

中国房地产网络营销季度数据报告

China Internet Marketing of Real Estate
Quarterly Research

2014 年 Q4

www.iresearch.com.cn



海量行研报告免费读

iResearch
艾瑞咨询

目录

2014 年 Q4 房地产行业发展概述	3
I.研究方法	4
II.主要房产网站介绍	6
III.报告摘要	8
1.2014 年 Q4 房地产网络营销市场发展现状	8
1.1. 房产网络营销整体市场发展趋势	8
1.2. 房产广告主规模发展趋势	10
1.3. 房地产广告主投放情况分析	12
2. 房产网站用户特性及访问行为分析	14
2.1. 用户规模发展趋势	14
2.2. 用户访问频次	16
2.3. 用户访问黏性	17
2.4. 用户访问深度	18
3. 房产网络营销新营销热点研究	19
4. 房地产网络营销市场 2014 年 Q4 总结及 2015 年 Q1 预测	20
法律声明	22
公司介绍	22

图目录

图 1- 1 iAdTracker-2012Q1-2014Q4 中国房地产类网络广告投放费用.....	9
图 1- 2 iAdTracker-2012Q1-2014Q4 中国房地产网络广告主数量及平均投放额.....	10
图 1- 3 iAdTracker-2012Q1-2014Q4 中国房产网站新增广告主数量.....	11
图 1- 4 iAdTracker-2014Q4 Top10 省市广告主投放费用情况.....	12
图 1- 5 iAdTracker-2014Q4 房产网站广告主 Top10 地区分布.....	13
图 1- 6 iAdTracker-2014Q4 房产网站 Top10 广告主.....	13
图 2- 1 iUserTracker-2012 年 1 月-2014 年 12 月中国房产网站月度覆盖人数.....	15
图 2- 2 iUserTracker-2012Q1-2014Q4 中国房产网站用户季度总访问次数.....	16
图 2- 3 iUserTracker-2012Q1-2014Q4 中国房产网站用户季度总浏览页面量.....	17

表目录

表 2- 1 iUserTracker-2012Q1-2014Q4 房产网站人均单页有效浏览时间.....	18
---	----

2014 年 Q4 房地产行业发展概述

艾瑞 iAdTracker 网络广告投放监测数据显示，2014 年 Q4，房地产类网络广告投放费用在总体网络广告投放费用中占比为 15.2%，稳居第二大网络广告投放主体，其中房地产行业网络广告投放费用占总体网络广告投放费用比重环比上升 1.9 个百分点，同比上升 1.4 个百分点。

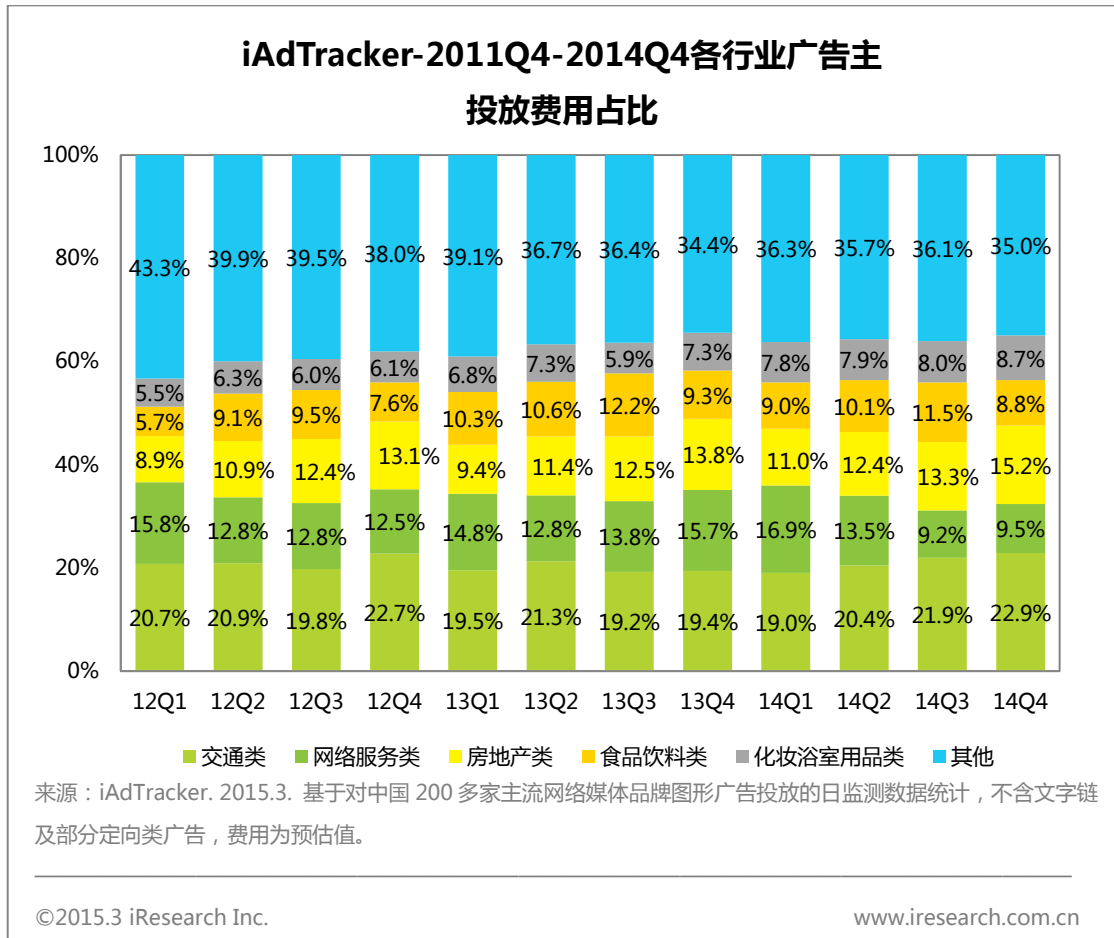


图 II-1 iAdTracker-2012Q1-2014Q4 各行业广告主投放费用占比

I.研究方法

(一) 行业研究方法

行业研究部分艾瑞主要采用行业深度访谈和桌面研究的方法：

- 通过对行业专家、厂商、渠道进行深入访谈，对相关行业主要情况进行了解，并获得相应销售和市场等方面数据。
- 桌面研究，对部分公开信息进行比较，参考用户调研数据，最终获得行业规模的数据。
- 结合艾瑞咨询网络广告监测系统iAdTracker和网民网络行为连续性研究系统iUserTracker分析
- 艾瑞获得一些公开信息的渠道：
 - ✓ 政府数据与信息
 - ✓ 相关的经济数据
 - ✓ 行业公开信息
 - ✓ 企业年报、季报
 - ✓ 行业资深专家公开发表的观点

(二) 数据监测及方法

◆ iUserTracker 监测方法

iUserTracker 由艾瑞咨询集团于 2005 年启动产品研发, 2006 年 7 月在中国正式推出, 产品是基于超过 20 万中国网民样本的网络行为监测数据, 真实反映中国互联网市场客观情况的数据产品。

- 样本规模: 基于20万以上家庭及工作单位网民
- 数据积累: 数据始于2006年7月
- 监测范围: 300多个网络服务类别、覆盖3000多家网站和1000多个软件
- 分析指标: 多达25个全方位网民衡量指标, 例如网民覆盖、访问粘性等

◆ iAdTracker 监测方法

iAdTracker 由艾瑞咨询集团于 2001 年启动产品研发, 提供从 2001 年开始至今中国主流网络媒体的广告投放数据, 长期监测中国主流网络媒体, 即时动态提供广告主在网络媒体上的广告投放行为, 是中国最权威的网络广告投放监测系统。

- 样本规模: 279家互联网媒体, 4329个网站频道
- 数据积累: 20个大行业 73个中行业 324个小行业, 15000多个广告主
- 监测范围: 数据始于2001年1月, 积累超过8年历史数据
- 分析指标: 提供广告预估费用、投放天次、创意组数等多个衡量指标

II. 主要房产网站介绍

新浪乐居

新浪乐居在 2008 年 2 月由新浪和易居中国联合组成合资公司，隶属乐居控股有限公司（“乐居”）。

乐居作为领先的房地产 O2O 整合服务平台，服务于新房、二手房和家居三大领域，业务包括电子商务、在线广告和二手房挂牌服务等，为房地产全业态提供先进的 O2O 营销服务体系。目前乐居已覆盖全国 260 多个城市。乐居搭载新浪网、百度、微信、新浪微博等国内重量级网络平台，把握移动互联网和大数据的时代脉搏，在房产互联行业经过多年积累，构建了多维度创新业务模式，覆盖房地产营销全过程，成为全国开发商、经纪公司及家居企业营销的重要合作伙伴。

2014 年 3 月，乐居与腾讯签订战略合作协议，腾讯投资乐居；2014 年 4 月，乐居正式登陆美国纽约证券交易所，交易代码为“LEJU”。

搜房网

搜房是面向用户，提供房地产家居网络资讯和相关服务的平台型网站，建立于 1999 年 6 月，创始人莫天全。截止 2011 年 10 月底，搜房拥有 7000 多名员工，网络内容覆盖 314 个城市，目前业务覆盖城市为 103 个，全业务覆盖为 50 个。搜房网站内容包括：新房、二手房、租房、别墅、商业地产、家居、装修装饰等。2010 年 9 月搜房网（股票代码 SFUN）在美国纽约证券交易所成功上市。

搜狐焦点

焦点网建立于 1999 年，业务范围覆盖焦点房地产网、焦点装修家居网、焦点写字楼网、焦点商铺网、焦点别墅网和焦点租房二手房网。2003 年 11 月，焦点网加入搜狐公司，并继北京站之后，陆续开设上海、广州、天津、重庆、长沙等 100 个分站，2009 年焦点网更

名为搜狐焦点网。

腾讯房产

2011年6月21日，腾讯房产频道正式上线，内容涵盖新房、二手房、租房、家居。腾讯房产总站依托腾讯网、房产分站依托地方站，具备快速形成覆盖全国的矩阵结构。此外，利用QQ，腾讯可以实现房产网站论坛、QQ群、微博的无缝连接，对房产广告主增值价值较大，也是腾讯房产频道有别于其他平台的价值体现。目前，腾讯房产已经覆盖40个城市的内容。

网易房产

网易房产频道定位为全国性地产新闻、产品信息服务综合性门户。网易房产频道的主要内容涵盖了新闻、买房、家居、论坛等版块，网易房产目前一共有52个地方站。

深圳房地产信息网

深圳房地产信息网主要从事深圳房产新闻报道，深圳政策公告，深圳楼盘信息收集，楼盘介绍，深圳二手房源信息发布，深圳业主交流房源信息的网站。深圳房地产信息网定位于房屋导购，房源信息交流，房源信息查询，楼盘全程策划，广告以及组织团购等，为广大网民提供一个高速快捷的信息交流，供求交流，查询的平台。深圳地区专一性、专性房地产行业门户平台。

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21732

