



2017

房地产行业报告

360营销研究院出品

2017年7月

目

录

1 房地产行业概况

2 分城市行业概况

3 人群特征分析

4 移动端概况

CONTENTS



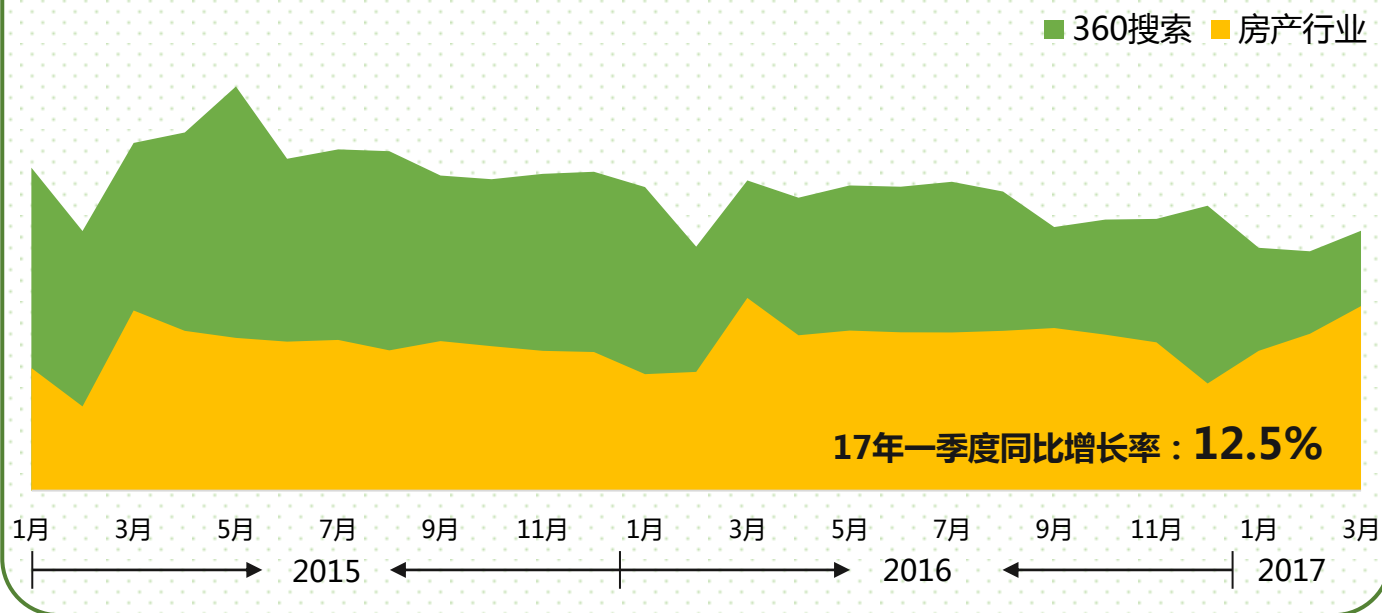
1

房地产行业概况



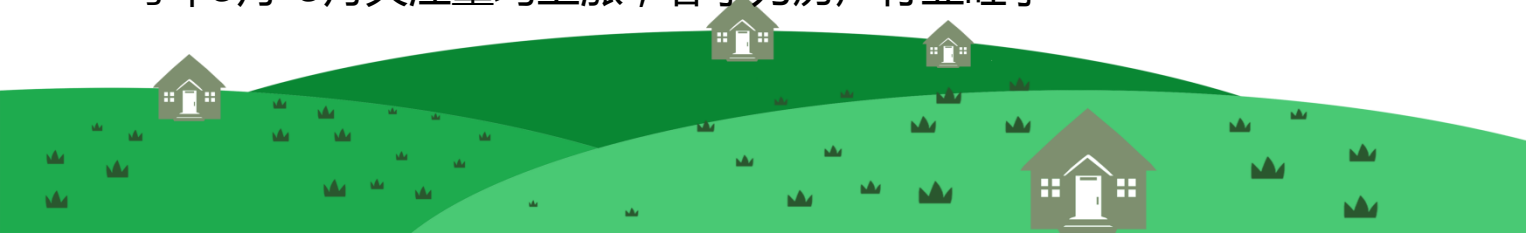
房地产行业关注量稳步上涨，春季为行业旺季

房地产行业检索趋势



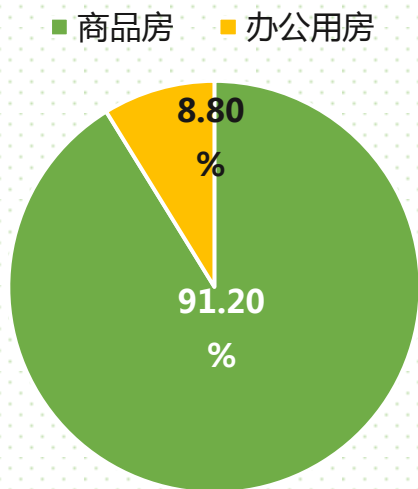
Source：360大数据，2015年Q1~2017年Q1

- 房地产行业一季度较去年同期上涨12.5%，增长迅速
- 每年3月-5月关注量均上涨，春季为房地产行业旺季

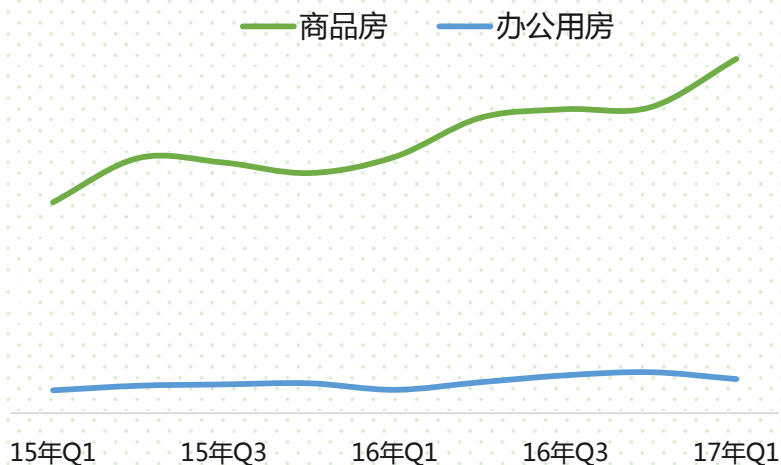


商品房关注量超9成，办公用房同比升高45.7%

不同房产类型占比



2015-2017 不同房产类型趋势



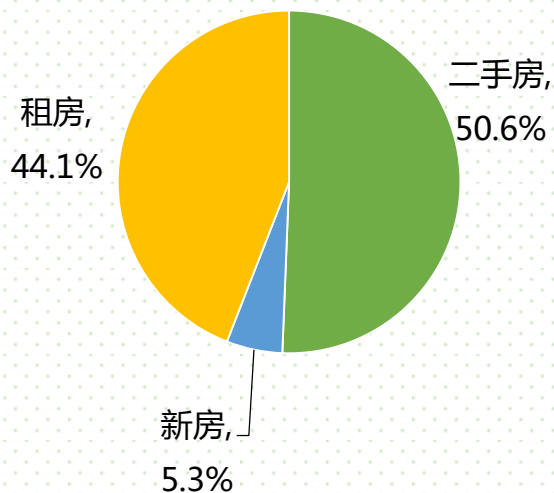
Source : 360大数据, 2015年Q1~2017年Q1

- 图中商品房包括新房、二手房和租房，办公用房包括商铺和写字楼，商品房占比超过90%，关注量远高于办公用房
- 办公用房关注量提升迅速，17年Q1同比增长45.7%

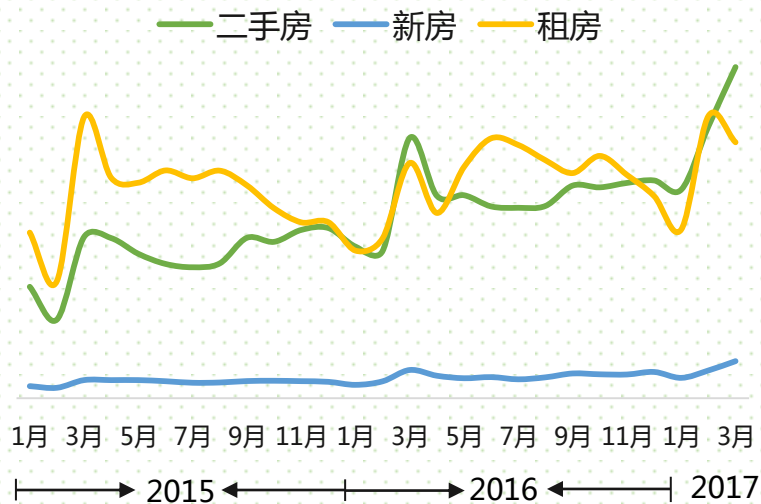


二手房关注量持续走高，2017年超过租房关注量

各细分市场搜索占比



2015-2017细分市场搜索指数



Source : 360大数据, 2015年Q1~2017年Q1

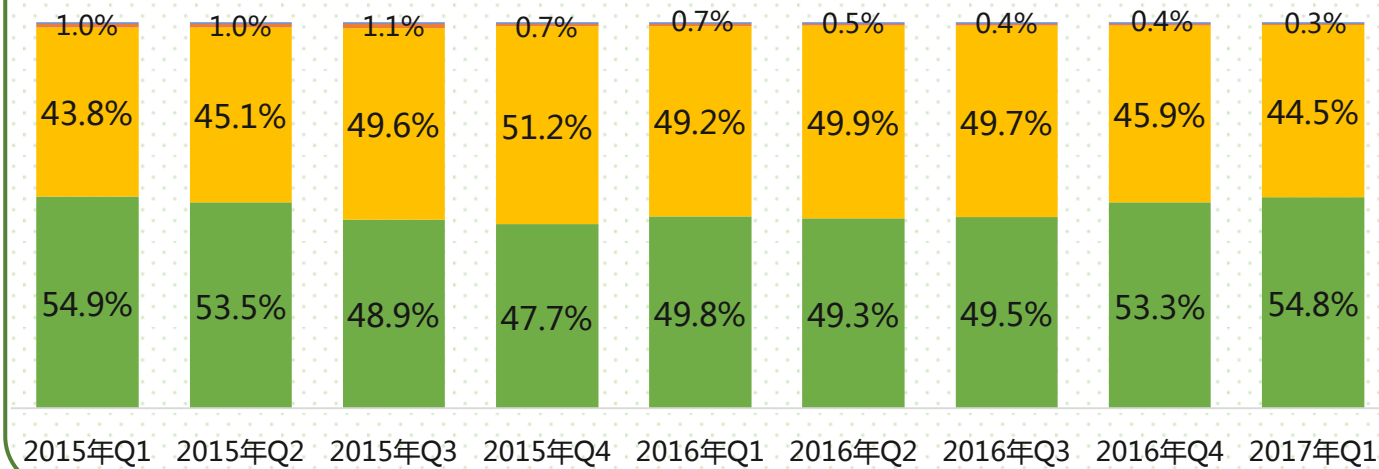
- 截止16年底，租房关注量仅在16年二季度低于二手房，其余时间均高于二手房
- 17年一季度二手房关注量陡增超越租房，占有房产类型50.6%



二手房：通用需求和平台名称占比高

关注二手房不同词性占比变化趋势

■ 通用词 ■ 平台词 ■ 人群词 ■ 地产商词



Source : 360大数据, 2015年Q1~2017年Q1

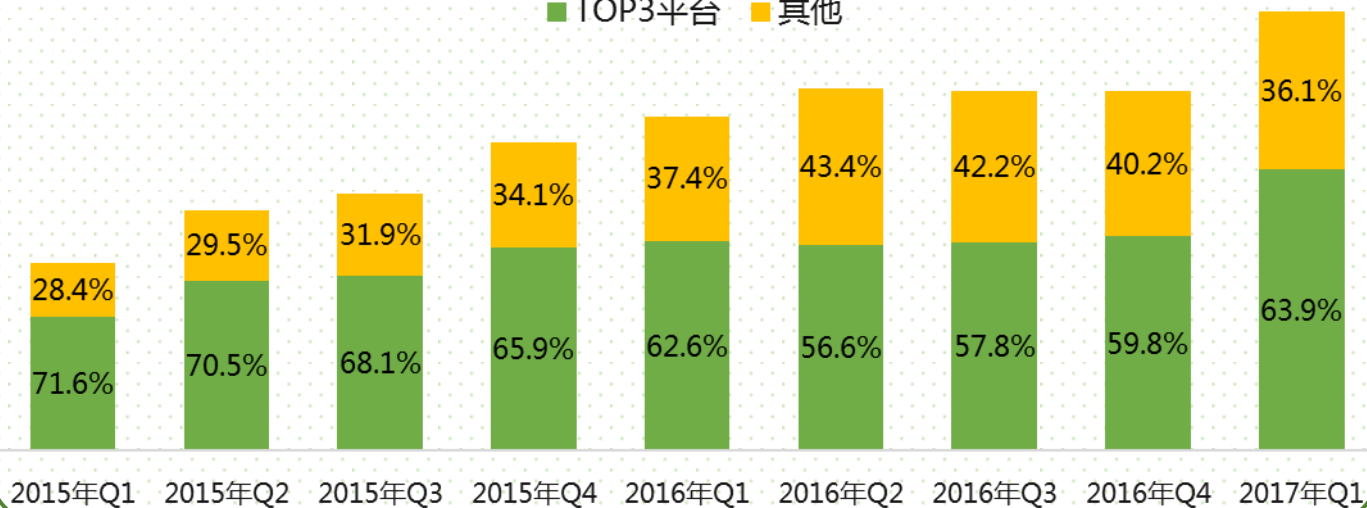
- 关注二手房的检索词中，通用词和平台词占比接近100%，其中通用词占比最高
- 人群词和地产商词占比低



TOP3二手房平台份额渐被压缩

二手房在不同平台占比趋势

■ TOP3平台 ■ 其他



Source : 360大数据, 2015年Q1~2017年Q1

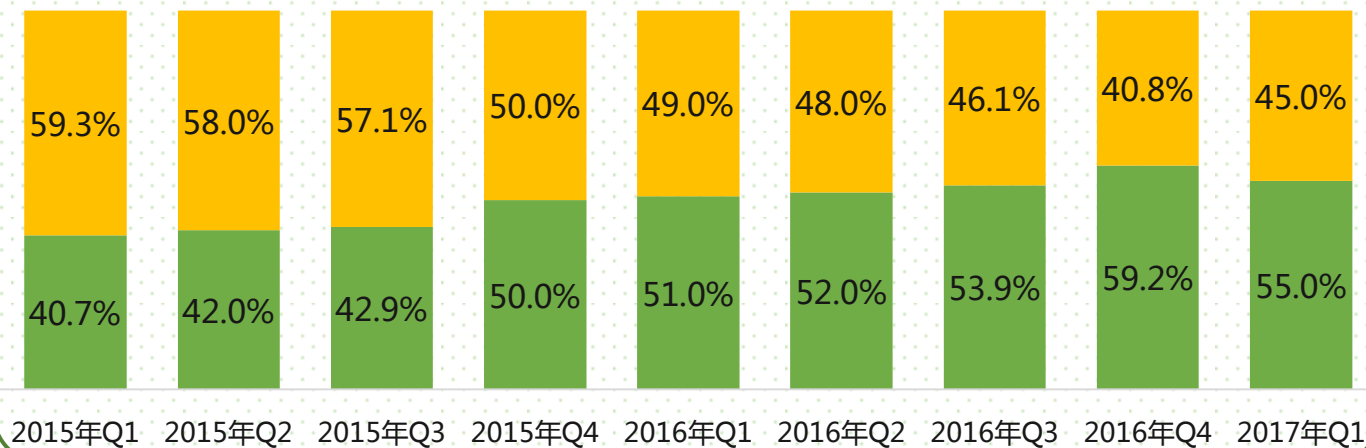
- 关注二手房平台词的量不断上涨, TOP3平台(58同城、链家、房天下)占比高
- 58同城、链家、房天下的市场份额从15年的七成左右降为六成



租房：通用需求占比逐渐超越平台

关注租房不同词性占比变化趋势

■ 通用词 ■ 平台词



Source：360大数据，2015年Q1~2017年Q1

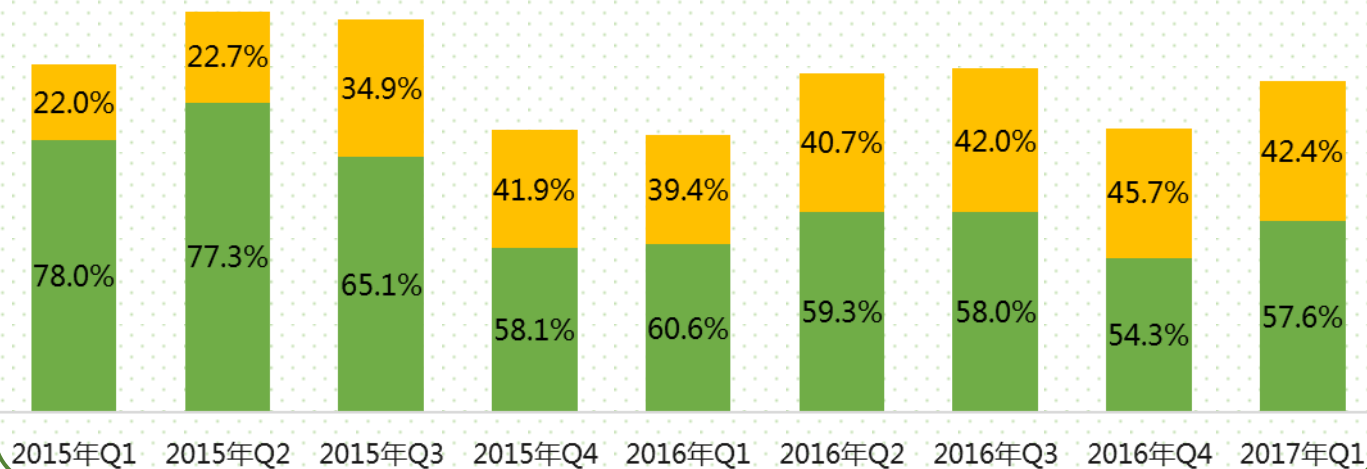
- 关注租房主要通过检索通用词和平台词
- 租房通用词占比逐渐提升，从2015年四季度超越平台词，占比超一半



二三季度为租房高峰，渠道更为多样化

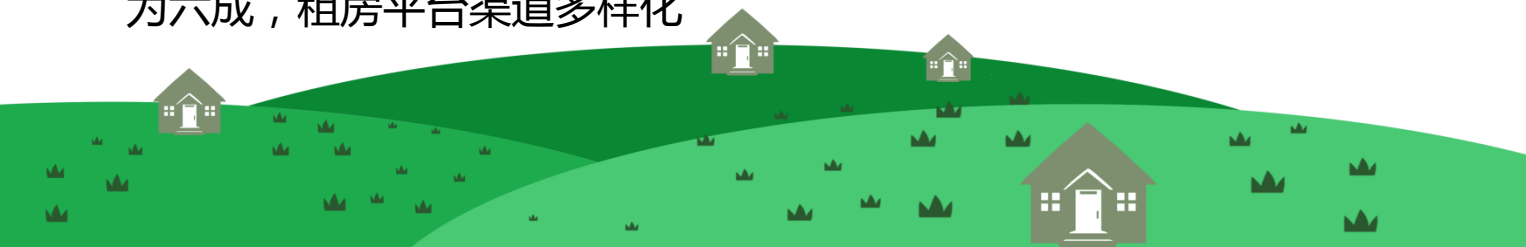
租房在不同平台占比趋势

■ TOP3平台 ■ 其他



Source : 360大数据, 2015年Q1~2017年Q1

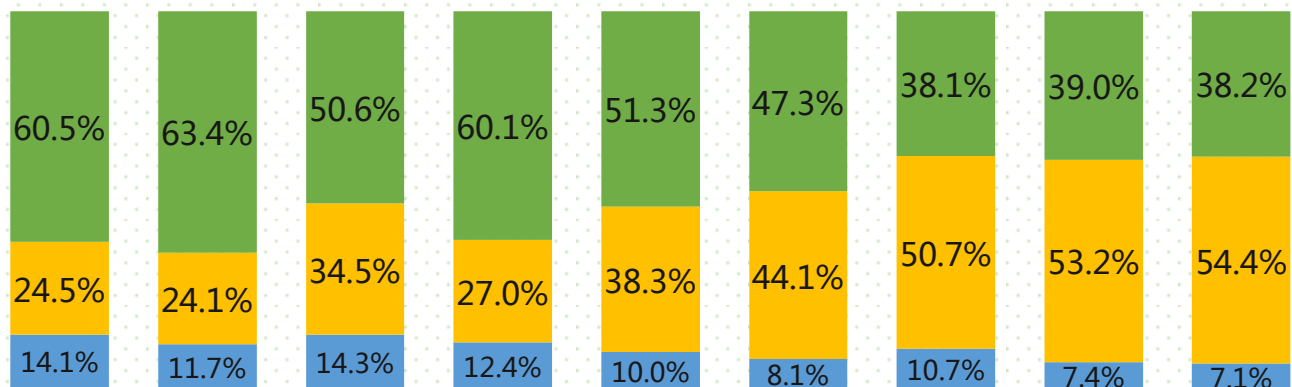
- 二三季度为明显的租房高峰期，流量上涨明显
- TOP3平台（58同城、赶集、自如）的市场份额从15年的接近八成降为六成，租房平台渠道多样化



新房：关注楼盘位置的比例不断上升

关注新房不同词性占比变化趋势

■ 品牌词 ■ 价格词 ■ 平台词 ■ 楼盘位置词 ■ 通用词



2015年Q1 2015年Q2 2015年Q3 2015年Q4 2016年Q1 2016年Q2 2016年Q3 2016年Q4 2017年Q1

Source：360大数据，2015年Q1~2017年Q1

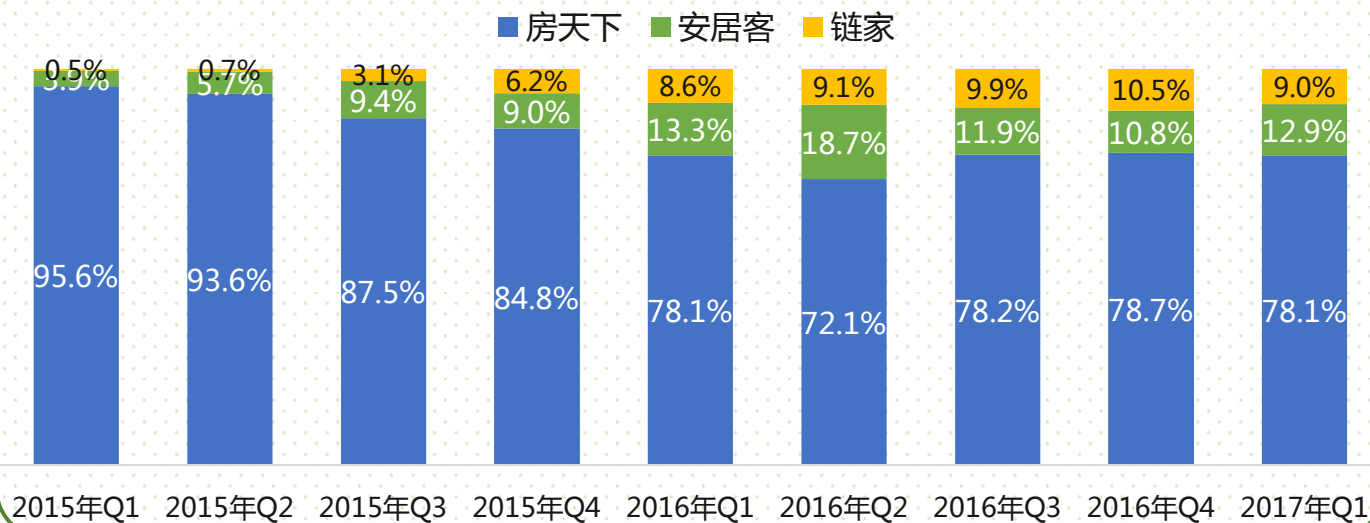
注：楼盘位置词主要包含楼盘小区名称和燕郊、回龙观等位置词

- 关注新房主要通过通用词和楼盘位置词
- 关注新房用户对楼盘位置词尤为重视，楼盘位置对购买新房者有着重要意义



房天下优势明显，安居客链家占比提升

新房在不同平台占比趋势



Source : 360大数据, 2015年Q1~2017年Q1

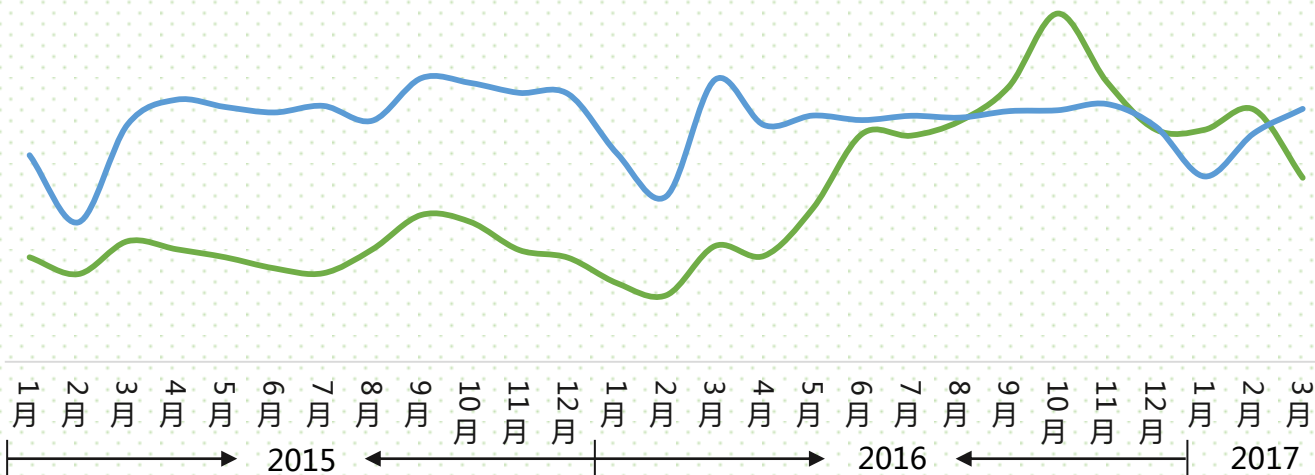
- 新房平台词中房天下占比接近8成
- 安居客链家逐渐抢占房天下份额，但占比仍较低



办公用房：商铺关注量提升，写字楼关注量平稳

2015-2017办公用房趋势

— 商铺 — 写字楼



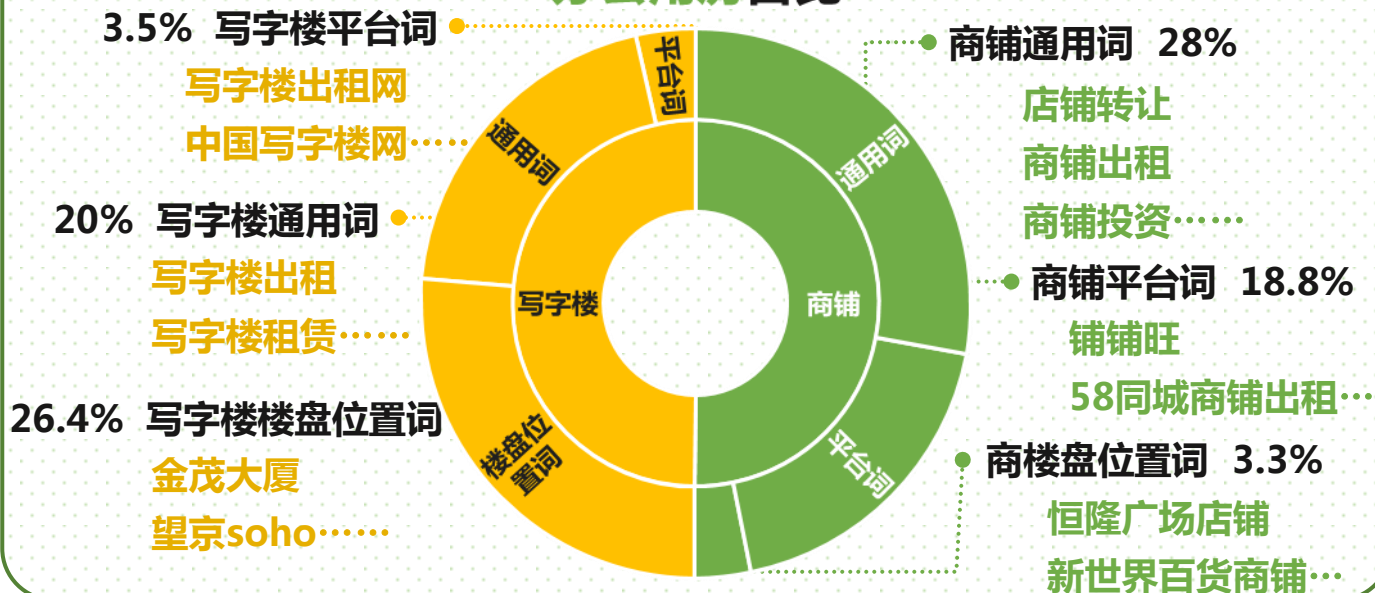
Source : 360大数据, 2015年Q1~2017年Q1

- 16年商铺关注量提升，秋季达到峰值
- 写字楼关注量平稳，变化不大



写字楼最注重楼盘位置，商铺则通用词居多

办公用房占比



Source : 360大数据, 2017年Q1

- 办公用房中，关注写字楼和商铺基本持平
- 关注写字楼楼盘位置词居多，关注商铺则通用词居多



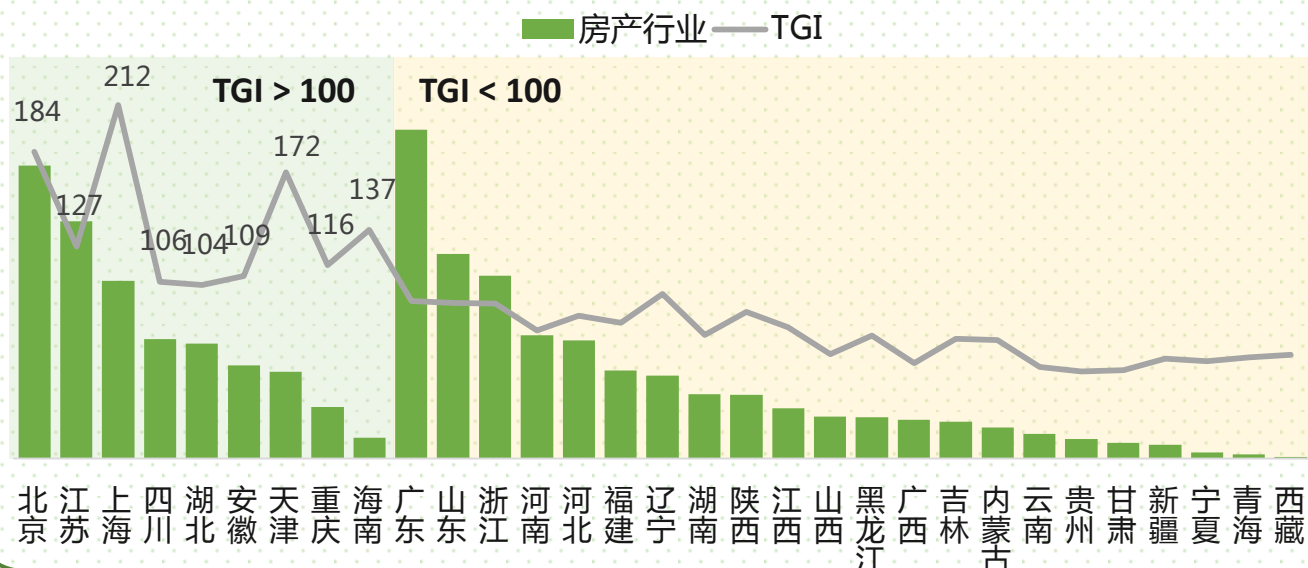
2

分城市行业概况



北京、江苏和上海人群特征明显

房地产行业不同省市检索量及TGI指数



Source : 360大数据, 2016年Q1~2017年Q1

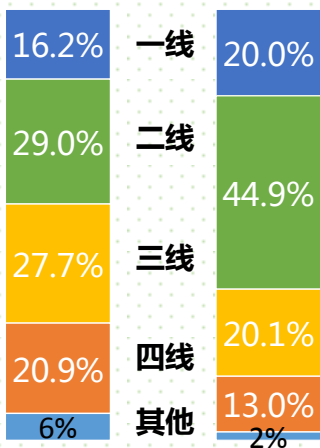
注: TGI大于100, 说明特征(年龄)在该人群占比大于特征在全网占比; 小于100则相反。

- 北京、江苏和上海关注量和TGI值均较高, 其中上海对房地产行业最为关注, 北京天津其次
- 广东检索量最高, 但人群特征不明显

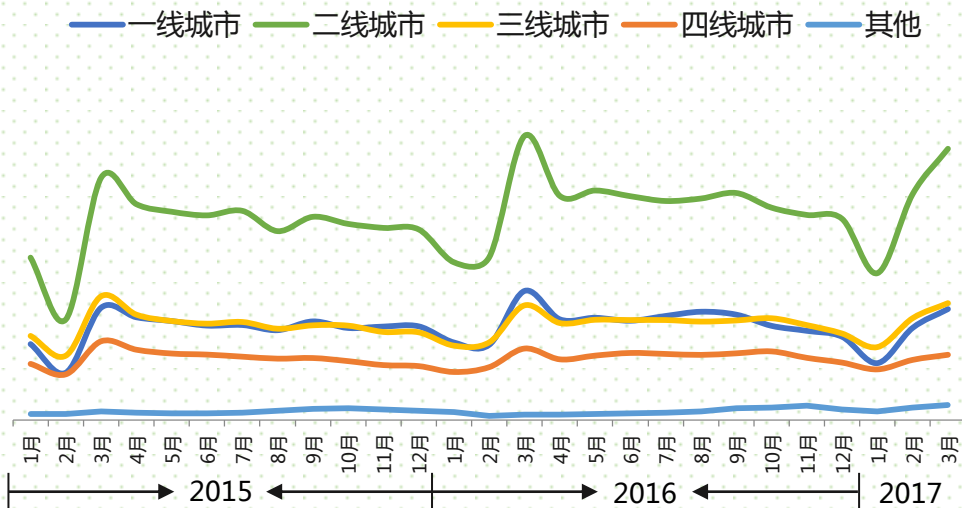


一二线城市占比达65%，二线城市增速快

各城级搜索占比



2015-2017城级变化趋势



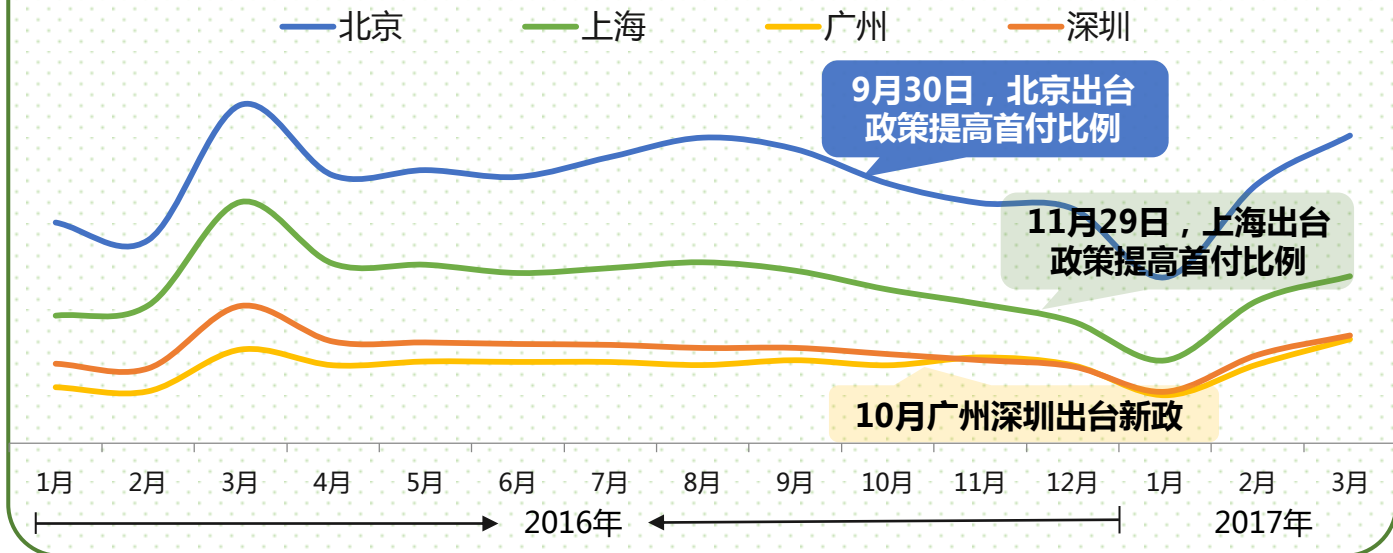
Source : 360大数据, 2015年Q1~2017年Q1

- 相比360整体城级分布，一二线城市关注房产人群特征明显
- 2017年Q1二手房增速迅猛，一二三线城市尤为明显，其中二线城市增速最快



一线城市：调控政策拉低区域房地产行业热度

2016-2017一线城市变化趋势

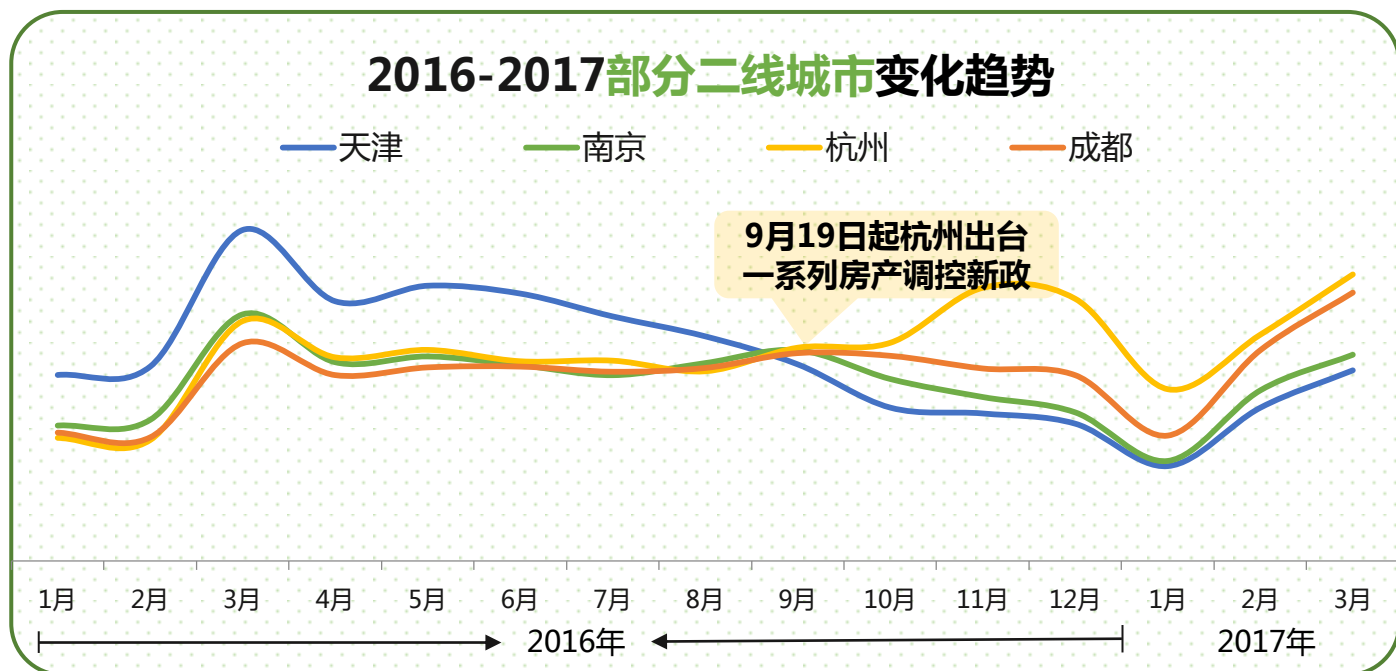


Source : 360大数据, 2016年Q1~2017年Q1

- 北、上、广、深出台提升首付比例等调控政策后，房产关注度明显下降，但17年Q1有所回升
- 政策对关注度的影响对房价高的北京和上海更为明显



二线城市：杭州关注度上涨迅速，政策刺激购房需求



Source : 360大数据, 2016年Q1~2017年Q1

- 杭州在出台了一系列调控政策后对房产反而关注量提升，刺激了部分潜在购房需求
- 天津对房产关注量下降，成都南京相对平稳



3

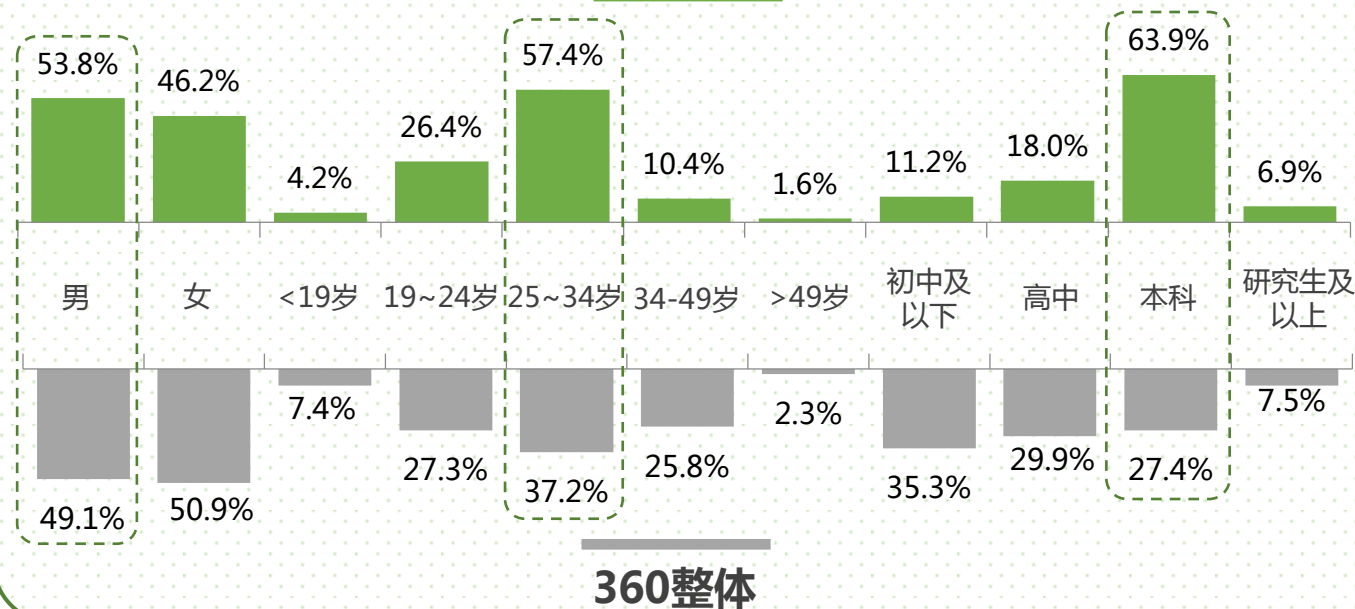
人群特征分析



关注房产用户以25~34岁之间的高学历男性为主

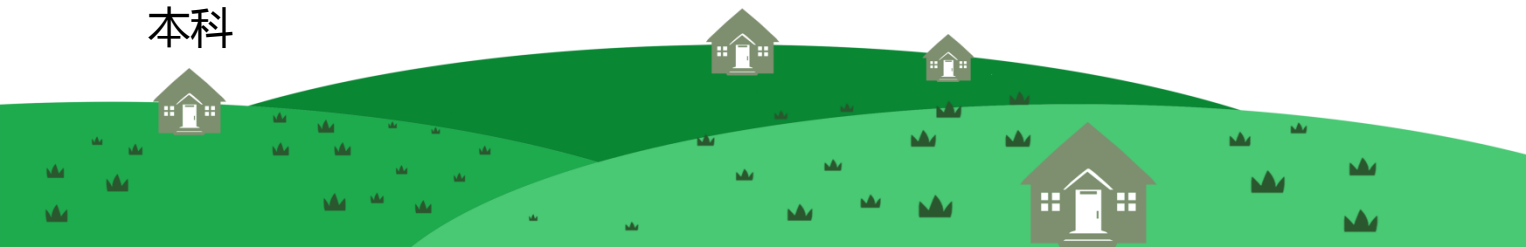
房地产行业人群属性覆盖率

房地产行业



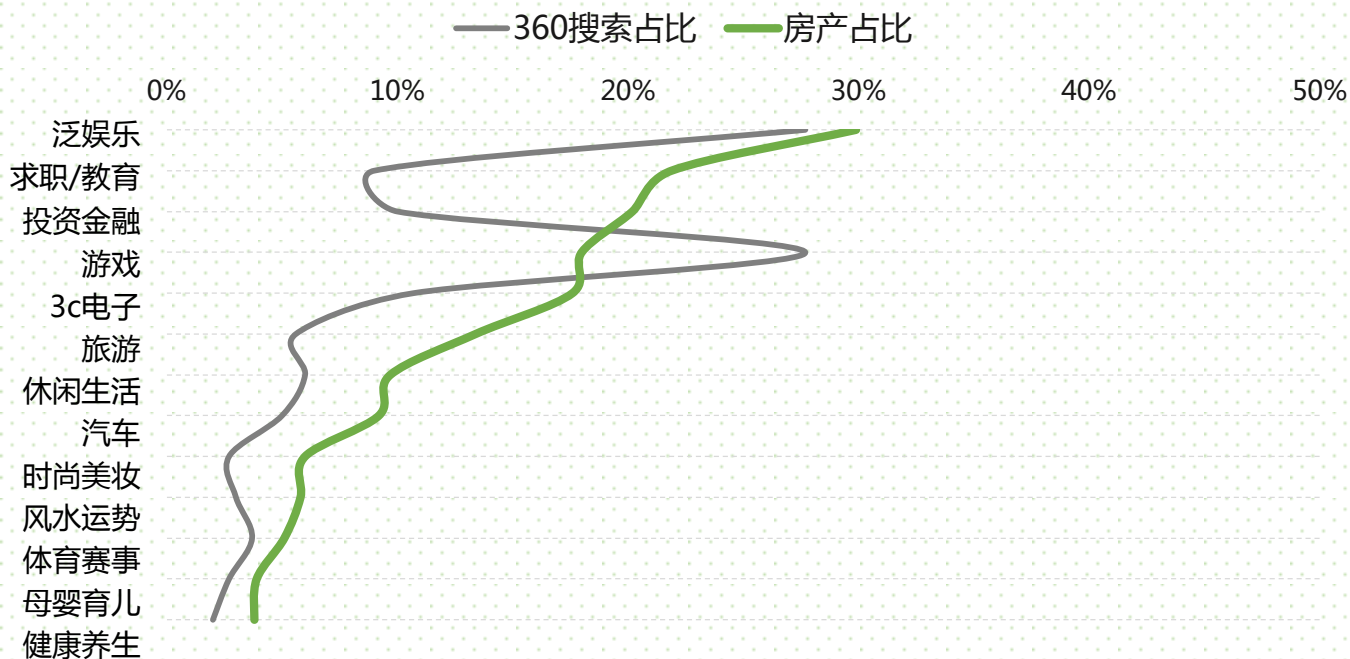
Source : 360大数据, 2017年Q1

- 相比360整体, 关注房产用户男性偏多, 25~34岁占比高, 学历多为本科



偏爱娱乐、求职教育和投资金融

关注房产人群兴趣偏好



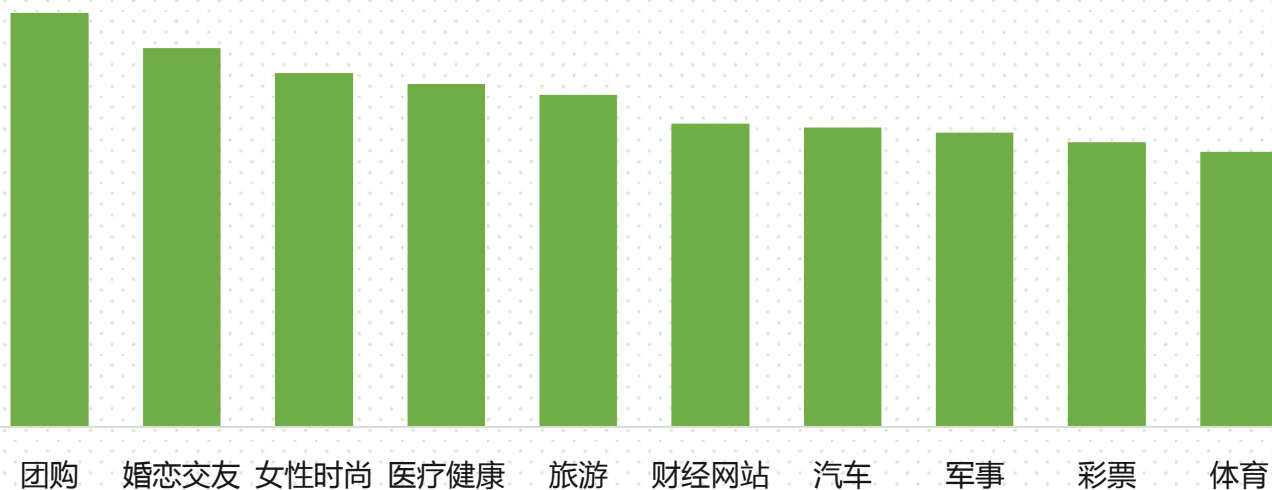
Source : 360大数据, 2017年Q1

- 对比360整体用户，房产人群更关注娱乐、求职教育和投资金融，不关注游戏



偏爱浏览团购、婚恋交友、女性时尚等网站类型

房产人群关注网站类型TOP10



Source : 360商易, 2017年Q1

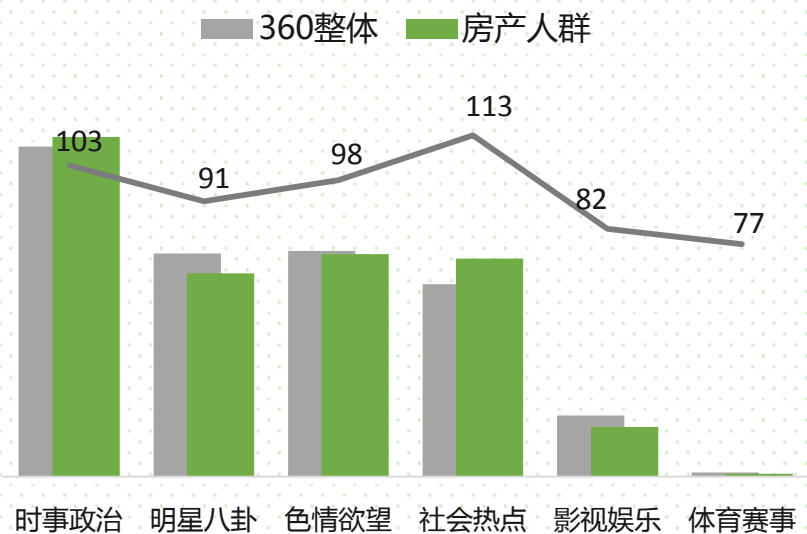
- 关注房产人群更加喜爱浏览团购、婚恋交友、女性时尚等网站类型
- 通过这些网站类型可以推断关注人群主要处于婚恋阶段，并且注重生活品质

生活品质



关注社会热点和时事政治类新闻

新闻类型偏好



新闻类型关键词

社会热点：雄安最悲催网红

明星八卦：白百合出轨

时事政治：美国想对朝单方面动手

影视娱乐：速度与激情8

色情欲望：好莱坞再曝艳照门

体育赛事：国足1-0韩国

Source：360大数据，2017年Q1

注：TGI大于100，说明特征（年龄）在该人群占比大于特征在全网占比；小于100则相反。

- 房产人群在新闻偏好上更关注社会热点和时事政治，对体育赛事和影视娱乐关注较少



4

移动端概况



房地产行业app下载高峰为5-7月



综合平台TOP3



房产类TOP5



Source : 360大数据, 2017年Q1

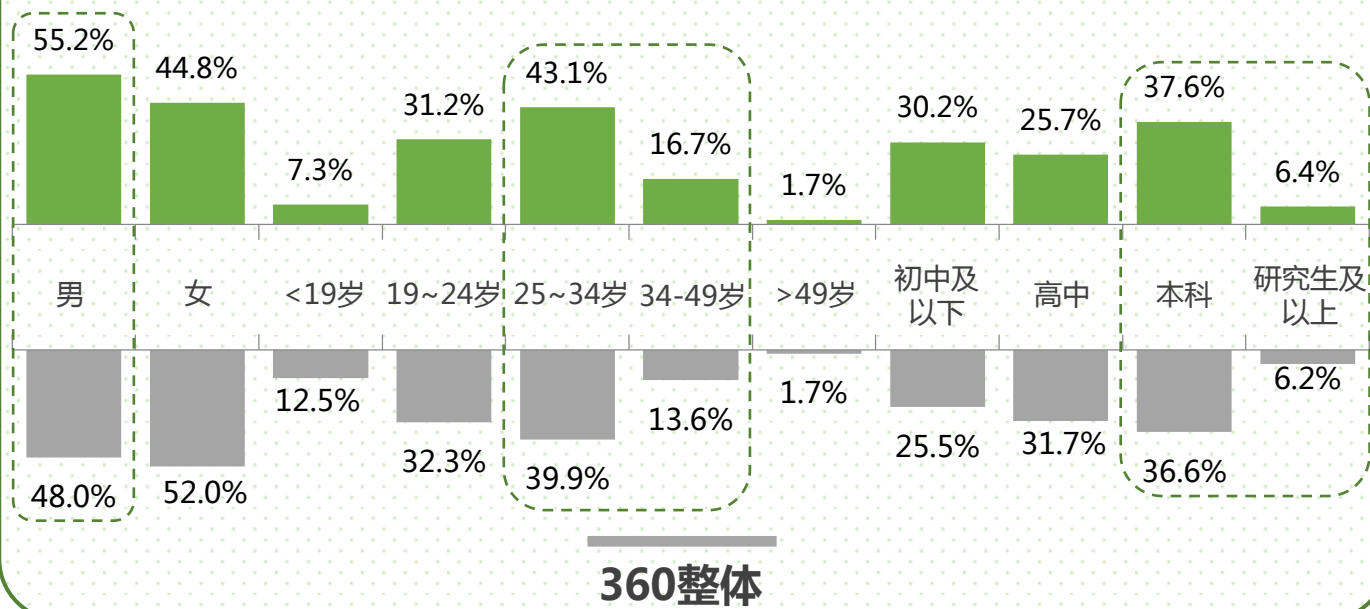
- 房地产行业app下载随时间起伏较大, 5-7月为下载高峰



下载房产app人群以高学历中年男性为主

下载房产app人群属性覆盖率

房地产行业



Source : 360大数据, 2017年Q1

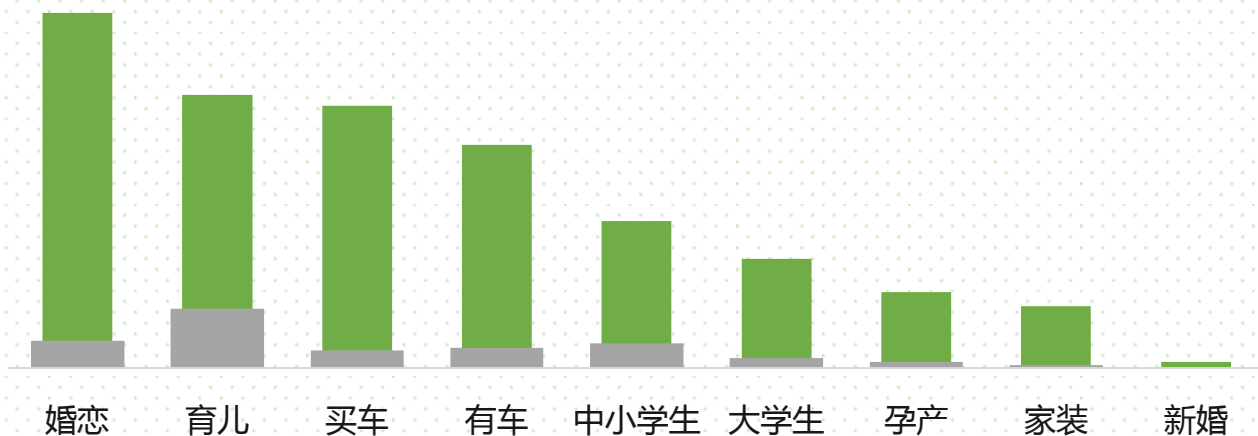
- 相比360整体, 关注房产用户男性偏多, 25~49岁占比高, 学历多为本科以上



处于婚恋、育儿的人生阶段

下载房产app人群偏爱app

■ 房地产行业 ■ 360整体



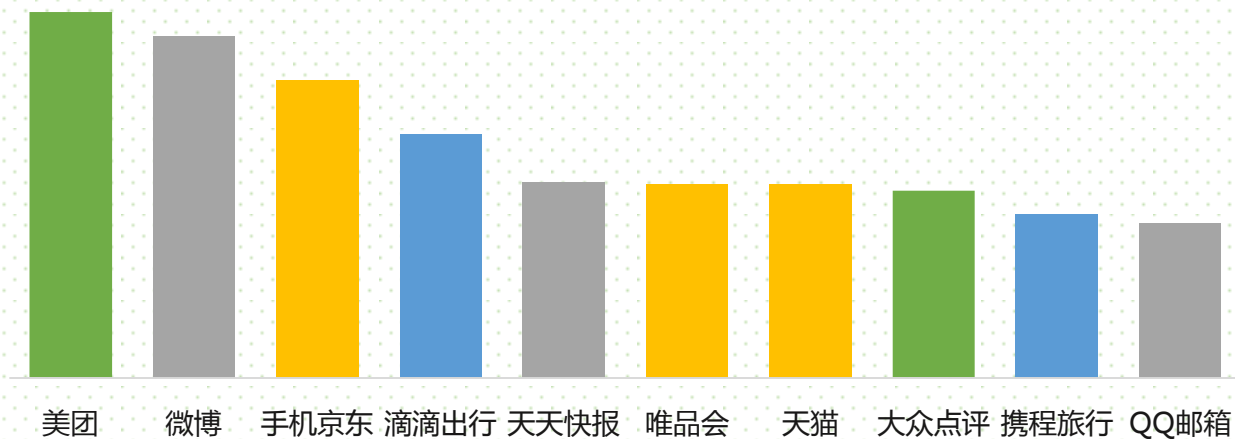
Source : 360商易, 2017年Q1

- 相比360整体, 处于婚恋、育儿、买车阶段的比例明显偏高



对团购、购物、旅游类app感兴趣

房产人群下载app偏好排名



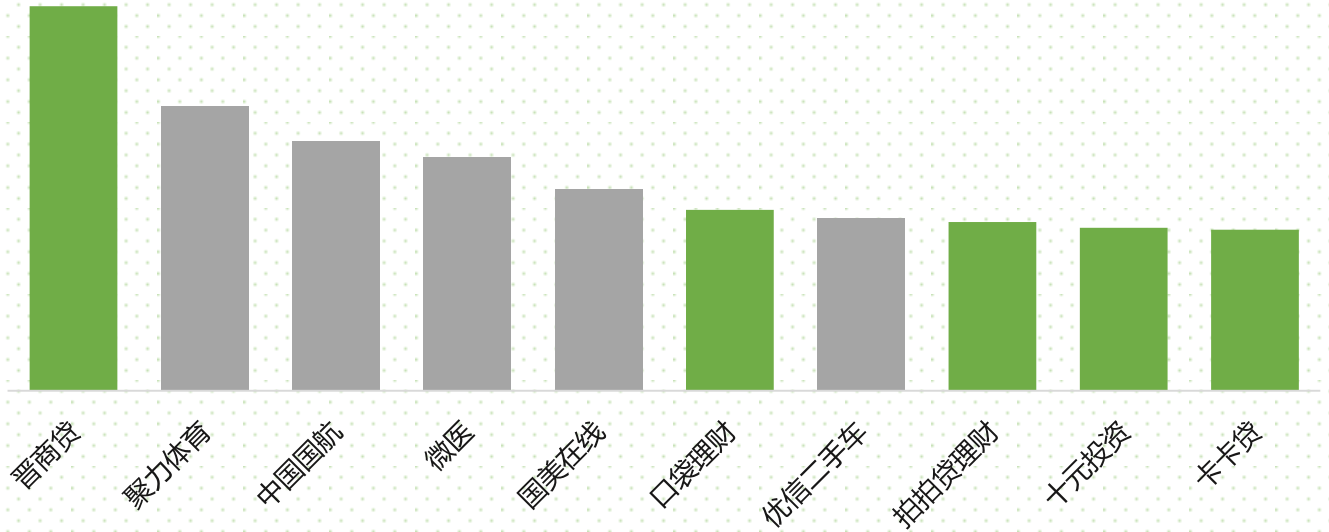
Source : 360商易, 2017年Q1

- 相比360整体, 对团购、购物、旅游这三类app偏好明显, 拥有较高的生活品质



借贷理财类app活跃度最高

房产人群app活跃度排名



Source : 360商易, 2017年Q1

- 除去通讯社交类和系统安全类app, 借贷理财类app活跃度比360整体用户高



Thanks



三研社

依托奇虎360大数据实效平台，深入挖掘用户行为，探索和分享互联网营销新趋势、新观点，为广告主提供创新的消费者洞察及营销建议。

