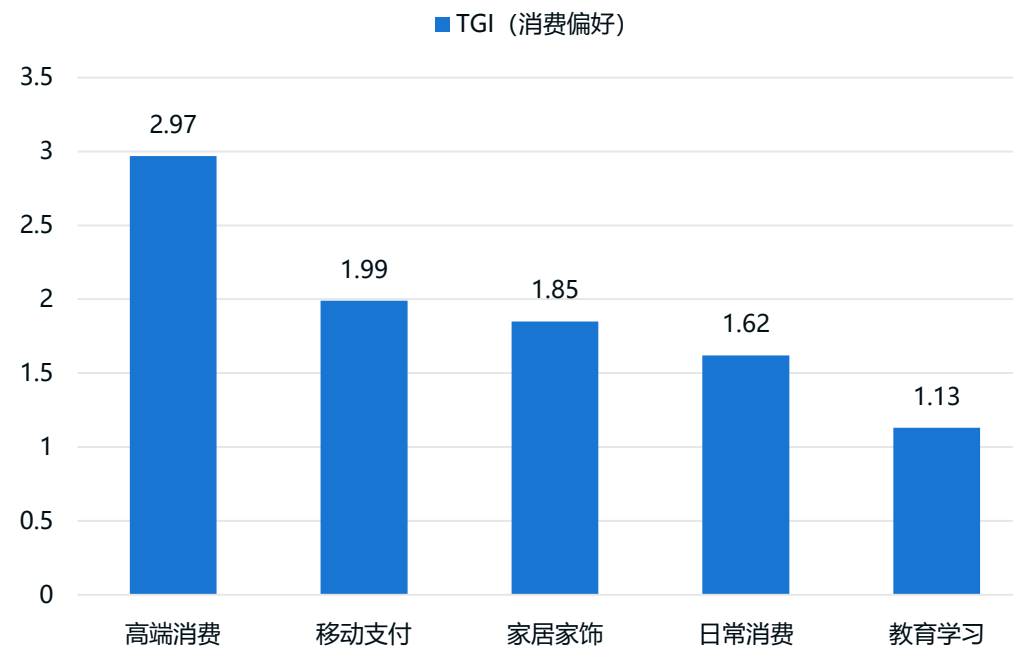
人均单日使用时长

移动房产服务用户人群画像：高消费能力的男性中青年



移动房产用户呈现出明显的高消费场景倾向

中国移动房产用户消费偏好 TOP 5



© Analysys 易观·易观万象

www.analysys.cn

市场竞争激烈，58集团在移动端覆盖用户规模优势明显

2018年5月移动垂直房产服务平台覆盖用户TOP 5



© Analysys 易观

www.analysys.cn

数据说明：链家集团统计范围包括链家、自如、上海链家。

随着目前用户移动化迁移的完成，移动端市场成为领先厂商的必争之地，58同城旗下安居客依靠58同城、赶集网的持续流量导入以及正确战略定位，发展迅速，位列市场首位。

未来对移动用户的争夺将不仅限于APP流量，随着小程序、H5等轻量化移动入口快速发展，市场竞争将更加激烈。

新看点-租赁市场的争夺

自十九大提出建立多主体供给、多渠道保障、**租购并举**的住房制度，并宣布在12个城市进行租赁试点，房屋租赁市场引起市场重点关注。

面对房屋租赁市场蓝海，在政策引导下，地方政府、大型互联网厂商纷纷进入房屋租赁服务市场，市场竞争程度明显加剧。

根据中国房地产业协会数据，2017年我国住房租赁市场租金规模约为1.3万亿元。

预计到2025年，中国租赁市场规模将由现在的1.1万亿增长到2.9万亿，到2030年将会超过4.6万亿。



老玩家

房产服务市场在房屋租赁市场发力较早，领先厂商纷纷推出自营公寓租赁服务，其中链家集团在2011年推出“自如”品牌，以品质租房为竞争力，发展迅速。



大型互联网厂商

2017年10月，阿里旗下蚂蚁金服正式进入房屋租赁市场，正式上线租房平台，有超过100万间公寓将正式入驻支付宝，在上海、北京、深圳、杭州、南京、成都、西安、郑州这8个城市率先推广信用租房。



“国家队”

在政策引导下，地方政府也开始加速扩容租赁市场，一二线城市首先将优质地块作为租赁用地注入市场，然后建立政府房屋租赁平台，目前已经有10多个城市推出政府住房租赁交易服务平台，为居民提供租房服务。

新看点-数据应用能力持续加强，赋能产品



// 房源数据是整个互联网房产服务市场的核心，目前领先厂商均在加强对数据的应用能力，不断提升产品竞争力。

1

第一阶段-融合

- 打通线上、线下，将房源数据与用户数据结合，精准推送以促进线下看房。

2

第二阶段-线下数据升级

- 安居客、链家针对行业长期痛点-低价假房源，推出房源字典、安选服务，保证房源数据真实性。

3

第三阶段-数据化

- 将房源数据再次升级，安居客、贝壳通过VR手段，将房屋实景数据化上传；提高看房体验；58推出“神奇分”将经纪人进行数据评级，提高数据化程度

PART 2



中国移动房产服务厂商主流商业模式

© Analysys 易观

www.analysys.cn

媒体模式的变与不变-房天下

房产媒体平台是互联网房产服务市场初期主要商业模式，主要为开发商和中介提供引流服务，作为房产媒体典型厂商-房天下，在行业发展初期，发展迅速，为了扩展业务，积极转型进入房产交易市场，但由于在二手房市场的巨额亏损和国内中介的集体抵制，营收开始下滑，产生巨额亏损，转型失败。在回归媒体平台之后，互联网已经进入自媒体市场，其媒体价值已经不在稀缺。

01

媒体



房天下曾是国内一流房产媒体平台，主要为房产开放商和房产中介提供媒体推广服务。

02

电商



2015年，房天下宣布成立房屋电商部门，进入新房和二手房交易市场。

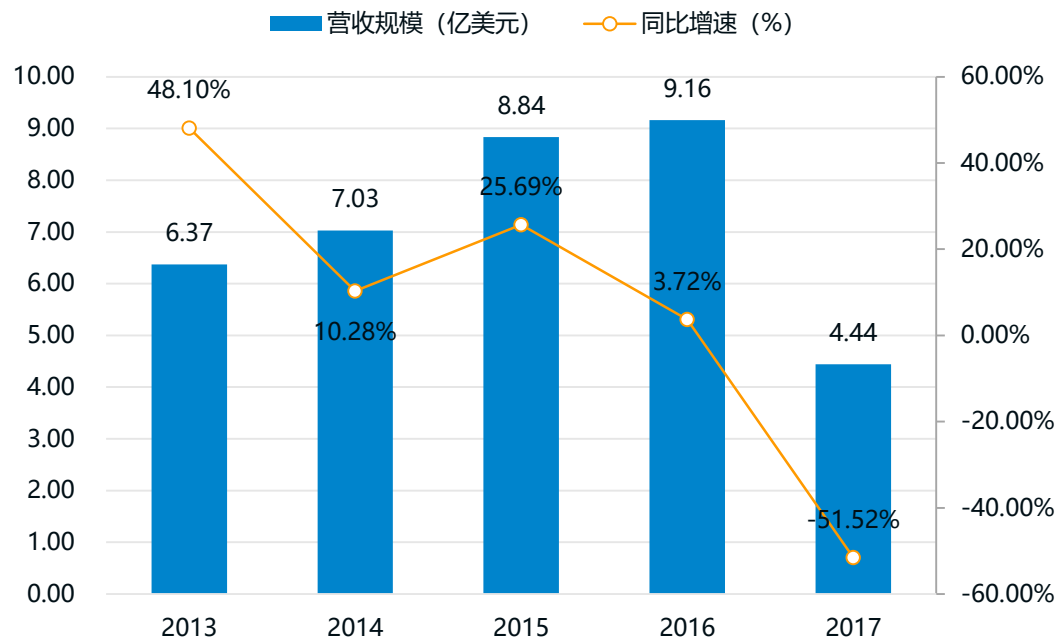
03

回归



2016年，房天下转型战略失败，业务持续下滑；2017年宣布重新回归媒体平台属性。

2013年-2017年房天下营收规模



© Analysys 易观

www.analysys.cn

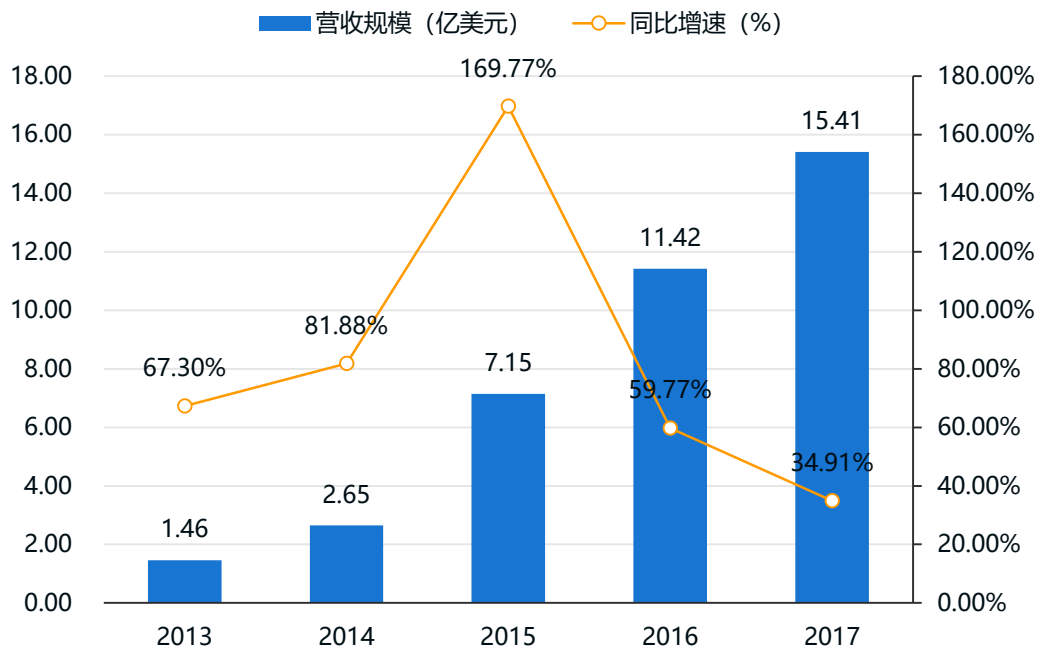
转型阵痛

2016年房天下营收增速明显放缓，利润出现亏损；2017年营收继续大幅下滑，营收不及去年一半。

专注平台模式，线上规模领先：58集团

在产品、数据、战略支持下，58集团凭借国内领先分类平台优势，营收保持持续较快增长。2017年58同城营收15.41亿美元，同比增长34.91%。

2013年-2017年58同城营收规模



© Analysys 易观

www.analysys.cn



坚持房产信息平台战略

58集团是国内领先的分类信息厂商，2015年收购安居客之后，改变安居客在房产资讯市场战略，坚持平台战略，不介入房产交易环节，在58集团的流量支持下，安居客业务迅速回暖。



58、赶集、安居客

目前58集团通过收购，已经建立58同城、赶集网、安居客组成的房产信息平台矩阵，通过优势互补，在平台层级占据领先地位，成为用户数据和房源数据的中转站。



数据赋能

58集团不断深度挖掘数据潜力，强化线上优势，在用户体验方面，推出房源全息字典；对房产经纪人，推出“经纪人信用”、“58神奇分”，持续通过数据为客户赋能。

线下数据支撑线上，综合实力较强：链家集团

链家以线下中介业务起家，在房产服务市场占据核心优势-房源数据，并凭借关键优势反哺线上，在互联网房产服务市场，综合实力雄厚，在房产中介型互联网厂商中，处于领先地位。

2017.11，链家完成C轮融资，估值超过400亿。

28个城市 8000家门店 150000经纪人

1亿1000万套真实房源

160个城市 97%全国真实房源率



线下房源数据

凭借链家房产海量房源数据，链家建立网上房产信息平台。

支撑



推动线上流量增长

得益于数据优势，链家线上流量快速增长，在二手房市场保持领先地位。

扩展



房屋租赁市场

面对存量市场现状，推出自营租赁品牌-自如，进入品质租房市场。

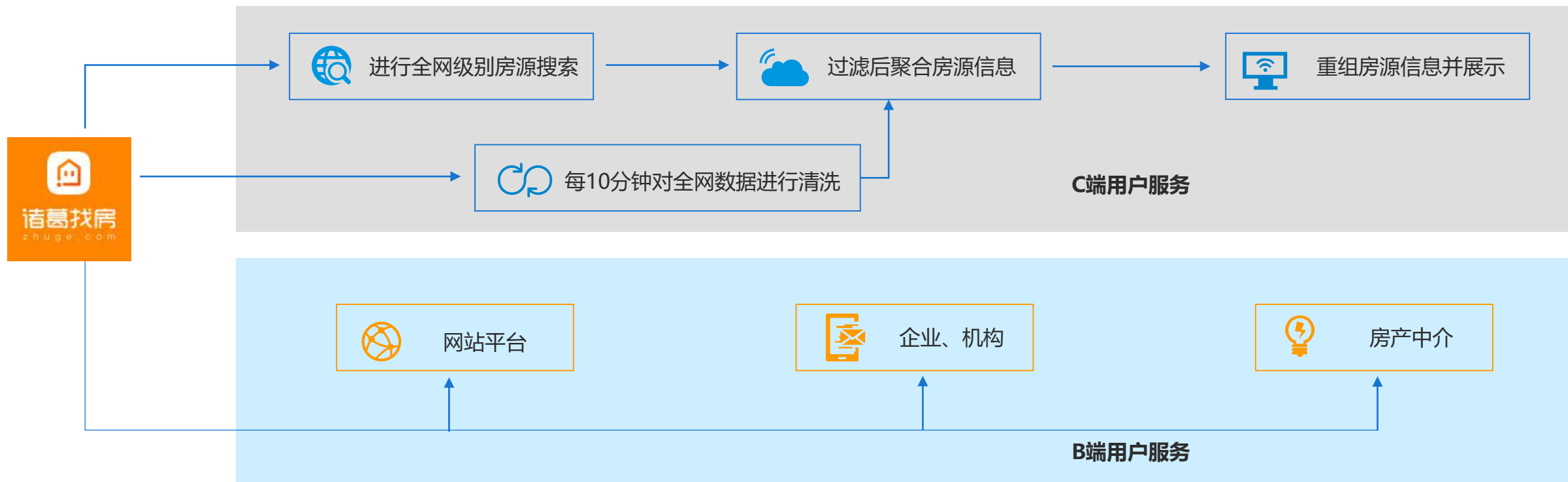
升级



强化优势

推出“房源字典”、“保心服务保障”服务，强化真实房源优势，保证用户看房和交易体验及真实性。

新生代房源搜索聚合：诸葛找房



诞生于移动互联网时代的诸葛找房则另外探索一条商业模式，基于技术优势，定位于房产数据搜索引擎，对全网房源数据进行抓取、清洗、筛选、重组，以保证房源真实性。

面对互联网的爆发式发展，用户时间被“超级APP”所占据，用户对新APP产品尝试意愿下滑，能随时随地找到用户并把服务提供给用户成为了未来房产服务平台发展方向之一，作为后来市场竞争者，诸葛找房将竞赛赛道从自身APP扩展到轻量化H5载体之中，以求在移动用户争夺战中后发先至。

趋势关键字：数据、技术、下沉



主流厂商已经基本建立完整的房源数据库，在房源与用户数据的匹配应用上，还有绝大的提升空间，如何借助丰富数据资源不断创新是行业方向之一。



数据

数据应用能力



房产交易和租赁必须要经过线下看房阶段，如何尽量缩短线上寻找房源、联系中介或房主到线下实地看房的中间过程，提高商机转换几率，是厂商重点专注问题，新兴技术的更新迭代或将提供解决方案。



技术

新的解决方案



目前房产服务用户主要集中在超一线、一线城市，而目前在政策高压下，这些地区房地产市场交易低迷，而二三线城市房价涨幅超过一线地区，未来领先厂商将继续下沉，获取三四线市场。



下沉

三四线城市用户和房源

数据分析驱动业务升级

- 易观千帆
- 易观万像
- 易观方舟
- 易观博阅



易观订阅号



易观千帆试用