

全国新房市场营销月报

2022 年 4 月



ANJUKE

目 录

一、	行业动态	3
二、	市场供应	5
1、	全国代表城市特价项目供应量.....	5
2、	全国代表城市特价项目活动时间周期.....	7
三、	市场需求	8
1、	代表房企全国项目热度.....	8
2、	新房市场营销活动效果.....	9
四、	房企数智化营销	11
1、	房企数智化营销评价模型.....	11
2、	4月房企数智化营销特点.....	11

4月百强房企在商品住宅市场的销售业绩不及预期，环比依旧下滑，因此地产政策由上而下，继续释放积极信号。碧桂园、绿城等房企也积极以价换量，从集团到项目开展线上线下全方位营销活动，全国项目营销推广以价换量活动周期拉长，在区域分布上华南地区折扣活动力度更为突出。在需求层面客户关注热度环比下降20.4%，客户购买意愿热度环比下降5.3%，潜在客户的信心有所回升，但市场预期的不确定让客户仍处于观望状态。在房企数智化营销发展上，4月万科、保利、碧桂园居前三，万科数智化营销广度和深度领先，保利数智化营销规模突出。

一、行业动态：政策继续发力支持，房企维持以价换量，行业积极变革自救

4月市场未出现明显回暖拐点，全国近40个城市出台了地产放松政策，地产政策整体依旧加大支持力度。在政策端，全国各地推进数字化的建设，有利于从地产营销层面进行数字化的变革；在房企销售端，商品住宅销售业绩持续同比下滑，房企在营销层面需积极转变传统营销方式，积极自救；在营销活动端，部分房企加大了以价换量的力度，从集团到项目开展线上线下全方位促销推广活动。

4月房地产行业重点动态		
类型	日期	行业动态
营销政策	4月13日	中山市发布《中山市工业互联网与数字赋能平台项目认定与奖励实施细则》，强调支持为企业提供数字化智能化服务，在数据分析、精准营销、产品智能化接入与认证等数字化智能化服务及产品，按照不超过《目录》对应服务项金额的100%给予标杆平台公司奖励。
	4月20日	上海发布《上海城市数字化转型标准化建设实施方案》，文件强调在商贸领域，聚焦直播电商、线上会展、商务信用、精准营销、虚拟导购等标准，支撑实体商业线上化、生活服务数字化等重点方向。
点评：中山市推动数字平台精准营销发展，上海在数字化领域对商贸营销的		

	支持，对今后地产营销在数字化平台和技术上的变革有一定推动作用。	
房企动态	4月8日	融创：近期融创在项目公司权益出售上略微加快脚步，近半个月已陆续转让广州、宁波、中山等项目公司股份。去年融创花64亿在广州增城拿下的荔城和中新两大地块项目，如今已退出全部股权。
	4月18日	合景泰富：合景泰富集团表示在2021年，集团数字化营销业绩占比高达15%以上，并且持续有提升。在新的经济周期下，把推进数字化管理作为企业发展的长期战略，将“线上获客”与“内容运营”两手抓。
	4月30日	百强房企1-4月累计销售额规模同比大幅降低50.2%。4月单月业绩同比降低58.6%，环比降低16.2%，环比降幅大于近年同期水平。4月碧桂园以227.1亿元销售金额排名销售权益榜单首位。
	点评：1-4月百强房企销售业绩不及预期大幅下滑，在市场容量下行周期环境下，房企的数字化变革可有效降低成本，提高利润，因此未来房企从运营到营销等全方位的数字化变革将是未来必然趋势。	
营销前沿	3月18日-5月31日	绿城中国：全国35城84盘，在3.18-5.31开展最低89折特价房让利折扣营销。活动可一口价/秒杀，2022元锁定房源，成交后返2022元积分
	4月	58同城、安居客：打造了“线上售楼处”，构建高效转化的线上营销阵地，以数智化服务引领房企营销生态
	4月20日-	安居客新房环上海区域与凤凰网环上海区域合作“超级团房

	6月20日	节”活动，由开发商提供真实优惠、特价房源，展开优质房源促销活动。
	4月25日-5月10日	碧桂园：全国6大区域、413盘近100个城市，65场分会场开展直播，以折扣券、特价房作为主要销售折扣。集团层面组织线上音乐会加强品牌宣传。
	4月-5月	恒大：恒大重启大型营销，线上线下全方位重点包装“五一黄金周大优惠”及“现房大优惠”，包括新闻、软文、自媒体大V、房车宝平台等。
	点评：4月全国40余城接连发布地产纾困政策下，房企和营销服务商积极性明显复苏，营销活动主要以集团宣传节庆，各区域结合实际情况制定优惠内容，如折扣、特价房和全民营销返佣金等为主。	

二、 市场供应：华南区域折扣活动力度更为突出，全国以价换量活动周期拉长

1、全国代表城市特价项目供应量

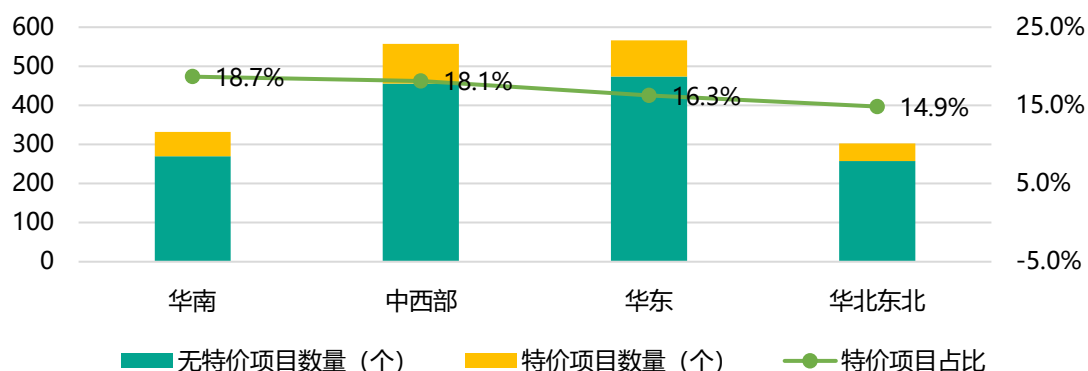
4月全国代表城市特价项目占比17%，房企积极性推盘营销。

从各区域代表城市来看，华南区域特价项目占比最高，为18.7%，主要因华南开展特价活动的城市覆盖率较高，厦门、海口、泉州、佛山、广州等城市的项目都积极开展特价活动；华北东北区域特价项目占比最低，为14.9%，开展特价活动的城市较少，只有天津、大连等城市的项目开展特价活动。

从各梯队代表城市来看，二线特价项目占比最高，为18.6%，二线城市开展特价项目覆盖率较高，成都、天津、苏州、厦门、贵州等城市都积极的开展特价活动；一线城市供需市场相对平衡，特价项目占比最低，为6.4%，深圳、广州只有少量项目开展特价营销活动，上海和北京都未开展特价活动。

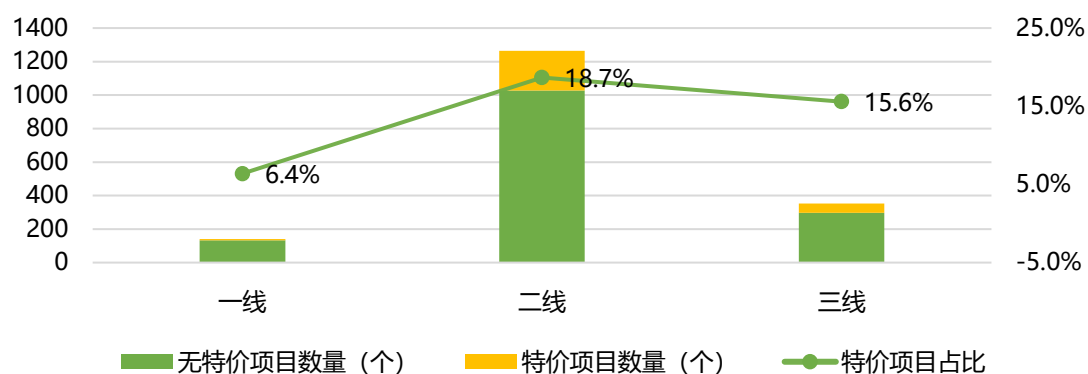
从单城市来看，成都开展特价房活动项目占比最高，达50.0%。成都不像其他城市那样进行项目整体折扣促销，而是每个项目选取少量房型开展特价活动，以此支持刚需，带动整体销售。

4月全国各区域代表城市特价项目数量



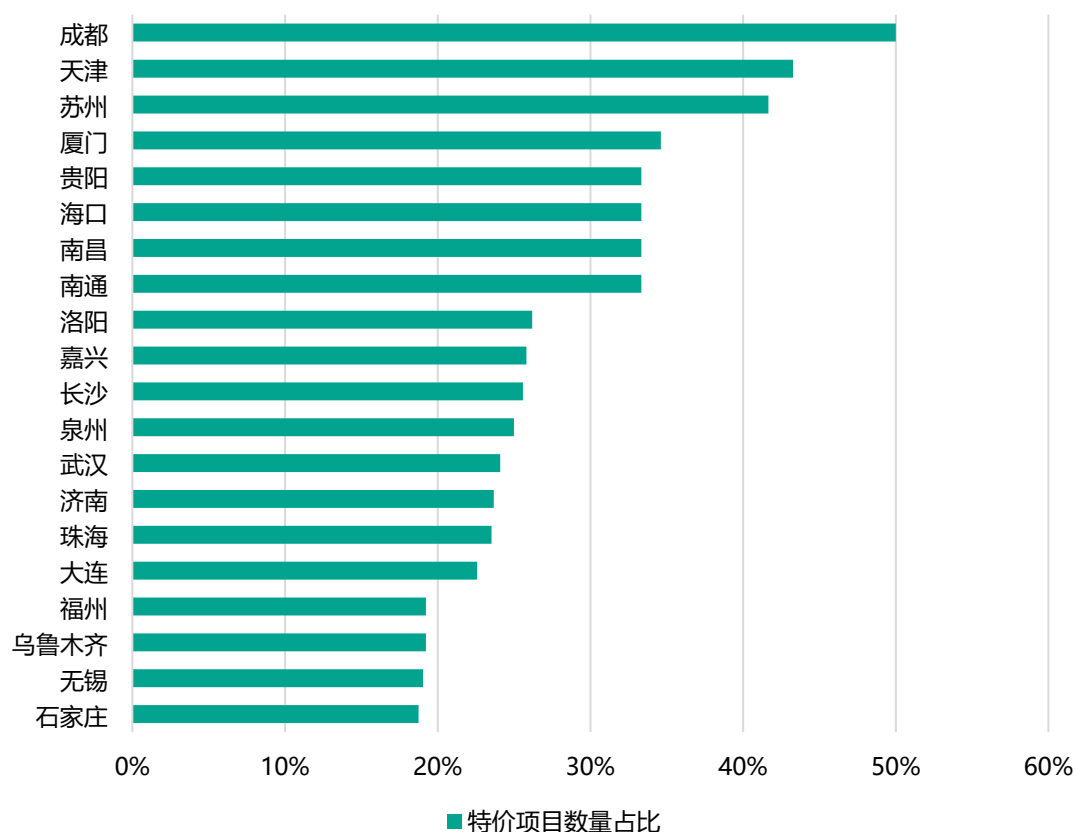
*备注：1、数据来源于 58 安居客房产研究院；2、项目覆盖范围为上海、杭州、郑州、咸阳、海口等 52 个地级市数据；

4月全国各梯队代表城市特价项目数量



*备注：1、数据来源于 58 安居客房产研究院；项目覆盖范围为上海、杭州、郑州、咸阳、海口等 52 个地级市数据；

4月全国特价项目占比TOP20城市



*备注：数据来源于 58 安居客房产研究院；

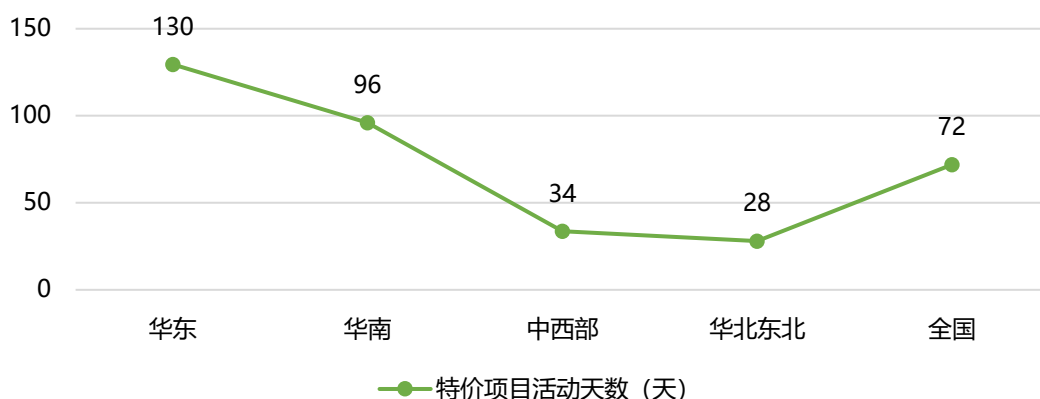
2、全国代表城市特价项目活动时间周期

4 月全国典型城市特价项目活动时间周期 72 天，相对前两月，平均特价活动时间周期有所提升。

从各区域代表城市来看，华东特价活动时间最长，达 130 天，主要因厦门多项目活动时间延续到 6 月底，广州项目活动时间也较长，拉长整体活动时间周期。

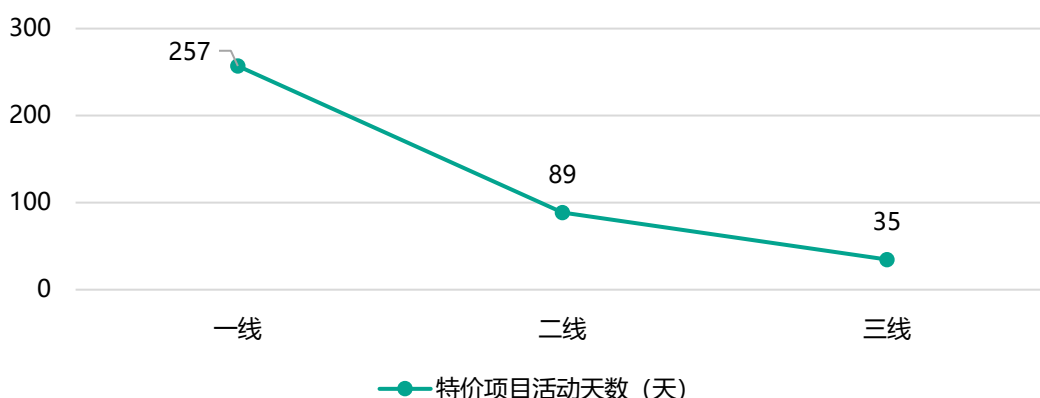
从各梯队代表城市来看，一线特价活动时间最长，达 257 天，因广州项目活动周期较长，特价活动从 2 月开启，计划延续到 10 月结束。

4月全国各区域代表城市特价项目活动平均天数



*备注：1、数据来源于 58 安居客房产研究院；2、项目覆盖范围为上海、杭州、郑州、咸阳、海口等 52 个地级市数据；

4月全国各梯队代表城市特价项目活动平均天数



*备注：1、数据来源于 58 安居客房产研究院；2、项目覆盖范围为上海、杭州、郑州、咸阳、海口等 52 个地级市数据；

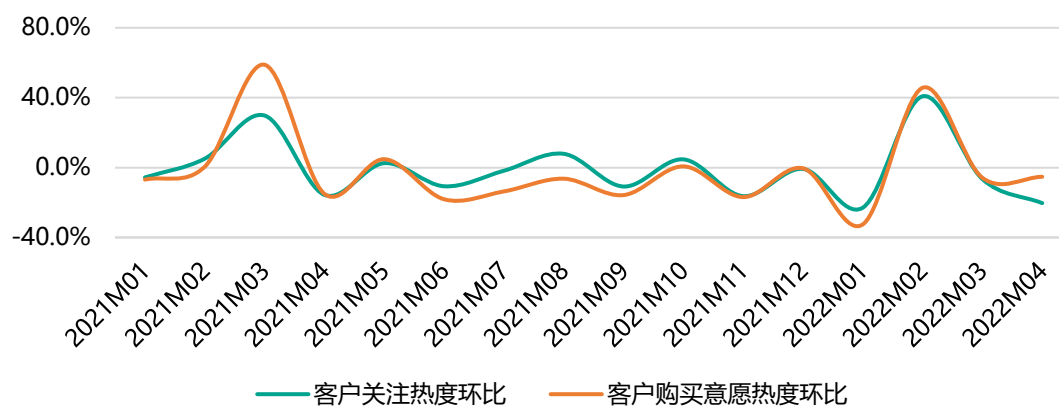
三、 市场需求：潜在客户的信心有所回升，市场预期的不确定让客户仍处于观望状态

1、 代表房企全国项目热度

4 月营销数智化 TOP10 房企的全国项目，客户关注热度环比下降 20.4%，同比下降 39.3%，客户购买意愿热度环比下降 5.3%，同比下降 57.3%。从 4 月项目热度来看，政策对市场的刺激效果已经无法和往年相比，目前整个市场相对比较谨慎，因此政策的刺激效果传导到交易市场的时间周期会比往年更长，目前一部分合理刚需、刚改性潜在客

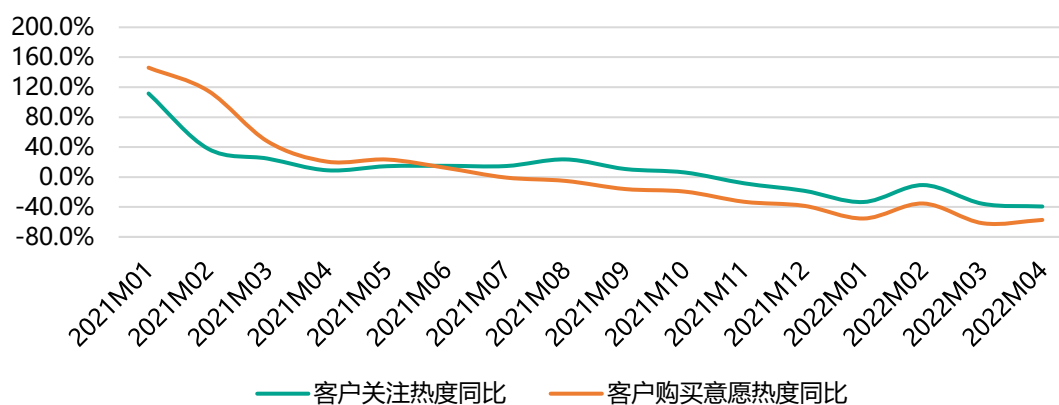
户都处于观望期。因此经过近几个月政策上的持续支持，4月客户对地产项目的关注度虽然下滑幅度继续加大，但购买意愿度下滑幅度收窄，可见市场整体回暖仍需一定时间，但潜在客户的信心有所回升，对未来市场预期的不确定让潜在客户仍处于观望状态，能否转化到交易端还需要一定时间。

数智化营销TOP10房企项目热度月度环比



*备注：1、数据来源于 58 安居客房产研究院；2、房企选用 4 月安居客数智化营销排行 TOP10，分别是万科、保利、碧桂园、龙湖、融创、金地、招商、华润、旭辉、中海。

数智化营销TOP10房企项目热度月度同比



*备注：数据来源于 58 安居客房产研究院；2、房企选用 4 月安居客数智化营销排行 TOP10，分别是万科、保利、碧桂园、龙湖、融创、金地、招商、华润、旭辉、中海。

2、新房市场营销活动效果

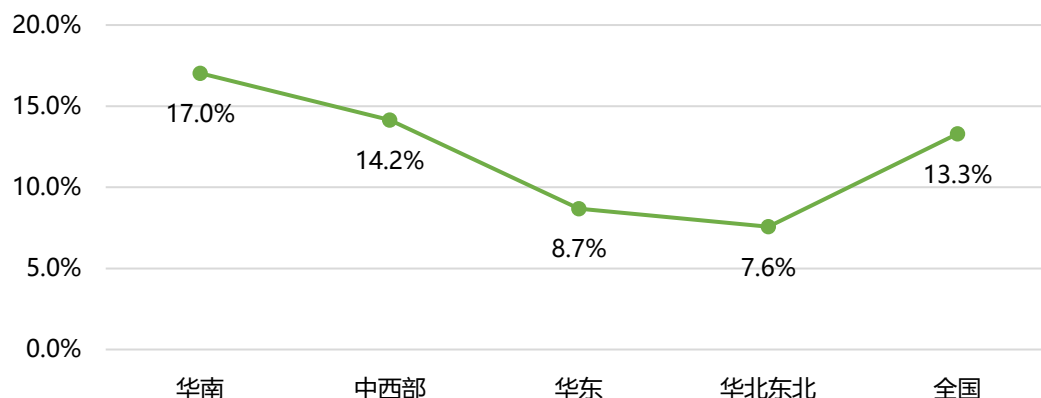
4 月全国代表城市线上主推项目客户报名覆盖率为 13.3%，主推项目对客户成功吸引到的关注覆盖度较高，但客户进一步报名动作较少，报名覆盖率要低于预期。

从各区域来看，线上客户报名覆盖率最高的为华南区域，达 17.0%，主要因华南市合作洽谈联系方式：微信:19101732989；邮箱:luqilin@58.com；

场整体推出的特价活动、优惠活动项目较多,吸引更多的客户线上关注;报名覆盖率最低的是为华北东北区域,为7.6%,因为供应层面来看华北东北推出的特价活动项目相对较少,对客户的消费吸引度相对较弱。

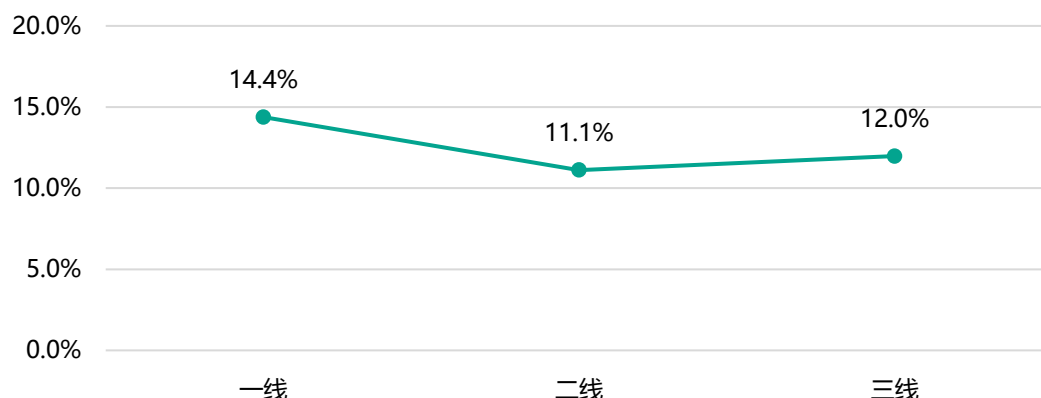
从各梯队来看,一线城市客户报名覆盖率最高,为14.4%,主要因为4月深圳和广州整体供应项目量加大,推广活动积极,吸引客户关注量大;二线城市报名覆盖率最低,为11.1%。苏州、南京、天津、济南等城市虽然商品住宅政策所有放松,但市场推广力度相对不足,线上客户报名覆盖率较低。

4月全国各区域代表城市主推项目客户报名覆盖率



*备注: 1、数据来源于 58 安居客房产研究院; 2、项目覆盖范围为上海、杭州、郑州、咸阳、海口等 52 个地级市数据;

4月全国各梯队代表城市主推项目客户报名覆盖率



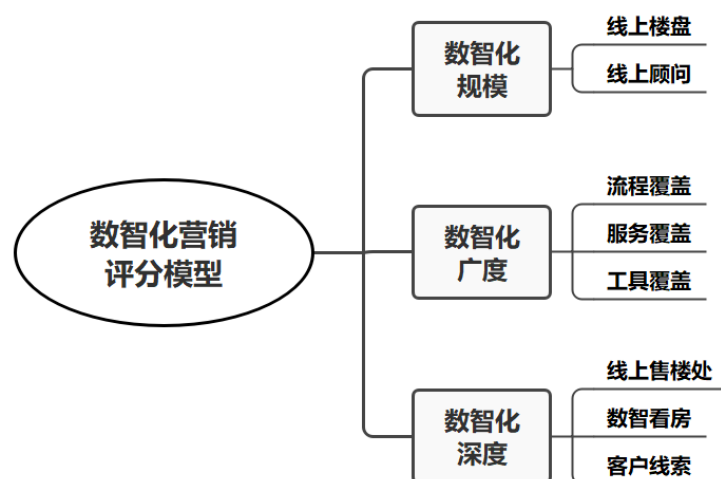
*备注: 1、数据来源于 58 安居客房产研究院; 2、项目覆盖范围为上海、杭州、郑州、咸阳、海口等 52 个地级市数据;

四、 房企数智化营销：4月万科、保利、碧桂园居前三， 万科数智化广度和深度领先，保利数智化规模突出

近两年疫情的时常反扑，致使线下售楼处时不时都要被迫停滞经营。因此商品住宅供需双方已由传统线下购房加快转变为线上线下结合的数智化购房，2020年称得上是房企数智化元年，未来企业营销方式进行数智化变革是必然发展趋势。随着营销数智化的投入不断扩大，数智化营销与房企的销售业绩相关性也会越来越大，因此我们针对房企的数智化营销水平进行了量化对比，以便于今后对地产营销发展的整体分析。

1、 房企数智化营销评价模型

我们通过梳理复杂多样的数智化营销方式，建立了从数智化规模、数智化广度和数智化深度三大维度，8个方面的23个具体指标的量化评分体系。此次排名指标采用了2022年4月安居客平台北京、上海、杭州、长沙、郑州等18个重点地级市商品住宅项目的数据，覆盖房企超500多家。其中数智化规模主要从线上楼盘和线上顾问两方面来评判；数智化广度主要从流程、服务和工具来看，包含在线找房项目、咨询服务项目、楼盘管理项目等12个指标的覆盖率数据；数智化深度主要从线上售楼处、数智看房、客户线索来看，包含AI评测线索占比、盘日均流量VCPV等9个指标数据来评判。



2、 4月房企数智化营销特点

榜单总体看来，万科、保利、碧桂园居前三，万科数智化广度和深度领先，保利数智化规模突出。4月万科、保利、碧桂园、龙湖、融创、金地、招商、华润、旭辉、中海位居数智化营销前十强，国企和民企各占一半。

万科不仅综合得分居于首位，数智化广度和数智化深度发展也都居于首位。在广度上万科的在线选房、带看服务、咨询服务优势明显，分别占比 TOP10 总数的 14.7%、14.6%和 15.3%。数智化营销深度上线上售楼处数量、金牌顾问人员数量分别占比 TOP10 总数的 21.6%和 21.1%，发展较为领先。保利综合排在第二位，其数智化规模发展水平领先，广度和深度也都居于第二。在数智化营销规模上其线上项目数量和线上顾问人员分别占比 TOP10 总数的 13.1%和 18.6%。碧桂园综合排在第三位，数智化规模和广度发展较突出。线上项目数量、在线看房、在线选房分别占比 TOP10 总数的 13.6%、15.8%和 14.9%，发展较好。

从数智化营销规模、广度和深度三个维度来看，其发展水平存在明显差异。在数智化规模上，房企整体发展水平较好，其线上项目量和线上顾问量都数量较多。在数智化广度和深度上，房企整体还处于快速发展阶段。在广度上 TOP10 房企在线选房和带看服务项目覆盖率为 74%和 76%，但其他指标发展还有一定提升空间。在数智化深度上，万科和保利的线上售楼处占比 TOP10 房企总数的 40%，万科和龙湖的金牌顾问数量占比 TOP10 房企总数的 38%，目前只有少量房企布局，大多房企还有进一步发展空间。

2022 年 4 月中国房地产企业数智化营销 TOP10					
排名	房企简称	数智规模	数智广度	数智深度	综合得分
1	万科	98.3	98.3	93.0	96.69
2	保利	98.6	97.1	90.1	95.60
3	碧桂园	96.3	92.2	86.1	92.01
4	龙湖	91.2	95.1	89.9	91.99
5	融创	93.5	91.2	87.0	90.85
6	金地	88.9	91.9	87.3	89.33
7	招商蛇口	90.1	89.7	85.9	88.72
8	华润	89.0	89.9	86.4	88.50
9	旭辉	89.0	88.9	86.7	88.30
10	中海地产	88.6	88.6	84.8	87.48

*备注：1、数据来源于安居客平台，截止时间为 2022 年 4 月 28 日；2、数据覆盖城市：北京、上海、广州、深圳、苏州、杭州、南京、宁波、无锡、福州、武汉、长沙、郑州、重庆、西安、成都、昆明、沈阳 18 个城市。

报告说明

1、数据来源:

(1) 58安居客房产研究院报告数据基于市场公开信息、58同城网站及安居客网站自有监测数据、历史沉淀大数据等;

(2) 具体数据指标参考各页标注;

(3) 重点65城是特指58安居客研究院选取的65个样本城市,分类为一线、二线、三线城市;

一线城市(4城):北京、上海、广州、深圳;

二线城市(32城):大连、哈尔滨、呼和浩特、沈阳、石家庄、太原、天津、长春、福州、杭州、合肥、济南、南昌、南京、宁波、青岛、苏州、无锡、海口、南宁、三亚、厦门、成都、长沙、贵阳、昆明、兰州、乌鲁木齐、西安、郑州、重庆、武汉;

三线城市(29城):包头、保定、秦皇岛、威海、潍坊、烟台、常州、湖州、嘉兴、昆山、南通、绍兴、温州、徐州、淄博、东莞、佛山、惠州、泉州、中山、珠海、洛阳、绵阳、咸阳、柳州、蚌埠、南阳、盐城、郴州。

2、版权声明:

58安居客房产研究院(以下简称“本机构”)是上海瑞家信息技术有限公司及北京五八信息技术有限公司等关联公司(以下简称“本公司”)旗下的内部组织,凡属本机构的权责,上海瑞家信息技术有限公司和北京五八信息技术有限公司其中任一公司均可单独负责或共同负责。本报告中所有的文字、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,所有权归属于本公司。本机构有权随时对报告内容予以补充、更正或修订。未经本公司书面许可,任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、抄袭和改编,否则本公司有权进行维权保护自身权益。如引用、转载,需注明出处为58安居客房产研究院,且引用、转载不得悖于本报告原意或引起消费者误解。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》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

3、免责条款:

本报告内容由58安居客房产研究院整理制作,文中观点系本机构结合相关信息数据和行业经验所述,力求公正、客观的为用户和市场提供更多信息参考。因受数据获取资源的局限性以及信息数据时效性的限制,报告中所述的资料、观点及推测仅反映本报告初次公开发布时的意见,任何机构或个人援引或基于上述数据所采取的任何行为所造成的法律后果以及引发的争议皆由行为人自行承担。本公司对此不承担任何担保或保证责任。

报告中的任何表述,均应从严格经济学意义上理解,并不含有任何道德、政治偏见或其他偏见,用户也不应该从这些角度加以解读,本公司对任何基于这些偏见角度理解所可能引起的后果不承担任何责任,并保留采取行动保护自身权益的一切权利

ANJUKE

58 安居客房产研究院首席分析师：张波

58 安居客房产研究院高级分析师：朱鹏

邮箱：luqilin@58.com

微信：19101732989

地址：上海浦东新区平家桥路 100 弄 6 号晶耀前滩商务广场 T7 幢 18-21 层



58 安居客房产研究院
58 ANJUKE INSTITUTE