

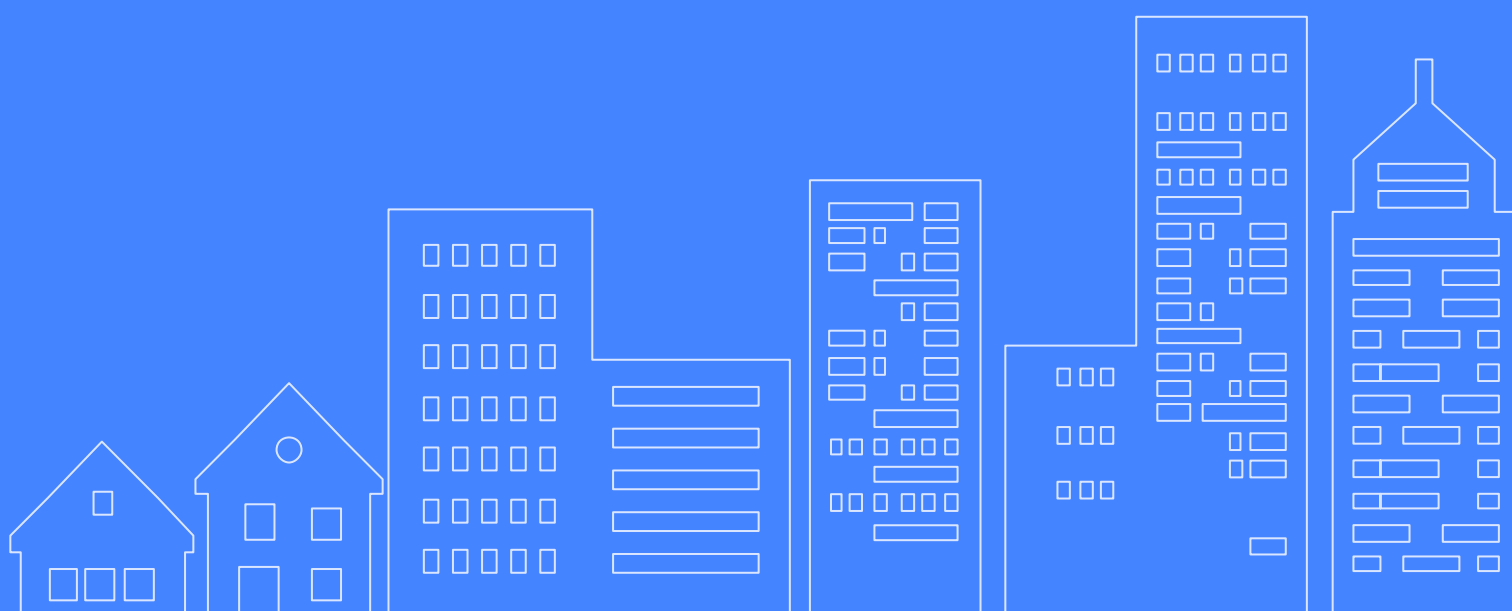
静水流深 向阳而生

2024抖音房产生态白皮书



Preface

卷首语





周泓臻

抖音房产业务平台
商业化负责人

23年的房产行业在市场结构、政策环境等一系列变化之后，以新房供应、开发商为绝对主导的市场格局变化显现，买方与卖方的供需关系也已经开始发生转变，行业重塑已然开启。

在行业变革之际，机遇与挑战并存，2023年抖音房产内容生态数据上涨显著，高活跃兴趣用户、房产创作者数量也在不断攀升，有更多的购房者通过平台的深度内容辅助完成成交决策，也有越来越多的开发企业、经纪人通过抖音短视频、直播内容在平台实现获客转化。

“以房源为中心”转向“以客户为中心”，2023年越来越多的房企和渠道机构抓住转型期机会，借助抖音平台优质内容生态，通过企业号打造深度经营体系、加入平台全新的CPS模式（“寻客-带看-成交”全链路新型线上化销售模式），不断加强线上经营布局，实现了房产行业生态深层转化的突破性进展。

此次抖音房产业务平台、巨量算数团队发布《抖音房产生态白皮书》，旨在对房产行业市场、抖音房产生态进行深入研究，帮助房产行业洞察市场变革、把握行业趋势，以及助力更多房企和行业相关从业机构建立在抖音生态深度经营的全局认知，打开行业全新线上模式转型及深度经营的想象力，从而助力行业高效转型、实现生意新增长。



见证房地产行业从高速发展向高质量发展持续调整。

1

市场供需关系发生重大变化，呈现“以客户为中心”新趋势，得客户者得天下

- 短期库存增加、供大于求，市场经营角色及相互关系重塑。提升买方服务体验、提高卖方获客成交效率，成为行业高质量发展的重要方向。

2

用户线上获取房产决策信息已常态化，线上平台的内容生态、创作生态愈发活跃

- 抖音房产内容紧密关联市场热度，直播经营快速发展；创作生态多元发展，达人价值凸显。

3

以开发商为代表的卖方积极布局线上平台，私域经营成效显著

- 阵地经营、CPS新业务模式等线上营销手段不断丰富，线上获客降本增效。经营线上化转移和数字化驱动，助力突破传统市场边界，赋能行业高质量发展。

Contents

目 录

CHAPTER 01 持续调整，供需关系进入新阶段 **07**

- 1.1 市场规模：新房市场收缩，量价受到二手房分流挤压 08
- 1.2 市场结构：住房市场结构变化，市场经营角色转变 10
- 1.3 市场政策：政策和市场行情成买方重要决策依据 12
- 1.4 市场供需：供需关系发生转换，卖方亟需开拓新渠道 14
- 1.5 市场机遇：线上平台助力提升卖方经营效率和买方服务体验 16

CHAPTER 02 静水流深，洞见线上房产生态新深度 **18**

- 2.1 内容生态：多维内容热度紧密关联市场，垂直工具延伸线上行为场景 19
- 2.2 用户生态：更活跃更主动，更贴近主流置业人群 29
- 2.3 创作生态：规模扩大，影响增强，房产达人创作者价值凸显 35
- 2.4 企业生态：房企加速线上布局，私域发展进入新阶段 41

CHAPTER 03 向阳而生，开启经营转化新征程 **47**

3.1 生态基础：生态图谱持续完善，平台有效链接买卖双方 48

3.2 经营价值：依托生态深度和矩阵力量，精细化运营助力矩阵经营见成效 50

CHAPTER 04 未来可期，有限之中创无限 **60**

4.1 市场面：短期市场上行空间有限，下行压力减弱，低位企稳 61

4.2 政策面：政策稳定市场预期，促进行业平稳健康发展 63

4.3 技术面：面向未来，线上数字化驱动行业高质量发展 64

01

持续调整， 供需关系进入新阶段





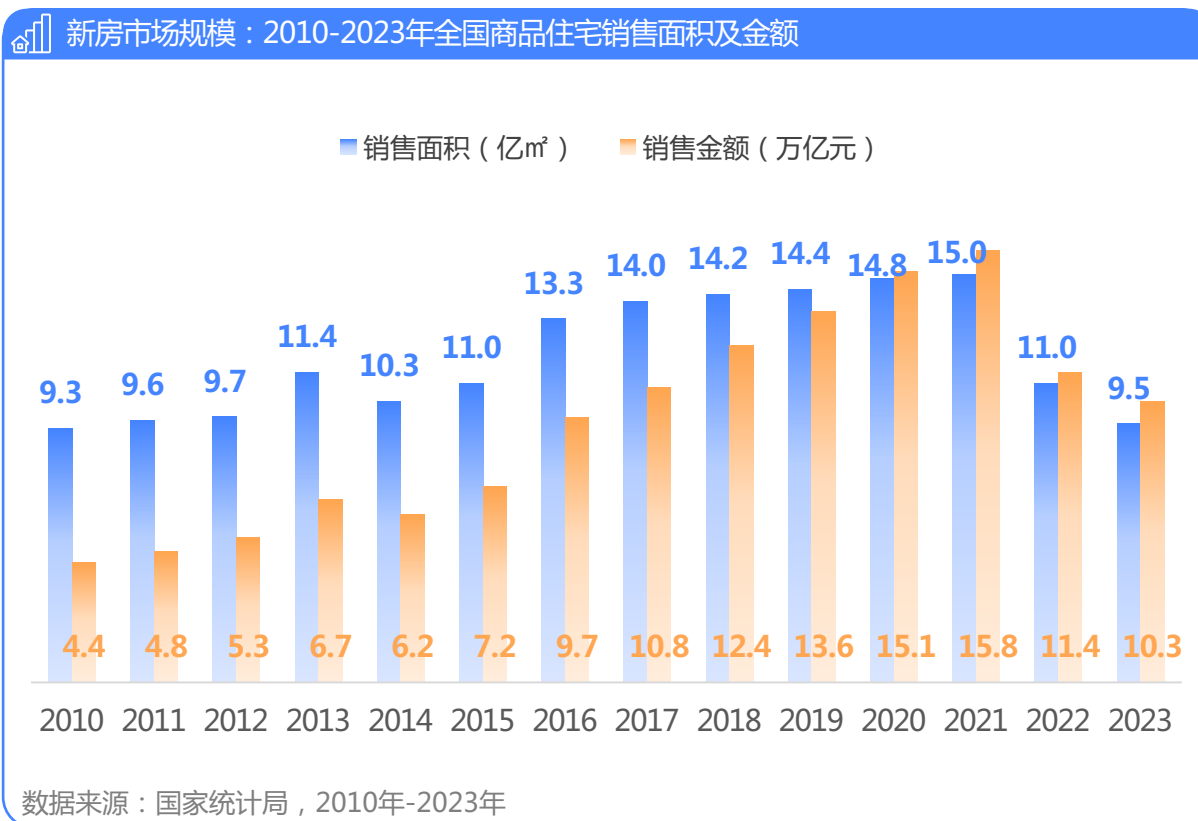
1.1 市场规模：

新房市场收缩，量价受到二手房分流挤压

2023年房地产市场持续调整，量价承压，曾经高歌猛进的时代宣告结束。

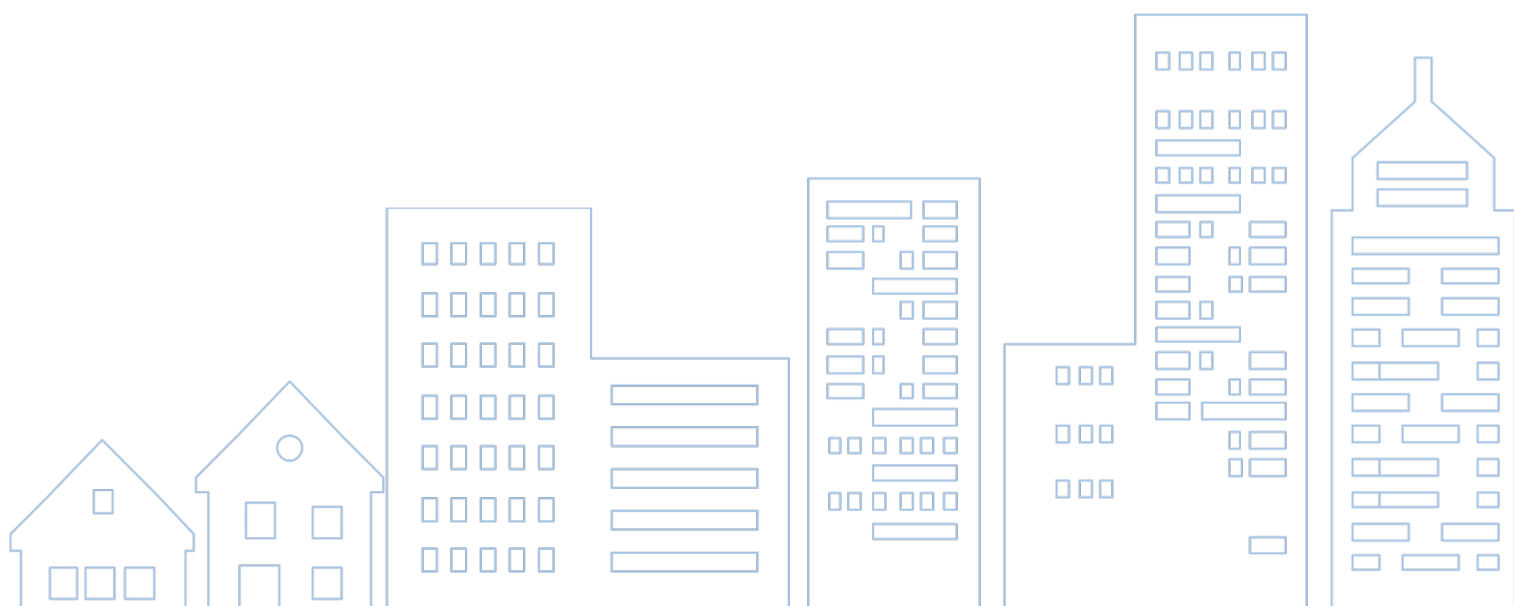
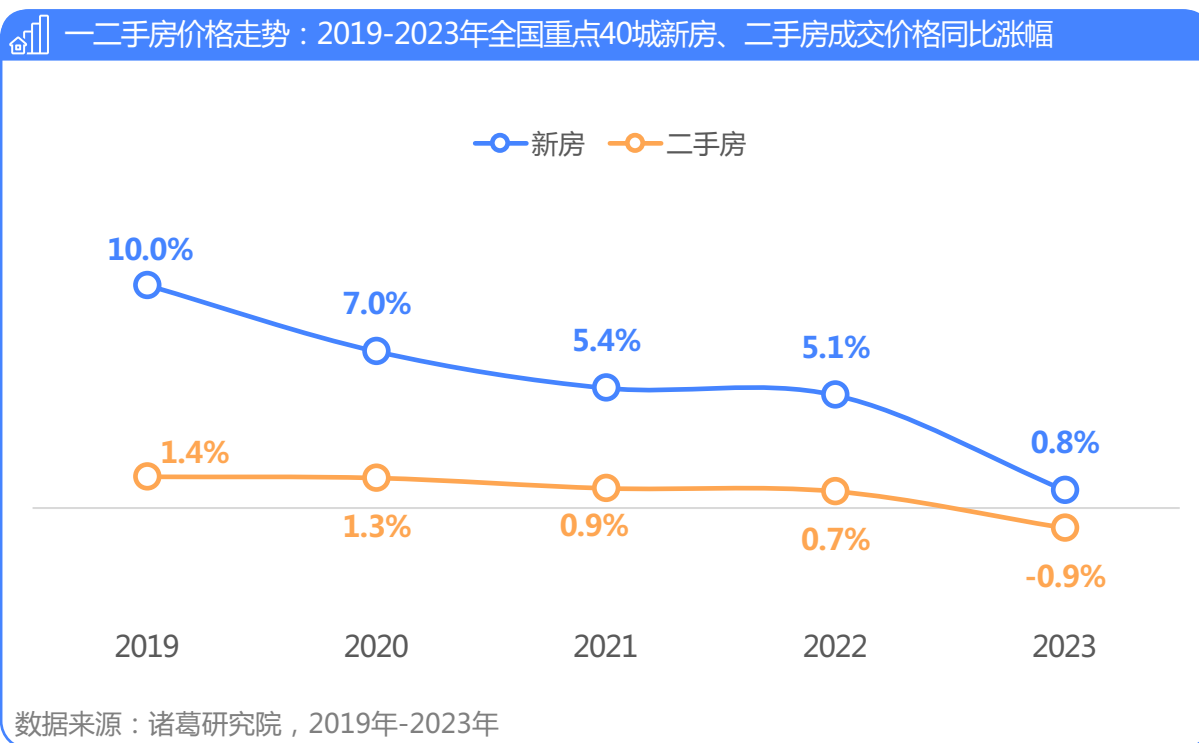
新房规模收缩，销售面积及金额齐跌

相比2021年的峰值来说，2023年全国商品住宅销售面积及金额延续2022年下降趋势，跌至10亿㎡、10万亿元水平。



新房市场量价受到二手房分流挤压

2023年新房受核心地段优质产品等结构性供应支撑，虽然价格涨幅收窄、但价格相对稳定；二手房价格出现下跌，以价换量分流新房需求规模，对新房价格形成挤压、带来调整压力。整体价格上行预期变弱，购房需求不迫切，短期需求规模缺乏强增长支撑。



1.2 市场结构：

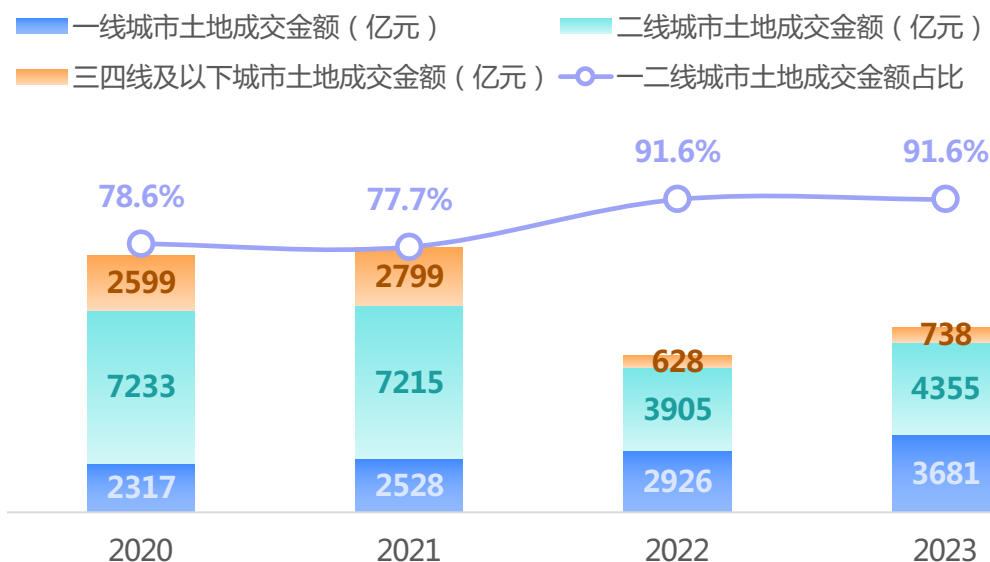
住房市场结构变化，市场经营角色转变

2023年低位市场规模下，住房市场的结构发生变化，行业生态面临重塑。

新房重点布局一二线核心城市

随着新房市场的收缩，2023年土地市场维持低迷。头部房企重点布局安全度相对较高的一二线城市。2022年25家代表房企一二线城市拿地金额占比大幅跃升，2023年继续保持高位。未来几年头部房企的新房销售业绩会越来越集中到一二线城市。

住宅用地成交：2020-2023年25家代表房企*分城市级别土地成交金额及占比



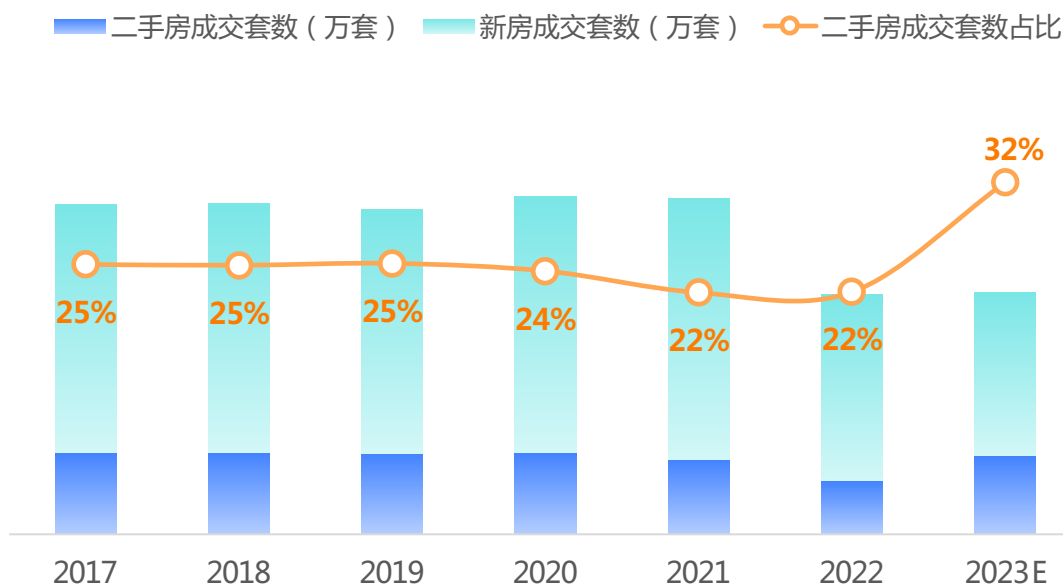
数据来源：各城市规划和自然资源局、和君咨询房地产咨询团队整理，2020年-2023年

*25家代表房企：保利发展、万科集团、华润置地、招商蛇口、绿城中国、建发房产、龙湖集团、中国铁建、金地集团、滨江集团、中国金茂、越秀地产、华发股份、中国中铁、首开股份、保利置业、国贸地产、联发集团、中建东孚、中建壹品、中建智地、中能建城市投资、北京建工、武汉城建

二手房市场规模增长，稳总量改结构

2023年全国二手房“以价换量”，总成交套数占比提升，一二手房市场结构开始变化。二手房对新房形成分流的同时，也对新房需求形成一定替代，从而稳定市场总需求规模、保证需求韧性。

2017-2023年全国新房、二手房成交套数及比例



数据来源：空白研究院，2017年-2023年

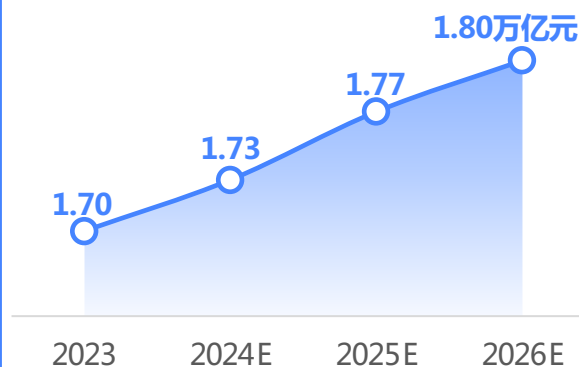
住房租赁供需两旺，市场规模持续扩大

需求端，一线城市受到经济人口发展放缓影响，租赁市场增长乏力，但从全国范围看，尤其在人口流入较明显的二线城市，租房人群呈现增长态势。由于房价上涨预期变弱，购房延迟，一二线城市年轻人可接受租房近10年，租赁需求增强。根据自如研究院《2023中国城市长租市场发展蓝皮书》显示，到2030年，我国租房人群规模预计将突破2.6亿。

供给端，随着个人业主闲置房产待出租、二手房“售转租”、大量“非改租”（非住宅改建为租赁住房）、保障性租赁住房建成入市，租赁市场房源规模也在扩大。

新房市场城市分布结构、一二手房成交结构、租售需求结构都在发生变化，整个行业的参与者随之发生变化，比如有更多的渠道机构、更多的一二手房和租房的经纪人出现，市场供应的产品类型、提供的服务内容都需要与时俱进。

2023-2026年全国租赁市场规模预测



数据来源：丁祖昱评楼市《租赁：市场规模稳步提升，2026年达1.8万亿》，2023年-2026年



1.3

市场政策：

政策和市场行情成买方重要决策依据

政策端适应市场变化，2023年呈现越来越宽松的趋势，国务院政府工作报告中提到“大力支持居民刚性和改善性需求”，全国各地陆续出台的政策引起市场月度成交波动。由于政策和经济形势不断变化，买房决策更加理性谨慎，政策和市场信息的获取变得更加重要和迫切。

政策环境宽松化，供需两侧持续发力

上半年中央层面政策以“温和”为主基调；7月24日中央政治局会议明确指出“适应我国房地产市场供求关系发生重大变化的新形势”，为房地产定调。政策力度加大，各地政策工具箱频繁调用，过去市场过热阶段出台的限制性政策正在逐步退出或优化。

需求侧，截止2023年末，地方出台松绑政策800余次，涉及公积金购房贷款政策优化、认房不认贷、购房补贴等市场政策，及调利率、降首付比例等金融政策。

供应侧，10月底中央金融工作会议通稿提及“一视同仁满足不同所有制房企合理融资需求”、11月17日金融机构座谈会提出“三个不低于”，减轻房企资产负债，推动房地产行业健康平稳高质量发展，深化供给侧改革。

🏠 2023年需求侧市场政策类型及涉及城市数量

政策类型		涉及城市数量	覆盖城市特点
优化公积金贷款政策		211	一线全覆盖，新一线、二线基本全覆盖，三四线城市均有涉及
购房补贴		132	部分新一线、二线城市，三四线及以下城市为主
“认房不认贷”		72	一线全覆盖，新一线、二线、三四线及以下城市均有涉及
放松限购	全面放松	19	新一线、二线为主，少量三线城市
	局部放松	11	新一线为主，少量一线城市（上海、广州）及三线城市
放松限售	全面放松	16	二线为主，少量新一线及三线城市
	局部放松	7	新一线+二线为主，少量三线城市
放松普宅认定标准		3	一线城市：北京、上海、深圳

数据来源：网络公开信息、和君咨询房地产咨询团队整理，2023年

月度行情高开低走，下半年政策力度大，小幅脉冲式刺激市场

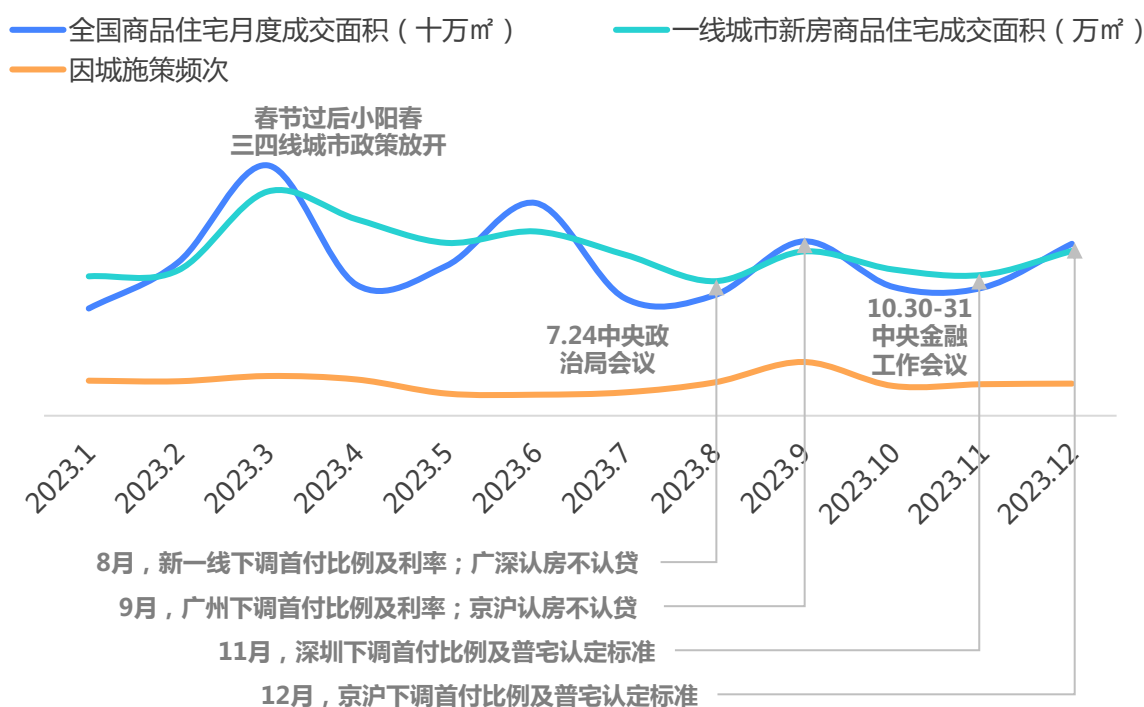
2023年房地产市场前高、中低、后稳，7月和10月市场相对低谷期，中央发声定调：

7月24日中央政治局会议指出，防风险仍旧是2023年房地产工作的主基调，房地产市场供求关系发生重大变化的新形势，适时调整优化房地产政策，因城施策用好政策工具箱，促进房地产市场平稳健康发展。

10月30-31日中央金融工作会议指出，坚持把防控风险作为金融工作的永恒主题，促进金融与房地产良性循环，健全房地产企业主体监管制度和资金监管，完善房地产金融宏观审慎管理，一视同仁满足不同所有制房地产企业合理融资需求，加快保障性住房等“三大工程”建设，构建房地产发展新模式。

地方政策跟进，市场小幅反弹，下半年政策在一定程度上阶段性有效托底。

2023年全国&一线城市月度新房商品住宅成交情况及因城施策频次



数据来源：国家统计局，2023年1-12月，其中1-2月单月数据未公布，根据诸葛研究院重点30城数据推算；诸葛研究院，2023年1-12月；网络公开信息、和君咨询房地产咨询团队整理，2023年

行业调整转型期，不断变化的市场和政策对买方认知的影响开始扩大，“越早买房越好、买到即赚到”观念改变，刚性和改善性需求仍持续释放，但买方更关注购房时机，政策和市场信息已成为重要决策依据。

1.4

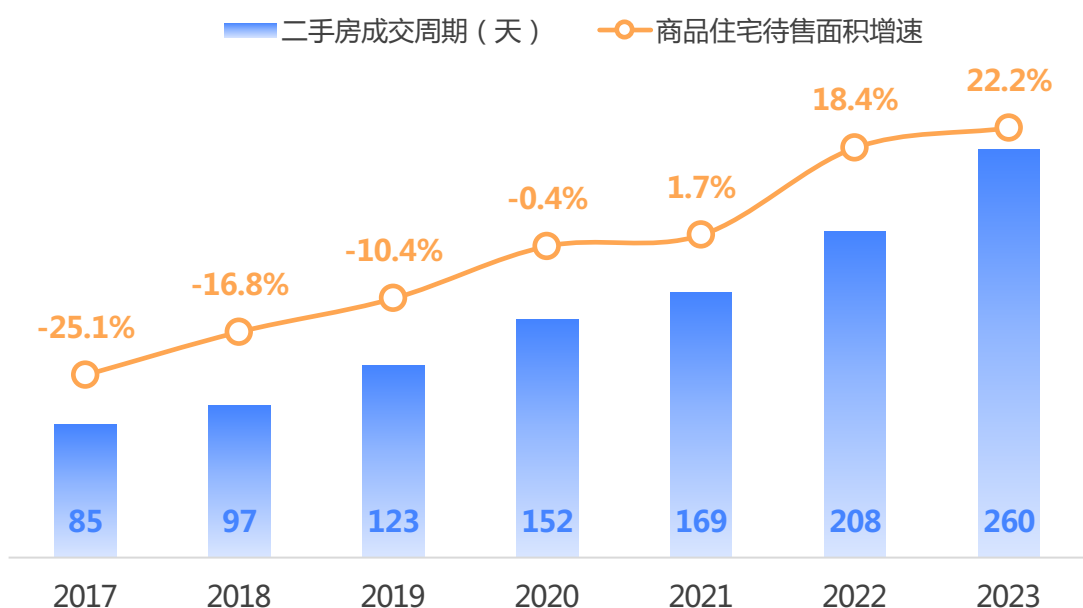
市场供需：

供需关系发生转换，卖方亟需开拓新渠道

供需关系变化，新房待售面积增加，二手房成交周期较长

一二手房供需关系均发生变化，全国新房库存积压，商品住宅库存连续两年同比增幅维持在历史高位，二手房成交量增加，市场供大于求；买方面临多样选择，纠结期时间较长，成交周期拉长，卖方获客、成交难度加大，市场情绪受影响。

2017-2023年全国新房商品住宅待售量增速及二手房成交周期

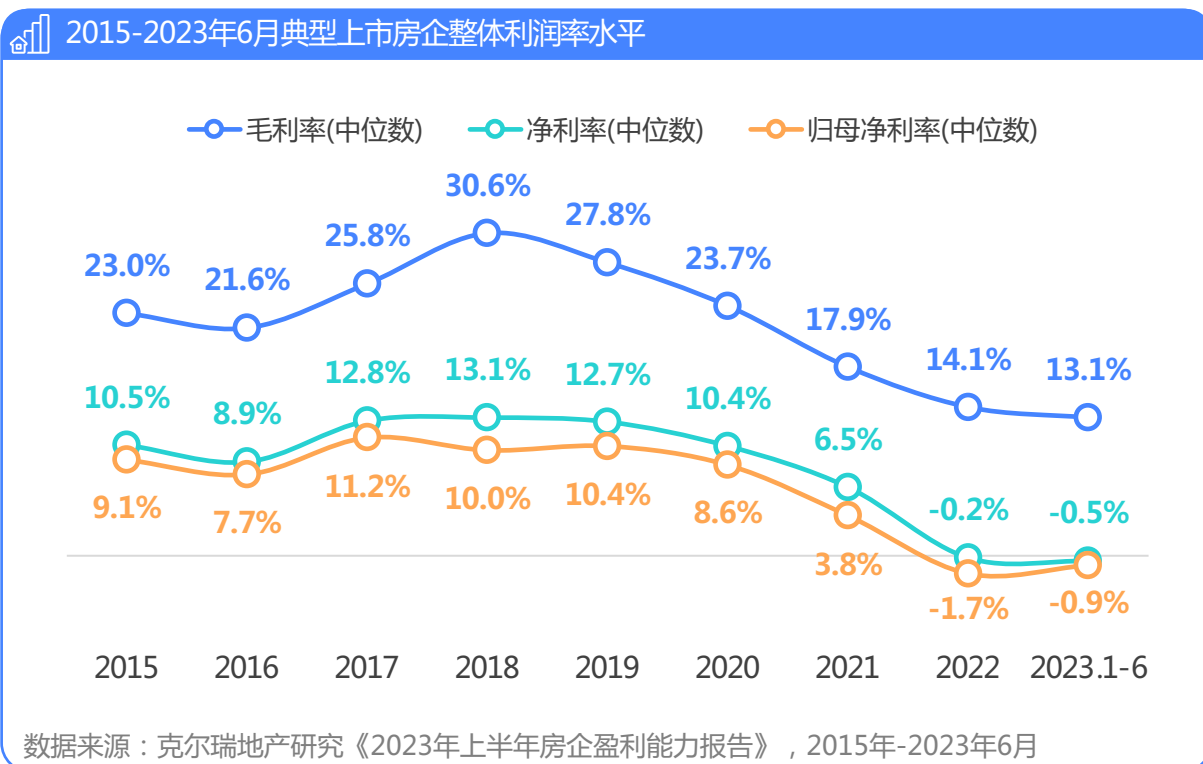


数据来源：国家统计局，2017年-2023年11月；空白研究院，2017年-2023年

房企整体利润率走低，经营压力大，获客迫切

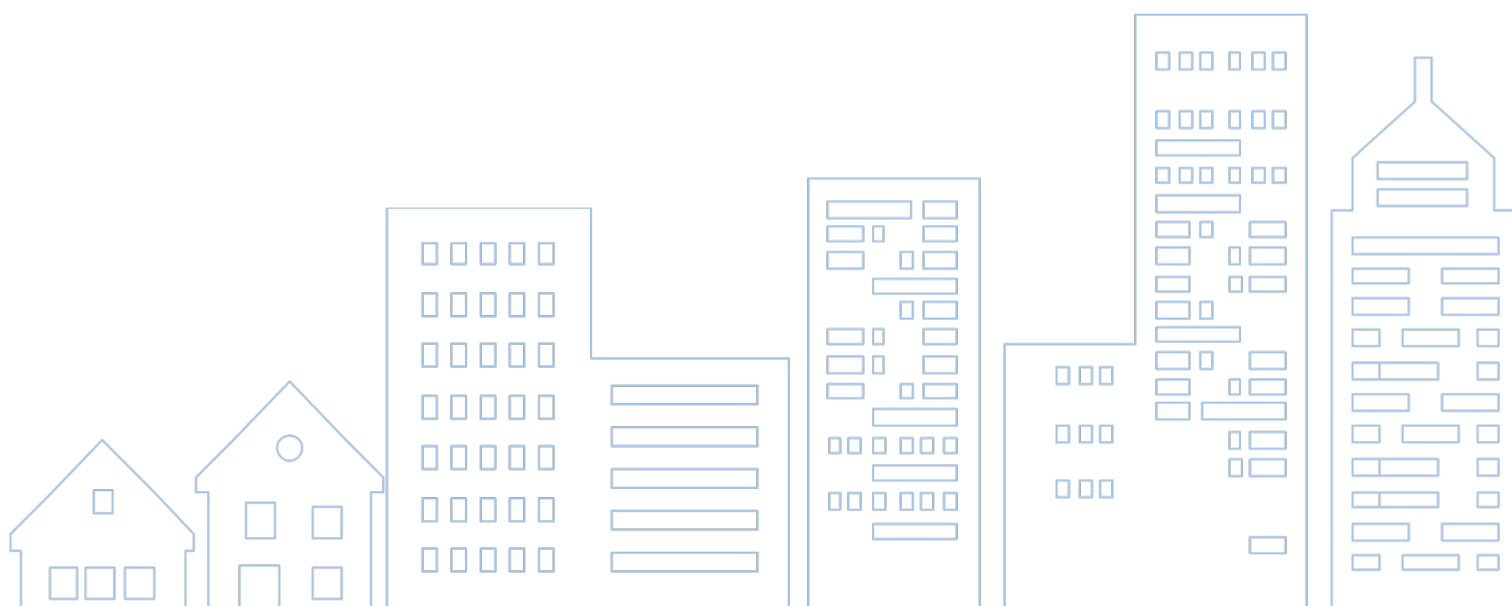
自2022年开始典型上市房企净利润率由正转负，2023年上半年进一步下跌。截至2023年底，2023年百强企业榜单中三道红线非绿档占比达62%。

*三道红线：央行及国家住建部对于所有房地产企业划到三个规范，1.去除预收账款后的净资产收益率超过70%，2.净负债率超过100%，3.现钱短债比低于1。触碰到3个规范企业为红色档企业，触碰其中2个为橙色档，触碰其中1个规范为黄色档，均未触碰为绿色档。



一方面，客户端担心交付风险，更加谨慎购买新房；二手房成交周期拉长，影响卖旧买新的置换周期，压制短期内部分改善购房需求的释放。另一方面，不管新房还是二手房，卖方获客变得更加迫切、尤其房企增效降本需求增强。

买方需求后撤，卖方获客迫切，形成了短期内市场基本矛盾点。卖方面临调整经营方式以适应全新市场关系的重大挑战。





1.5 市场机遇：

线上平台助力提升卖方经营效率和买方服务体验

买方观念转变，产品及服务体验至上

市场发展周期、市场结构、政策环境、供需关系等一系列变化，带来了客户观念转变：决策周期拉长，产品诉求更多且更苛刻，需要更多信息及服务来辅助决策。这对行业经营者提出了新要求，也意味着新的发展空间。

以客户为中心的数字化经营持续发展，买卖双方痛点尚存

经营调整非常重要的一个方向就是房产营销全面从“以房源为中心”转向“以客户为中心”，且线上获客及转化变得尤为关键。目前租售买方已经形成线上信息和服务获取的习惯，卖方的数字化经营链路不断延伸，线上获客并推进线索转化，线下偏向强化示范区/产品力/服务力，促进成交。

但受限于现状行业发展水平，买方找房买房的时间成本过高、卖方线上获客的转化率偏低，买方获取高效高品质的服务体验、开发商和渠道提效降本，成为行业高质量发展的重要目标。

新的市场格局下买卖双方行为模式转变及痛点



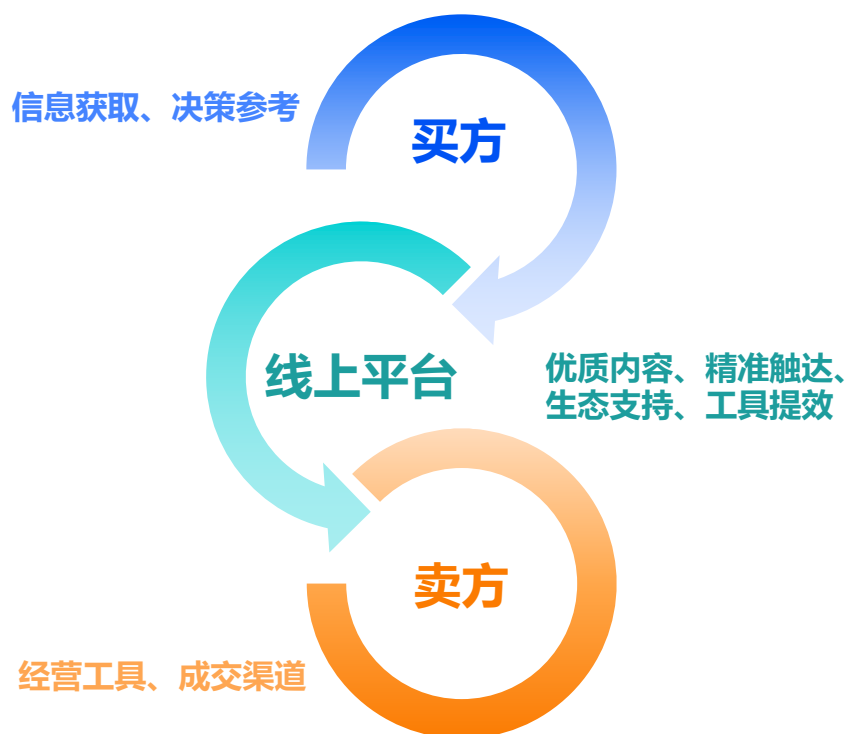
数据来源：和君咨询房地产咨询团队基于行业调研整理

线上平台角色定位明确，市场贡献显著

2023年线上平台针对买卖双方的痛点、契合买卖双方的诉求，提供双方亟需的资源，如优质内容、精准触达、生态支持及工具提效等，助力提升卖方经营效率和买方服务体验。

线上营销的成交量占总成交量的比例持续提升。线上营销获客、数字化经营已经成为不可避免的大势所在。

买方-线上平台-卖方三方关系与需求



数据来源：巨量算数&和君咨询房地产咨询团队基于行业调研整理

02

静水流深， 洞见线上房产生态新深度



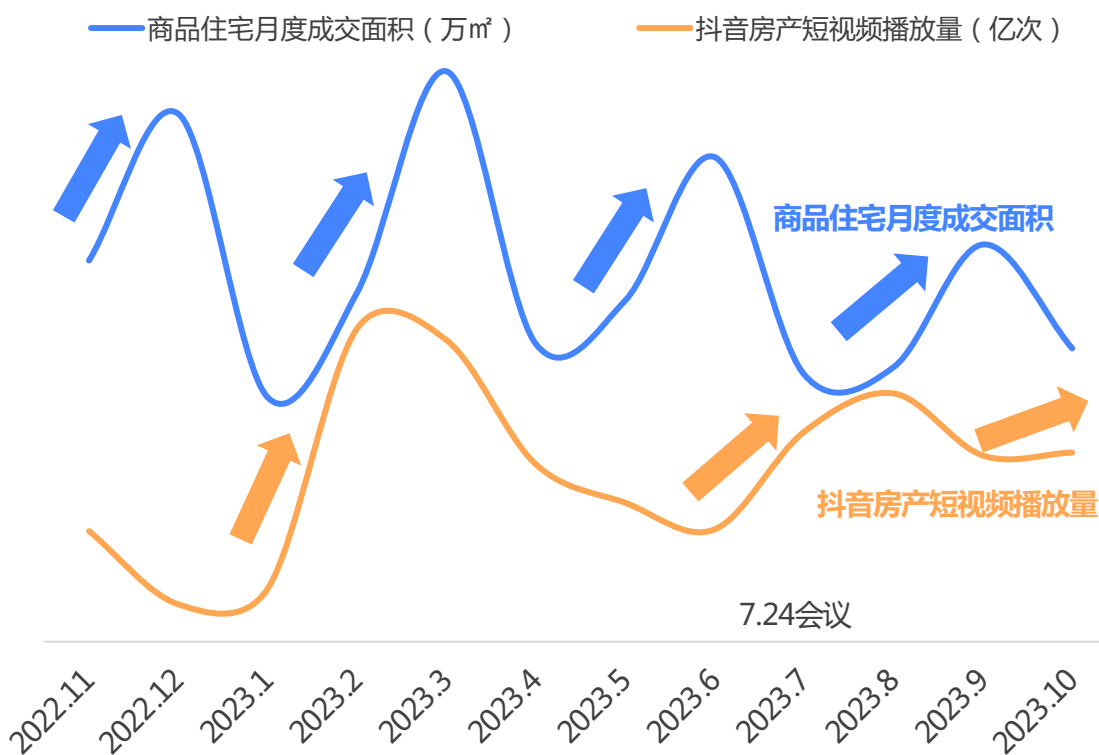
2.1 内容生态：

多维内容热度紧密关联市场，垂直工具延伸线上行为场景

房产内容播放量与市场热度强关联，内容质量提升，成为经营参考

抖音房产的内容生态一直表现活跃，而且月度数据反映出内容播放热度与市场成交热度之间的强关联。政策出台时点，用户端关注度明显提高，反应速度比市场成交更快一步，能够作为有效的经营参考。

2022-2023年全国商品住宅新房月度成交面积 vs 抖音房产相关内容播放量



数据来源：国家统计局，2022年11月-2023年10月，其中1-2月单月数据未公布，根据诸葛研究院重点30城数据推算；巨量算数，2022年11月-2023年10月

2023年抖音房产内容投稿量持续增长，优质内容加上精准触达，推动了用户端需求增长，条均播放量和互动量都表现出增长。优质内容更好地支持了卖方经营和买方决策。

2023年抖音房产内容投稿量、条均播放和条均互动量变化



7%

投稿量增速
(2023Q3VSQ1)



22%

条均播放量增速
(2023Q3VSQ2)



11%

条均互动量增速
(2023Q3VSQ2)

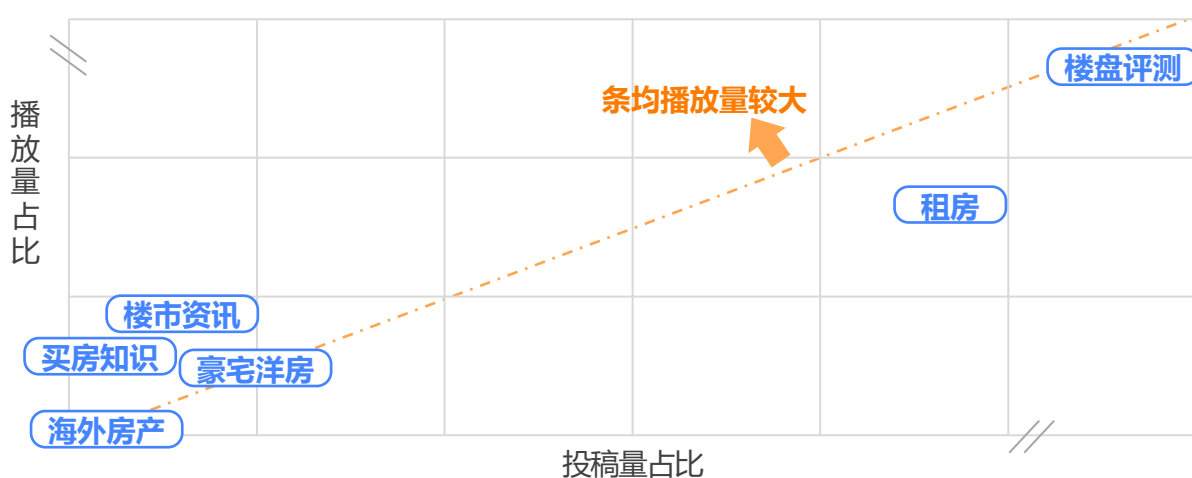
数据来源：巨量算数，2023年1-9月

更接近决策的楼盘评测和租房类内容投稿和播放突出

抖音房产内容丰富多元，覆盖楼盘评测、租房、楼市资讯、买房知识、豪宅洋房和海外房产等多个类目。

2023年抖音数据显示，楼盘评测类相关内容投稿量和播放量遥遥领先，租房类内容也表现突出。一方面反映出更接近决策的内容更接近用户需求，另一方面也反映用户已经开始习惯在线上获取辅助决策的相关信息。其他四类内容量较少，但相关优质内容使其获得了较高关注，条均播放表现高于平均值。

2023年抖音房产各类目短视频内容表现

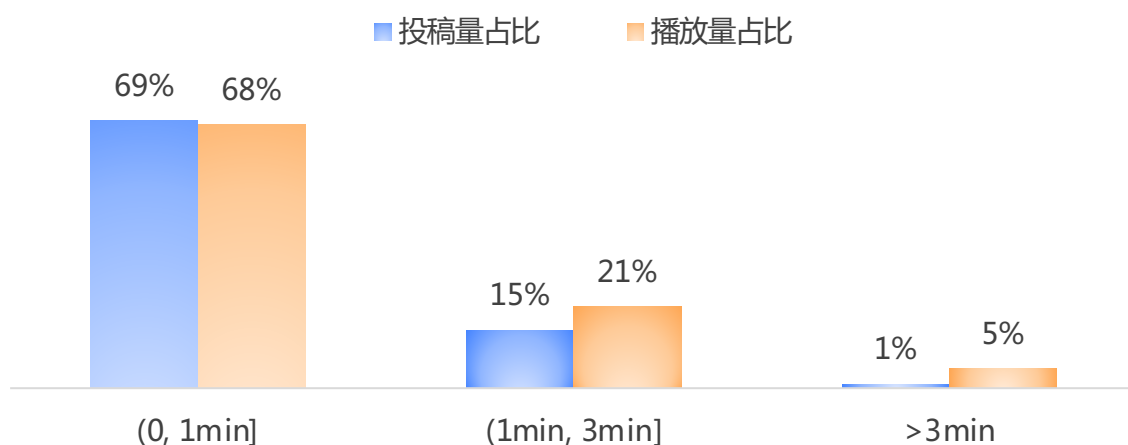


数据来源：巨量算数，2023年1-11月

更立体的内容经营，长短结合，满足用户不同层次的需求

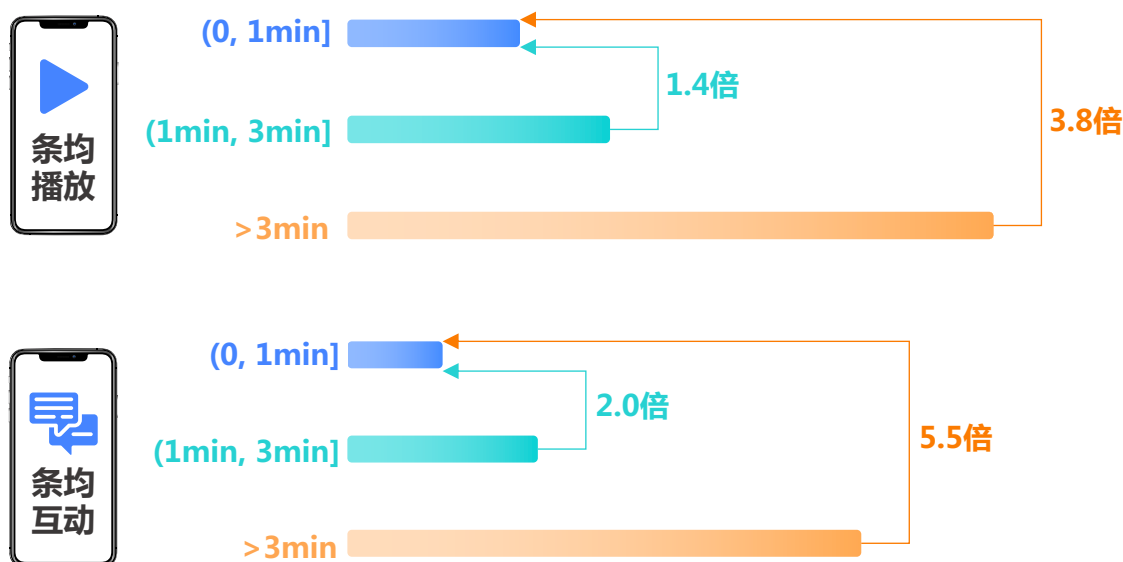
抖音端的房产内容目前还是以1分钟以内的短视频为主，中长视频为辅。二者各有侧重，短视频适合快速获取信息，而中长视频更适合传递知识和资讯。从数据来看，房产行业的中长视频在用户互动方面表现更加优秀。

2023年抖音房产不同时长内容投稿、播放表现对比



数据来源：巨量算数，2023年1-11月

2023年抖音房产不同时长内容条均播放、条均互动表现对比

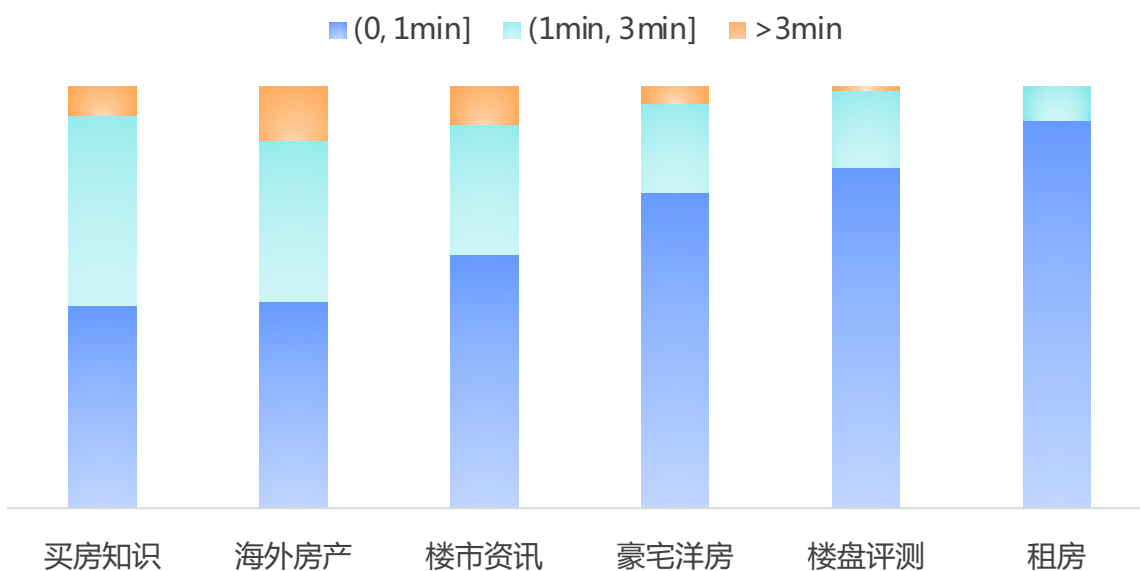


数据来源：巨量算数，2023年1-11月

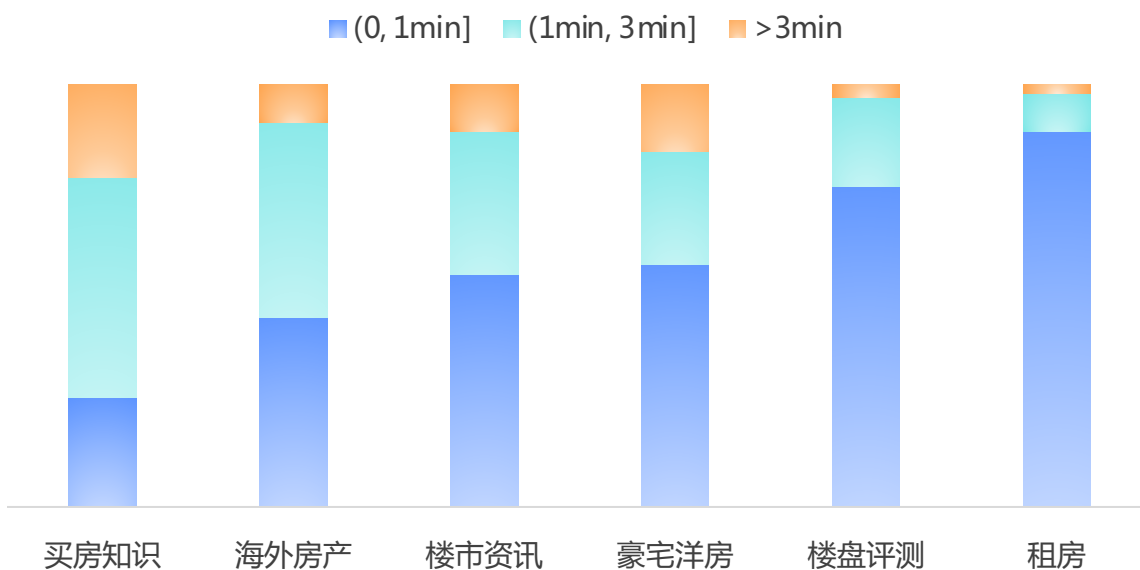
其中，楼房测评和租房类内容侧重快捷信息发布，以1分钟以内的短视频为主；楼市资讯、买房知识和海外房产类内容，侧重内容深度与专业知识，1分钟以上的中短视频相对较多；豪宅洋房介于二者之间，有高端项目的楼盘信息也有居住生活方式相关的深度内容。抖音端的房产内容生态通过不同时长视频的互补，满足用户不同层次的需求。

2023年抖音各类目房产内容不同时长内容投稿量&播放量占比

投稿量



播放量

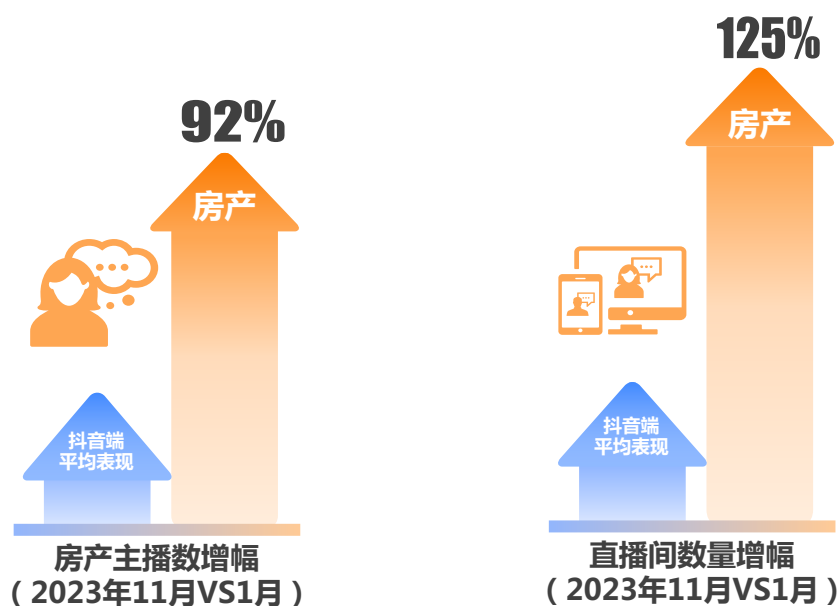


数据来源：巨量算数，2023年1-11月

直播成为常态化经营手段，高效传递信息，零时差沟通

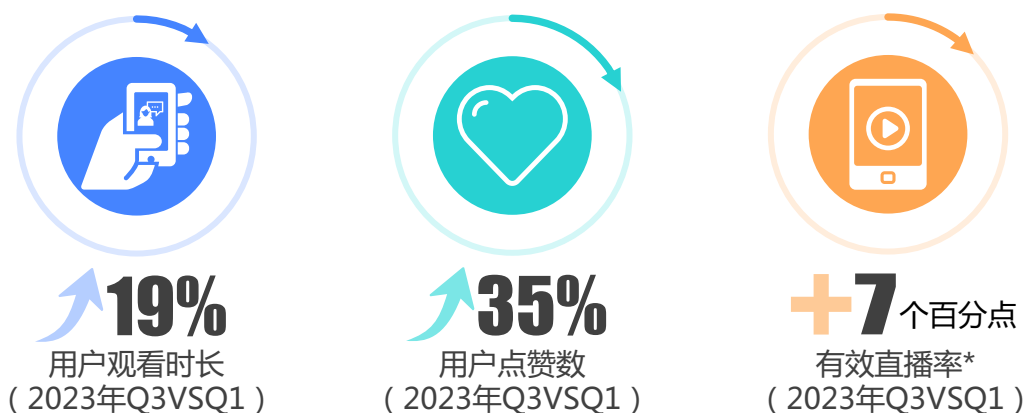
2023年抖音房产内容生态另一个重要的变化是直播的快速发展，短直双开，内容生态更加立体高效。数据显示，房产主播和直播间数量的增幅均高于抖音端直播平均表现，用户的看播时长、互动也有大幅提升，直播内容增强用户粘性，为后续更好的经营转化奠定了基础。

2023年抖音房产主播及直播间数量变化



数据来源：巨量算数，2023年1月、11月

2023年抖音房产直播表现变化

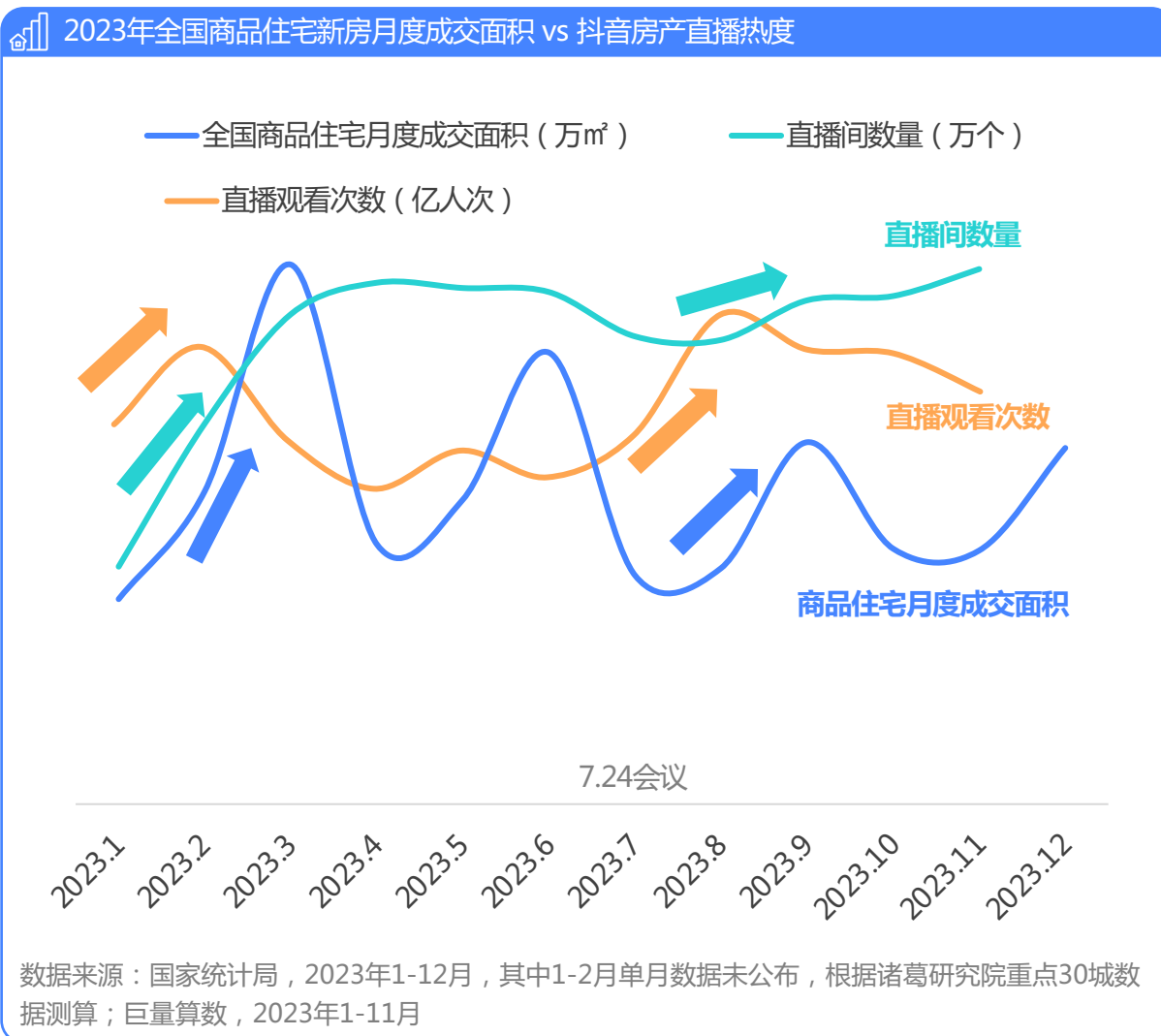


数据来源：巨量算数，2023年1-3月、7-9月

*有效直播率：单次直播时长≥25min的直播/直播总场次

月度直播热度直接反映线上营销需求和效果，紧密关联市场

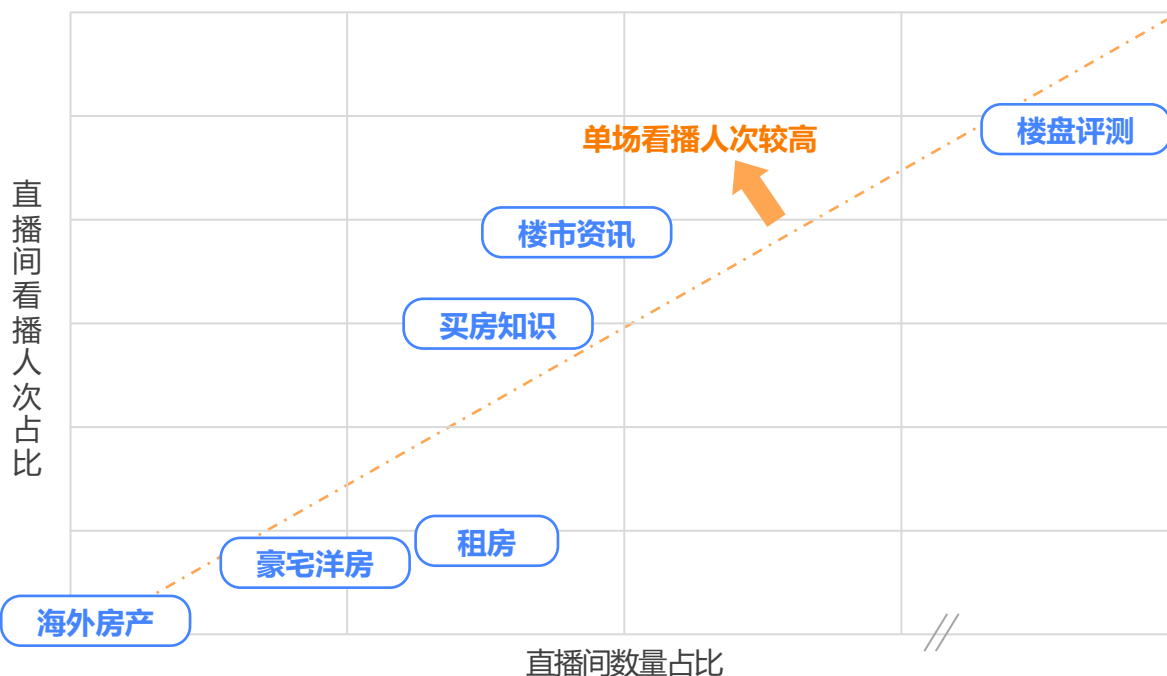
抖音房产直播内容的观看热度与短视频内容播放热度类似，能够即时反映市场热度变化。2月、8月两个看播峰值，反映成交数值达到峰值之前，线上用户的关注热度已经先行表现出来。而直播间数量基本与市场热度上行同步，下行时卖方营销力度加大，直播间数量逆市上扬。



楼盘评测扩大直播受众面，资讯知识引流能力强成为基本盘

2023年抖音房产相关的直播间中，楼盘测评类直播间保持总量优势，直播间数量、看播人次占比最高，体现了线上营销的规模优势；楼市资讯、买房知识类直播间次之，但由于不局限于某些具体楼盘，受众更广，平均每个直播间的看播人次最为突出。

2023年抖音房产各类目直播间表现



数据来源：巨量算数，2023年1-11月

热门话题围绕看房，抖音成为租售房源信息发布平台

在抖音热度TOP的房产话题中，好房推荐、现场实拍、知识攻略等相关话题成为用户关注的热门话题，用户显然已形成线上信息和服务获取的习惯。

2023年抖音房产TOP话题

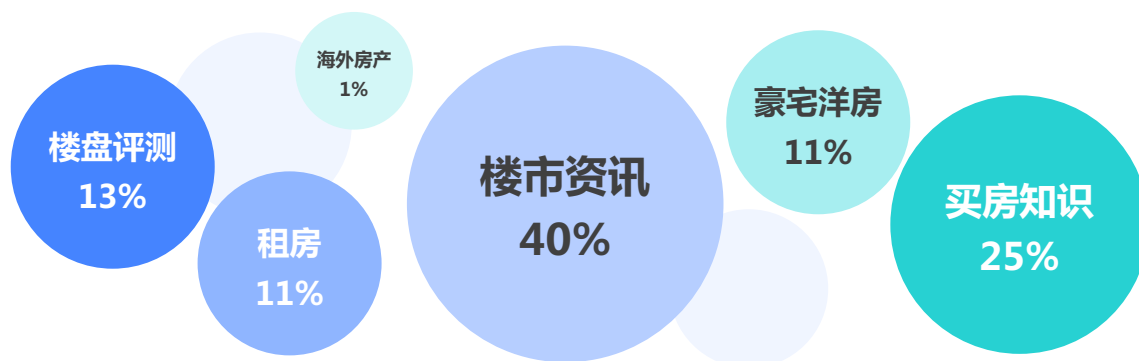


数据来源：巨量算数，2023年1-11月

资讯知识类优质视频传播效果佳，实用信息类直播间更聚人气

2023年抖音播放量TOP1000的房产短视频中，较多为总投稿量占比并不突出的楼市资讯和买房知识类内容。热门短视频受众范围大多能覆盖全国，通过优质内容抢占市场转型期用户心智，可以为营销转化做铺垫。

2023年抖音房产播放量TOP1000短视频类别分布



数据来源：巨量算数，2023年1-11月

2023年抖音房产播放量TOP代表视频



数据来源：巨量算数，2023年1-11月

2023年抖音房产领域的热门直播间较多为辅助决策的干货知识和房源信息，实用信息直达，用户开始适应线上交易服务新场景。面向全国客户的达人经纪人直播间流量突出（最高接近1000万），比面向局部特定客户的开发商直播间（最高接近100万）更有流量优势。

2023年抖音房产单场观看人次TOP代表直播间

@郭老师说房产

看播人次

900万

热门直播间

《还没买房的有福了，房产干货分享》

房产经纪人，擅长分析城市价值，选房经验丰富，直播输出买房知识、楼市资讯，给予用户资产配置、选房建议。

@创美优选房产

看播人次

500万

热门直播间

《实体房去看看》

经纪人，站位海南，一对一分析、帮助用户选择海南优质房产，直播、短视频以云带看样板间、住宅为主。

@万科壹都会刘英杰（置业顾问）

看播人次

100万

热门直播间

《8年金牌顾问专业解析》

烟台万科壹都会项目置业顾问，重点发布万科壹都会项目信息、展示区/样板间实景带看、买房知识等。

数据来源：巨量算数，2023年1-11月

幸福里新工具双端结合，助力抖音房产平台横向与纵向延展

幸福里房产综合信息APP整合成交/挂牌/网签等市场数据，并形成系统性数据产品幸福楼势，辅助卖方营销与买方租售决策，提升平台用户粘性，加强内容深度导向转化。

幸福里新工具服务B端经纪人和C端购房用户

B端经纪人

系统性专业信息获取渠道+营销辅助工具：

- ✓ 行情走势：动态数据，实时成交价格（部分城市）、政府网签/挂牌量价数据，数据走势分析；
- ✓ 二手成交数据；
- ✓ 新房楼盘分析。



C端购房用户

全面实用信息获取渠道+决策辅助工具：

- ✓ 楼盘字典-包括小区内部楼栋布局，外部学区、周边配套，地图展示；
- ✓ 资讯功能-政策变化、交易和贷款指导、宏观市场分析等；
- ✓ 首付计算器；
- ✓ 行情走势：动态数据，实时成交价格（部分城市）、政府网签/挂牌量价数据，数据走势分析；
- ✓ AI买房助手：帮用户推荐片区和小区，辅助解决决策难题。

数据来源：抖音房产平台

幸福楼势数据产品以优质内容及广泛覆盖，提升交易转化

幸福楼势为幸福里APP内「城市行情」板块中的数据产品，基于挂牌网签数据生成图表、榜单、走势图、热力图等实用工具内容。主要提供以下5大板块内容，覆盖城市数量在不断增加，挂牌量和浏览量持续增长，服务更多的经纪人和买方客户，便于后续更广范围的交易转化。

幸福楼势5大主要内容板块

城市行情分布-覆盖134城

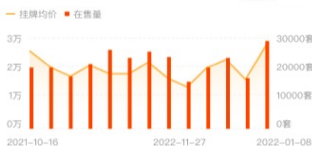
成交趋势



幸福楼势

福州近一周二手房成交416套，对比上周上涨了108.0%，成交均价24224元/平，对比上周上涨了5.5%

挂牌趋势



幸福楼势

福州近一周共有33258套在售二手房，对比上周下降了0.3%，在售房的挂牌均价25397元/平，对比上周下降了0.5%

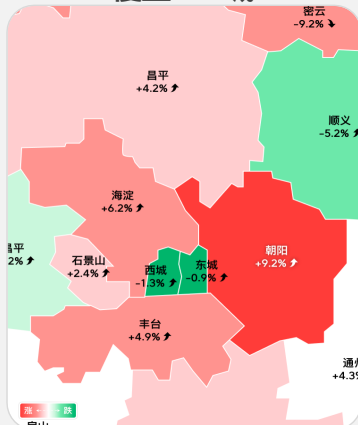
在售房源调价情况



幸福楼势

福州所有在售二手房中，本周X套降价了，X套涨价了，涨价套数比降价套数=1:9，该比值相比上周有所降低，反映市场信心有所下滑。一般来说，房东越是看好市场，对行情走高越是有信心，涨跌比越大。

城市行政区房价地图覆盖134城



新房楼盘销售数据覆盖5城

建发央筑建发央筑销售数据

数据更新: 2021-05-08

共推出 249套 已网签 255套 待售量 205套 参考均价 65324元/平

一周网签量全市排名第23, 海淀区排名第2

推盘节奏

2022-11

252套 二批次 12套住宅

销售楼栋 1、2、3、4、5号楼

已网签X套

2022-11

252套 一批次 12套住宅

销售楼栋 1、2、3、4、5、6、7、8、9、10、...号楼

已网签X套

最近批次主推的是什么户型? 建议咨询经纪人

查看更多

销售详情

类别	推出套数	累计网签	网签率
住宅	50套	25套	56%
总计	100套	50套	56%

城市首付参考-覆盖80城

首套

二套

贷款最高时总首付 (不含服务费)

384.7万

月供 32582元

总首付 =

净首付 +

税费最高

384.7万

370.7万

14万

请根据实际情况权衡首付、月供和税费 咨询经纪人

自定义计算 计算结果仅供参考

基础信息

成交价

969.0万

评估价

969.0 * 0.95 = 920.5万

贷款比例

65%

房源成交价与评估价不同于挂牌价, 建议咨询经纪人

首付

净首付 =

成交价 -

评估价 * 贷款比例

370.7万

969.0万

920.5万

65%

月供

展开计算条件

每月应还

贷款总额

利息总额

32580元

598.3万

379.1万

上幸福里看还款报告

税费

展开计算条件

契税

土地出让金

138083元

1485元

贷款小百科

5年期以上LPR迎最大降幅!
30年期百万房贷月供省207元



京报网 5评论 08-21

揭秘北京5000万别墅 邮轮酒吧顶级装修 物业费一年就要10万费一年就要10万费一年就就...

数享融 301评论 08-23

数据来源：抖音房产平台

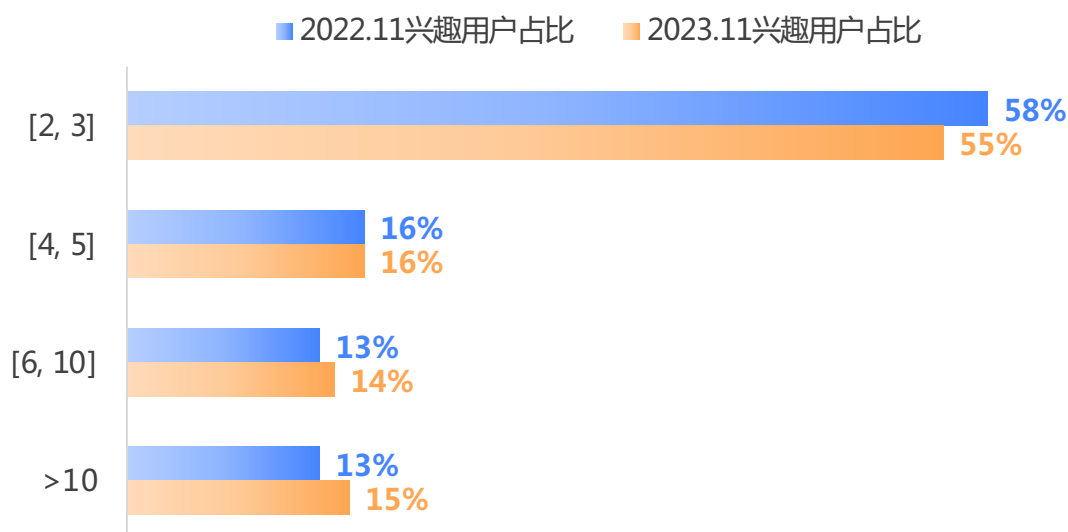


2.2 用户生态： 更活跃更主动，更贴近主流置业人群

房产兴趣用户深层转移，兴趣度和主动性提升

2023年抖音房产兴趣用户*在行为上呈现出两大特点：第一，兴趣度提升，2023年11月点赞10次以上用户占比较去年提高2个百分点；第二，主动性提升，2023年1-11月用户的房产内容搜索次数达到2.6亿次，同比增长44%，表现出利好经营的信号。

2023年 vs 2022年抖音房产兴趣用户点赞分层



*兴趣用户：单月点赞房产相关视频2次及以上抖音用户
数据来源：巨量算数，2022年11月、2023年11月

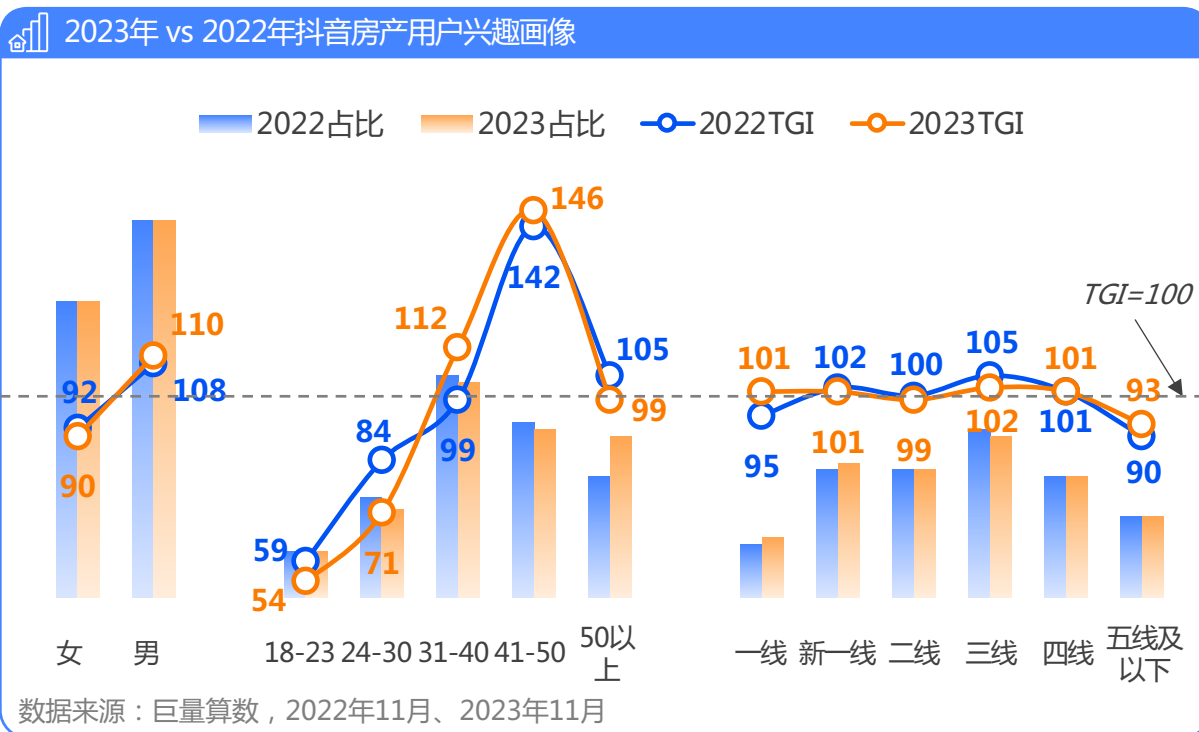
2023年 vs 2022年抖音房产搜索次数同比增幅



数据来源：巨量算数，2022年1-11月、2023年1-11月

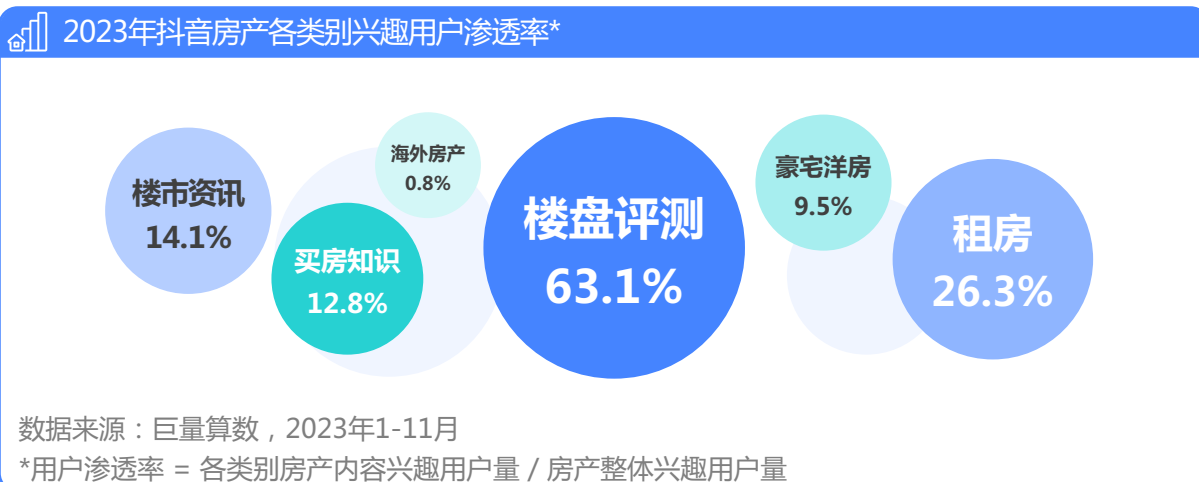
房产兴趣用户特征渐显，用户更贴近市场主流置业人群

从反映用户偏好的TGI指标来看，2023年抖音对房产内容有偏好（TGI）的用户相对于2022年更加集中在31-50岁年龄段，以及一线城市。房产用户与主力置业客群重合度增强，更加有利于后续的经营转化。



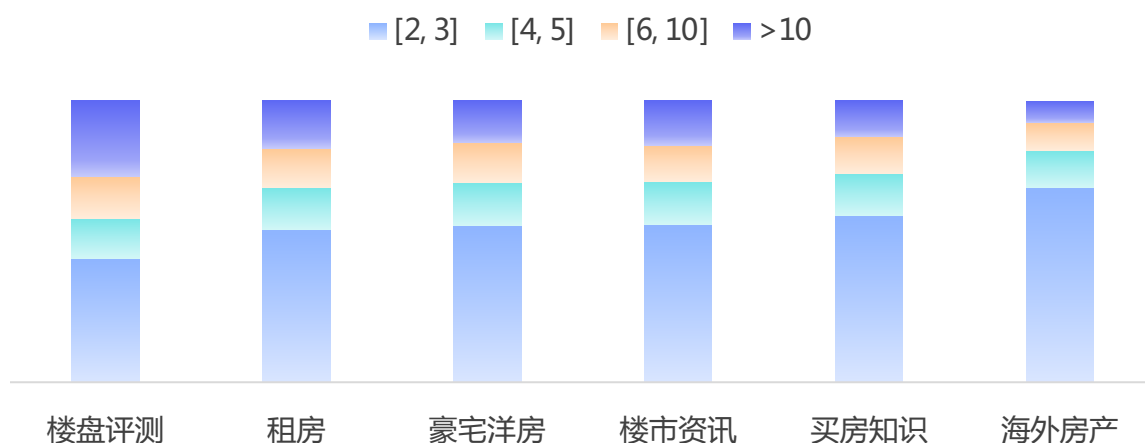
辅助租售决策内容更容易吸引用户

抖音房产不同类目内容吸引的用户量与内容分布有强相关性，在抖音投稿量和播放量最大的楼盘测评和租房类内容吸引了更多用户。



用户对于不同内容的点赞分层表现，依然是楼盘测评和租房类内容最为突出，高点赞量用户占比较高，主要因为其内容实用性可以辅助租售用户的决策。而海外房产类内容的基础用户占比较高，较多用户出于猎奇需求观看，相对兴趣度不高。

2023年抖音各类目房产内容兴趣用户点赞分层对比

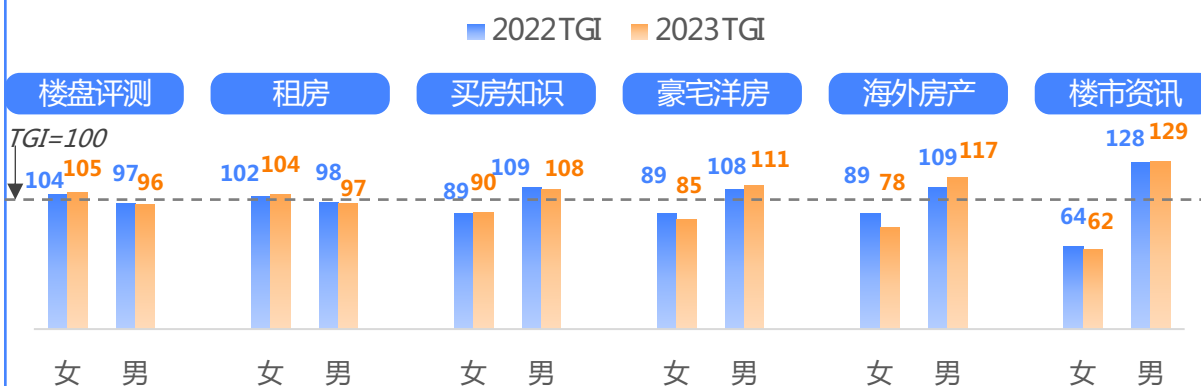


数据来源：巨量算数，2023年1-11月

女性在房产内容消费上更务实

通过抖音房产各类目内容兴趣用户的画像描绘，可以发现兴趣用户中女性占比大部分低于男性，尤其是在楼市资讯、海外房产以及豪宅洋房类内容上。但女性明显对楼盘测评、租房、买房知识类内容有偏好，TGI指标相对较高且持续增长。可见女性更关注与租/购房决策高关联的信息，更加务实。

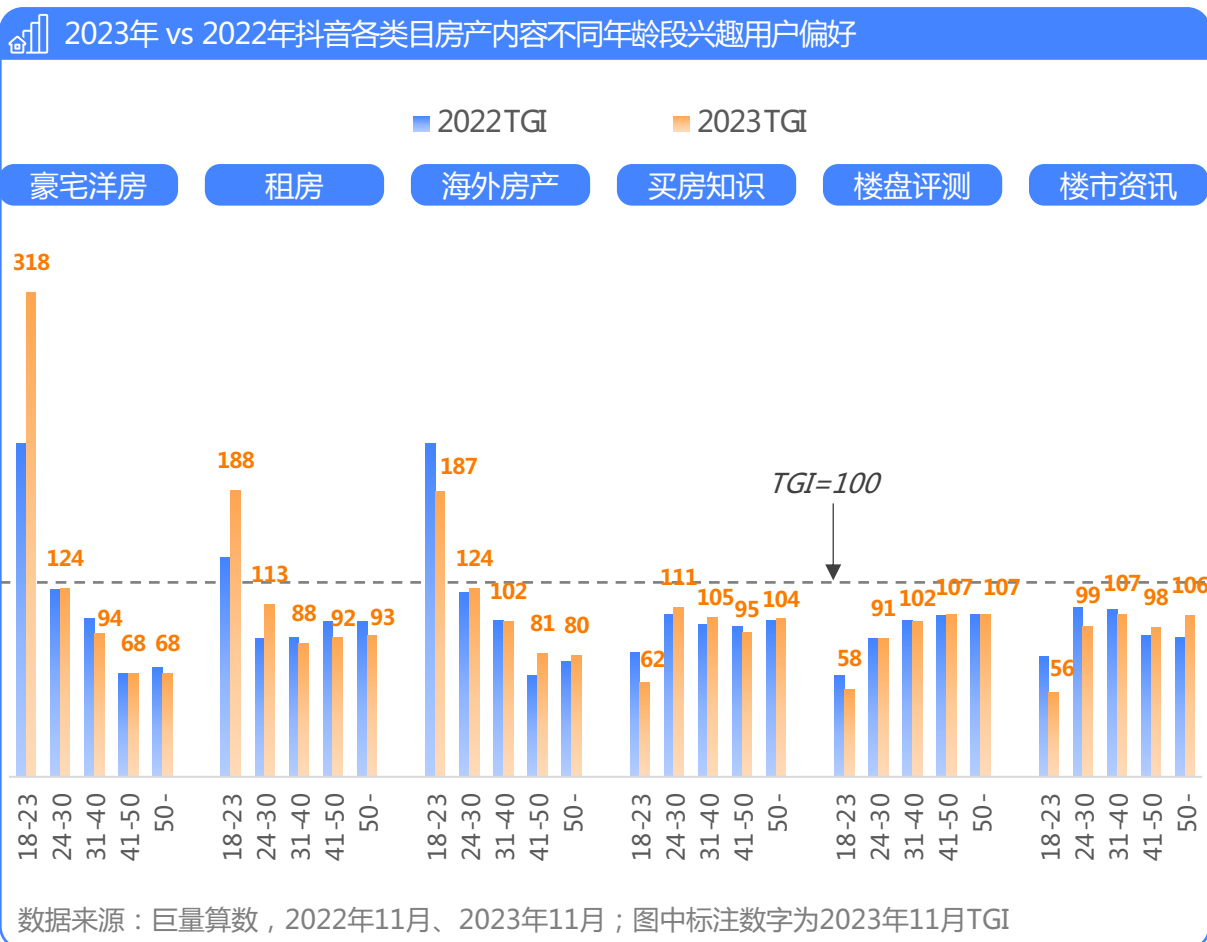
2023年 vs 2022年抖音各类目房产内容不同性别兴趣用户偏好



数据来源：巨量算数，2022年11月、2023年11月

市场调整转型期，30岁以内租房，40岁以上置业相对活跃

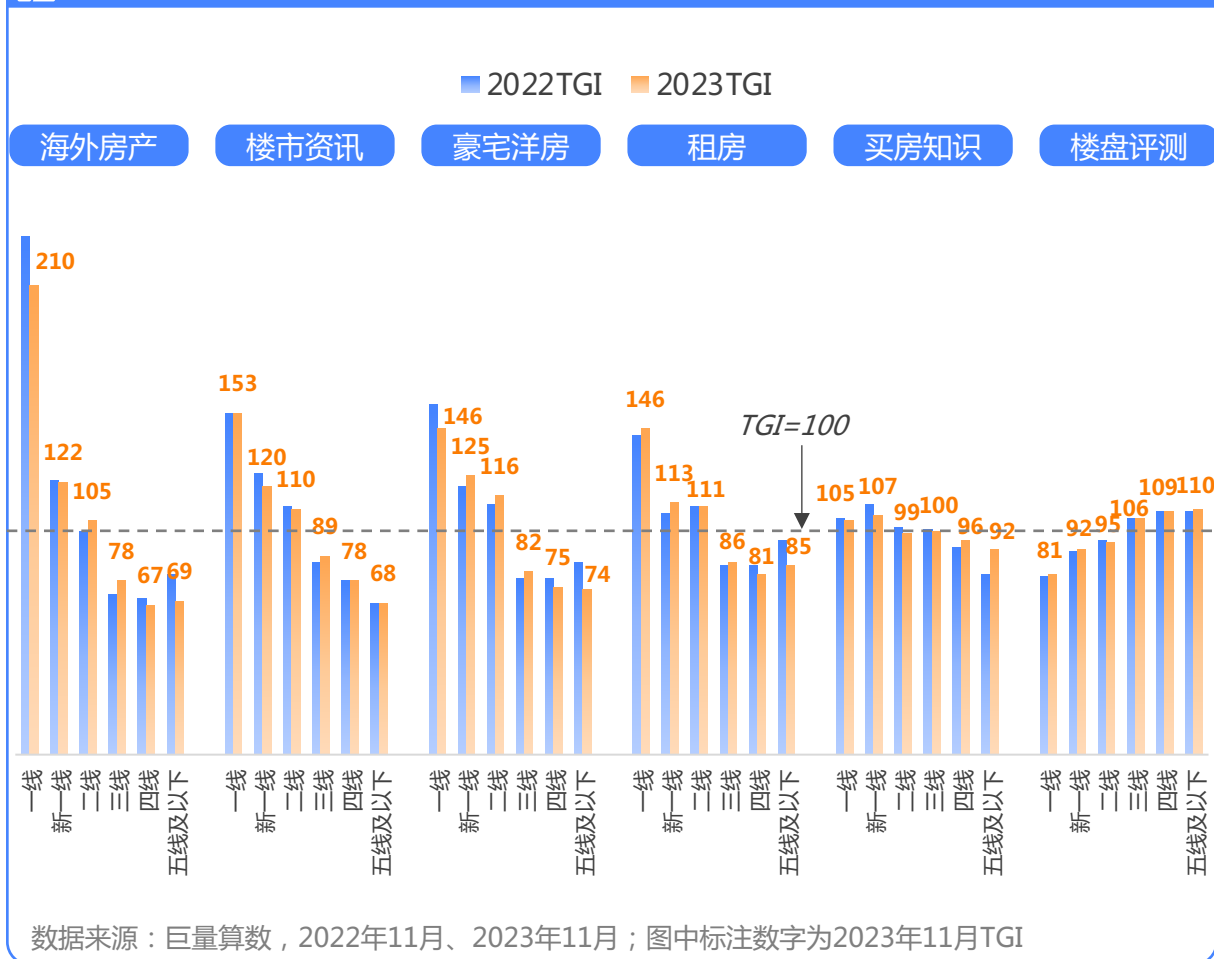
通过抖音房产内容不同年龄段的人群偏好来看，在市场调整转型背景下，31-40岁用户置业趋于谨慎，决策周期长，与购房直接相关的楼盘评测类内容偏好度下降，而转向与买房知识储备，买房知识偏好度上升；40岁以上用户对海外房产、楼盘评测、楼市资讯类内容偏好度增强，在当前时点置业更加活跃，关注资产配置、改善居住和海外投资；18-30岁用户刚毕业参加工作，对租房板块偏好度高，猎奇心态下对豪宅洋房、海外房产类内容表现出偏好，相较18-23岁用户、24-30岁用户买房知识偏好度高，24-30岁开始考虑置业。



一二线城市用户政策敏感，三线及以下城市重交付

抖音房产兴趣用户中，高线城市用户对楼市资讯、海外房产、豪宅洋房、租房类内容偏好度高，由于近期一二线城市政策变化多，用户对资讯关注度高，居住需求更多元化；三线及以下城市用户受房企资金链等问题影响，关注开发商是否国央企、能否按期交付，楼盘评测类内容的偏好度明显高于一二线城市。

2023年 vs 2022年抖音各类目房产内容不同城市级别兴趣用户偏好

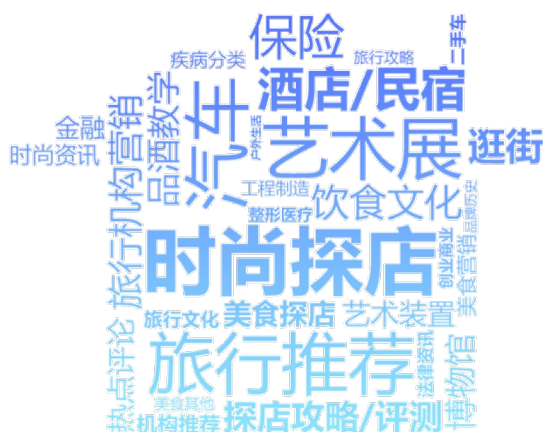


用户兴趣多样，时尚前卫爱生活，抖音搜索成为获取房产信息关键入口

通过抖音房产用户的内容兴趣标签分布，可以发现高频出现时尚、艺术、旅行、酒店、保险、美食等关键词，与目前开发商的产品和服务提升方向契合，反映出新生代房产客群具有高审美能力和明确的生活方式诉求。

在对用户偏好洞察不断加深的基础上，未来破圈营销、优质内容更精准的触达有望持续提升。

2023年抖音房产用户内容偏好标签



数据来源：巨量算数，2023年11月

2023年抖音房产热门搜索词



数据来源：巨量算数，2023年10-12月

而房产用户在抖音的搜索偏好，则表现出偏向实用信息的获取。搜索成为辅助用户决策的重要入口。除部分对豪宅项目的关注以外，大多搜索词指向房价、房改、租房等，与行业现状洞察到的用户对市场和政策关注增强、改善居住/租赁需求增加等直接相关。

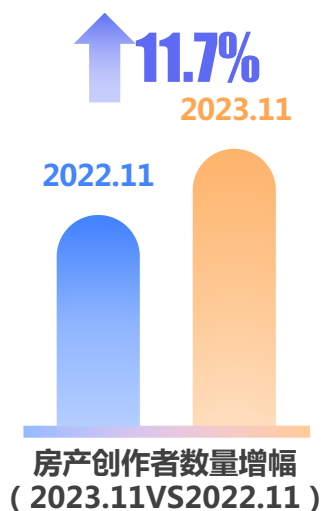


2.3 创作生态： 规模扩大，影响增强，房产达人创作者价值凸显

创作者规模扩大，用户端影响力增强

2023年抖音房产创作者*队伍进一步壮大，与创作者数量提升相对应的是房产创作者覆盖的粉丝量也在持续提升，抖音房产内容的影响力持续增强。

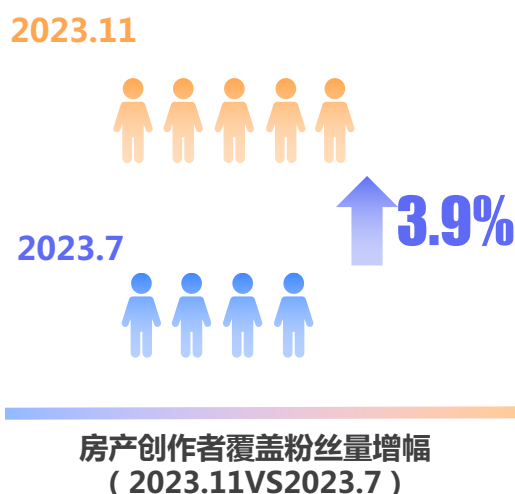
2023年 vs 2022年抖音房产创作者数量变化



*房产创作者：单月发布房产相关视频2次及以上的创作者

数据来源：巨量算数，2022年11月、2023年11月

2023年抖音房产创作者覆盖粉丝量变化

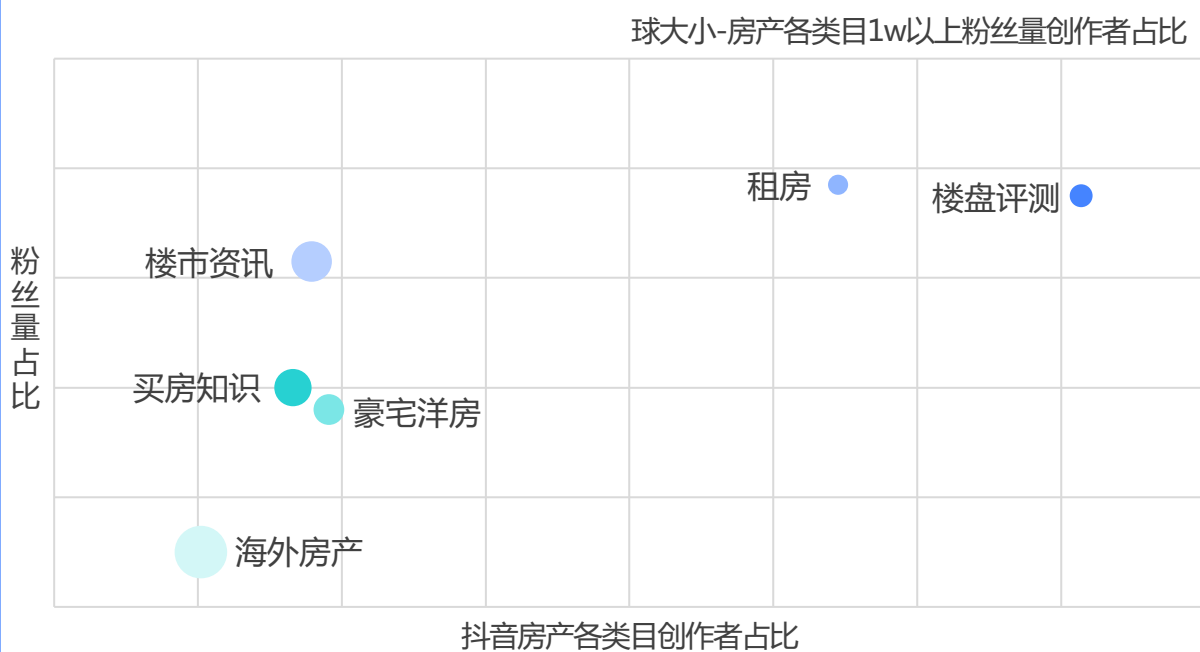


数据来源：巨量算数，2023年7月、11月

资讯与知识类内容再显基本盘价值

从抖音房产不同类目内容的创作生态来看，楼盘评测和租房类内容最接近用户成交，更容易带动用户的互动和兴趣，创作者和粉丝的覆盖率都最高，以量制胜；创作者相对较少的其他几类，高粉丝量级的创作者占比表现突出，尤其是楼市资讯、买房知识类内容粉丝量占比高，表现出较强的吸粉能力，已经成为房产内容可以持续吸引用户的基本盘。

2023抖音房产各类型创作者及粉丝量情况分布



直播开播率提升，资讯知识类及豪宅洋房带看类开播率高

2023年直播形式受到创作者青睐，抖音房产创作者的直播开播率较去年有所提升，其中买房知识、楼市资讯、豪宅洋房相关的创作者开播率较高。资讯知识作为抖音房产内容的基本盘，相关创作者的直播开播率最高，与直播形式结合较好。

2023年抖音房产各类目创作者开播率



增粉突出创作者覆盖广，创作生态健康多元发展

在抖音线上经营的效果开始凸显，出色的房产创作者年度增粉直逼百万量级。其中开发商类的金地物业增量显著；生活方式达人探家，引导对美好居住生活的向往；媒体人提供楼市资讯；经纪人指导购房/提供选房服务。类型多样，百花齐放。

2023年抖音房产粉丝增量TOP代表创作者

@金地智慧服务

2023粉丝增量
70万+

金地集团旗下物业服务企业号，通过企业号记录金地物业优质服务业主的暖心故事，为金地品牌打造良好口碑。

@文言说房

2023粉丝增量
50万+

媒体人，以新闻资讯为核心，涉及房地产政策、人口趋势、城市解读、购房知识等板块。

@100个中国女孩的家

2023粉丝增量
40万+

记录100位中国女孩的美好空间与态度主张，引导大众生活方式、领先生活场景展现，前瞻性探讨未来居住创新模式与空间。

@茂茂优选好房

2023粉丝增量
30万+

房产经纪人，坐标广东江门，带看房源、帮选房，短视频以新盘、二手房推荐为主，少量买房知识、楼市资讯。

数据来源：巨量算数，2023年1-11月

企业号创作者直播最积极，线上营销需求强力度大

2023年抖音房产领域直播最积极的创作者以楼盘评测、楼市资讯类为主，多为经纪人、渠道/平台类企业号。而且明显关联一二手住宅供应量较大的城市，如武汉、天津、广州和南京等。直播已经成为不可或缺的线上营销拓客手段。

2023年抖音房产有效直播场次TOP代表创作者

@程程好房

2023有效直播场次
1500+

从业11年，专注于武汉市场推荐房产，经纪人，提供楼盘评测及价格表、实景带看楼盘等。

@天津365淘房

2023有效直播场次
1400+

垂类平台，2002年成立、深耕天津地产22年，基于天津市场进行政策解读、板块价值解析、土拍跟踪、楼盘评测等。

@南京楼市百事通

2023有效直播场次
1300+

经纪人，坐标南京，每天固定时段直播，涉及楼市资讯、楼盘评测、买房知识等板块。

@越秀·白云·星汇城

2023有效直播场次
800+

企业矩阵账号，每天固定时段直播、官方线上直营，可留资购房，短视频发布项目信息、优惠资讯以及少部分买房知识。

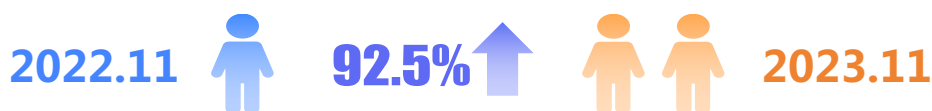
数据来源：巨量算数，2023年1-11月

房产达人增速高，用户粘性高，具备良好的销售转化条件

2023年抖音房产创作者的影响力增强还表现在：房产达人数量大幅增加，影响力和粉丝粘性仍在增强。达人创作者凭借更强的专业能力、更优质的内容输出，吸引了用户更多关注。达人短视频和直播间占比较小但却撬动了相对高占比的用户关注，短视频条均播放和互动、直播的场均增粉和互动都优于抖音直播平均表现。

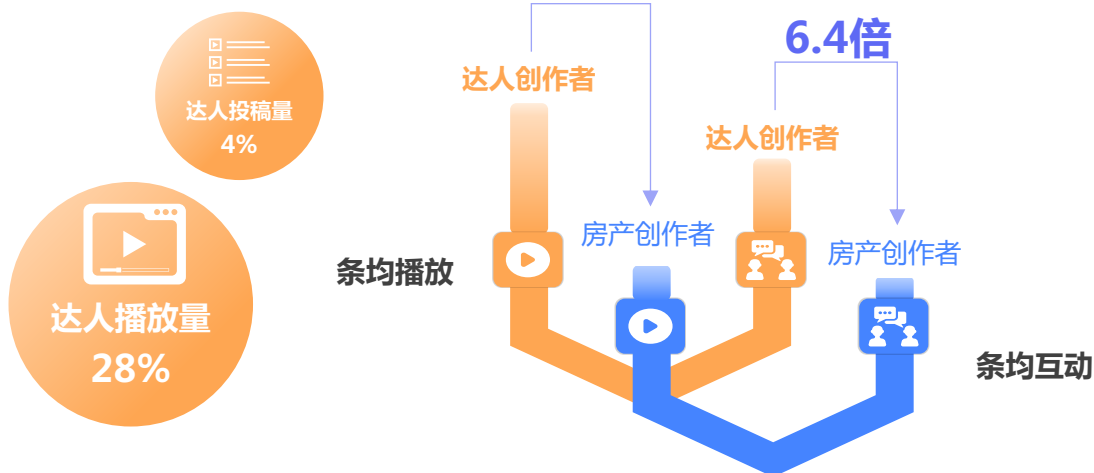
2023年 vs 2022年抖音房产达人数量、短视频&直播表现

达人数量



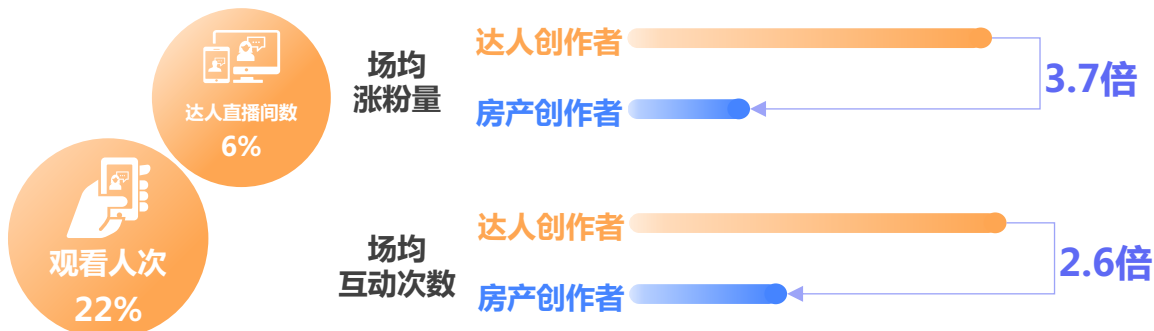
数据来源：巨量算数，2022年11月、2023年11月

短视频表现



数据来源：巨量算数，2023年1-11月

直播表现

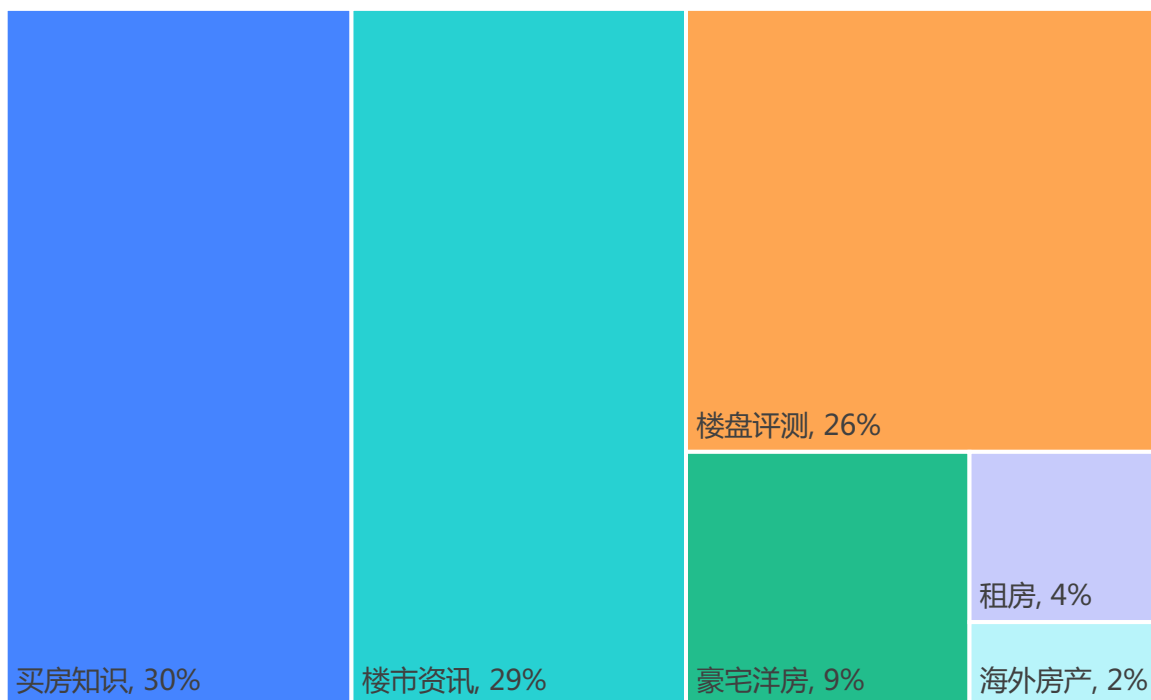


数据来源：巨量算数，2023年1-11月

媒体人、设计师和经纪人等房产达人成为粉丝量顶流

抖音房产粉丝量热门达人以买房知识、楼市资讯及楼盘评测为主，部分豪宅探家、生活方式引导，内容优质、视角独特有个性。

2023年抖音房产内容粉丝量TOP100达人分布



数据来源：巨量算数，2023年1-11月

2023年抖音房产粉丝量热门达人代表

[@大哲](#)

粉丝量
440万

设计视角，全国视野，带看豪宅，关注内部空间设计、生活场景实现。

[@财可夫斯基](#)

粉丝量
400万

财经类自媒体，热点新闻资讯为主，涉及房产板块相关政策、新闻等。

[@纳哥房产](#)

粉丝量
330万

房产经纪人，坐标杭州，带看房源、帮选房，短视频以豪宅为主、展现生活方式。

[@地产酵母](#)

粉丝量
120万

房产经纪人，深耕地产16年，涉及北京、三亚等城市，以优化资产、客户服务为主，短视频以楼市资讯、买房知识及新房/二手房楼盘评测为主。

数据来源：巨量算数，2023年1-11月

媒体人/垂类平台/经纪人类达人的内容播放量突出

抖音房产内容播放量热门达人聚焦楼市资讯、购/租房类信息和知识分享。或如安居客/自如企业号，自带头部品牌效应；或深耕某类内容某个城市，以具有纵深的优质内容持续吸引用户观看。

2023年抖音房产内容播放热度典型达人

@聊一波@王波明

2023播放量
4.1亿次

《财经》杂志总编辑，专注于经济政策研究，与房产板块相关政策解读，如人口生育、产业经济、购房政策等。

@安居客

2023播放量
3.8亿次

企业账号，安居客官方账号，重点发布买房知识、楼市资讯。

@信阳买房避雷针

2023播放量
2.8亿次

经纪人，坐标河南信阳，涉及新房、二手房，主要发布买房知识、楼盘评测及楼市资讯，为信阳选房客户提供服务。

@自如官方宠粉号

2023播放量
0.8亿次

自如全国官方账号，视频发布以租房小知识为主，重点面向一二线城市年轻人、租房高需求客群。

数据来源：巨量算数，2023年1-11月

更直接支持购房决策的房产达人直播看播人次更多

抖音房产直播看播人次热门达人以楼市资讯、买房知识为主，大部分为经纪人，少部分企业矩阵中的新房项目官方账号。偏向更直接支持购房决策。达人凭借强大的带货能力，直接助力项目销售，进一步拓宽房产销售渠道。

2023年抖音房产直播间看播热度典型达人

@杨老师客观聊楼市

2023看播人次
4900万人次

房地产16年从业经验，开发商工作8年，专业角度解读楼市资讯、购房政策、买房知识。

@刚哥——资产配置

2023看播人次
4900万人次

房产矩阵账号50+，涉及房产达人孵化、全国房源团购/选房、楼市资讯、买房知识等板块。

@北京安家攻略

2023看播人次
2600万人次

经纪人，深耕环京燕郊/大厂市场，讲解买房/落户知识、楼市资讯、新房楼盘评测。

@北部万科城

2023看播人次
700万人次

企业号，房产矩阵账号，坐标广东清远，直播重点介绍项目配套、产品品质、精装样板间云带看等，短视频重点为买房知识、楼盘评测。

数据来源：巨量算数，2023年1-11月

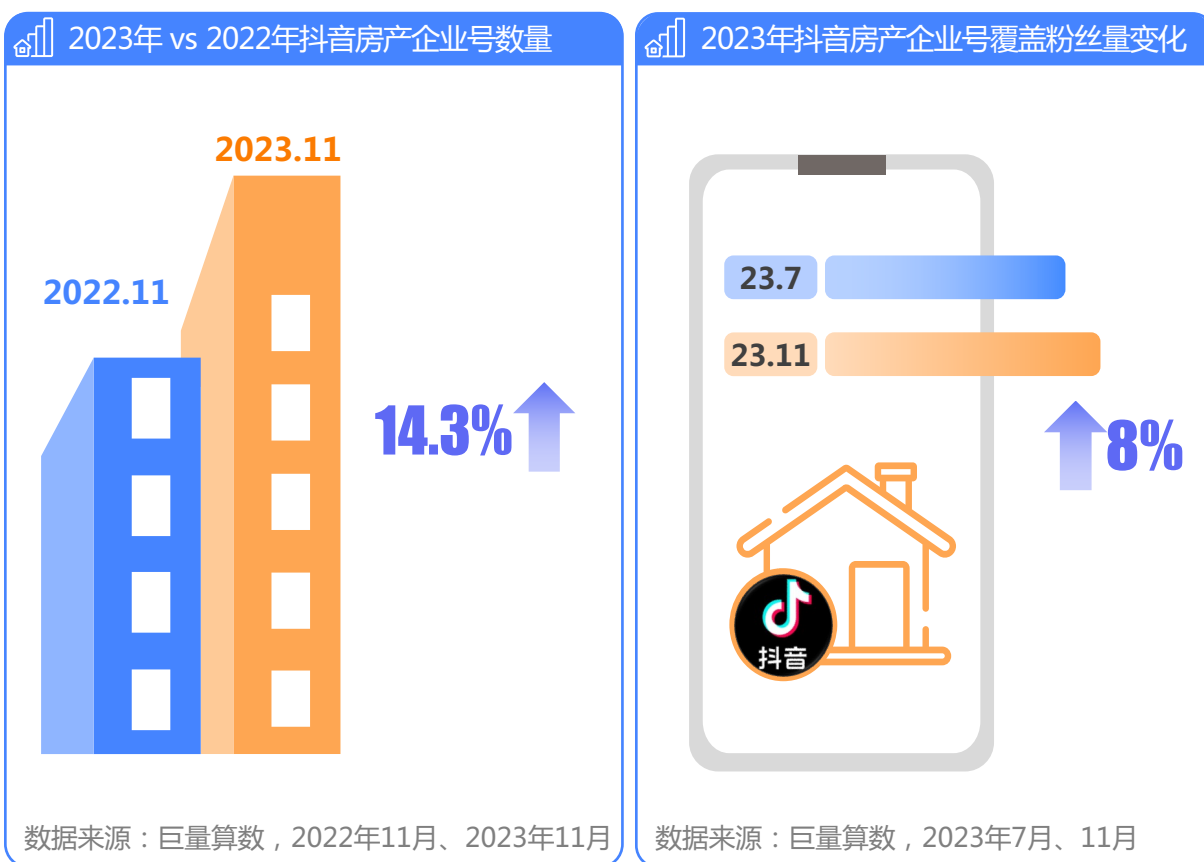


2.4 企业生态：

房企加速线上布局，私域发展进入新阶段

企业经营持续线上化转移，私域获取见成效

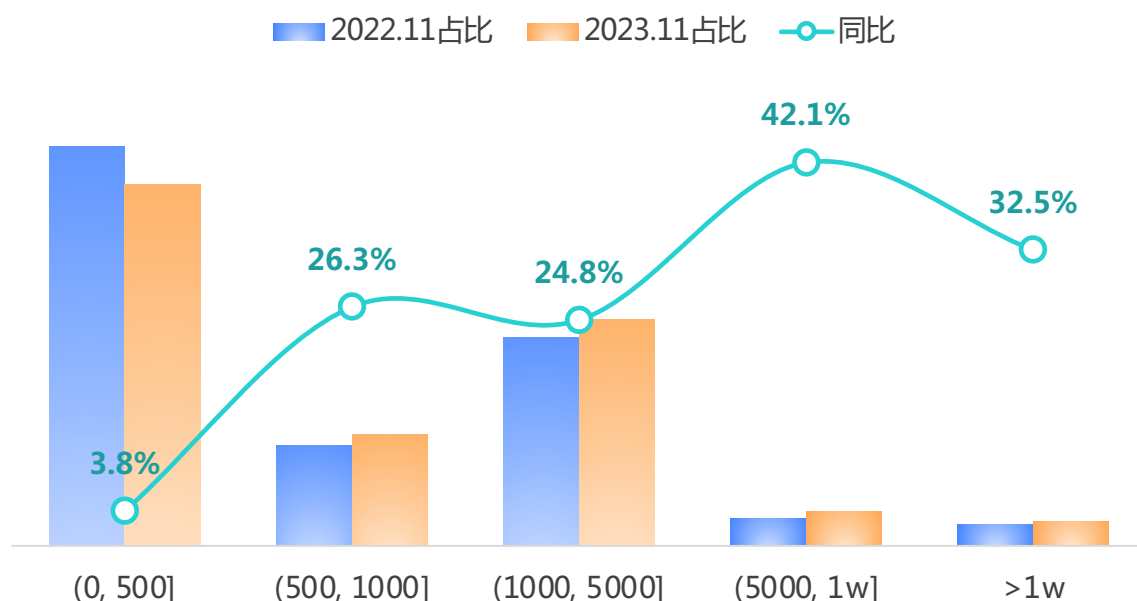
抖音房产创作生态中的一个重要组成部分-企业号在2023年的表现亦可圈可点：第一，房产企业号数量及其覆盖粉丝数量都表现出稳定增长。



第二，房产企业号整体结构优化，粉丝数量500以内、1000-5000的企业依然是中坚力量，但高粉丝量级企业号占比扩大。5000以上粉丝的企业号数量同比增速最为突出。

随着房地产行业经营的持续线上化转移，开发商和渠道均加大线上经营力度，在私域沉淀方面取得明显成效。

2023年 vs 2022年抖音各粉丝层级房产企业号数量及变化



数据来源：巨量算数，2022年11月、2023年11月

渠道机构、平台、分销商等类型的企业号加速线上获客

通过抖音房产企业号2023年的入驻和私域经营表现，可以看到：渠道机构覆盖面最广，其他房地产、综合服务平台和分销商的高粉丝量级账号较多。经纪人群体占据了绝大部分的企业号及其粉丝，线上获客成为常态。

2023年抖音房产企业号分类账号量



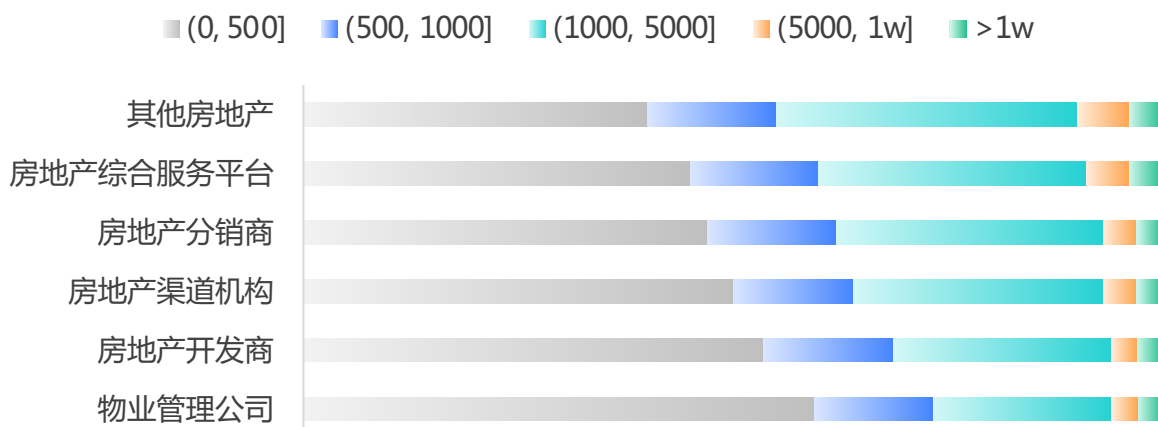
数据来源：巨量算数，2023年11月

2023年抖音房产各类企业号覆盖粉丝量



数据来源：巨量算数，2023年11月

2023年抖音房产各类企业号覆盖粉丝量分布

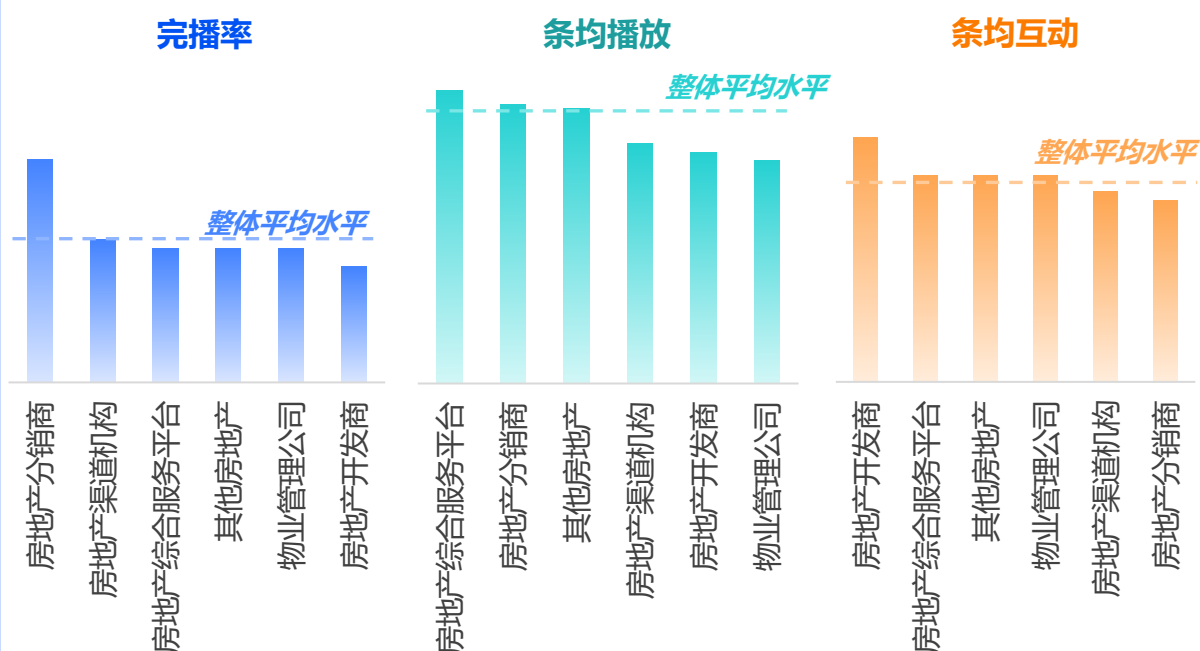


数据来源：巨量算数，2023年11月

不同类型企业号短视频内容表现各有千秋

通过对比抖音各类房产企业的线上经营动作，可以发现：房地产分销商的内容完播率最高、且远超整体平均水平，以优质内容获取用户的高认可；综合服务平台、分销商、其他房地产条均播放突出，有吸引力的内容激发用户兴趣，广泛获客为成交转化积蓄力量；而开发商的条均互动量最大，用户对品牌关注度高，深度互动交流促进品牌影响力深入人心。

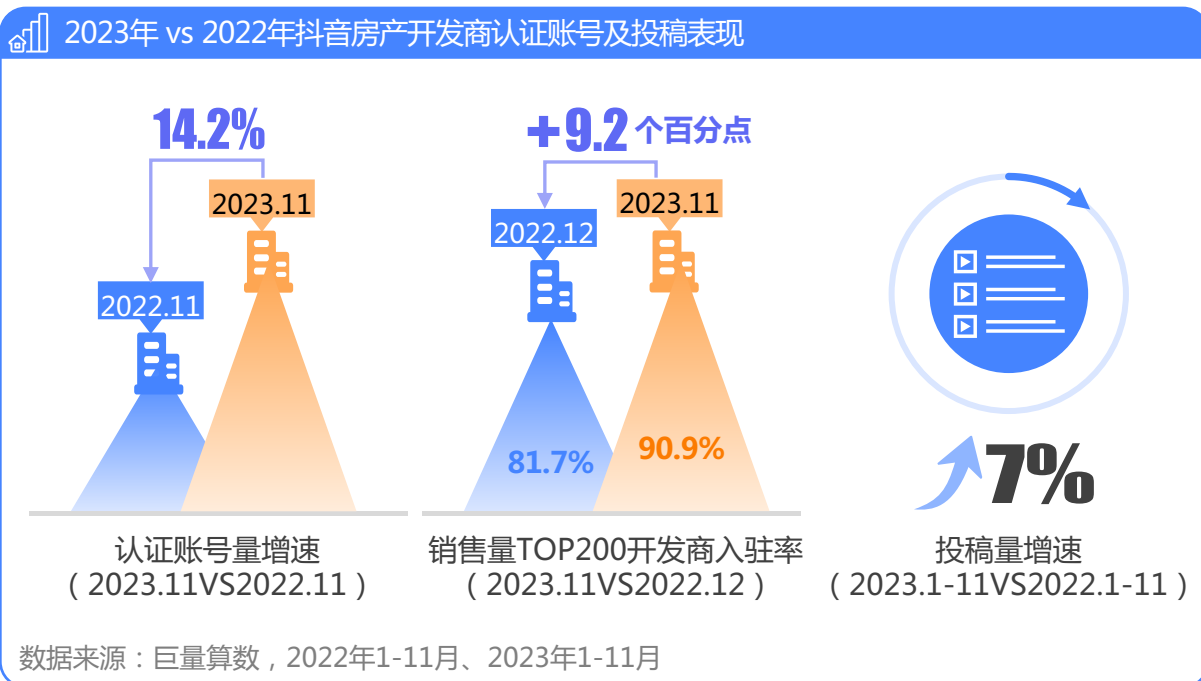
2023年抖音房产各类企业号投稿内容表现



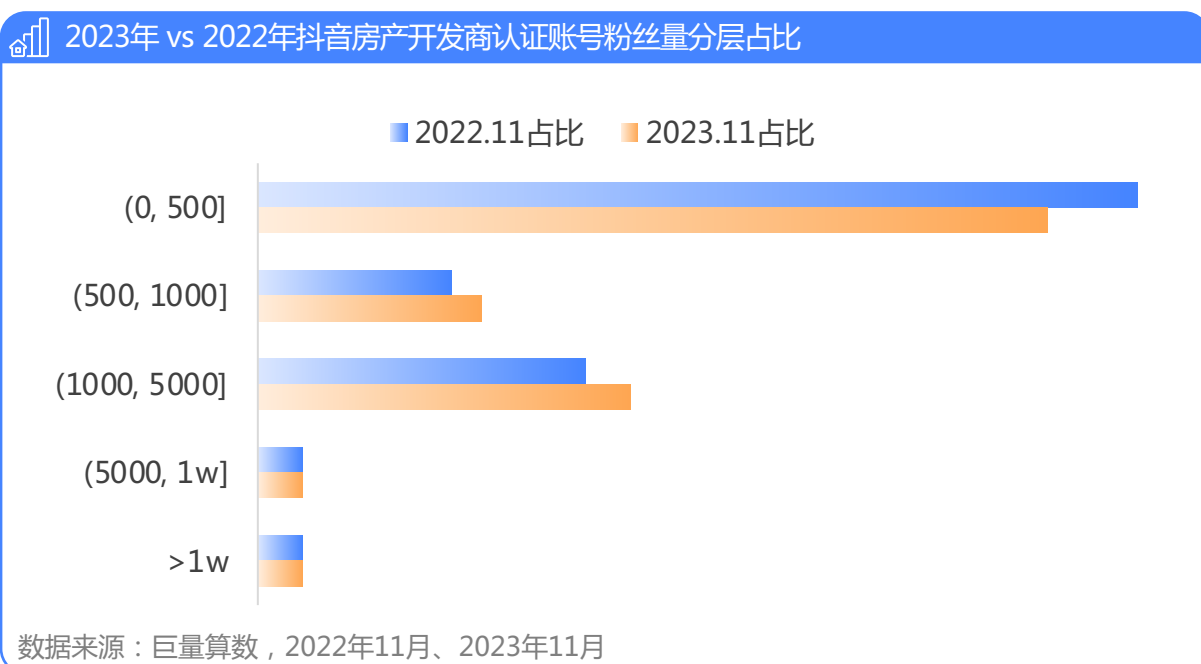
数据来源：巨量算数，2023年1-11月

开发商私域经营常态化，抖音房产平台成为线上有效经营阵地

2023年抖音房产开发商认证账号、投稿量双增，截至2022年底销售量TOP200开发商入驻81.7%，截至2023年11月，这一数值已经提升至90.9%，在抖音的私域经营已经成为开发商营销的标准动作。



同时，从粉丝量分层结构来看，500-5000粉丝量级的账号占比提升明显，开发商的私域流量结构优化。越来越多企业账号的私域流量池开始沉淀，用户粘性在增强。



开发商的线上品牌影响力开始形成，头部流量聚集

2023年抖音房产用户的品牌搜索次数大幅增加，市场调整转型期品牌关注度提升。

销售量头部开发商发力明显，投稿量增幅超过企业号平均水平，播放量也同步增长，头部流量聚集明显；认知格局相对稳定，流量TOP20开发商的品牌关键词搜索量维持在70%以上，TOP10中有9家排名没有变化。

2023年 vs 2022年抖音房产开发商品牌搜索次数



81%

开发商品牌
搜索次数

数据来源：巨量算数，2022年1-11月，
2023年1-11月

2023年 vs 2022年抖音房产头部开发商认证账号短视频表现



9个百分点

头部开发商认证账号
投稿量占比

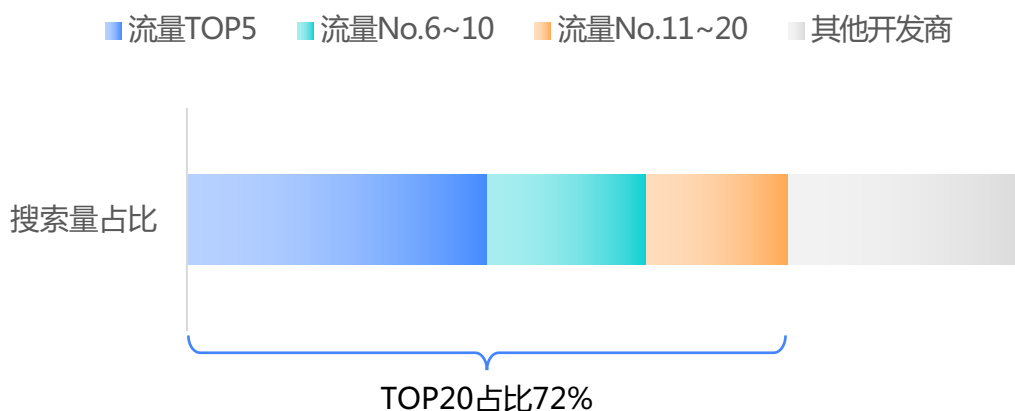


7个百分点

头部开发商认证账号
播放量占比

数据来源：巨量算数，2022年1-11月、2023年1-11月

2023年抖音房产开发商品牌关键词搜索量占比

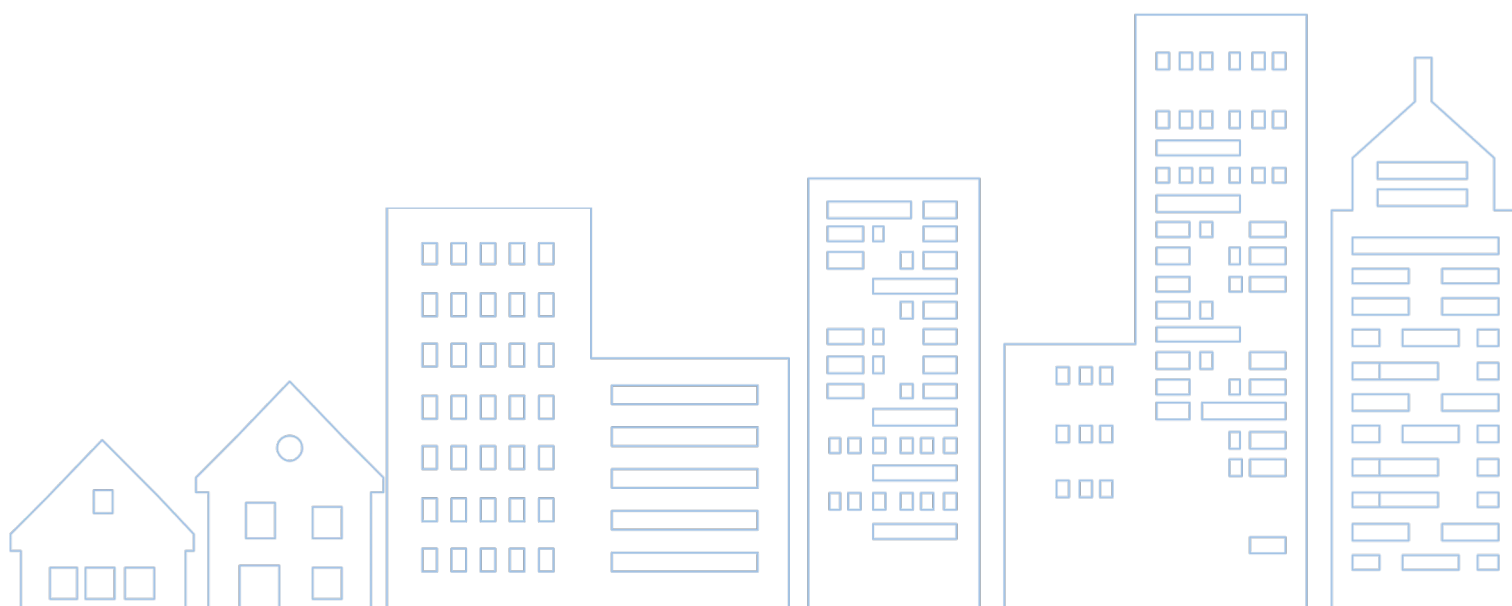
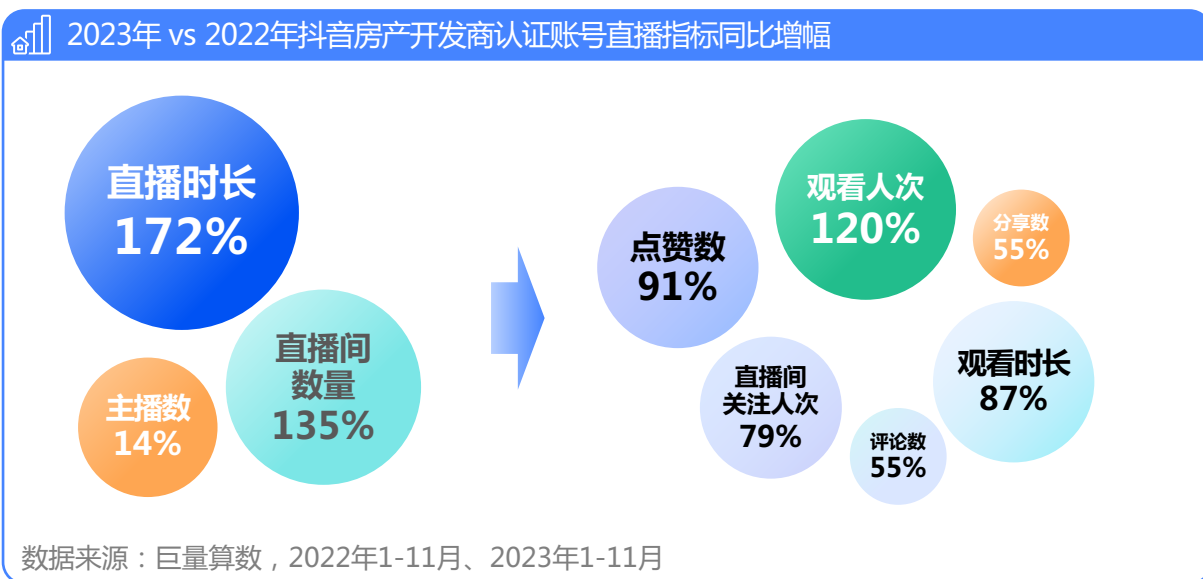


数据来源：巨量算数，2023年1-11月

开发商企业号直播经营大幅提升，头部开发商发力明显

2023年抖音房产开发商认证账号的直播间数量、直播时长均表现亮眼，增长超过100%；对应的直播观看人次、观看时长、关注人数等用户反馈数据也有大幅增长。

销售量头部开发商的直播场次占比提升21个百分点、看播次数占比提升24个百分点。



03

向阳而生， 开启经营转化新征程



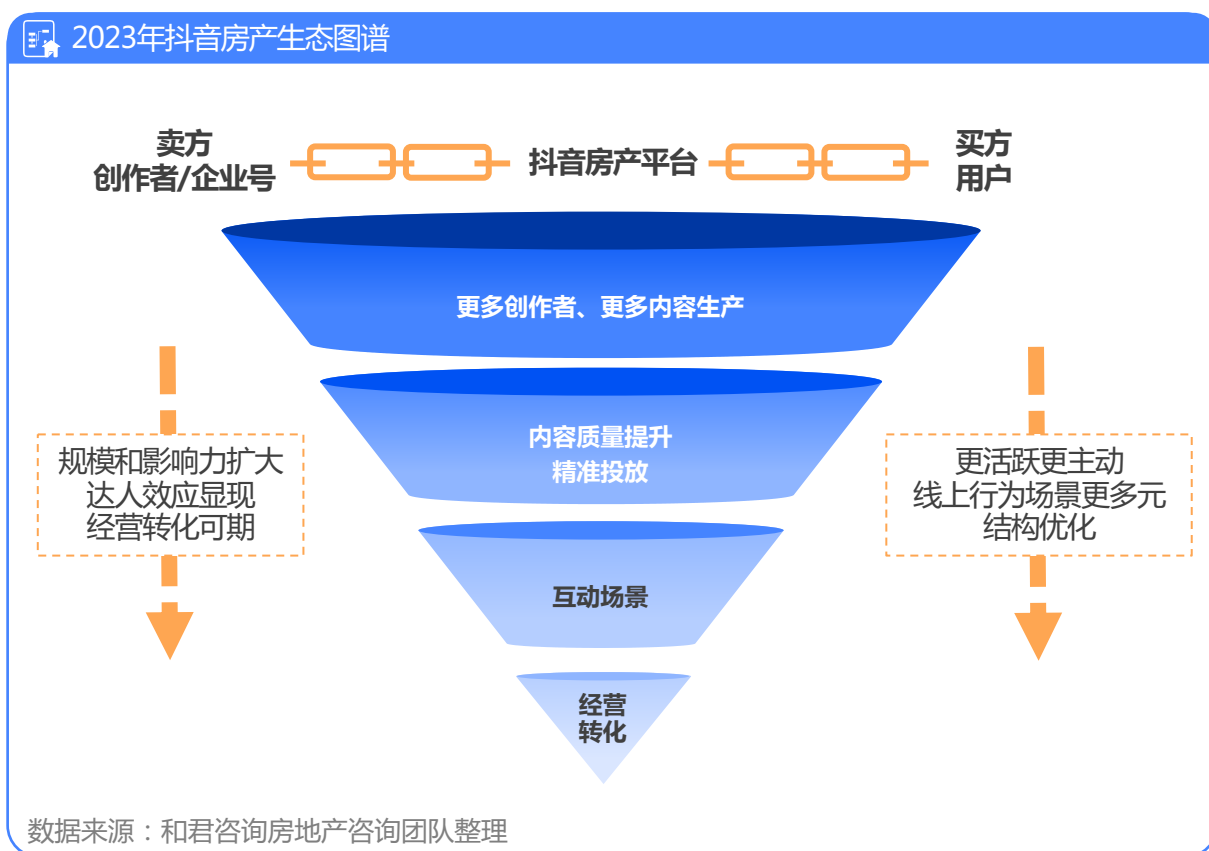


3.1 生态基础：

生态图谱持续完善，平台有效链接买卖双方

生态图谱明晰，链接买卖双方，提质促转化

2023年抖音房产生态进一步丰富完善，在更多优质内容更多元场景刺激下，用户粘性增强、深层转移，静水深流孕育新机。



内容生态趋于成熟，成为促转化的有力推手

2023年抖音房产板块的内容生态趋于成熟，各内容类目相互配合补充，促进从获客到用户成交转化的链条完善。楼盘评测和租房类内容为主要的信息平台，辅助客户租售决策；总量较小的楼市资讯和买房知识类内容，增强视频和直播内容的互动，提高客户粘性；总量更小的豪宅洋房和海外房产类内容，主要形成生活方式话题，打开破圈获客的格局。

		租售用户成交转化 流量型信息平台		转为房产粉丝 吸粉型优质 专业知识平台		扩大获客面 话题型 生活方式引导	
指标		楼盘评测	租房	楼市资讯	买房知识	豪宅洋房	海外房产
内容生态	投稿量	40%	30%	5%	10%	5%	5%
	播放量	40%	20%	10%	5%	5%	5%
	条均播放	20%	20%	40%	40%	20%	40%
	条均互动	15%	15%	35%	40%	20%	40%
	1min以上视频播放量占比	15%	10%	30%	40%	20%	40%
	创作者开播率	15%	20%	25%	30%	20%	10%
用户生态	直播看播人次占比	25%	5%	25%	20%	5%	5%
	兴趣用户占比	30%	20%	10%	10%	5%	5%
创作生态	兴趣用户点赞3次以上占比	20%	30%	25%	25%	20%	10%
	创作者占比	30%	25%	5%	5%	5%	5%
	1w以上粉丝的创作者占比	5%	5%	5%	5%	5%	5%
	粉丝渗透率	30%	30%	25%	20%	20%	5%

数据来源：巨量算数，2023年1-11月

抖音房产平台多路径全方位精准捕捉用户偏好，提供匹配的交易信息服务和专业知识引导，塑造新一代用户消费模式和认知心智，支撑经营转化。

数据来源：巨量算数，2023年1-11月



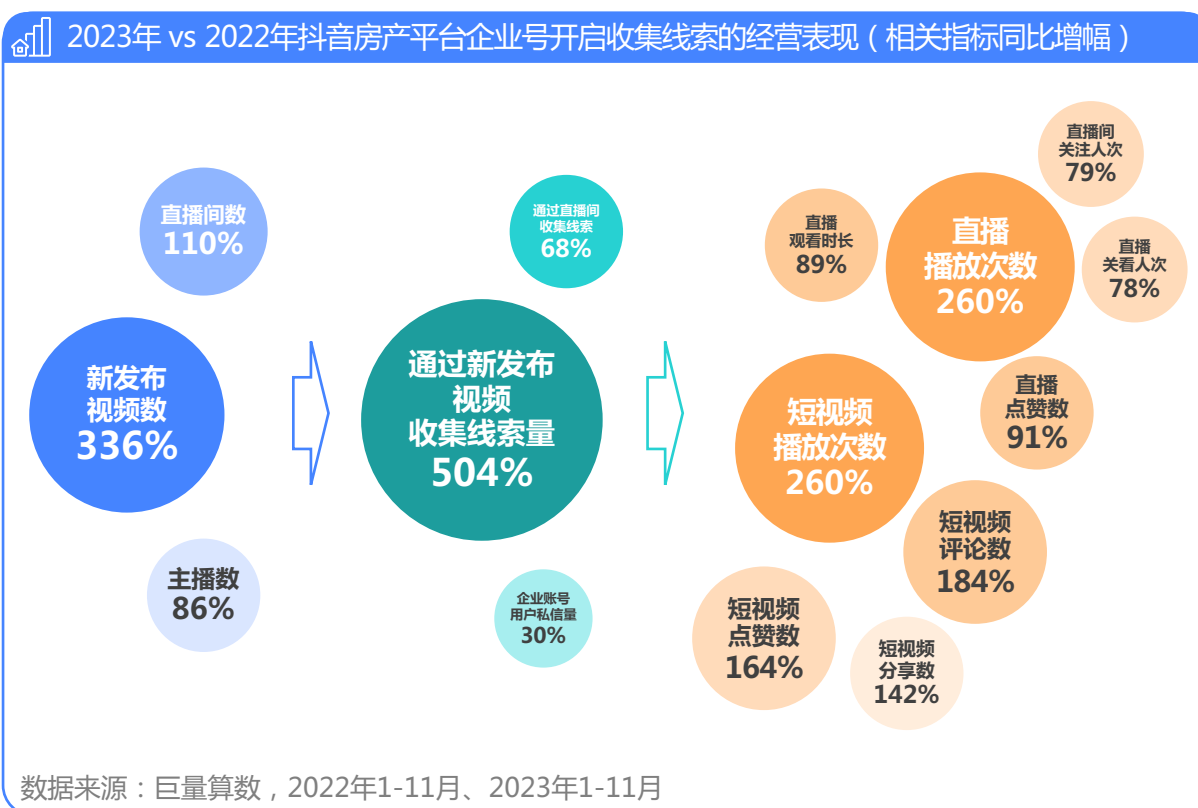
3.2 经营价值：

依托生态深度和矩阵力量，精细化运营助力矩阵经营见成效

线索收集管理和私信环节取得突破，矩阵经营见成效

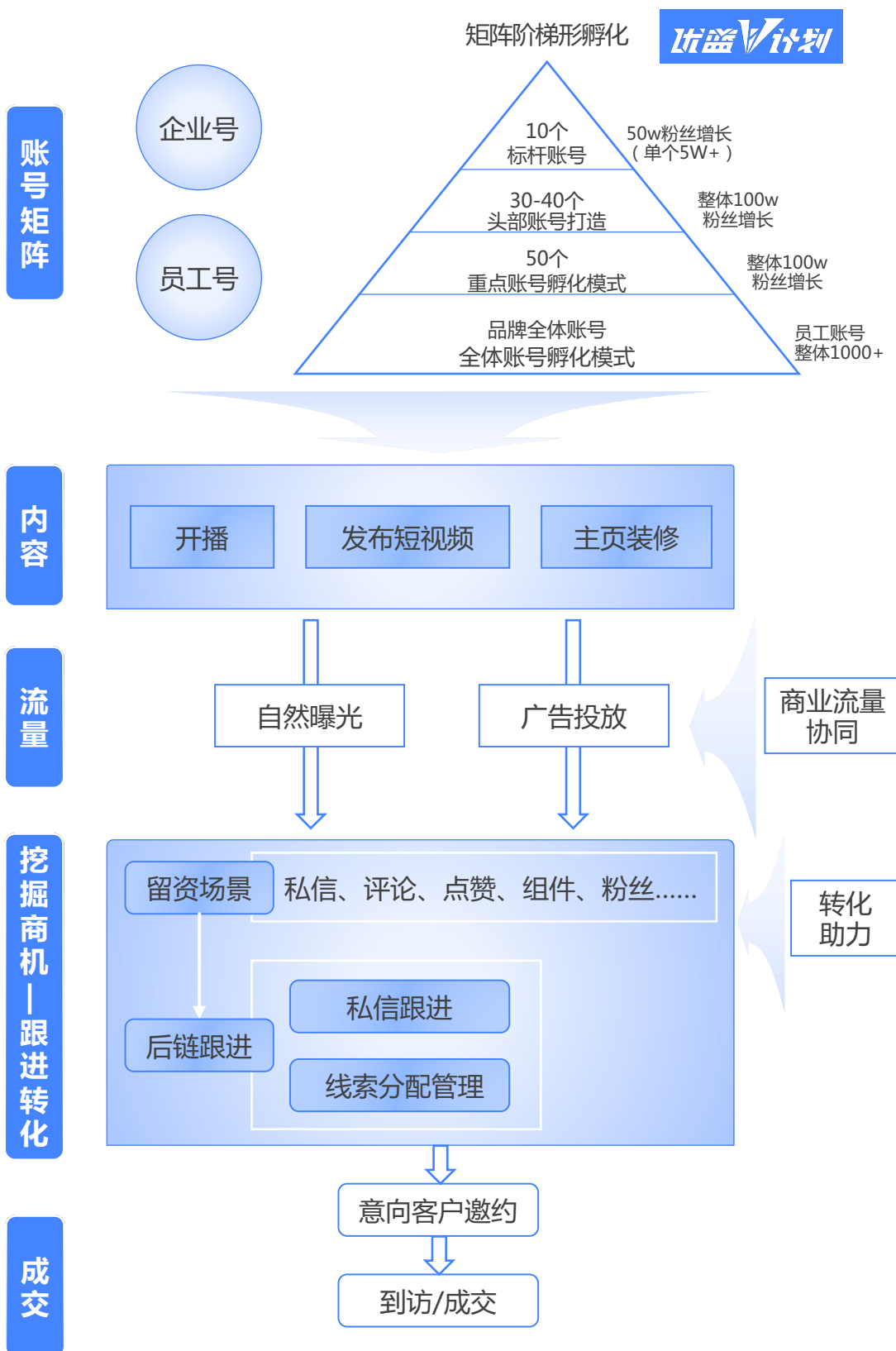
2023年市场充满不确定性，企业线上经营的需求和优势进一步凸显，整个生态的经营角色加深，经营价值开始显现。

更多的企业号及其视频、直播间、主播开启了线索收集，线索收集量、企业号获取的用户私信量也随之增长，从用户触达朝向最终的成交转化迈进了一大步。



为客户提供一站式线索经营能力，矩阵经营链路日趋成熟完善，助力企业创新营销探索、提高成交转化。

抖音×幸福里矩阵经营链路



数据来源：抖音房产平台

助力客户数字化经营管理策略升级



矩阵孵化：贝壳集团矩阵化阵地经营，全国经纪人转战线上短视频&直播获客

贝壳集团通过“体系化培养+赛马激励+打造标杆案例+规模化复制+科学管理”，打造贝壳专属阵地营销方案。

案例：贝壳集团“银河计划”

银河计划×优蓝计划落地，打造经纪人超级战队

- ✓ 短视频+直播双板块扶持，帮助贝壳经纪人达人粉丝规模、视频运营、直播运营、线索获客全方位能力提升



经营能力提升

- ✓ 经纪人抖音主页、视频能力、直播能力、引流效果明显提升

有效开播数
9.8万+场

矩阵粉丝量
3000万+

粉丝万级以上
达人
300+个

视频投稿量
55万+条

线上线索获客能力增强

- ✓ 贝壳房云店月均商机量持续增长，矩阵达人呈现头部效应，TOP经纪人商机量月均过千

目前矩阵整体月度商机量
10万+条

目前TOP达人月度商机量
2700+条

数据来源：抖音房产平台，2023年1-12月

矩阵孵化：越秀地产企业号矩阵搭建从0到1，构筑线上第二增长曲线

越秀地产2023年重点布局矩阵经营建设，通过总部统筹+区域协同，从0到1快速扩大企业号和员工号规模，升级长效数字化经营策略IP，加强常态化运营管理，线索获客效率显著提升，实现降本增效。

案例：越秀地产矩阵经营



常态化运营：分销商上海中图元正短直双开，批量线索，私信导私域

中图集团矩阵经营，多平台分发，人人都是流量生产者，“素人”+去“IP”化打法，紧跟流量、持续发布，批量产出线索，形成成熟的私域运营体系。

案例：上海中图元正矩阵经营

矩阵经营，总结方法论

- ✓ 矩阵搭建、主播孵化、快速起号成熟
- ✓ 总结出一套脚本sop、直播话术sop、场景体系sop、账号内容结构sop、破流量层级方法论等



获客链路——短视频+直播

短视频私信留电

单一账号月均获客
500+

直播-批量线索

- ✓ 同城IP号直播
- ✓ 成熟场景复制

私域运营体系

领资料/进社群+ zdq4695..
252 群成员, 25名群成员在线

群公告
需要领取购房资料/加入买房讨论群, 请添加: zdq469518

群成员
聊天相册 分享内容

管理群成员
抖房张大强 群主 助理

旅居地产账号
每日私信导私域
50+

抖房买房社群【院子6】(484)
He
哪个小区?
2月15日 下午15:47
Z C
181*8600?

头部旅居账号表现突出

单日
私信导私域
50+

单日
获客稳定
50+

破流量层级
单日获客
550+

数据来源：抖音房产平台，2023年

节点直播：自如城市租房直播间创新营销探索，短期爆量、快速见效

自如集团统筹，上海团队通过官方账号试播开播，0冷启动期，快速见效。企业号矩阵、优质内容、有效投流及线索跟进，实现降本提效，实现直播间线索到成交高转化率。

案例：自如模式直播营销

企业号矩阵 集团统筹，上海区域为试点



内容优质 直播频次高，节奏优，福利多，运作成熟

- ✓ 直播团队外包，主播成熟
- ✓ 账号&直播间装修效果佳
- ✓ 高频、超长节奏，日播6h+
- ✓ 大小场协同，提升直播效率

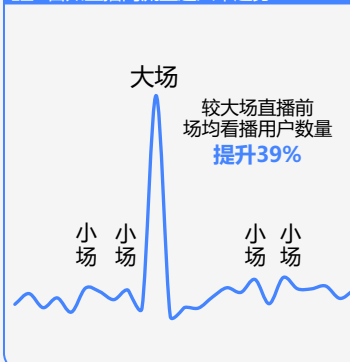


- ✓ 单城官方直播间打造，聚合品牌最大福利

累计获客
7万+组

单场
直播获客
8000+组

自如直播间流量进入率趋势



自如819超级锦鲤日



线索获取/跟进 成熟线索跟进链路，直播间线索快速跟进促成

1城1官号开播→线索汇总→经纪人分发→跟进



有效投流 开播即开投，定向核心城市 快速找到有效流量

- ✓ 100%表单提交投流
- ✓ 城市精准人群定向
- ✓ 专业主播流量承接

单账号月均线索
4000+条

数据来源：抖音房产平台，2023年

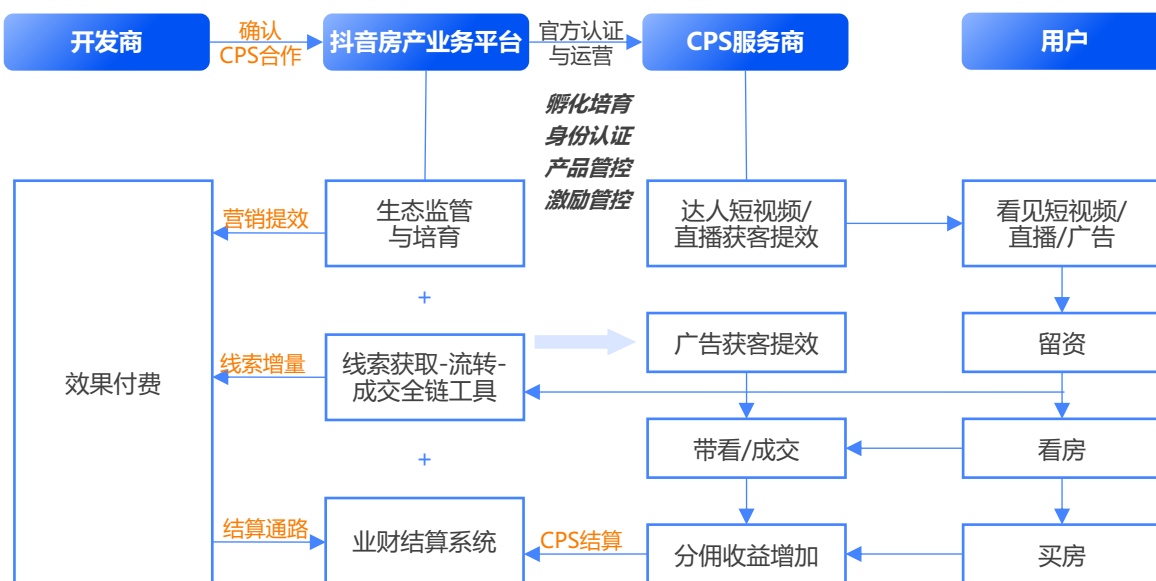
CPS联动开发商、服务商、达人、用户搭建房地产行业新的成交链路

2023年抖音房产平台加快创新CPS (cost per sales) 业务模式，帮助服务商和达人在抖音卖房，开发商按成交付费。促成达人优质内容变现，提升用户线上购房体验。

抖音×幸福里CPS模式介绍



现阶段CPS模式细节业务链路



2023年1-12月CPS全国业绩表现

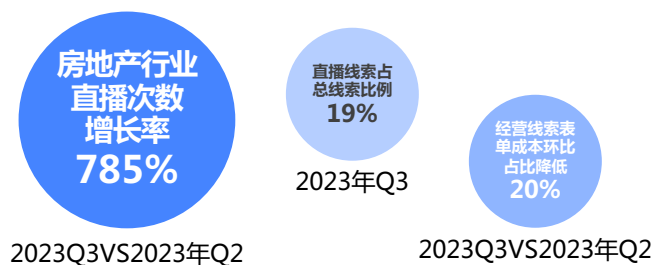


数据来源：抖音房产平台

以北京为例，2023年抖音房产平台以直播作为重要战场，通过线索经营，提升获客效率降低获客成本，出色达成CPS目标，助力开发商实现影响力和成交力双赢。

案例：2023年北京CPS成效——直播为主要战场，直播场次和获客有提升

全行业经营线索增量



主力角色成长-服务商/分销/中介+达人/经纪人/开发商



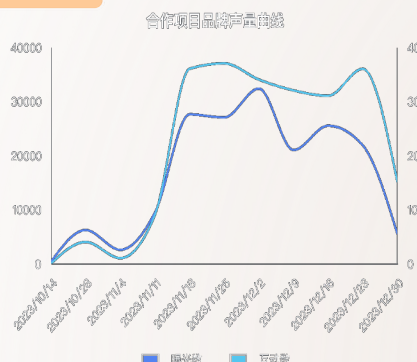
开发商影响力与成交力双赢

人群影响力破圈

直播场次 **600+**

累计触达人次 **450万+**

品牌声量突破



数据来源：抖音房产平台

04

未来可期，
有限之中创无限





4.1 市场面：

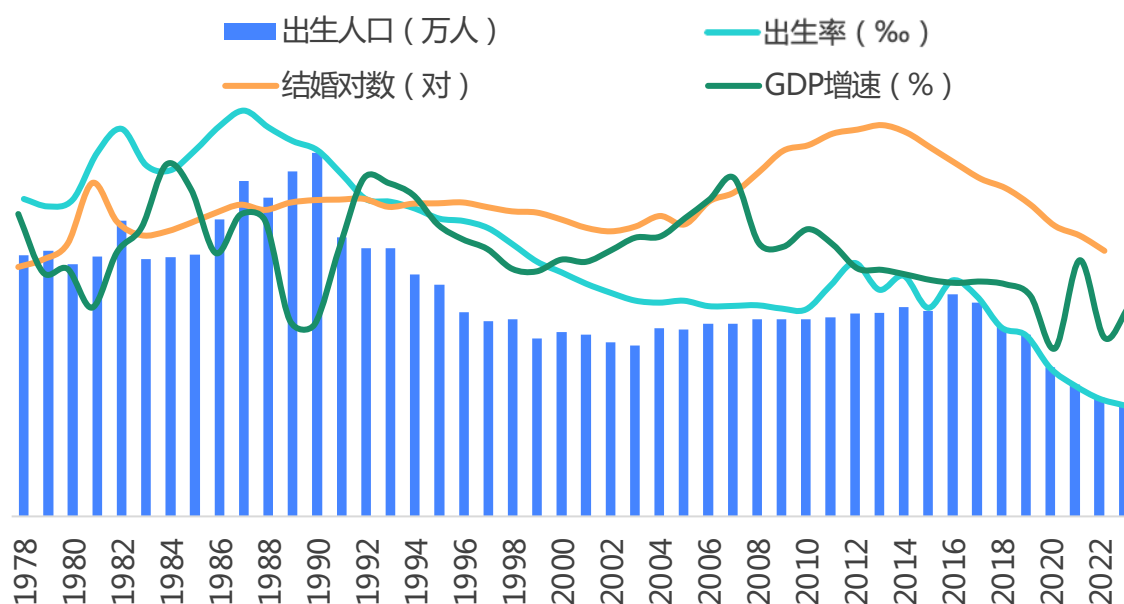
短期市场上行空间有限，下行压力减弱，低位企稳

2024年市场面依然挑战重重，需求增长乏力、复苏支撑有限。结构分化，存在局部结构性机会。房价持续下跌的动能可能会减弱，房地产销售逐步企稳，投资跌幅收窄。

需求增长乏力，复苏支撑有限

中短周期来看，全国结婚率和出生率持续走低，经济增速放缓、收入增长预期降低，导致需求的增长预期不明朗，整体供需关系短期内难扭转。

1978-2023年全国宏观数据走势图



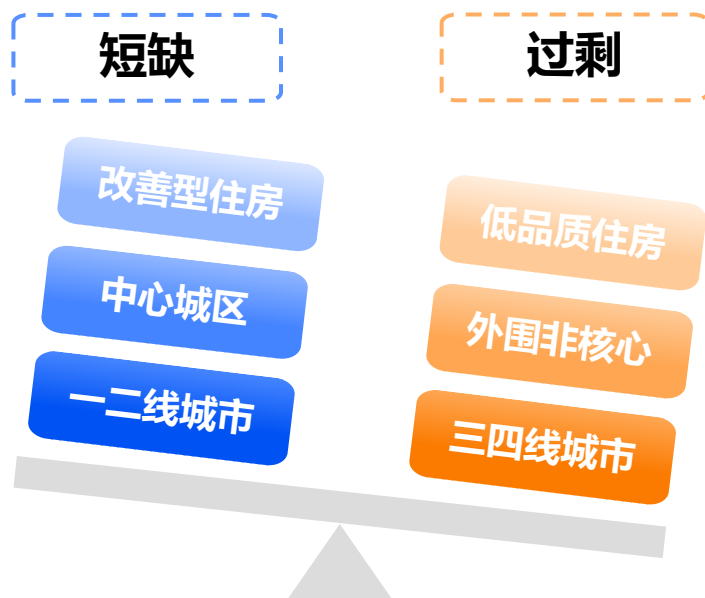
数据来源：国家统计局，1978年-2023年

结构分化，局部机会

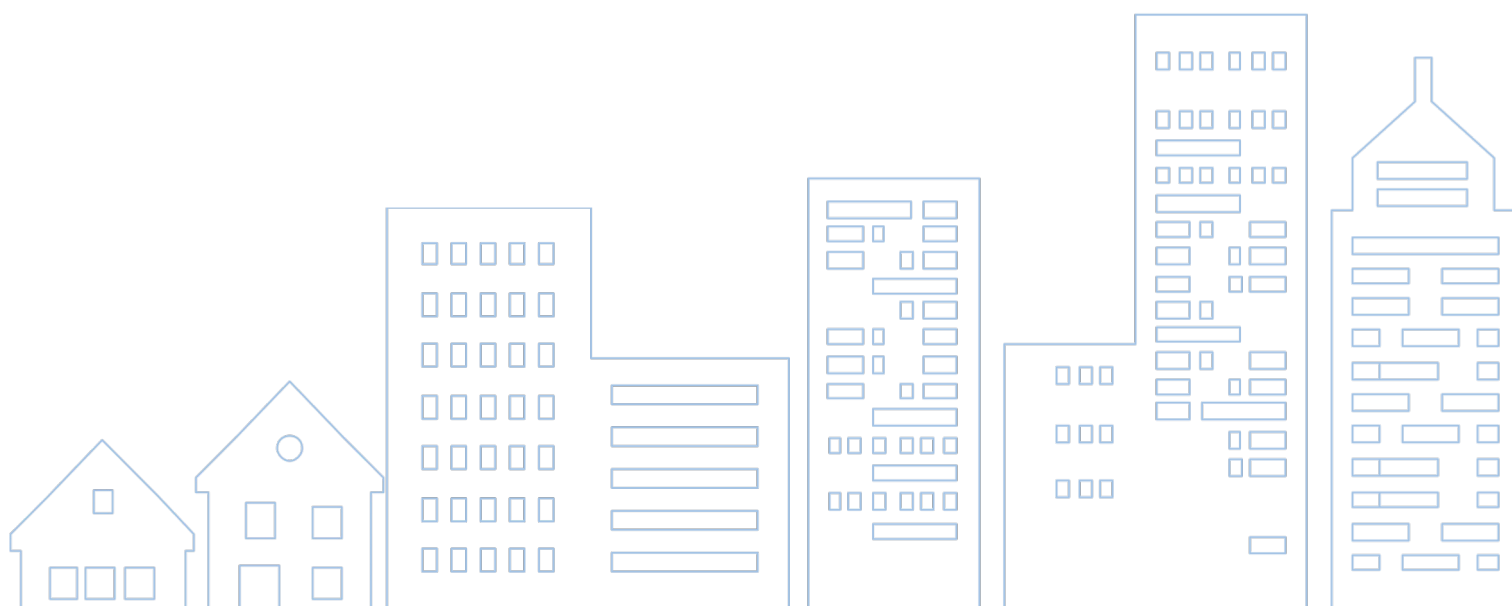
五限*放开，结构分化，将出现局部机会，下行压力将有所减弱，逐步达到新周期下的平衡。

*五限：限购、限售、限贷、限价、限商。

房地产市场：短期内结构性短缺与过剩并存



数据来源：和君咨询房地产咨询团队整理





4.2 政策面：

政策稳定市场预期，促进行业平稳健康发展

新模式新赛道多方位稳定市场预期

2024年政策端将适应房地产市场供求关系发生重大变化的新形势，适时调整优化，积极稳妥化解房地产风险，促进市场平稳健康发展。加快保障性住房等“三大工程”建设，构建房地产发展新模式；“好房子”高频提及，在住房领域创造一个新赛道。

住建部相关政策：房地产发展新模式+新产品新赛道

“三大工程”

- ✓ 保障性住房
- ✓ 城中村改造
- ✓ “平急两用”公共基础设施建设



“好房子”

- ✓ 绿色
- ✓ 低碳
- ✓ 智能
- ✓ 安全

数据来源：和君咨询房地产咨询团队整理

土地供应规则更新，催生改善产品稳定改善需求

土地和产品相关限制条件趋于宽松，产品形式更丰富，将一定程度刺激改善需求持续释放。

土地供应/规划条件更新重点方向

- ✓ 取消土地拍卖中的地价限制、配建和自持限制，以及销售价格限制
- ✓ 取消远郊区容积率1.0限制（“禁墅令”）
- ✓ 核心城区放宽高低搭、建别墅等限制
- ✓ 北方放宽阳台、露台赠送政策



数据来源：和君咨询房地产咨询团队整理



4.3 技术面：

面向未来，线上数字化驱动行业高质量发展

线上化数字化智能化，行业大模型，提升转化效率，助力高质量行业发展

2024年房地产市场反弹上扬的可能性低，政策将继续托底，促进市场平稳健康发展。

大行业充满不确定性的背景下，行业数字化经营的大方向是确定的，经营的线上化转移、数字化驱动，建立行业大模型，在线上平台实现多方协作，突破传统市场限制，挖掘更多可能性，面向未来，为更高质量更高效更优体验的房地产行业发展赋能。



Statement

声 明

本报告由【巨量算数】制作。报告中文字、数据等内容受中国知识产权相关法律法规保护。除报告中引用的第三方数据及其他公开信息，报告所有权归巨量引擎所有。【巨量算数】对报告中所引用的第三方数据及其他公开信息不承担任何责任或义务。在任何情况下，本报告仅供读者参考。

如果您对报告中的内容存在异议，可通过addata@bytedance.com联系我们。

【巨量算数】是巨量引擎旗下内容消费趋势洞察品牌。以今日头条、抖音、西瓜视频等内容消费场景为依托并承接巨量引擎先进的数据与技术优势，坚持客观严谨的理念，输出内容趋势、产业研究、广告策略等前沿的洞察与观点，同时，开放算数指数、算数榜单数据分析工具，满足企业、营销从业者、创作者等数据洞察需求。

未经允许，不得对报告进行加工和改造。欢迎转载或引用。如有转载或引用，请及时与我们联系，并注明出处【巨量算数】。



巨量算数
微信公众号



巨量算数
官网

 抖音 |  巨量算数 |  幸福里