头豹 LeadLeo
400-072-5588

2019 年
中国互联网房地产经纪行业研究报告

行业走势图



TMT 团队

卢佩珊 分析师
邮箱：cs@leadleo.com

相关热点报告

- 互联网服务系列深度研究——知识产权服务行业——点燃创新的火种
- 互联网服务系列深度研究——人力资源服务：让企业用工不再难
- 互联网服务系列深度研究——人口老龄化与二胎政策加持，家政服务加速崛起
- 互联网服务系列深度研究——商业地产招商运营服务——商业地产价值的缔造者

报告摘要

中国房地产市场从增量时代进入存量时代，正逐步从新房主导向二手房主导的阶段过渡。二手房市场崛起是房地产经纪行业成长的驱动力，二手房交易信息不对称、交易流程更复杂，对房地产经纪服务的需求更大，为房产经纪行业的发展提供充足的市场需求。互联网房地产经纪作为传统房产经纪行业的优化渠道，将拥有更广阔的市场空间，预计互联网房地产中介交易市场 2019-2023 年间的复合增长率为 20.5%，增长速度将与房地产中介交易服务市场的增长速度接近。

热点一：资本加持，助力互联网房地产经纪行业腾飞

房地产经纪行业是通过人力资本提供信息服务从而获得佣金收入的轻资产行业，对资金需求量相对较少，因此传统房地产经纪行业鲜有大规模融资活动。随着互联网+房地产进程的加深，互联网房地产经纪行业逐渐成为资本的聚焦领域，资本加持助力互联网房地产经纪企业的腾飞。资本大量介入改变了互联网房地产经纪行业的生产结构和竞争格局，未来经纪企业间的竞争将转变成资本和人才的角逐。资本的介入使互联网房地产经纪行业呈现良性竞争和良性发展态势。

热点二：房屋租赁需求，拓宽房产经纪业务空间

截至 2018 年底，中国的租房人口接近 2 亿。以成都、杭州为代表的新一线城市，租房市场成交总量同比增长明显，其中长沙、重庆同比增长高达 50%，住房租赁市场呈现出前所未有的成长势能。住房租赁市场与二手房交易市场相似，同样有着信息不透明，不对称的特征，房屋租赁者同样需要专业的房产经纪提供居间服务以寻得称心房源，因此住房租赁需求的持续增长将推动房产经纪行业的发展。

热点三：各类中介平台边界渐模糊，参与者业务多元化

互联网房地产交易服务平台竞争渐趋激烈，信息聚合型平台、交易型平台、中介自营型平台的边界逐渐模糊，现阶段仍以中介自营型平台发展较为领先。

目录

1 方法论 5

1.1 方法论 5

1.2 名词解释 5

2 市场综述 7

2.1 定义及特征 7

2.2 发展历程 8

2.3 商业模式 9

2.4 市场规模 11

2.5 产业链分析 12

2.5.1 产业链上游 12

2.5.2 产业链中游 13

2.5.3 产业链下游 14

3 行业驱动因素 16

3.1 房地产存量时代，提供房产经纪生存空间 16

3.2 房屋租赁需求，拓宽房产经纪业务空间 16

3.3 资本持续加持，加速业务互联网化进程 17

4 行业制约因素 19

4.1 虚假房源信息难除 19
4.2 专业经纪人才缺乏 19
5 行业政策 21
6 发展趋势 23
6.1 业务与服务多元化 23
6.2 统一开放的平台有望建立 23
7 竞争格局 25
7.1 竞争概况 25
7.2 典型代表企业分析 26
7.2.1 链家网——中介自营型 26
7.2.2 房多多——交易平台型 28

图表目录

图 2-1 互联网房地产交易服务平台发展历程简介 9

图 2-2 中国互联网房地产中介交易市场规模，2014-2023 年预测..... 11

图 2-3 中国互联网房地产经纪产业链 12

图 2-4 中国商品房销售额，2014 至 2018 年..... 14

图 7-1 房地产交易服务 App 月均活跃用户数，2018 年 Q4..... 25

图 7-2 中国互联网房地产经纪企业简介 26

1 方法论

1.1 方法论

沙利文研究院布局中国市场，深入研究 10 大行业，54 个垂直行业的市场变化，已经积累了近 50 万行业研究样本，完成近 10,000 多个独立的研究咨询项目。

- ✓ 研究院依托中国活跃的经济环境，从互联网、房地产经纪、大数据等领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。

- ✓ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。

- ✓ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

- ✓ 弗若斯特沙利文本次研究于 2019 年 04 月完成。

1.2 名词解释

- ➢ O2O（Online To Offline）——是指将线下的商务机会与互联网结合，让互联网成为线下交易的前台。
- ➢ 居间服务——指居间人向委托人提供居间媒介的中间服务行为。居间是指居间人向委

托人报告订立合同的机会或者提供订立合同的媒介服务，委托人支付报酬的一种制度。

- 行纪——是指一方（行纪人）接受他方（委托人）委托，以自己的名义为他方利益，从事物品的卖出和买入等行为并收取报酬的营业行为。
- 房地产二级市场——是土地使用者经过开发建设，将新建成的房地产进行出售和出租的市场。即一般指商品房首次进入流通领域进行交易而形成的市场。
- 房地产三级市场——是购买房地产的单位和个人，再次将房地产转让或租赁的市场。
- C 端市场——即消费者市场，是指所有为个人消费而购买或取得商品和服务的个人和家庭。
- IDG 资本（IDG Capital）——即 IDG 技术创业投资基金，创始于 1992 年，专注于在中国进行风险投资活动。
- Realtor——是美国房地产协会官方网站 Realtor，可供大众查询全国待售及待租的房源。
- Zillow——是美国最大的房产信息平台。
- MLS（multiple listing service）——即多重上市服务系统，由美国房地产行业协会组织管理，是美国房地产经纪行业共享信息、协同销售、共享佣金的服务系统。

2 市场综述

2.1 定义及特征

根据中国《经纪人管理办法》规定，房地产经纪是一种中介行为，以促成房地产交易为目标，以收取佣金为主要经济收益，向委托人提供居间、代理等服务。经纪人是指依法在经纪活动中，以收取佣金为目的，为促成他人交易而从事居间、行纪或代理等经纪业务的公民、法人和其他经济组织。

房地产经纪行为包括代理、居间和行纪三种形式。根据中国房地产市场发展程度看，房地产居间和房地产代理是当前房地产经纪活动的主要形式。代理是指房地产经纪人通过与委托人签订委托合同，得到委托人的授权，取得代理人的身份，在委托合同的授权范围内，实施民事法律行为。居间则是通过签订居间合同与委托人达成共识而提供的媒介服务。房地产经纪人提供的居间服务能给客户带来有关房屋交易的各种需求信息，因此其有权利就提供的信息服务收取佣金。

房地产经纪指在房地产市场中，以提供房地产供需咨询、协助供需双方公平交易、促进房地产交易形成为目的而进行的房地产租、售经济活动，委托代理业务或价格评估等服务。房地产经纪服务贯穿于整个房地产产业链，涉及咨询顾问，销售代理、房屋经纪、房产估值、物理管理、营销策划等业务。房地产经纪人活跃于物业交易二级市场和物业交易三级市场，为房地产买卖双方提供中介服务，其中在物业交易二级市场主要为开发商提供代理销售服务，在物业交易三级市场主要为机构或个人提供房屋租赁、二手房交易中介服务。房地产经纪企业不拥有房地产商品，只依托于房地产商品提供服务，主要通过对房地产信息的搜集与分析为顾客提供咨询、代理等信息服务。

房地产经纪服务一般是阶段性的服务。客户如需获得房地产经纪企业提供的居间、代理

等服务，需要与房地产经纪企业签订委托合同，房地产经纪人只针对委托事项为顾客提供居间或代理等服务。委托事项办理完成则代表经纪服务结束，房地产经纪人不需要为顾客的后续需求提供售后服务。当顾客需要新的房地产经纪服务时，需要签订新的委托合同，建立新的委托关系。委托合同一般是短期的，具有阶段性特征。

随着“互联网+”房地产的深入发展，互联网房地产经纪行业逐渐兴起，互联网房地产交易服务平台大量出现，成为“互联网+”房地产的主要落地产品，既有为买房者、卖房者定制的大众交易平台，也有以一手房、二手房为区分的信息分类软件，业务一般涵盖新房、二手房、租房、装修、查房价等板块。互联网房地产交易服务平台是房源、客源和经纪人的“分发平台”，集中的信息匹配场所。在一个房地产买方、卖方和经纪人都高度分散的房地产经纪行业，互联网房地产交易服务平台需要完成对分散渠道的整合，大量获取上游房源信息、掌握供给；深度吸引下游买方眼球，掌握需求；并通过线上平台让买方找到房源、让卖方找到客源；通过线下门店，让房地产经纪人为卖方、买方提供优质的配套服务。

2.2 发展历程

2011 年开始，58、赶集、百姓网、搜房、安居客等互联网房地产交易平台以及互联网房地产中介企业开始形成。随着移动互联网的发展，各家互联网房地产企业纷纷推出移动房地产交易 App，房多多成为中国首个移动互联网房地产交易服务平台。

2016 年，互联网房地产成为互联网创业者的聚焦领域，爱屋吉屋、房呀、好屋中国、吉屋网等 O2O 房地产中介平台相继出现，传统线下房地产中介运用互联网思维纷纷开展线上房地产中介业务，线上房地产中介通过电商模式涉足线下房地产交易。

2017 年，风口过后，互联网房地产交易服务平台陆续发生并购、倒闭事件，互联网房地产经纪行业进入自我调整期。

互联网房地产交易服务平台主要经历了 3 个发展阶段：第一阶段，互联网房地产交易服

务平台以代理销售开发商的房地产商品为主，主要采用线下销售模式；第二阶段，互联网房地产交易服务平台开启电商销售模式，二手房交易服务量逐渐提升，房地产交易开始移动化；第三阶段，互联网房地产交易服务平台以二手房中介交易服务为主，以大数据为导向向用户提供房地产中介服务，同时平台开始提供具有高附加值的金融服务。

图 2-1 互联网房地产交易服务平台发展历程简介

发展阶段	市场情况	商业模式	行业竞争情况
阶段一	卖方市场、消极营销、以销售房产本身为主	传统广告展示服务、为开发商代理销售、二手房提供单一中介服务	竞争集中在区域内，区域间竞争不明显；区域市场领导者产生
阶段二	买方市场、主要城市的二手房交易量上升	房产销售进入电商时代、交易端移动化、房地产服务商平台化	行业内竞争激烈、出现大量兼并收购事件、以横向整合为主
阶段三	二手房市场逐渐成熟，消费者趋于理性、需求更具多样化	以大数据为导向向用户提供中介服务、平台开始提供以金融服务为主的高附加值服务	市场集中度上升、业内整合方式以垂直整合为主

来源：沙利文研究院绘制

2.3 商业模式

互联网房地产交易平台商业模式有 3 种：①信息聚合型的互联网房地产交易服务平台：通过聚合各类房源信息以吸引房地产中介及终端用户，平台自身通过收取端口费盈利，代表企业有安居客和 58；②交易平台型的互联网房地产交易服务平台：独立开放的平台引入支付和交易功能，为房地产商、房产代理商、房屋中介、购房者等多方提供交易服务，代表企业有吉屋和房多多等；③中介自营型的互联网房地产交易服务平台：传统线下房地产中介自建互联网平台，将业务迁移线上，不对外开放自营平台，代表企业有链家、我爱我家和中原地产等。

- 信息聚合型

信息聚合型平台通过聚合房源信息吸引传统房地产中介企业和终端用户，房源信息量越

大，流量集聚效应越强。信息聚合型平台通过收取传统中介企业端口费获利。传统房地产中介企业则利用平台发布房源信息，扩大房源的触达面，同时可节省互联网平台的建造费支出。

信息聚合平台以体量大、客户流量大为竞争优势，如 58、安居客和赶集网，以提供大量的房屋信息为专注点，以庞大的网站流量吸引广告投放为盈利点，不收取买卖双方的成交佣金，节省了买卖双方的成本支出。但信息聚合平台存在效率不高和房源信息的真实性难以考究等问题。

- 交易平台型

交易型平台作为独立的第三方平台，可聚集房地产商、房产代理商、房屋中介和购房者等房地产交易关联方，为房地产交易关联方提供便捷的信息服务、推广服务、交易服务、支付服务以及金融服务等。例如，成立于 2011 年的吉屋是移动互联网房地产交易平台的领导者。吉屋采取流量+渠道+科技的方式赋能传统房地产中介企业的线上运营。吉屋平台的城市运营商可帮助传统房地产中介企业进行本地房产的线上运营和推广，平台内置的置业管家可自动向在线客户推荐房产中介发布的优质房源，并线下派发专车接送客户看房，帮助房产中介企业达成线下交易。

交易型平台目标客户群体直接向 C 端转移，以真实房源作为核心竞争点，以二手买卖佣金或服务费作为营业收入，帮助传统房地产中介企业实现房地产商品的线上销售、线下交易以及高效率低成本地卖房。

- 中介自营型

在互联网+的潮流下，传统房地产中介纷纷布局，开始转型为互联网房地产中介，通过自有平台获取并发布房源信息，通过自有经纪人撮合房产交易。中介自营型平台，如链家、房多多、爱屋及乌、我爱我家、中原地产等，通过闭环生态提供房地产全产业链服务。例如，链家提供的服务涉及资产管理、交易管理和金融理财等，业务覆盖租赁、新房、二手房、资

产管理、海外房产、金融、理财、房地产售后等领域，是中国较大的具有全产业链服务能力的房产 O2O 平台。链家作为传统房地产中介企业的资源积累为线上业务的开展提供了有力支撑，广泛的线下门店和大量的房产经纪人快速地将线上客源往线下交易转化。

2.4 市场规模

2014 年，搜房网与世联行以及合富辉煌的合作，正式拉开互联网房地产中介登场的序幕。2015 年房地产市场的火热带动了互联网房地产中介交易市场的增长，大量互联网房地产交易服务平台相继出现。但低佣金和免佣金等烧钱模式和政府房地产调控政策趋严，致使纯平台型的互联网房地产中介发展受阻，2017 年互联网房地产中介行业开始进入自我调整期，市场规模增速有所放缓。截至 2018 年底，互联网房地产中介交易服务市场规模达 1337.4 亿元人民币，同比增长率下降为 13.0%。预计未来中国互联网房地产中介交易市场的增长动力将回归于房地产交易需求本身，互联网作为销售渠道，为交易锦上添花，并不会增加交易需求。预计互联网房地产中介交易市场 2019-2023 年间的复合增长率为 20.5%，增长速度将与房地产中介交易服务市场的增长速度接近。

图 2-2 中国互联网房地产中介交易市场规模，2014-2023 年预测



来源：fsTEAM 软件采编，沙利文数据中心编制

2.5 产业链分析

互联网房地产中介产业链包括上游的房地产开发商和房屋业主，中游的互联网房地产交易服务平台以及下游的房屋买家和租户。房地产开发商和房屋业主在房屋买卖业务中为卖方，在房屋租赁业务中为出租方，属于房地产商品的供给方，处于产业链上游。处于产业链中游的互联网房地产中介平台起着连接房地产商品供给方和需求方的作用，房地产中介企业和房地产经纪人通过平台为供需双方提供代理销售、房屋租赁、二手房交易等中介信息和交易服务。房屋买家和租户在房屋买卖和房屋租赁业务中属于房地产商品需求方，处于产业链下游。

图 2-3 中国互联网房地产经纪产业链



来源：沙利文研究院绘制

2.5.1 产业链上游

房地产开发商和房屋业主是互联网房地产中介上游市场的主体，在房屋买卖业务中为卖方，在房屋租赁业务中为出租方。房屋买卖业务主要可分为房地产二级市场的新房买卖以及三级市场的二手房买卖业务，二级市场卖方为房地产开发商，三级市场卖方为房屋业主。房屋租赁业务的出租方主要为房屋业主，在国家政策引导和支持下，房地产开发商逐渐亦出现在房屋租赁市场中，成为房屋租赁的出租方。

房地产开发行业集中度呈上升趋势，房地产龙头开发商凭借在拿地、融资方面的优势合

理布局业务，保持业绩稳步增长，市场占有率逐步提高。据中国房地产协会数据，前四大房地产开发商销售金额合计占比从 2013 年的 6.9%上升至 2018 年的 14.2%。2018 年房地产前百强房企销售规模增长 28.9%，前 50 强房企销售规模占全行业 51.9%。除了商品房买卖业务，房地产开发商在政策支持下还逐步在房屋租赁市场布局业务。2016 年 6 月，国务院发布《关于加快培育和发展住房租赁市场的若干意见》，提出要支持房地产开发企业拓展业务范围，利用已建成住房或新建住房开展租赁业务;鼓励房地产开发企业出租库存商品住房;引导房地产开发企业与住房租赁企业合作，发展租赁地产。在此政策引导下，多家房地产开发商抢先机会布局房地产租赁市场，发展长租公寓业务，房地产租赁市场竞争愈发激烈。

2.5.2 产业链中游

互联网房地产交易服务平台为中游市场主体，连接着房地产商品供求双方。互联网房地产交易服务平台是传统房地产中介服务行业在“互联网+”房地产背景下进一步升级的产物。在互联网房地产交易服务平台上提供经纪服务的主要是房地产中介企业和房地产经纪人，为房地产商品供给双方提供代理销售、房屋租赁、二手房交易等服务。

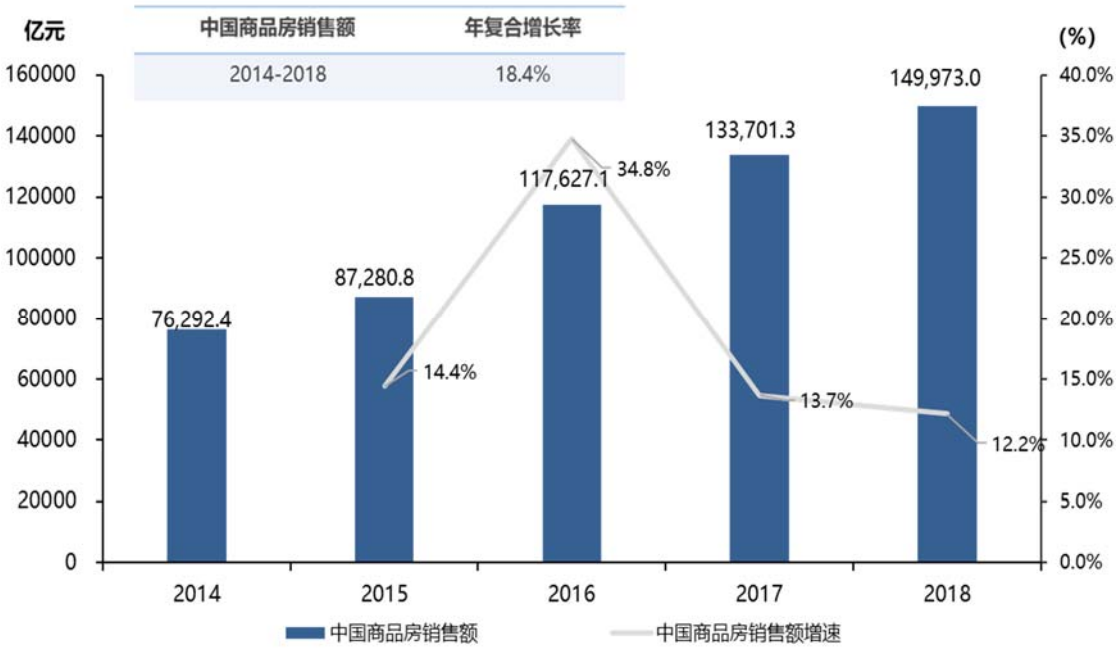
互联网房地产交易服务平台竞争渐趋激烈，信息聚合型平台、交易型平台、中介自营型平台的边界逐渐模糊，现阶段仍以中介自营型平台发展较为领先。信息聚合型平台和交易型平台以广告投放和买卖佣金为主要收入来源，盈利来源相比中介自营型平台单一。中介自营型平台凭借多年的中介业务积累，积极地拓展除信息和交易服务外的增值业务，如资产管理，金融，装修，搬家等，服务覆盖面更广，收入来源更多元化，在业内的竞争优势更突出。例如，链家除了提供房源信息服务和中介交易服务外，还有互联网交易支付、长租公寓、平台运营管理等业务布局，业务线发展良好，营业收入稳定。

2.5.3 产业链下游

房屋买家和租户为产业链下游市场主体，为房地产商品的需求方。房屋买家可分为从房地产二级市场购买新房的买家和从房地产三级市场购买二手房的买家。租户主要从房屋业主处租住房屋，而随着长租公寓业务的兴起，租户亦可从房地产开发商处租住房屋。

从房地产市场的需求端来分析，中国商品房销售额近 5 年来逐年上升，表明商品房买家需求呈上升趋势。国家统计局数据显示，中国商品房销售额 2014-2018 年逐年增长，年复合增长率为 18.4%，其中，2016 年，同比增长速度高达 34.8%。而后，2017 年和 2018 年增速均有所下降，2017 年增速同比下降 21.1 个百分点，2018 年增速同比下降 1.5 个百分点。2017 年和 2018 年中国商品房销售额增速下滑主要是因为国家加大房地产调控力度，打击房地产过度投机现象，尤其 2018 年，全国各地出台多部房地产调控政策，调控力度明显加大。结合国家对房地产行业调控政策以及居民住房实际需求来看，中国商品房买方需求以平稳增长为发展基调，增速再现 2016 年高位的可能性不大。

图 2-4 中国商品房销售额，2014-2018 年



来源：国家统计局，沙利文数据中心编制

中国城镇化率不断提高，推动城镇租户数量增长。中国城镇化率从 2014 年的 54.8%提高到 2018 年的 59.6%，大量农村人口移居到城市，而商品房价格不断上涨，农村流动人口家庭收入水平相对较低，直接购买商品住宅的能力有限，因而对于移居到城市的农村人口而言，租房相比买房是更合适的选择。政府对房屋租赁市场的政策支持促进房屋租赁市场规范稳健发展，移居到城市的农村人口选择租房的意愿亦会提升，助推城镇租户数量增长。

从中国流动人口的流动方向来分析，珠三角、长三角、京津冀、长江中游和成渝城市群为代表的五大城市群将是房屋买家和租户增长集中地。中国国家卫健委数据显示，2018 年中国流动人口达到 2.4 亿人，主要流向京津冀、长三角、珠三角，长三角中游，成渝城市群等经济发达区域，这些城市群成为中国流动人口的主要集聚区和城镇化的主战场，未来房屋买家和租户数量将有可观的增长空间。

3 行业驱动因素

3.1 房地产存量时代，提供房产经纪生存空间

当前，中国房地产“黄金十年”结束，房地产行业新增开发受限。自 2013 年以来，中国住宅房屋竣工面积增长缓慢，2015 年开始呈现负增长。2018 年，中国住宅房屋竣工面积同比下降 8.1%至 66,016 万平方米。与此同时，中国二手房交易体量实现跨越式增长，核心城市的二手房交易已超过新房成为主导，截至 2018 年底，中国二手房交易量达 2,391 万套，累计交易额突破 30 万亿元。中国房地产行业已进入下半场，行业从增量开发模式切换至存量经营模式。

一线城市率先进入存量时代，自 2015 年起，北京和深圳的二手房销售面积超新房销售面积。二手房交易已是一线城市楼市的主力，如 2018 年 12 月，北京二手房成交量达 1.15 万套是新房成交量（0.55 万套）的 2 倍。二线城市如天津、成都、南京、厦门的二手房与新建商品房交易量之比也大体达到 1:1。三、四线城市中二手房交易规模增长速度较快，特别是位于中西部的三、四线城市的二手房成交面积和销售额上涨幅度均远超过市场平均涨幅。

各方面指标显示，中国房地产市场从增量时代进入存量时代，正逐步从新房主导向二手房主导的阶段过渡。二手房市场崛起是房地产经纪行业成长的驱动力，二手房交易信息不对称、交易流程更复杂，对房地产经纪服务的需求更大，为房产经纪行业的发展提供充足的市场需求。互联网房地产经纪作为传统房产经纪行业的优化渠道，将拥有更广阔的市场空间。

3.2 房屋租赁需求，拓宽房产经纪业务空间

2015 年以来，降息降准、公积金新政、下调首付比例等一系列政策推动，房地产行业迎来房价的一波上涨，各大城市房价纷纷达到新高，其中一线城市涨幅尤为明显。2017 年

一线城市的住宅房屋平均价格相比 2015 年涨幅高 40%。相比于住宅房屋价格的上涨速度，人均可支配收入的增速则显得非常缓慢，一线城市房价收入比高达 20 倍，置业难度已然很大。

随后，各地政府为了打击房地产投机行为，密集出台楼市调控政策，如提高首付额度，调高购房资格门槛，提高房贷利率等，使得置业门槛进一步提高，部分潜在购房者被迫放弃置业继而转向房屋租赁市场。租赁模式相对其他房屋获取方式而言，在居住成本上具有绝对优势，更加适合经济能力较薄弱的人群。

截至 2018 年底，中国的租房人口接近 2 亿。以成都、杭州为代表的新一线城市，租房市场成交总量同比增长明显，其中长沙、重庆同比增长高达 50%，住房租赁市场呈现出前所未有的成长势能。在政策严格调控、房价高企、置业观念转变等多重因素影响下，租住人群平均年龄逐渐增长，2018 年，南京、成都、武汉、深圳、苏州、西安、重庆、长沙等城市租房者平均年龄均超过 30 岁，其中，北京、天津、杭州租客平均年龄位居前三，分别是 35.6 岁、34.0 岁、33.2 岁。

住房租赁市场与二手房交易市场相似，同样有着信息不透明，不对称的特征，房屋租赁者同样需要专业的房产经纪提供居间服务以寻得称心房源，因此住房租赁需求的持续增长将推动房产经纪行业的发展。

3.3 资本持续加持，加速业务互联网化进程

房地产经纪行业是通过人力资本提供信息服务从而获得佣金收入的轻资产行业，对资金需求量相对较少，因此传统房地产经纪行业鲜有大规模融资活动。随着互联网+房地产进程的加深，互联网房地产经纪行业逐渐成为资本的聚焦领域，资本加持助力互联网房地产经纪企业的腾飞。例如，截至 2015 年底，房多多已完成 3 轮融资；搜房网获得 IDG、凯雷集团数亿美元的战略投资；爱屋吉屋累计获得 3.5 亿美元融资。资本对互联网房地产经纪行业的

加持，一方面加速了行业的并购重组步伐，提高行业集中度。2016 年以来，各地互联网房地产经纪企业获得融资后，加速并购步伐，扩大企业规模，提高市场占有率，如链家先后与上海德佑地产、深圳中联地产、北京高策机构、杭州盛世管家、广州满堂红等传统房地产中介企业达成战略合并协议；58 同城宣布并购安居客，世联行入股 Q 房网。另一方面，资本的大量介入改变了互联网房地产经纪行业的生产结构和竞争格局，未来经纪企业间的竞争将转变成资本和人才的角逐。资本的介入使互联网房地产经纪行业呈现良性竞争和良性发展态势。

4 行业制约因素

4.1 虚假房源信息难除

根据中国质量万里行促进会调研数据显示，2018 年，真实的房源信息及交易信息透明化是购房人选择互联网房产交易平台时最关心的问题（关注度达 73.9%）。然而有 89.3%消费者认为当前的互联网房产交易服务平台的信息真实性缺乏有效监管。当前互联网房地产经纪行业仍存在大量虚假房源信息，主要因为：一方面，房地产经纪机构从绩效激励层面对经纪人设定了每月或每天的房源发布量、新增客户量以及带客看房数量等考核指标，真实房源数量的有限性逼迫经纪人捏造虚假房源信息以充数。另一方面，房产中介购买平台的发布端口后，可随意发布房源信息，如需获取持续更新置顶权限，则需要不断上新或刷新房源信息，否则所发信息将被海量的房源信息淹没，促使经纪人需不断发布房源信息，但真实房源永远有限。此外，平台面对大量不断刷新的房源信息，难以保证所有发布信息真实可靠，也无法查证房源信息真实与否。经纪机构、互联网经纪平台和经纪人的利益机制使得为数不多的真实房源难以在网络平台形成规模，且虚假房源信息不断驱逐真实房源信息，最终使整个经纪行业的虚假房源泛滥。极端情况下，真实房源将不复存在，整个行业将被虚假房源信息所覆盖。

4.2 专业经纪人才缺乏

房地产经纪行业作为劳动密集型的服务行业，业务开展需要依靠大量从业人员。而行业的低门槛、低底薪导致行业中从业人员鱼龙混杂，水平参差不齐。没有执业证书，没有任何行业相关经验人员也能上岗，业内精通房地产业务、房地产法律等方面的专业知识的人才较为缺乏。业内人员的专业性、诚信度长期受到质疑。根据沙利文数据显示，房地产经纪行业的从业人员的学历水平整体偏低，2018 年，中国房地产经纪行业有 84.3%的经纪人学历在

专科及以下，其中高中学历的经纪人占 31.8%。此水平远落后于欧美发达国家，在美国，房地产经纪人的学历在本科及以上的占比超 50%。此外，中国房地产经纪行业没有采取严格的资格准入制度，没有政府或行业机构的强监管，导致行业野蛮生长，经纪人的职业化程度普遍不高。截至 2018 年，中国有超 50%的房地产经纪人从业时间不满 2 年，而在行业中沉淀十年以上的经纪人不足 5%。在美国，房地产经纪人工作年限一般集中在 14 年以上，甚至有相当一部分从业超 40 年的资深经纪人。

培养符合行业需求的职业经纪人或品牌经纪人，对房地产经纪行业有重要作用。一是有助于扭转行业形象，提高行业口碑。高素质的职业或品牌经纪人能扭转业界对经纪行业的不良评价，提高经纪行业的口碑。二是有利于增强客户依赖感。经纪人素质的提高，服务质量的改善，会强化消费者对经纪人的依赖程度。一定程度上能降低委托人的“跳单”风险，还能使经纪人及其所属经纪机构的成交量大大增加，提升整个经纪行业的业务量，促使经纪行业良性发展。三是有助于经纪企业积累优秀人才，助力企业的发展。资金和人才是未来经纪机构参与市场竞争的关键要素，拥有优质人力资源能使经纪机构增强核心竞争力，彰显优质服务，拓展更多用户。

5 行业政策

房地产经纪行业是房地产业的重要组成部分。近年来，房地产经纪行业发展较快，在活跃房地产市场、促进房地产商品交易等方面发挥了重要作用。但部分中介机构和从业人员存在着经营行为不规范、侵害群众合法权益、扰乱市场秩序等问题。

2016 年 3 月，住房城乡建设部、国家发展改革委、人力资源社会保障部决定将《房地产经纪管理办法》(住房城乡建设部、国家发展改革委员会、人力资源社会保障部令第 8 号)第十条修改为：房地产经纪人协理和房地产经纪人职业资格实行全国统一大纲、统一命题、统一组织的考试制度，由房地产经纪行业组织负责管理和实施考试工作，原则上每年举行一次考试。国务院住房城乡建设主管部门、人力资源社会保障部门负责对房地产经纪人协理和房地产经纪人职业资格考试进行指导、监督和检查。

2016 年 7 月，住建部为加强房地产中介管理，保护群众合法权益，促进行业健康发展，发布《住房城乡建设部等部门关于加强房地产中介管理促进行业健康发展的意见》，提出要规范中介服务行为，包括规范中介机构承接业务、加强房源信息尽职调查、加强房源信息发布管理、规范中介服务价格行为、规范中介机构与金融机构业务合作、规范中介机构涉税服务；指出要完善行业管理制度，包括提供便捷的房源核验服务等；提出要加强中介市场监管，包括严格落实中介机构备案制度等。

2018 年，住建部、中宣部、公安部、司法部、税务总局、市场监管总局、银保监会等 7 部委联合发布《关于在部分城市先行开展打击侵害群众利益违法违规行为治理房地产市场乱象专项行动的通知》，指出专项行动的打击重点包括投机炒房、房地产“黑中介”、违法违规房地产开发企业和虚假房地产广告等四个方面：一是打击操纵房价房租、捂盘惜售、捏造散布虚假信息、制造抢房假象、哄抬房价、违规提供“首付贷”等投机炒房团伙；二是打击

暴力驱逐承租人、捆绑收费、阴阳合同、强制提供代办服务、侵占客户资金、参与投机炒房的房地产“黑中介”；三是打击从事违规销售、变相加价、一房多卖、霸王条款、价格欺诈以及限制阻挠使用公积金的房地产开发企业；四是打击发布不实房源和价格信息、进行不实承诺等欺骗、误导购房人的虚假房地产广告。要求各地要切实履行房地产市场监管主体责任，把打击侵害群众利益违法违规行为作为整治房地产市场乱象工作的重中之重，细化工作任务，明确整治措施，落实监管职责，确保专项行动取得实效。进一步整顿和规范房地产市场秩序，切实维护人民群众合法权益。

6 发展趋势

6.1 业务与服务多元化

现阶段，互联网房地产经纪行业收入来源较为单一，佣金收入是主要的利润来源，盈利能力普遍较弱，单一的收入来源大大增加了机构的经营风险。为增强抵御风险的能力和核心竞争力，经纪机构需转变经营模式，开展多元化衍生业务，为顾客提供产业链全环节的服务。房地产买卖双方在房地产交易过程中容易对政策咨询、价格评估、合同签订、抵押贷款、装饰装修等服务产生需求，经纪机构具有延伸房地产产业链业务的天然优势。近年来，世联行、链家地产、中原地产、搜房网、房多多等经纪机构纷纷推出金融产品，并为顾客提供金融服务。2015 年搜房网运营大幅亏损，但其金融服务业务的营业收入同比增长 814.2%，达 2,960 万美元。

此外，房地产交易潜在客户对房地产政策、投资、价格、房产手续办理等相关知识与资讯需求较大，经纪机构可定期向周边社区提供免费的经纪咨询服务，以拓展客源。如定期在周边社区举办专题讲座，开设论坛或沙龙，为居民免费提供房地产交易税费、按揭贷款、政策解读、房屋价值估算、投资组合等方面的专业咨询，通过社区服务加深消费者对经纪行业的了解与认同，提高经纪机构的曝光率。

6.2 统一开放的平台有望建立

中国现有的房源信息平台可分为两类：①在连锁型经纪机构内部实现局部共享的房源系统：不对社会公众开放，仅限经纪机构内部员工使用；②在互联网房地产交易服务平台上以付费方式发布的房源信息系统：具有社会共享性，用户可付费使用，但房源真实性难以考究。参照美国成熟的房地产经纪行业运行经验，建立具有公信力、开放共享的房源信息系统，使所有房地产经纪人和有交易需求的委托人可自由浏览和使用信息共享平台查询供求状况以

及交易进度等，有助于经纪行业减少信息不对称，增强经纪行业的可信度，提高经纪行业的运作效率。如美国房地产协会官方网站 Realtor，可供大众查询全国待售及待租的房源，所有房源信息公开透明；Zillow 是美国最大的房产信息平台，用户可通过 Zillow 订阅最新房源信息、预约看房、预约经纪人以及查询贷款利率、房屋估价等；MLS（multiple listing service）多重上市服务系统，由美国房地产行业协会组织管理，是美国房地产经纪行业共享信息、协同销售、共享佣金的服务系统。这些房源信息共享平台为美国房地产经纪行业的健康发展和高效运作提供了有利条件。整体而言，中国房地产经纪行业仍缺乏一个具有公信力、开放共享的房源信息系统，导致房源信息四处散落，严重加大房地产交易关联方的信息获取成本。随着房地产经纪行业的发展成熟，全国性的房源信息共享需求呼之欲出，共享信息平台的建造工程亦应箭在弦上。

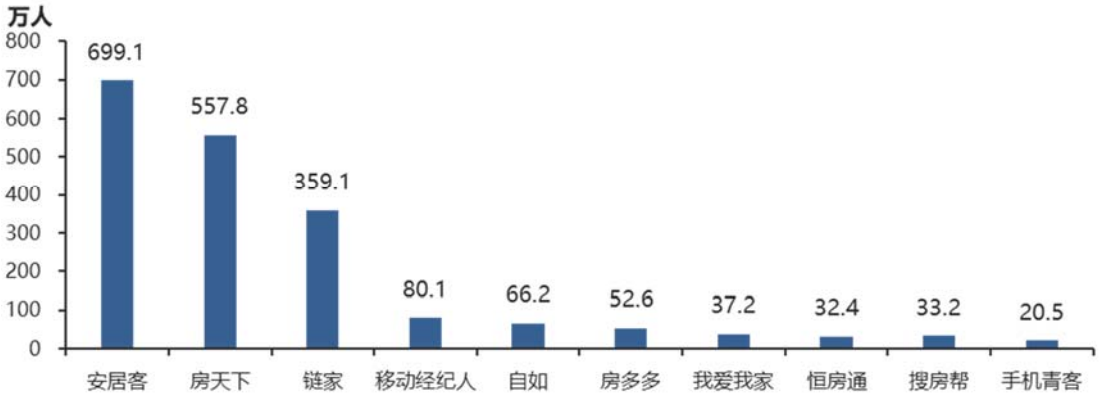
7 竞争格局

7.1 竞争概况

互联网房地产经纪行业参与者逐渐多元化，不同参与者的核心竞争优势有所不同，一手代理市场的典型代表有世联行和易居等；一手撮合市场典型代表有搜房、房多多和好屋中国等；二手房交易市场典型代表有链家和 Q 房网等。一手房交易市场围绕房地产开发商资源展开，线上房产经纪平台流量大，资讯获取速度快，比传统线下房产经纪企业更具优势。二手房交易离用户端更接近，具有强大线下积累的线上房地产经纪企业更具竞争优势。

根据 2018 年房地产交易服务 App 月均活跃用户数来看，安居客、房天下及链家远远抛离同行。安居客得益于产品良好的客户体验及 58 同城带来的流量，以绝对优势位列第一。链家 App 的月均活跃用户数近似安居客的一半。位于长尾队列移动房地产交易服务 App 数量较多，竞争较为激烈。

图 7-1 房地产交易服务 App 月均活跃用户数，2018 年 Q4



来源：fsTEAM 软件采编，沙利文数据中心编制

房天下和链家都有较深厚的行业积累，在线下核心资源以及线上交易信息库建设方面具有优势，两家机构的在线平台为互联网房产经纪行业开拓了精准营销的特色服务。

安居客拥有丰富的二手房资源，注重移动端的产品研发，通过提高用户体验保证平台流量，其移动端在行业渗透方面具有优势。

房多多主打新型互联网房地产经纪模式，为众多中小中介、房地产开发商提供经纪人销售渠道，帮助中介及房地产开发商提升销售量。

图 7-2 中国互联网房地产主要经纪企业简介

公司名称	市场地位	成立时间	线上业务类型	优势
安居客	国内第一房地产租售服务平台	2007年1月	O2O经纪业务、新房电商	二手房源覆盖面广，覆盖所在城市90%以上在租售房源；占据移动端近70%的市场份额，大数据竞争把握用户需求，强大产品研发能力保证用户体验；58同城加入后带来明显的流量优势
房天下	全线最大的传统房地产互联网平台	1999年6月	线上自营销平台，为开放商和消费者提供双向服务	“一站式”线上布局，展示、预定、支付服务免费面向所有在售项目；多元化功能提高供求双方交易效率；轻资产线上中介
链家	业界领先的互联网房地产在线交易平台	2001年9月	线上房产交易服务、资产管理服务	大数据为导向提供房地产全产业链服务，真实全面信息优化交互功能，提升交易效率和体验
房多多	国内首家移动互联网房产交易平台	2011年10月	提供房地产渠道，利用平台-房点通为开发商进行精准营销	以交易平台进行线下切入，打破传统房产网站依赖广告的商业模式；核心团队成员在房地产营销界有丰富经验；轻资产线上中介

来源：沙利文研究院绘制

7.2 典型代表企业分析

7.2.1 链家网——中介自营型

7.2.1.1 企业简介

链家网成立于 2010 年并于 2014 年正式更名为链家网，是集房源信息搜索、产品研发、大数据处理、服务标准建立为一体的中国国内领先且重度垂直的全产业链房产服务平台。链家网主要为客户提供二手房买卖、租赁、新房销售、长租公寓运营、住房金融等服务，主要盈利来源为一、二手房交易佣金及金融业务。链家网线上房源覆盖北京、上海、广州、深圳、天津、成都、青岛、重庆、大连等 42 个城市。链家网旨在通过不断提高服务效率、提升服务体验，为用户提供更安全、更便捷、更舒心的综合房产服务。

7.2.1.2 产品研发

- 新房交易

链家网”新房“板块详细地展示待售新房的价格、户型、交通、配套设施、物业信息等多维度信息，并配备全方位的户型图片和视频资料供用户浏览，既可为用户带来所见即所需的高效服务体验，又可帮助开发商节约大量的营销成本，颠覆业内依靠广告来推广楼盘的模式。

- 二手房交易

链家网拥有全国最大的真房源数据库，收录了全国 20 多个重点城市 6000 万套房源信息。链家通过完善的 O2O 模式，为用户在线提供房源精准定位服务，线下快速匹配经纪人服务，提高看房、交易等环节的效率，真正帮客户做到省时省力、安心地完成房产交易。

- 租房

链家网拥有海量待租房源，覆盖北京、上海、广州、深圳等 17 个城市，承诺所有渠道发布的租赁房源均满足真实存在、真实图片、真实价格、真实在租的要求，增强用户对平台提供的房源的信息。在线平台还为用户提供区域、售价、房型、面积等多维度信息搜索服务，网上一站式了解房源信息，避免线下实地询价、走访等不必要的麻烦。

- 金融服务

链家为用户提供的金融服务包括赎楼、购房首付和尾款支付服务。赎楼用于偿还房屋银行抵押借款，使房屋可以正常交易、过户；购房尾款用于支付购房所需尾款（银行已批贷，未按照预期时间放款)；购房首付用本人或他人现有的房产抵押借款用于购房。链家还为房地产交易双方提供交易资金托管业务，托管资金量目前每月约 20 亿，数量正逐步增加。

- 服务保障

链家网设立了行业内唯一的“1 亿元购房先行赔付基金”，如客户在交易过程中遇到凶宅、辐射超标、签前查封、物业欠费和房屋漏水等问题，可申请获得链家网提供的原价回购、先行垫付、赔付等赔偿。基金的保障范围覆盖了二手房交易中最常见、最隐蔽、最不可预知

的风险，最大限度地保障客户利益。

7.2.1.3 发展战略

链家以房产为中心，正打造基于移动互联网的生活服务平台，拓展装修、搬家、生活支付、社区服务、智能家居等消费金融空间。链家将进军 P2P 借贷、资金监管等业务，打造互联网金融业务，提出对数据的进一步挖掘以巩固、优化现有的房产业务。

链家提出将组织机构逐步扁平化，大幅提高一线经纪人的佣金收入，搭建平台促使二手房信息的透明化同时更好的为经纪人服务，大大增强机构对经纪人的吸引力，有望招揽人才，为国内外市场扩张打下基础。

7.2.2 房多多——交易平台型

7.2.2.1 企业简介

房多多成立于2011年10月，是中国居住服务领域以数据技术驱动的互联网开放平台。房多多利用移动互联网技术，建立了一个高效的、可信赖的、开放的房地产交易服务平台，连接和服务房地产经纪企业、购房者、卖房者、房地产开发商及居住领域的其他服务提供商，主要业务涵盖新房、二手房、租房和增值服务等。

7.2.2.2 产品研发

- 新房交易

房多多新房业务打破了早期房产电商靠广告盈利的模式，率先将先进的移动互联技术引入传统产业的核心环节，并通过整合开发商端和经纪公司端的资源开启了新房市场的移动互联时代。房多多提供一个连接众多中介与开发商的平台，把零散的中小中介联合起来，以房多多的身份与开发商交涉拿盘。房多多为开发商整合经纪人渠道，获取了来自二手房经纪人的新客源及销量，加快了新房销售速度。

- 二手房交易

房多多在全国范围内建立起二手房业主服务团队，鼓励业主在线链接将自己的房源挂到房多多 App 上；在线为经纪人提供真实有效的房源信息；在线为买房者推送优质的经纪人，房多多全面提高了买房者的看房和交易效率。

- 经纪服务

房多多致力打造房产经纪行业的“天猫”，为经纪商户提供了一站式的业务拓展和经营管理系统，对经纪业务随时进行移动在线数据管理。房多多对合作的经纪公司出台服务和新的扶持计划。为中小经纪公司提供资源、技术、服务、品牌保障以帮助他们提高工作效率，免费提供业务技能培训、管理培训；邀请专家对最新经营方式等内容进行培训。

- 金融服务

房多多提供包括首付贷款、增值服务、装修贷、赎楼过桥、按揭抵押贷、佣金结算等金融服务，解决客户买房难题，提高卖房效率。

7.2.2.3 竞争优势

房多多首创了经纪人信用评价体系，为平台健康有序发展埋下伏笔，回归服务本质，为行业建立了新规则。房多多从信用体系与规则建立入手，通过在线考试、从业资格认证、实名认证经纪人唯一编号、信用数据全面打通、信用信息实时更新，共同打造房地产经纪人信用体系，同时打通信用数据与公民数据，建立起信用分和信用等级规则，保证信用体系的有效性和可靠性。

房多多平台通过楼盘字典、真实房源、动态共享 3 种手段实现房源在线：打通行业内各大经纪公司和平台现有的楼盘信息，建立全行业统一共享的楼盘字典，完善基础设施；利用交叉验真、人工勘查等手段，解决房源的真实存在、真实在售、真实价格、真实内容问题，让真房源得到最大程度的曝光。

平台采用直买直卖作用模式，买家可以在平台上直接联系卖家，解决传统房产经济交易

信息不对称痛点；打破传统房产经纪业务按点收费模式，采用固定费用 2999 元+0.3%的交易保障险。

报告阅读渠道

头豹科技创新网 —— www.leadleo.com PC端阅读全行业、千本研报



头豹小程序 —— 微信小程序搜索“头豹”、手机扫右侧二维码阅读研报


图说


表说


专家说


数说

详情请咨询

客服电话

400-072-5588

上海

王先生： 13611634866
李女士： 13061967127

南京

杨先生： 13120628075
唐先生： 18014813521

深圳

李先生： 18916233114
李女士： 18049912451