

百度大数据精准赋能，构筑高效确定性品效营销

AI时代，衍化房企智能数字化转型

2024年百度房地产开发商行业年度报告

BY-IMS



序:

一：2023年，“房地产市场供求关系发生重大变化”定调楼市，中央和各级政府部门频繁优化楼市政策力促房地产市场平稳运行，尤其出台“认房不认贷”进一步刺激楼市回暖与反弹，政策环境已接近2014年最宽松阶段；但居民收入预期弱、房价下跌预期仍在等因素依然制约着市场修复节奏；

二：展望2024年，房地产市场恢复仍依赖于购房者预期能否修复，供求两端政策仍有发力空间，“三大工程”将是政策发力主要方向，预计将对明年稳投资起到重要作用，同时也会对销售恢复、稳定预期起到积极作用。

三：百度房产集自身平台优势，2023以房产人群日均检索DAU1亿+庞大需求市场，为各大房企提供业绩发展输出源动力之外，2024年我们将继续保持初心，全身心为各大合作房企提供更好的营销服务与支持，赋能房企业绩发展；

在整体楼市发展**不确定性**之下，百度作为国内**TOP级购房人群流量聚合平台之一**，我们要为房企业务发展**提供确定性支持!**

01

楼市之变

02

用户之变

03

百度之变

打开一扇门，看看里面的世界，在不确定性的时间碎片中，探寻未来创造确定性价值的钥匙...

楼市之变

趋势一：政策

频次放宽→质量加深

供求关系重大变化之下各地
继续深入质量优化购房政策

趋势二：土拍

一线集中→优质侧重

拿地集中一线城市且侧重转移
向其它城市优质版块

趋势三：房价

新建上涨→二手下跌

新建住宅价格长线小幅上涨
二手住宅持续低迷

趋势四：供给

常规选择→现房偏向

商品房销售面积/额下跌
现房需求选择偏向增长明显

4

四大趋势

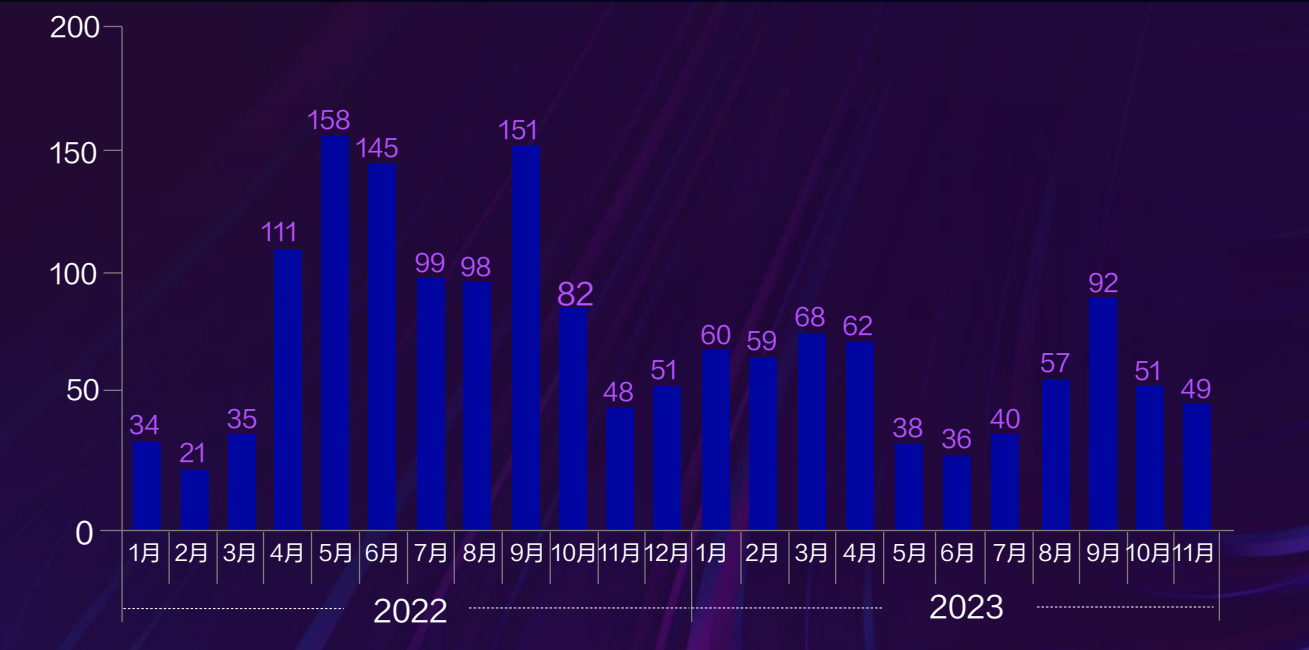


趋势一.频次放宽→质量加深： 供求关系重大变化之下各地继续深入高质量优化购房政策

- 宏观环境：2024年经济增速或放缓，跨周期与逆周期调节政策有望进一步发力，预计未来货币政策将进一步发力稳经济，财政政策亦有望协同跟进，更好地释放经济发展潜能；
- 政策环境：“供求关系发生重大变化”定调下，预计各地将继续优化楼市政策，“三大工程”配套措施有望加速落地；

7月24日中央政治局会议提出“适应我国房地产市场供求关系发生重大变化的新形势”，这一重大判断为房地产市场定调，此后多部委明确房地产政策优化方向，各地政策持续落地。根据中指监测，今年截至11月，已有200余省市（县）出台房地产调控政策超600次，多数城市限制性政策完全放开；

2022年-2023年各地因城施策频次-连续深入加码购房政策



2023年主要政策类型出台频次对比-质量优化购房政策

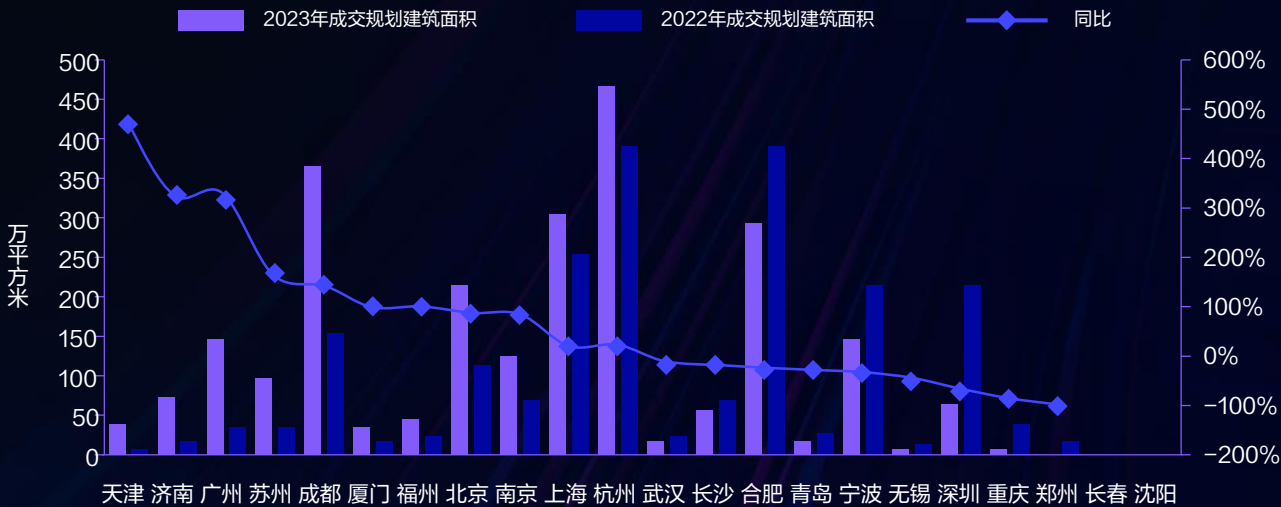
月份	合计	优化限购	优化限贷	优化限售	调整公积金	优化限价	购房补贴	优化预售资金监管	引才及落户
1月	60	4	8	0	21	0	10	3	5
2月	59	3	7	2	21	1	20	5	18
3月	68	4	1	5	38	2	14	8	3
4月	62	4	0	2	33	2	5	2	4
5月	38	3	2	0	23	1	4	1	3
6月	36	0	1	3	20	2	8	4	3
7月	40	0	1	1	24	0	5	1	1
8月	57	3	8	2	26	0	8	1	6
9月	92	26	54	11	23	4	15	3	6
10月	51	3	10	2	29	1	16	5	3
11月	49	3	14	1	27	4	18	8	5



趋势二. 一线集中→优质侧重：拿地集中一线城市且侧重转移向其它城市优质版块

土拍热度方面，2023年在新房销售端修复缓慢影响下，房企拿地力度及策略并未转变。北京、上海、杭州仍是房企拿地重心，多宗地块触顶，杭州、上海地价达上限占比在六成左右；成都、合肥、厦门、广州、宁波等地，房企向优质板块侧重，这些地块普遍竞争激烈，带动城市整体地块达上限占比超三成。天津、苏州、南京、青岛、重庆等地；

22城 2022年-2023年1-11月高溢价住宅用地成交规模对比-成交面积整体同比增长



2023年1-11月22城两集中住宅用地成交情况(市本级, 万㎡, 亿元)——一线成交楼面均价上涨

城市	推出		成交						
	规定建面	同比	规划建面	同比	出让金	同比	成交溢价率↓	地价达上限占比	底价成交占比
合肥	574	-60%	405	-55%	416	-35%	16%	64%	25%
深圳	157	-69%	122	-74%	304	-59%	11%	50%	33%
厦门	71	-76%	60	-74%	240	-55%	10%	50%	38%
成都	996	-26%	877	-19%	1004	-10%	9%	38%	49%
杭州	945	-20%	831	-29%	1577	-18%	8%	56%	31%
北京	588	12%	492	2%	1547	-4%	8%	42%	40%
广州	952	4%	563	-23%	952	-8%	8%	31%	64%
宁波	508	-7%	363	-59%	411	-47%	7%	32%	60%
福州	355	-22%	265	-2%	335	16%	7%	30%	58%
上海	900	-18%	732	-30%	1838	-32%	6%	63%	27%
苏州	569	-19%	485	-16%	800	-1%	5%	16%	68%
南京	857	-19%	717	-10%	999	-21%	5%	12%	73%
济南	665	5%	406	-6%	186	-14%	5%	16%	83%
长沙	647	-43%	387	-57%	240	-42%	3%	19%	73%
青岛	300	-61%	248	-47%	224	-25%	2%	9%	82%
天津	807	18%	439	43%	417	92%	2%	8%	91%
武汉	947	21%	391	-34%	294	-44%	1%	5%	89%
长春	588	431%	248	249%	72	348%	15	0%	94%
重庆	239	-49%	210	-44%	166	-30%	1%	10%	80%
无锡	482	-31%	416	-41%	521	-36%	0%	0%	98%
郑州	514	-42%	398	-11%	178	-25%	0%	0%	96%
沈阳	115	-56%	100	-39%	37	-43%	0%	0%	100%
合计	12776	-23%	9156	-30%	12579	-23%	7%	28%	63%

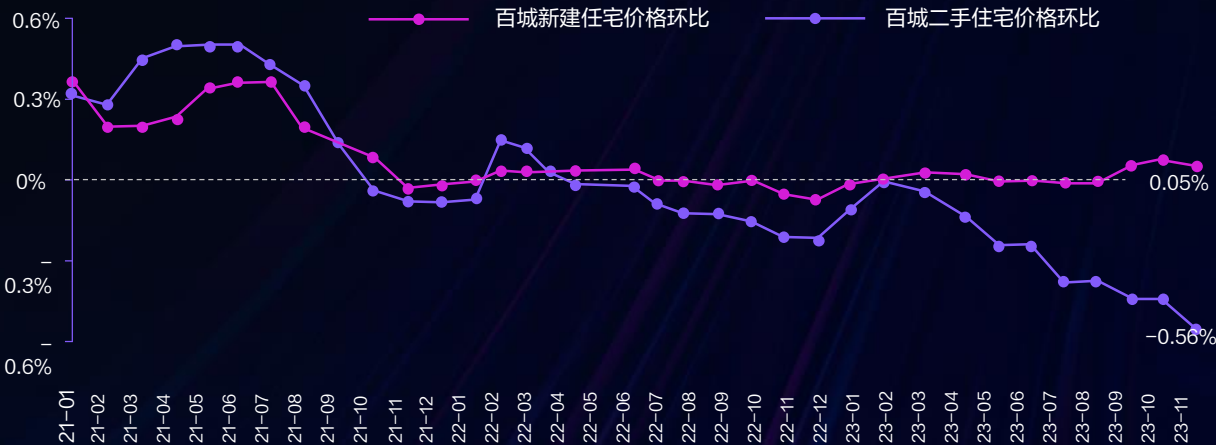
受核心区优质地块成交占比提升影响，各线城市均呈现不同程度上涨。一线城市土拍情绪整体较稳，成交楼面均价上涨8.6%，其中北京、上海今年以来多宗地块竞拍至地价上限，而广州、深圳房企竞争程度相对较弱，广州部分地块甚至流拍。二线城市今年持续推出优质地块，成交楼面均价整体上涨10.3%，10月以来济南、合肥、成都、福州相继有地块竞拍出较高溢价率；



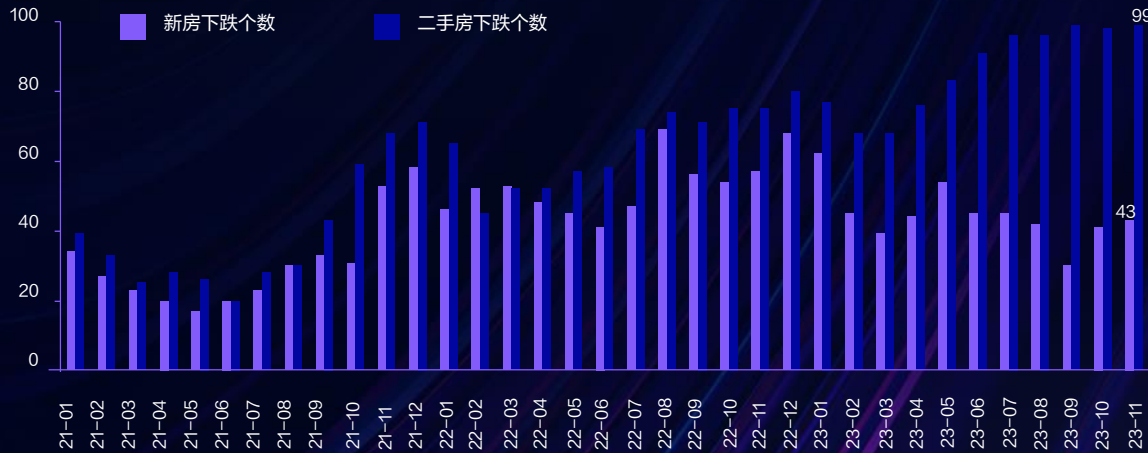
趋势三.新建上涨→二手下跌：新建住宅价格长线小幅上涨，二手住宅持续低迷

1-11月，百城新建住宅价格累计上涨0.16%，主要受政策管控及部分优质改善楼盘入市带动等因素影响，新房价格出现结构性上涨。1-11月，百城二手住宅价格累计下跌3.00%，跌幅较去年同期扩大2.45个百分点，房价走势持续低迷；

2021年以来百城新建住宅、二手住宅价格环比变化-新建上涨，二手持续下跌



2021年以来百城新建住宅、二手住宅价格环比下跌城市数量变化-23年二手房下跌明显



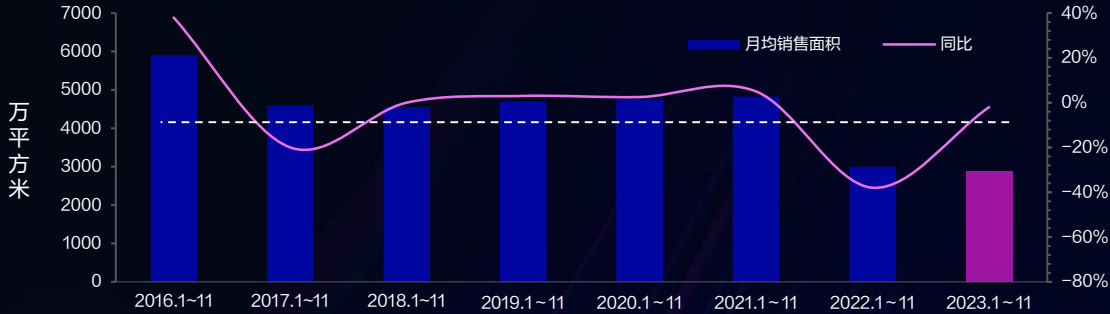
2023年初，受积压购房需求释放影响，二手房成交保持较高活跃度，带动百城二手住宅价格环比跌幅短暂收窄；年中市场下行压力加大，房价跌幅有所扩大，9月“认房不认贷”政策落地后，换房需求推动重点城市二手房挂牌量走高，房价下行探底趋势更为明显；



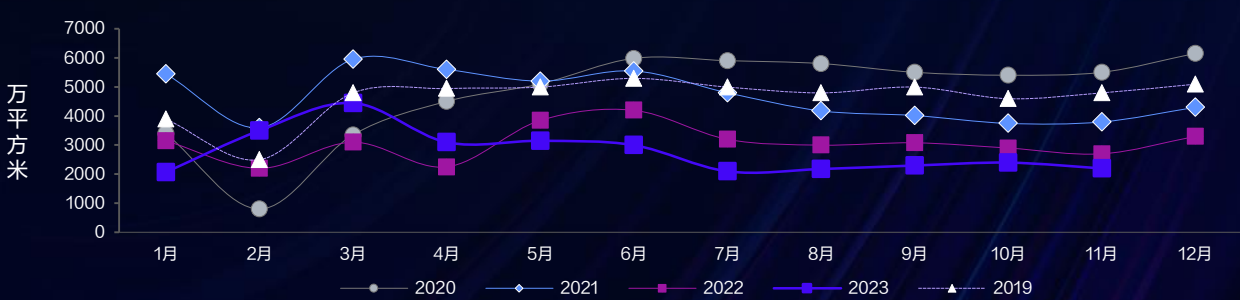
趋势四.常规选择→现房偏向：商品房销售面积/额下跌，现房选择偏向需求增长明显

国家统计局，2023年1-10月，全国商品房销售面积为9.3亿平方米，同比下降7.8%，**现房销售2.0亿平方米，同比增长15.6%**，表现明显好于期房，从占比上看，现房销售面积占总销售面积的比重为21.5%，较2022年末提升4.2个百分点。百城综合数据解析，新建商品住宅销售走势23年走低，但一线城市整体处于增长趋势中；

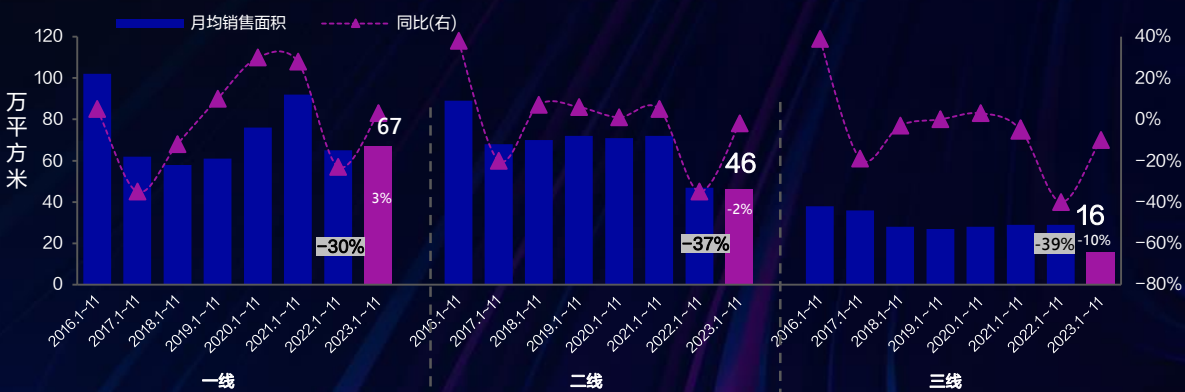
2016-2023年100个代表城市新建商品住宅1-11月月均销售面积及同比走势-23年同比降低



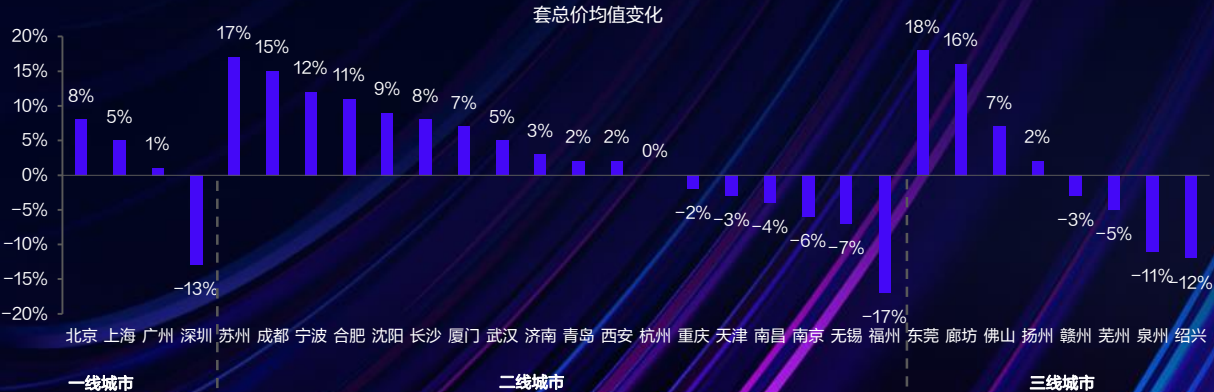
2019年以来100个代表城市新建商品住宅月度销售面积走势-23年5月起同比持续走低



2016-2023年各梯队代表城市商品住宅1-11月月均成交面积及同比走势-23年一线同比增长



2023年1-10月30个代表城市套总价均值和中位数同比变化图-核心城市上涨居多



Summary-区块内容分析总结：房企需应新的市场环境之变，扭转营销思维，探索新发展模式

展望2024年，全国新房市场短期依然面临下行压力，不同房企需要结合自身情况制定相应策略，穿越周期。

针对稳健型房企，抓市场机会积极营销，快速回笼资金，轻重并举探索新发展模式！

1 积极营销快速回款

当前房地产市场规模仍在，中长期看政策环境仍将保持宽松态势，核心一二线城市政策具备进一步优化空间，企业应把握市场窗口积极营销。同时，和金融机构积极开展合作，拓宽融资渠道，降低融资成本。

2 优化城市布局结构

优化城市布局结构，聚焦核心城市，并保持一定拿地规模。土地是房企重要的生产资料，企业须保持一定的拿地规模，才能实现可持续发展。当前市场仍处调整期，精准投资仍是最重要的投资策略。

3 打磨产品力

打磨产品力，把握主流需求。未来好产品、好服务是房企立足市场的关键。在商品住房回归商品属性的趋势下，未来消费者对房企产品品质和服务品质的要求也将更高，好产品、好服务才会有更强市场竞争力。

4 轻重并举

轻重并举，积极探索新发展模式。在新形势下，伴随着行业探索新的发展模式，房企也应顺势而为，积极探索适合自身发展的新模式，轻重并举或是重要方向，代建、物业服务、商业运营、长租公寓等方面具备发展空间。

百度以自身的：“庞大流量、多样化产品、创新技术、高优服务”等能力，赋能房企业绩提效与共同探索长效经营模式

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/848037110123006034>