

中国房地产网站季度监测报告

2017Q1

开篇摘要	1
2017Q1中国房地产政策环境概况	2
2017Q1中国房产网站广告主投放情况	3
2017Q1中国房产网站PC用户访问情况	4



2017Q1房产政策深化 市场收紧

2017年第一季度中国房产政策调控继续深化，以一线城市为中心辐射城市周边，二三四线城市联动收紧，其中信贷政策收紧对于抑制房贷需求起到了显著作用。在这一政策环境下，住宅、土地市场成交量均呈现回落态势，而房企在盈收上出现两极分化，竞争压力上升。



2017Q1房产网络广告投放总费用下滑

艾瑞咨询iAdTracker监测数据显示，受政策、市场、企业盈收压力、营销周期等多因素影响，从绝对数量来看，2017年Q1房产类网络广告投放总费用较2016年Q4同比下降10.1%，在房产网站投放广告的广告主数量同比下降22.0%，新增广告主数量同比下降6.5%。



2017Q1房产网站用户覆盖量下降

艾瑞咨询iUserTracker监测数据显示，2017年Q1房产网站季度PC用户覆盖总人数同比下降9.4%，用户季度总访问次数同比下降9.0%，季度总浏览页面量同比下降5.4%。

开篇摘要	1
2017Q1中国房地产政策环境概况	2
2017Q1中国房产网站广告主投放情况	3
2017Q1中国房产网站PC用户访问情况	4

中国房地产行业环境概况

2017Q1调控政策继续深化，信贷收明显紧，市场成交回落

2017年第一季度，房产政策调控继续分化，以一线城市为中心辐射城市周边，二三四线城市联动收紧，其中信贷政策收紧对于抑制房贷需求起到了显著作用。在这一政策环境下，住宅、土地市场成交量均呈现回落态势，而房企在盈收上出现两极分化，竞争压力上升。

2017Q1中国房地产市场行业现状

政策调控继续深化

- 以一线城市为中心辐射周边地区，二三四线城市联动收紧，覆盖50+城市。
- 一城一政策，中心城市多出现多次政策加码，出台150+楼市调控措施。
- 政策内容涉及房地产信贷、资金、购买资格、供应等多个方面。
- 除限购限贷外，认房又认贷或将成为各城市调控的普遍标准。
- 房地产信贷政策明显收紧，房贷增速出现回落。调控升级以后，包括首套房利率优惠水平提升、首付比例提高等，对于抑制房贷需求起到了显著作用。
- 2017年一季度末，个人住房贷款余额19.05万亿元，同比增长35.7%，增速比上年末低1.1个百分点。

成交回落 价格涨幅收窄

- 自2016年Q4开始，新房成交量开始出现回落，进入2017年随着热点城市调控升级，新房的成交量继续回落，价格累计涨幅持续收窄。
- 2017年Q1，50个代表城市商品住宅市场月均成交量在2650万平方米，同比下降约15%；百城价格环比涨幅继续收窄，一季度涨幅较2016年Q4收窄1.28个百分点。
- 2017年Q1不同规模房企出现两极分化，大型房企仍然维持较高增速，部分中小房企出现亏损或者净利润同比下降。
- 限购措施导致开发商销售逐步放缓，流动性逐步收紧，房企在2017年面临更大的竞争压力。



房贷增速出现回落

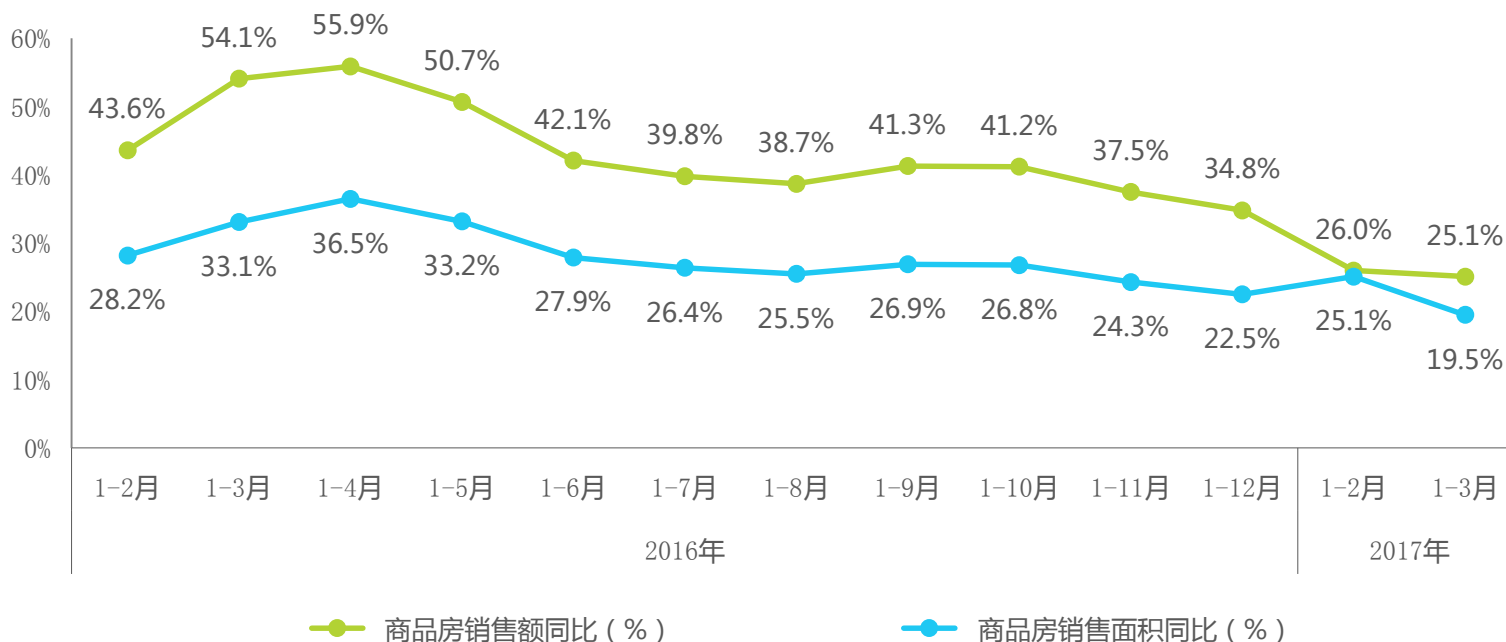
两极分化 竞争压力大

中国房地产行业环境概况

2017Q1商品房累计销售面积和销售额同比增速回落

根据国家统计局的数据，2017年一季度，商品房销售面积29035万平方米，同比增长19.5%，增速比1-2月份回落5.6个百分点。其中，住宅增长16.9%，办公楼增长52.9%，商业营业用房增长35.6%。商品房销售额23182亿元，增长25.1%，增速回落0.9个百分点。其中，住宅增长20.2%，办公楼增长67.9%，商业营业用房增长49.3%。相比2016年Q4，2017年Q1各月份的累计销售面积和销售额同比增速持续回落。

2016年1月-2017年3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。

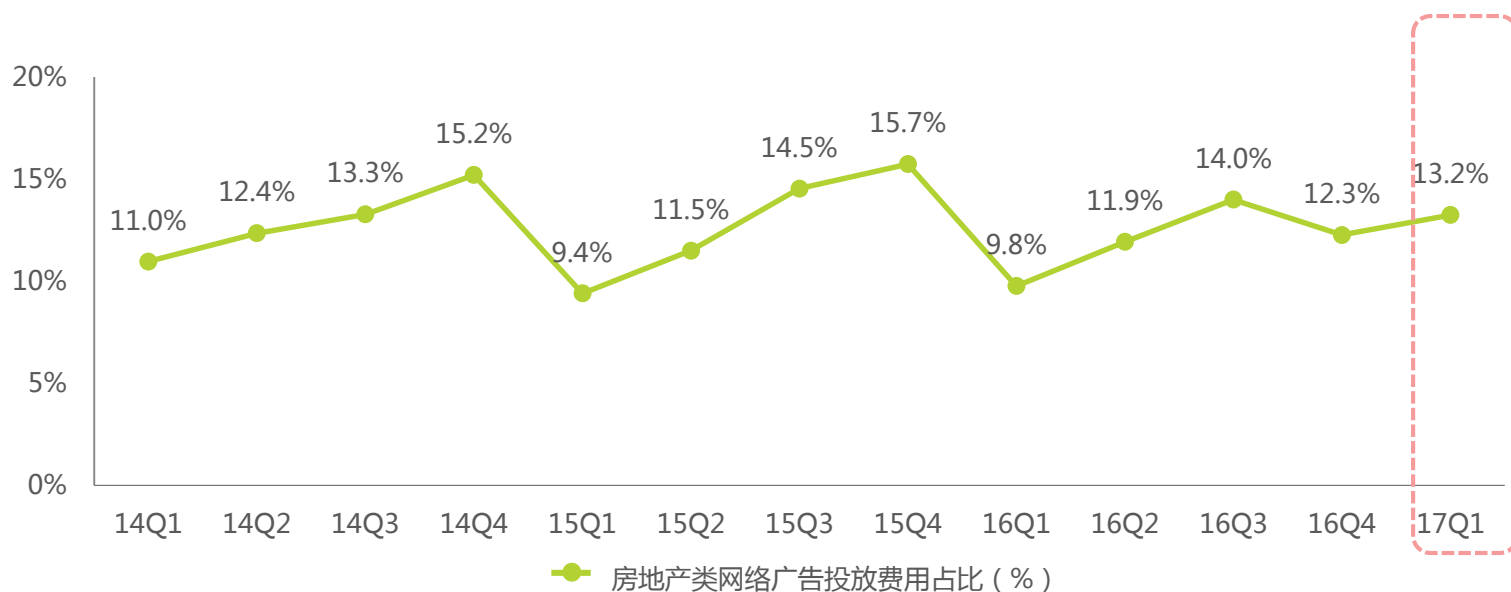
开篇摘要	1
2017Q1中国房地产政策环境概况	2
2017Q1中国房产网站广告主投放情况	3
2017Q1中国房产网站PC用户访问情况	4

中国房产网站广告投放情况

2017Q1房产类网络广告投放费用占比回升至13.2%

艾瑞咨询iAdTracker监测数据显示，2017年Q1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13.2%，环比上升1.0个百分点，同比上升3.5个百分点，份额占比有所上升。

iAdTracker-2014Q1-2017Q1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



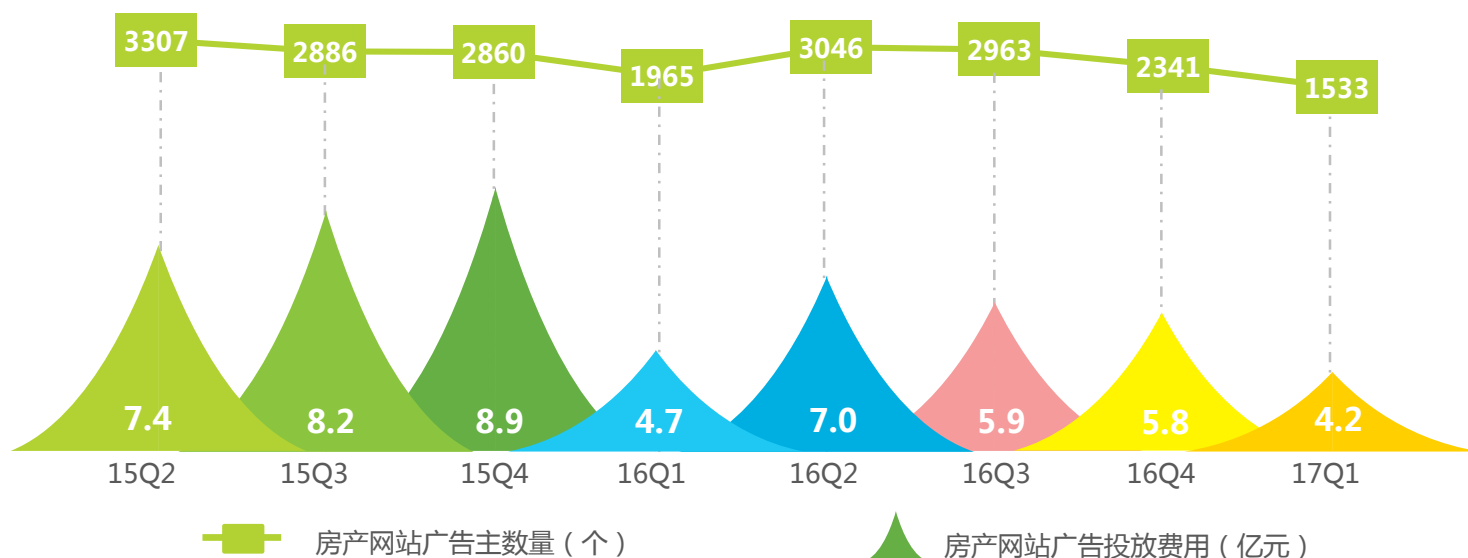
来源：iAdTracker2017.3基于对中国200多家主流网络媒体品牌图形广告投放的日监测数据统计，不含文字链及部分定向类广告，费用为预估值。

中国房产网站广告投放情况

2017Q1广告投放总费用和广告主数量下滑

艾瑞咨询iAdTracker监测数据显示，2017Q1房产类广告投放总费用为4.2亿元，虽然房产类广告在整个网络广告投放中占比提升，但受政策、市场、企业盈收压力、营销周期等多因素影响，从绝对数量来看，房产类网络广告投放总费用较2016年Q4有所下滑，同比下降10.1%，环比下降27.2%；在房产网站投放广告的广告主数量减少至1533个，同比下降22.0%，环比下降34.5%。

iAdTracker-2015Q2-2017Q1中国房地产类网络广告投放费用和广告主数量



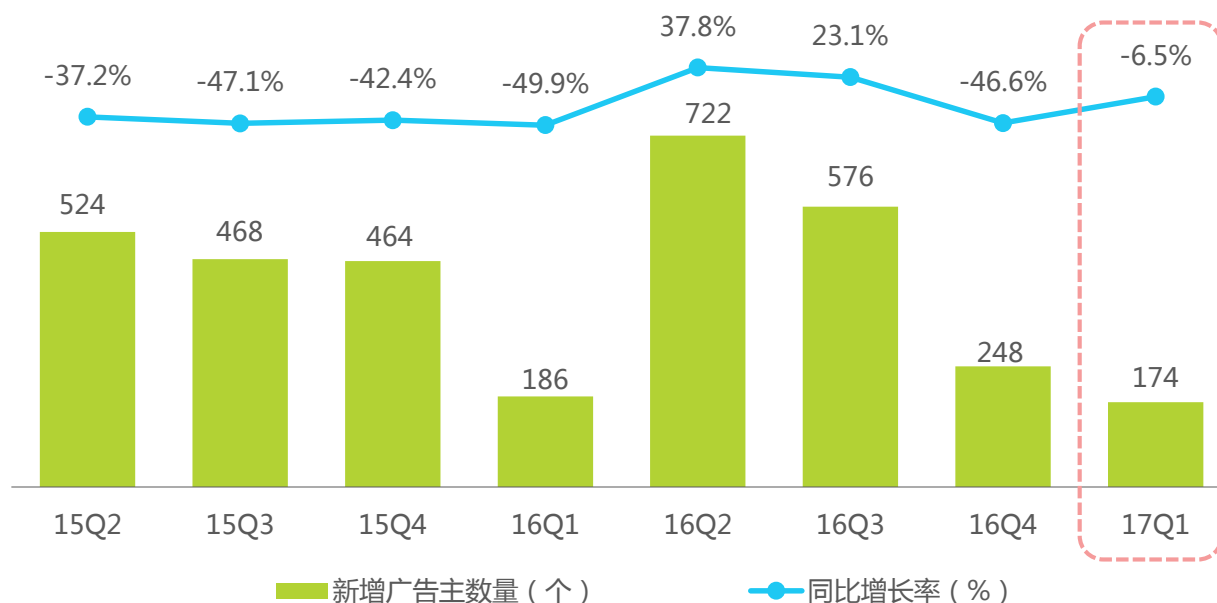
来源：iAdTracker2017.3基于对中国200多家主流网络媒体品牌图形广告投放的日监测数据统计，不含文字链及部分定向类广告，费用为预估值。

中国房产网站广告投放情况

2017Q1新增广告主数量继续缩减

2017年Q1新增广告主数量较2016年Q4继续下滑，环比下降29.8%，同比下降6.5%。整体来看，房产类广告主在2017年Q1的线上营销投入继续维持谨慎观望的状态。

iAdTracker-2015Q2-2017Q1中国房产网站新增广告主数量和同比增量



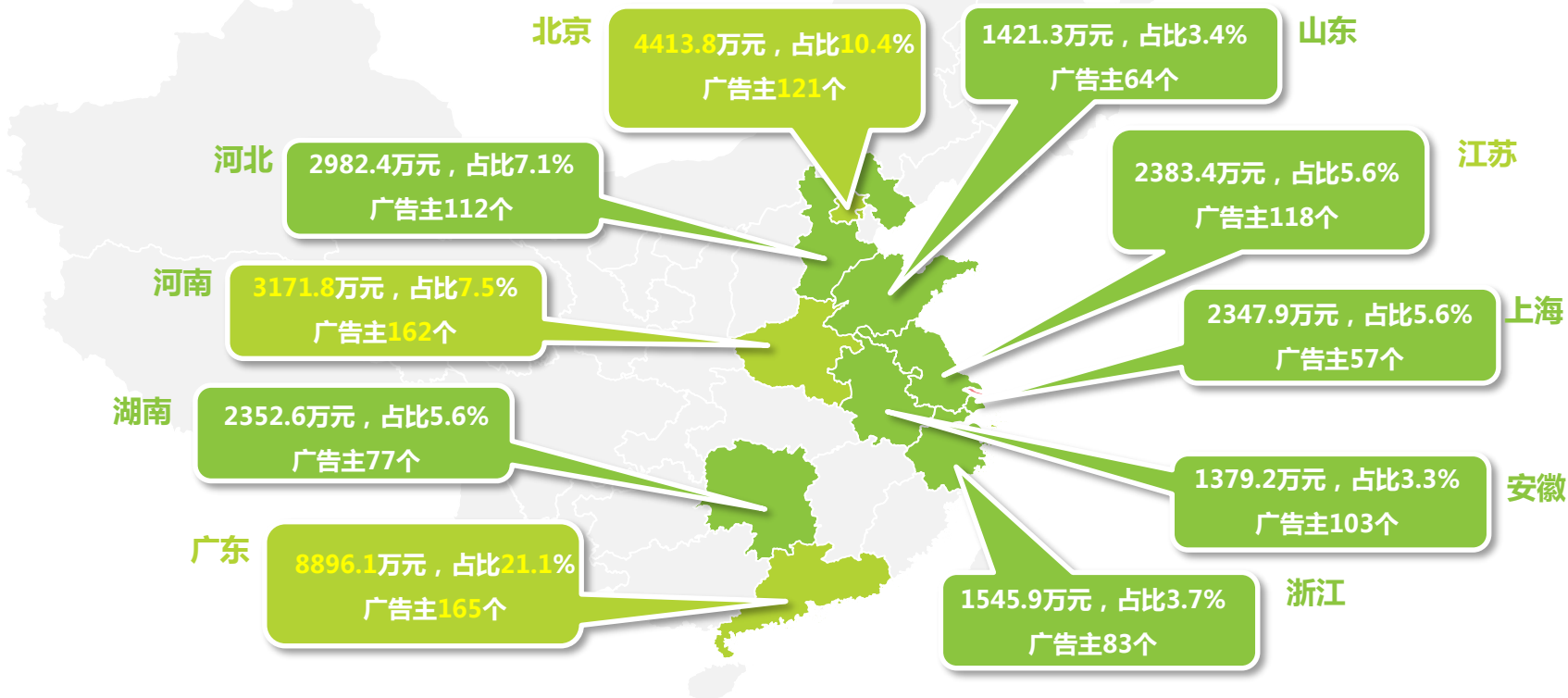
来源：iAdTracker2017.3基于对中国200多家主流网络媒体品牌图形广告投放的日监测数据统计，不含文字链及部分定向类广告，费用为预估值。

中国房产网站广告投放情况

在数量和投放额上广东、北京、河南三地广告主位于头部

艾瑞咨询iAdTracker监测数据显示，2017年Q1广东、北京、河南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8896.1万元，在全国房产网络广告投放额的占比为21.1%，广告主165个；北京地区广告投放额4413.8万元，占比10.4%，广告主121个；河南地区投放额3171.8万元，占比7.5%，广告主162个。

iAdTracker-2017Q1中国省市广告主投放费用TOP10



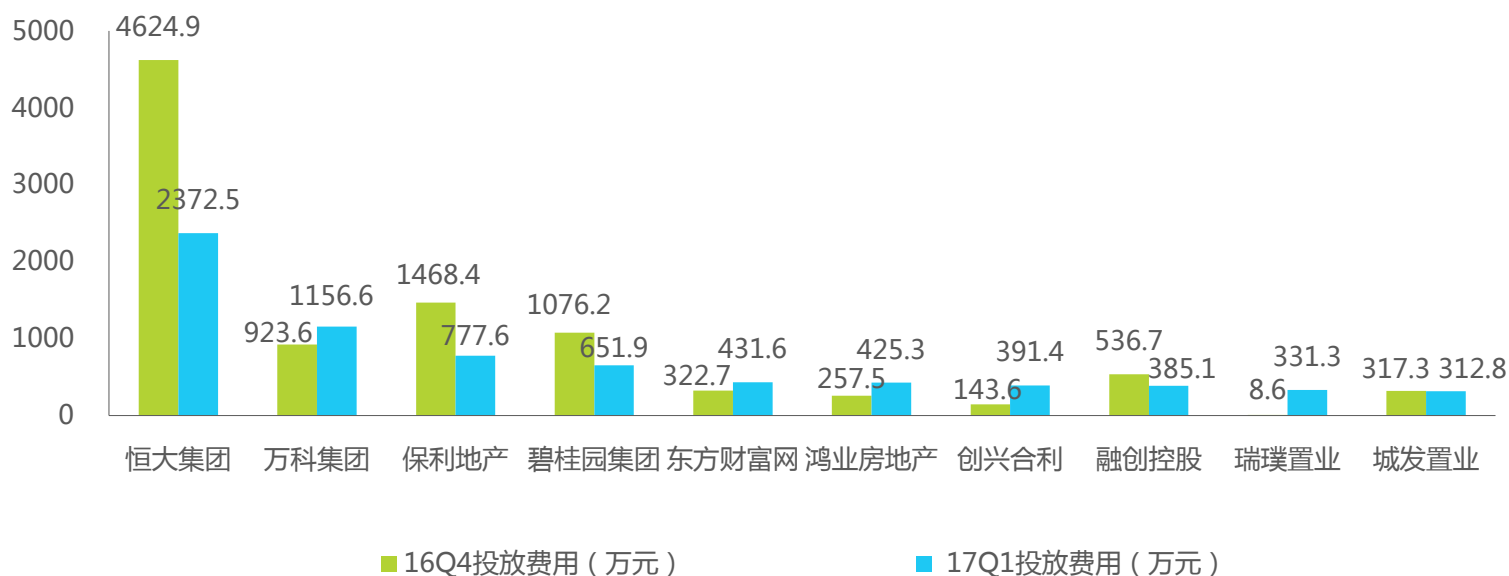
来源：iAdTracker2017.3基于对中国200多家主流网络媒体品牌图形广告投放的日监测数据统计，不含文字链及部分定向类广告，费用为预估值。

中国房产网站广告投放情况

2017Q1TOP10广告主中有五家投放费用较2016年Q4增加

从2017Q1的TOP10广告主的投放费用来看，前三位格局保持稳定但排名有变，恒大集团依然位于头部，但2017年Q1投放费用2372.5万元较之2016年Q4环比下滑19.0%；万科集团成为第二位，投放费用1156.6万元，环比上升25.2%；保利地产居于第三位，投放费用777.6万元，环比下降47.0%。在TOP10广告主中，万科集团、东方财富网、鸿业房地产、创兴合利、瑞璞置业在2017年Q1的投放费用较2016年Q4环比上升。

iAdTracker-2016Q4与2017Q1中国房产网站广告主广告投放TOP10



来源：iAdTracker2017.3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。

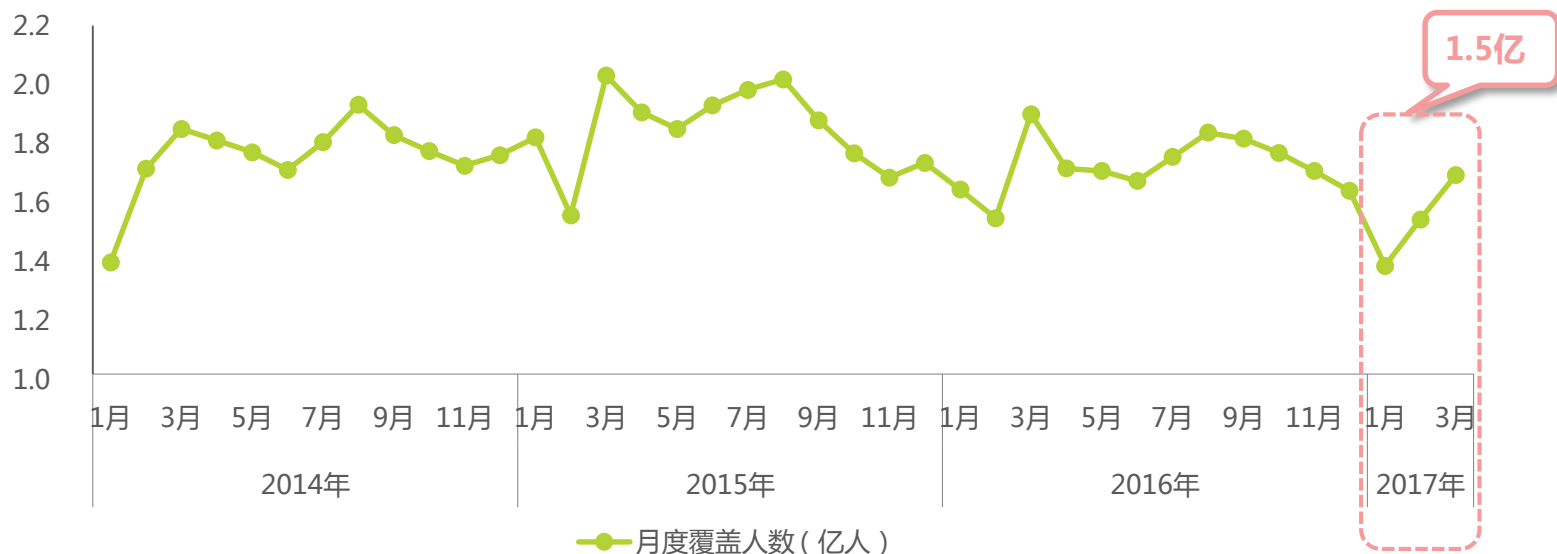
开篇摘要	1
2017Q1中国房地产政策环境概况	2
2017Q1中国房产网站广告主投放情况	3
2017Q1中国房产网站PC用户访问情况	4

中国房产网站PC用户访问情况

2017Q1房地产网站PC用户规模与2016年Q4相比继续减少

艾瑞咨询iUserTracker监测数据显示，2017年Q1房产网站季度PC用户覆盖总人数1.5亿人，环比下降9.8%，同比下降9.4%。而从2017年Q1各月来看，从1月到3月，月度覆盖人数呈现逐月上升趋势。

iUserTracker-2014Q1-2017年Q1中国房产网站月度覆盖人数

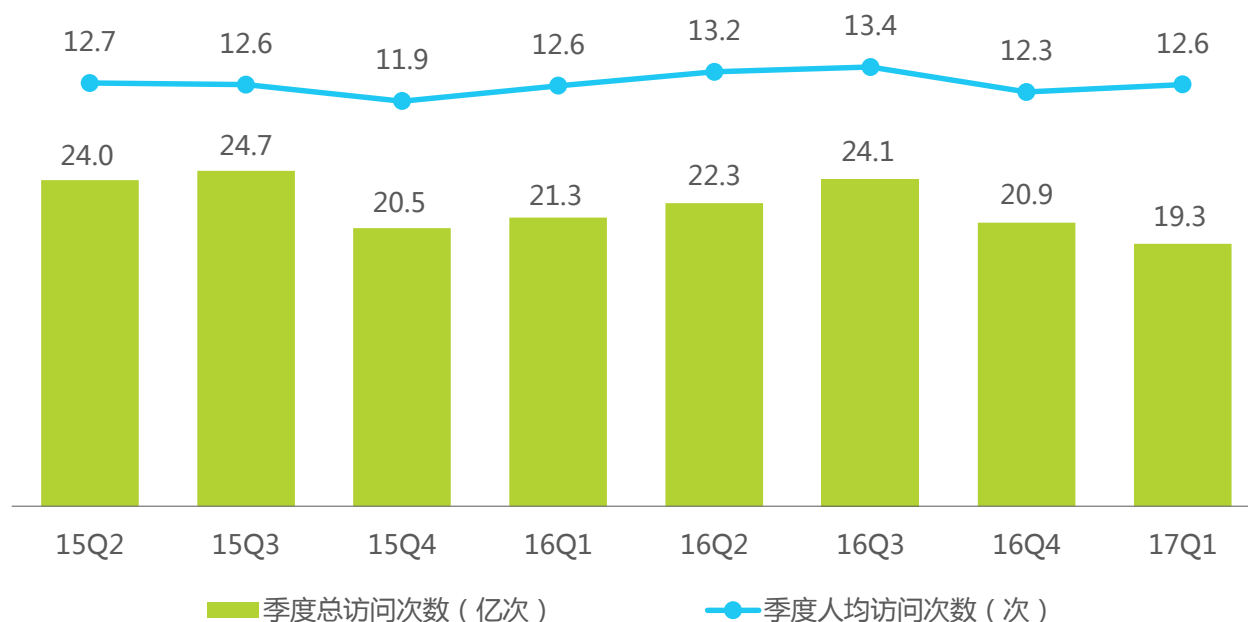


中国房产网站PC用户访问情况

2017Q1总访问次数继续下滑

艾瑞咨询iUserTracker监测数据显示，2017年Q1房产网站PC用户季度总访问次数19.3亿次，环比下降7.4%，同比下降9.0%；人均季度访问次数12.6次，环比上升2.4%，与去年同期持平。

iUserTracker-2015Q2-2017Q1中国房产网站用户季度总访问次数和人均访问次数



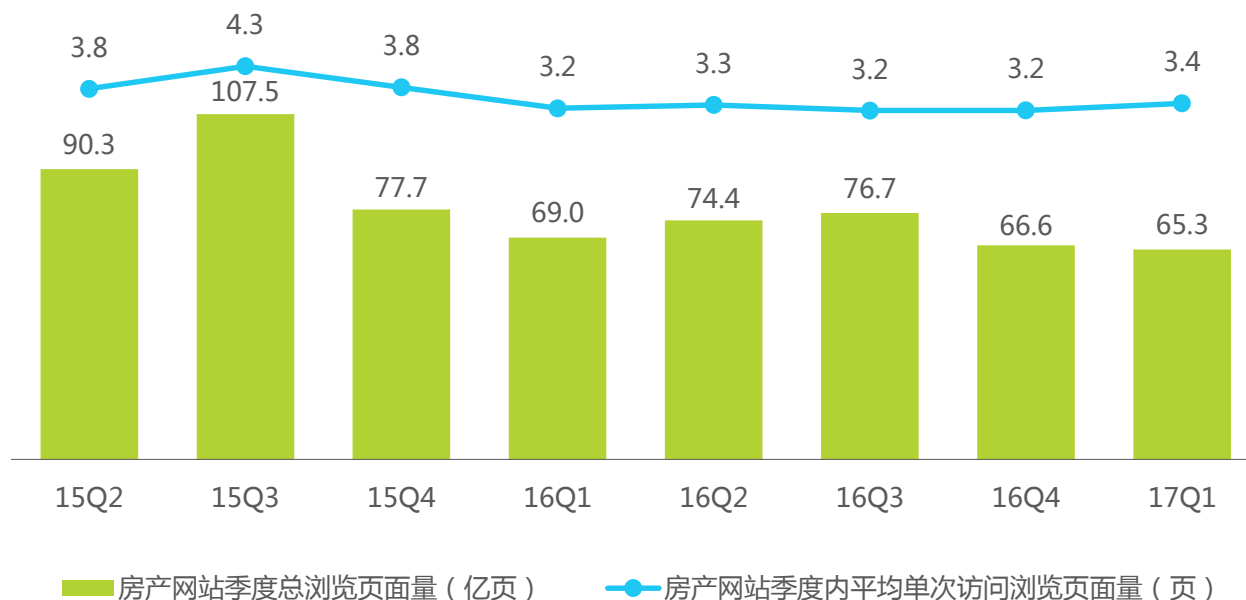
来源：iUserTracker. 2017.3，基于对40万名家庭及办公（不含公共上网地点）样本网络行为的长期监测数据获得。

中国房产网站PC用户访问情况

2017Q1用户总浏览页面量下滑

艾瑞咨询iUserTracker监测数据显示，2017年Q1房产网站PC用户季度总浏览页面量65.3亿页，环比下降2.0%，与去年同期相比下降5.4%；季度内用户平均单次访问浏览页面量为3.4页，环比上升6.3%，同比上升6.3%。

iUserTracker-2015Q2-2017Q1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. 2017.3，基于对40万名家庭及办公（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

