

# 中国房地产网站季度监测报告

2016Q4

[www.iresearch.cn](http://www.iresearch.cn)



海量行研报告免费读

2016Q4中国房地产政策环境概况

1

2016Q4中国房产网站广告主投放情况

2

2016Q4中国房产网站PC用户访问情况

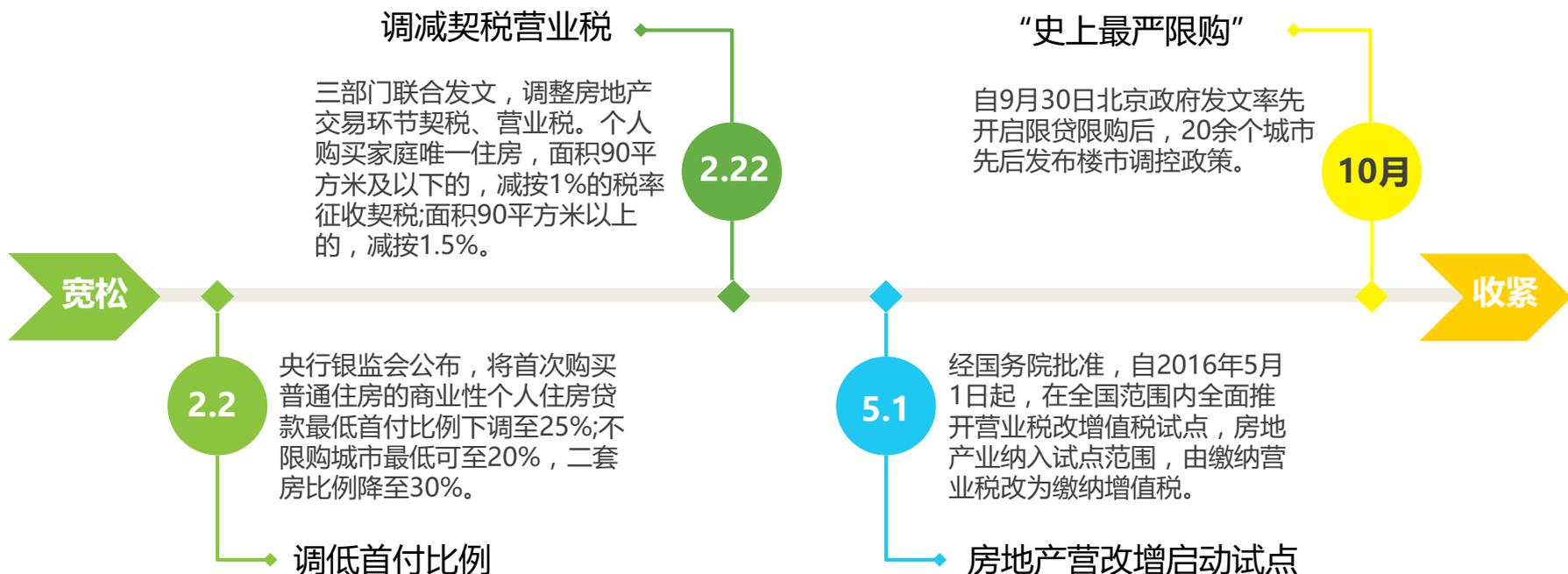
3

# 中国房地产政策环境概况

## 2016年Q4房产政策集中收紧，楼市热度持续降温

2016年上半年的一系列政策利好刺激中国楼市一路向阳，成交量价同升，而与此同时调控政策也在步步收缩，在进入10月之后猛然刹车，先后有20余个城市重启限购限贷，号称史上最严格限购。防范房价泡沫、严控金融风险、遏制投机性地产投资成为2016年第四季度房产政策的主要基调。在收紧的政策之下，楼市热度持续降温回归理性。

### 2016Q4中国房地产政策环境

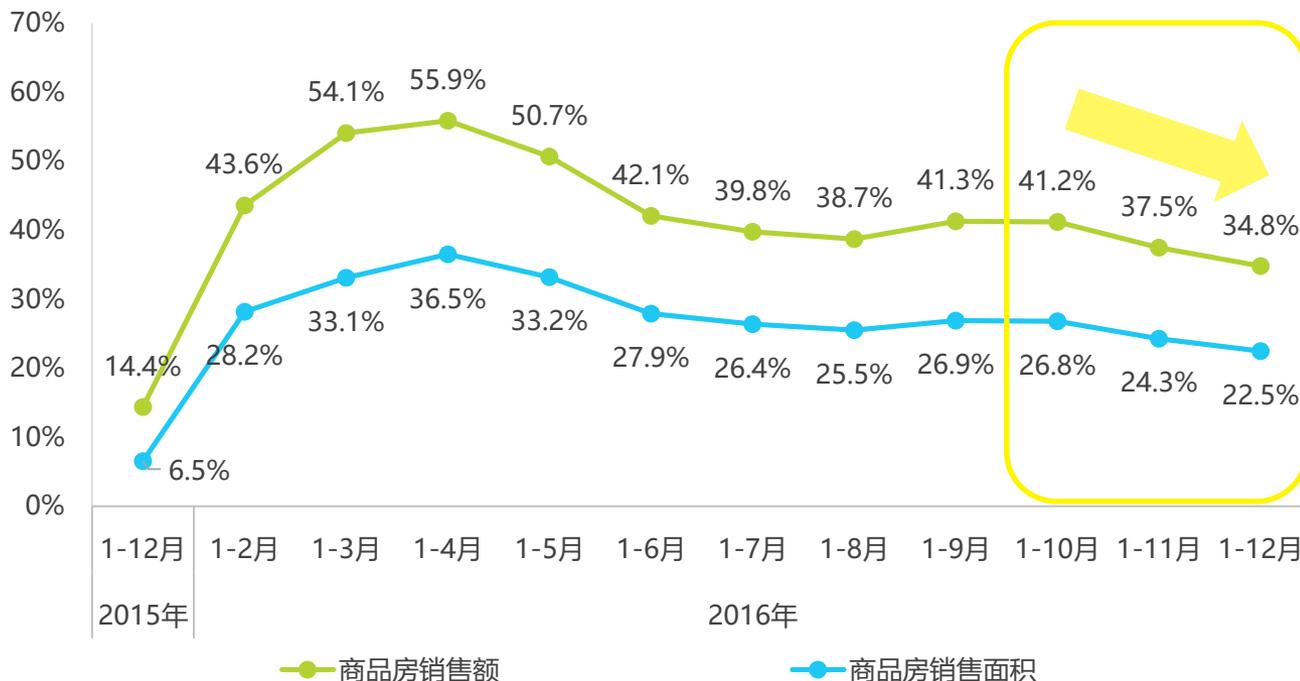


# 中国房地产政策环境概况

## 2016Q4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，2016全年商品房销售面积157349万平方米，比上年增长22.5%，其中住宅增长22.4%，办公楼增长31.4%，商业营业用房增长16.8%；商品房销售额117627亿元，增长34.8%，其中住宅增长36.1%，办公楼增长45.8%，商业营业用房增长19.5%。相比2015年，2016年商品房销售面积和销售额均达到历史新高，年初的政策利好影响重大；但受三四季度政策收紧影响，2016年Q4各月份的累计销售面积和销售额同比增速持续回落。

### 2016年中国商品房销售面积和销售额同比增速



来源：国家统计局。

2016Q4中国房地产政策环境概况

1

2016Q4中国房产网站广告主投放情况

2

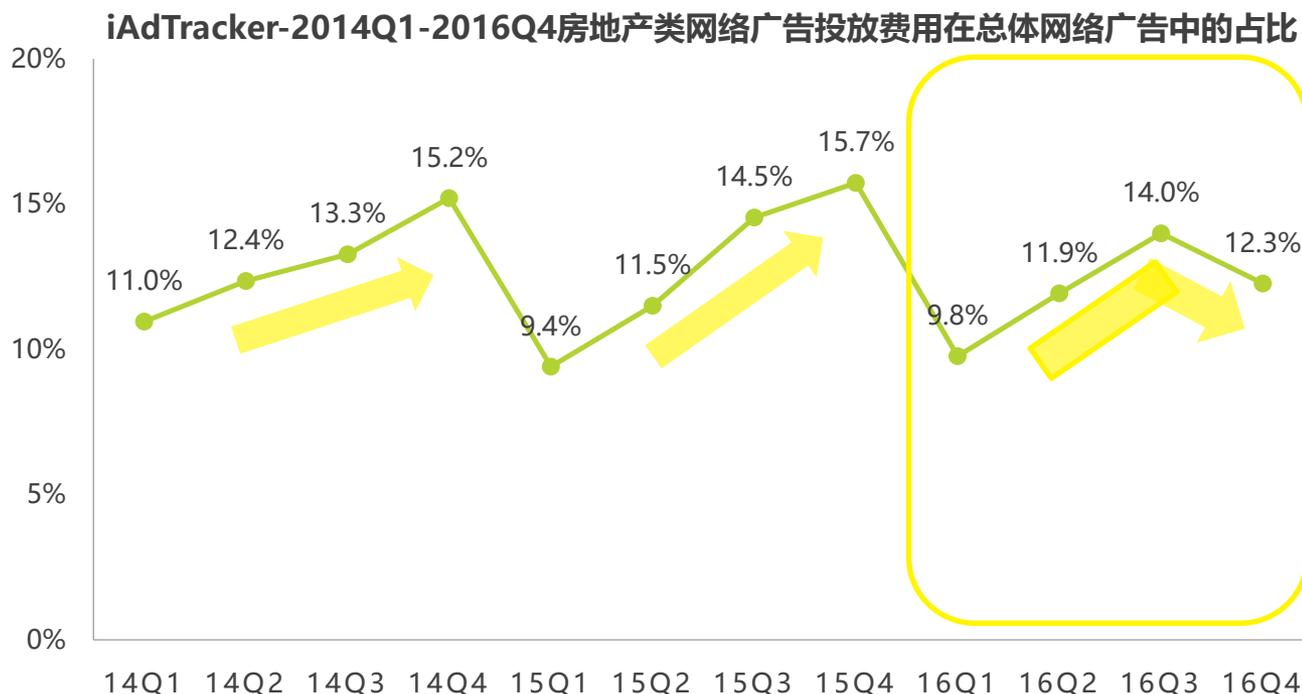
2016Q4中国房产网站PC用户访问情况

3

# 中国房产网站广告投放情况

## 2016Q4房产类网络广告投放费用占比下降至12.3%

艾瑞咨询iAdTracker监测数据显示，2016年Q4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12.3%，这一占比环比下降1.7个百分点，同比下降3.5个百分点。相比于2014和2015年房地产网络广告投放费用占比在年内的持续上升态势，2016年该占比仅持续了两个季度的上升便在Q4转头下滑，份额被其他类型广告挤占。在四季度限购限贷政策影响下，房地产行业线上网络营销的热情整体呈现降温趋势。



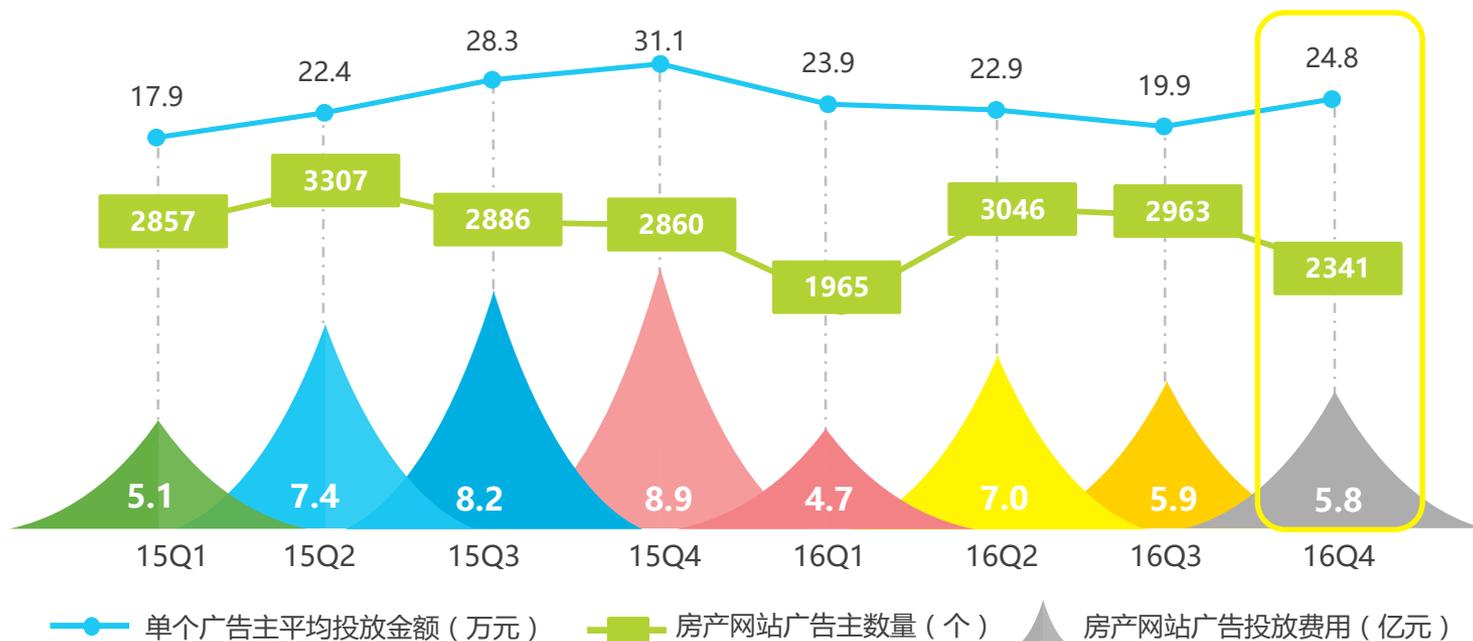
来源：iAdTracker2017.2基于对中国200多家主流网络媒体品牌图形广告投放的日监测数据统计，不含文字链及部分定向类广告，费用为预估值。

# 中国房产网站广告投放情况

## 2016Q4广告主总量减少，单个广告主平均投放金额回升

艾瑞咨询iAdTracker监测数据显示，2016年房产网站广告投放费用在Q2达到年内高值后在三四季度缓步下滑，Q4的投放总费用为5.8亿元，同比下降34.8%，环比下降1.7%；在房产网站投放广告的广告主数量减少至2341个，同比下降18.1%，环比下降21.0%；单个广告主平均投放额上升至24.8万元，同比下降20.4%，环比上升24.4%。2016年Q4房产网站的广告主数量虽有下滑，但单个广告主平均投放金额回升，有广告主仍在加大力度进行线上营销。

iAdTracker-2015Q1-Q4房地产类网络广告投放费用和广告主数量



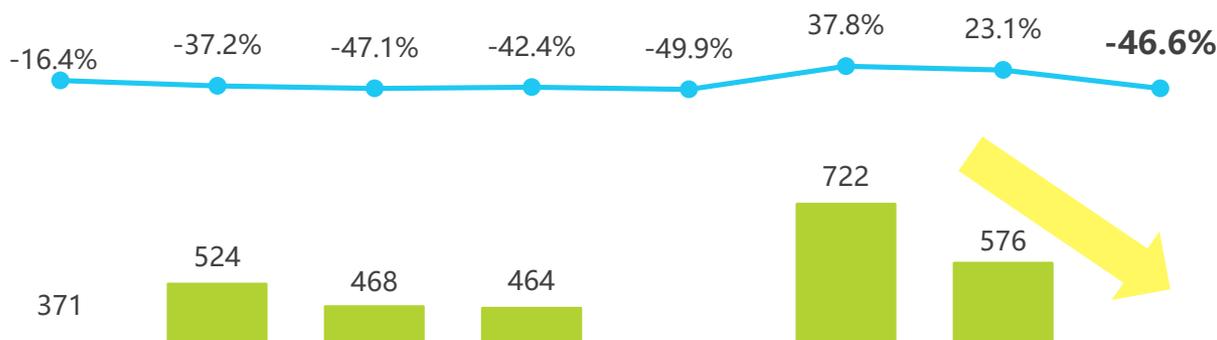
来源：iAdTracker2017.2基于对中国200多家主流网络媒体品牌图形广告投放的日监测数据统计，不含文字链及部分定向类广告，费用为预估值。

# 中国房产网站广告投放情况

## 2016Q4新增广告主数量大减，线上营销步调放缓

2016年Q4新增广告主数量同比下降46.6%，环比下降56.9%。新增广告主数量同比和环比的大幅回落表明，整体来看，房产网站广告主Q4的线上营销步调随楼市降温有所放缓，营销投入更显谨慎。

iAdTracker-2015Q1-2016Q4中国房产网站新增广告主数量



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\\_21468](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21468)

