

市场研究，来访量也挺可靠

2017年6月1日

克而瑞研究中心

www.cricchina.com/research/

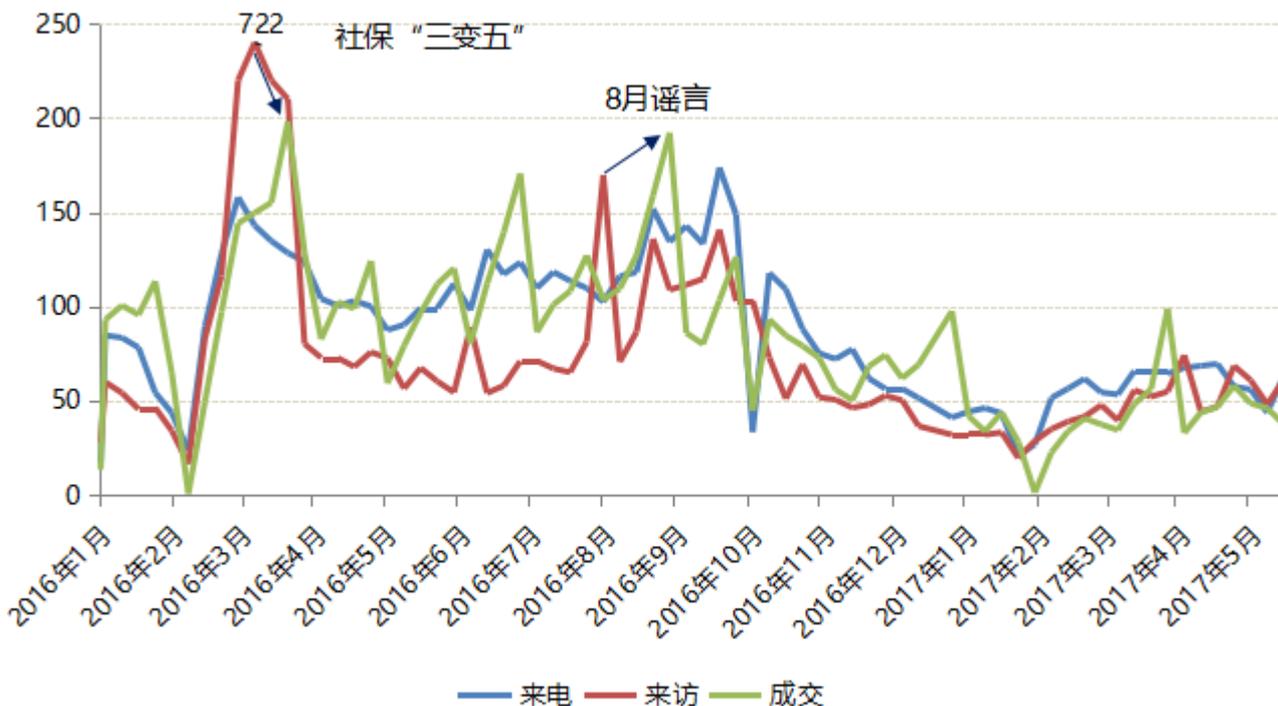
数洞老表哥

近期有报道说上海房租下降，老表哥非常开心地去看了新闻，结果发现只是平均下跌了0.16%，毛估估一个月不到10块钱，实在不值当找房东商量……相比之下还是政策调控和交易市场更让老表哥关心，2016年以来，上海一直都走在行业调控的最前端，上个月更是接连出台了公证摇号、类住宅审批、二手房核验身份三项管理新规，在此影响下，上海如期“低迷”，5月市场成交面积68万平方米，同比下滑50%。

来电来访——先于备案数据上涨，但下滑保持同步

市场研究离不开成交数据，但受备案数据延迟影响，成交数据往往不能及时反映市场变化。

2016年以来上海来电来访及成交量周度指数走势图



注：2016年平均值=100，成交量按套数计算

由上图可见，受月底集中备案影响，大部分成交备案都会被延迟到当月月末，而**来电、来访量的上涨变化更加及时**，并以来访量表现尤为突出，例如在2016年“3.25”之前，来访量的“末班车”效应早已出现，但直到政策真正落地前一天，网上备案才集中出现；再如8月份市场谣传“9月起收紧楼市信贷”，来访量指数随即快速攀升，但交易数据直到月末才大幅上行，数据波动延后了半个多月。

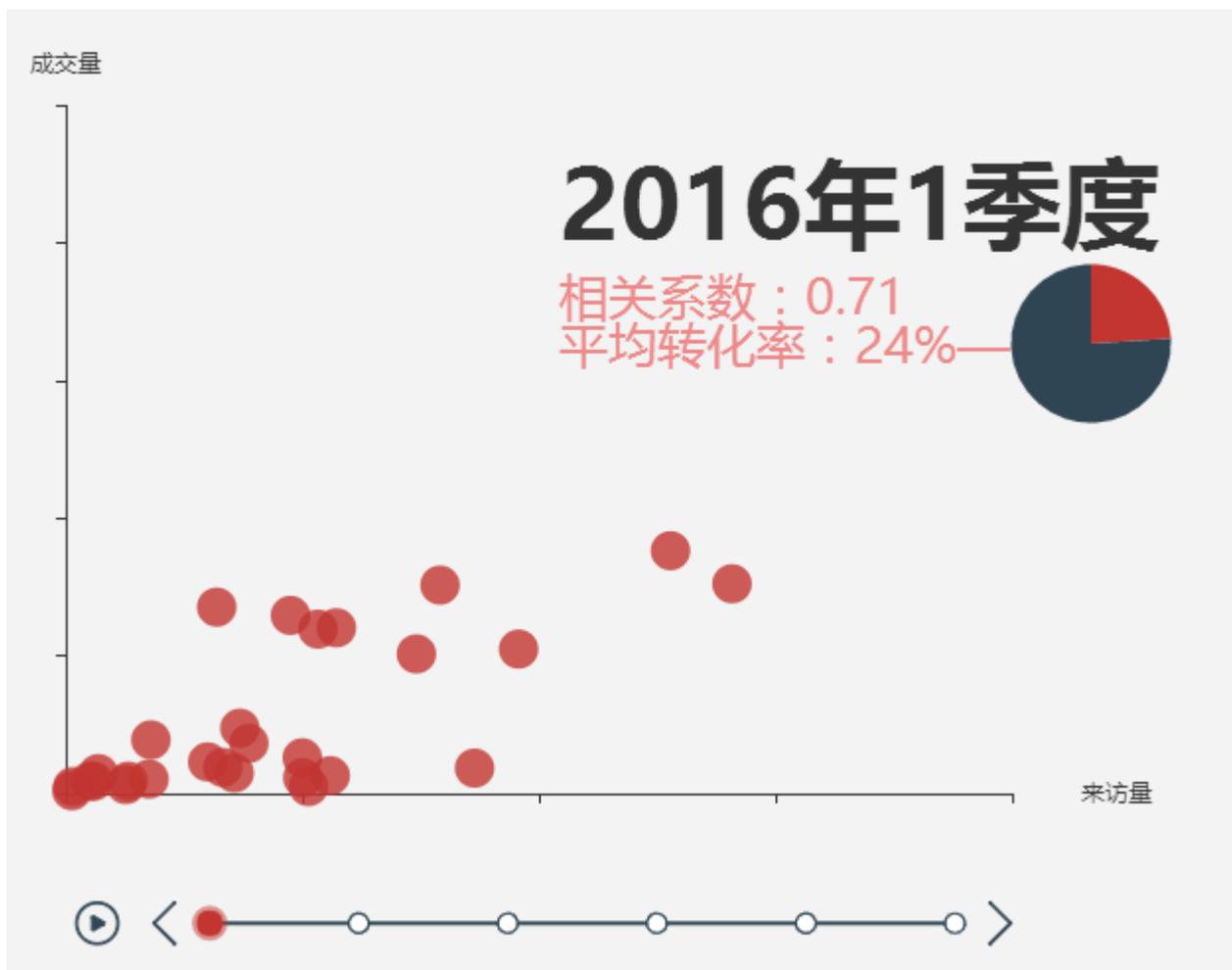
但在成交量收窄的市场周期中，**来电、来访量并没有“先行下滑”**，以2016年四季度为例，来电、来访、成交量三项指标均在同步回落，并没有出现某项指标先一步变化的情况。

因此为了更好地分析市场变化，老表哥觉得有必要去特别分析来电来访数据，尤其是与成交量联系更紧密的来访量数据。

来访量与成交量显著正相关，近一年成交转化率稳定在16%左右

先看看成交量（套数）与来访量的关系：

近期上海各项目来访量与成交量分布散点图



注：因涉及业务数据，删去坐标轴标签，散点图删减了部分项目，下同

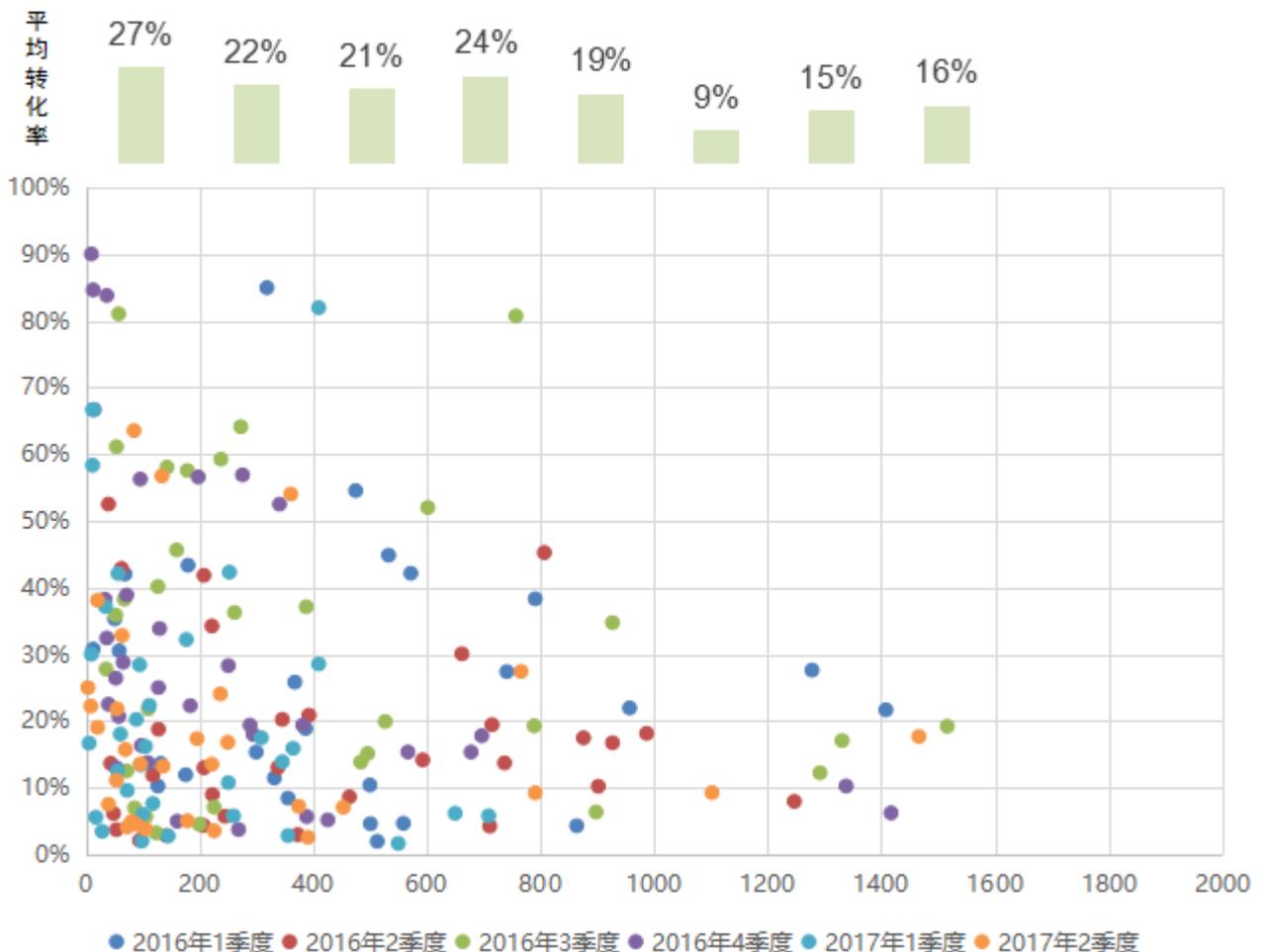
可以看到，**一方面，来访量高的项目，成交量往往更大**，除了受市场谣言影响较大的2016年三季度，2016年以来各季度来访量与成交量均呈现强烈的正相关性，相关系数在0.7左右。**另一方面，成交转化率指标（成交量/来访量）也较为稳定**，2016年“3·25”调控出台后，转化率出现了8个百分点的下滑，但其后基本保持稳定，维持在16%左右，2017年1季度的传统淡季出现了短期回调，但2017年2季度即回升至16%。结合以上两点可见，只要在相对稳定的政策环境中，来访量与成交量一般会保持相对稳定的关联性，**来访量的结构变化，很大程度上也是在反映成交量的结构变化。**

高来访量项目都没有高转化率，所以来访量过高肯定不好吗？

项目来访量越高，成交量固然往往更大，但往往也更难达到高转化率。数据似乎也印证了这一点，**单季度来访量超过800的项目，其成交转化率就很难高于50%了**。不过考虑到开盘规模因素，在寸土寸金的上海，更多的项目还是愿意“精耕细作”，单期销售许可超过400套的，实在是少之又少。因此对于来访量超过800人次的那些项目而言，**与其他项目比较转化率指标其实并不公平**。对于来访量和转化率之间的关系，老表哥认为还是要分情况讨论。

若只分析来访量低于800的项目，可以看到转化率分布并没有因为来访量增大而出现明显变化，平均值在20%-30%之间，标准差也相近（均在0.2左右）。因此公允地说，**来访量的大小与项目成交转化率并不存在直接联系**。而那些因为来访量过高的项目（超过800），很多是**因为来访量过高而显得转化率低**，反而说明这些项目吸引力更强，更值得我们去关注。

单季度来访量——成交转化率分析



注：此处平均转化率是算术平均

高来访量项目大多主打低总价、低单价产品

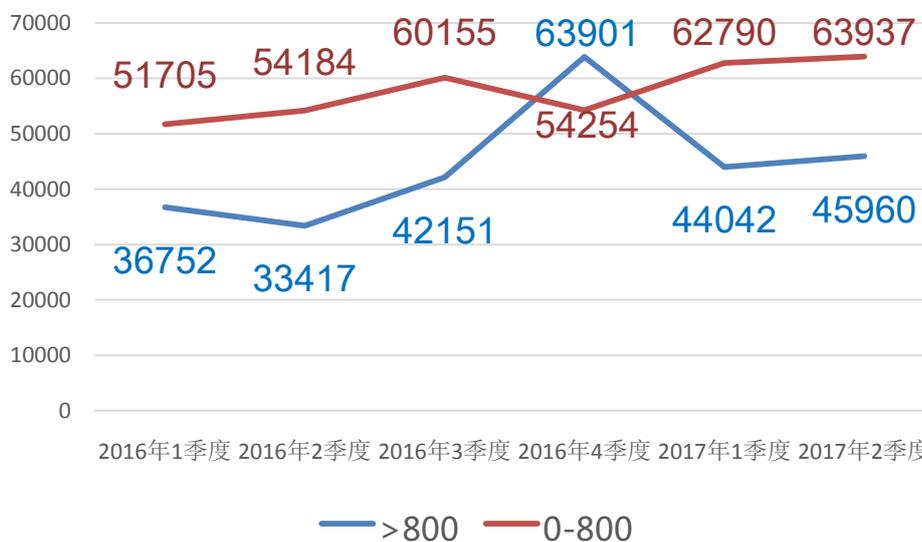
以单季度800来访量为界分析，可以看到**来访量高的项目大多主打低总价、低单价的刚需产品**，与其他

项目存在着较为明显的差异。2017年二季度，高来访量项目均价为4.6万元/平方米、537万，而其他项目均价为6.4万元/平方米、1361万。在环线分布上也有明显不同，高来访量项目大多位于外郊环、外环外，而其他项目则多处于外环内和中外环。

不同来访量项目产品平均总价变化



不同来访量项目产品平均单价变化



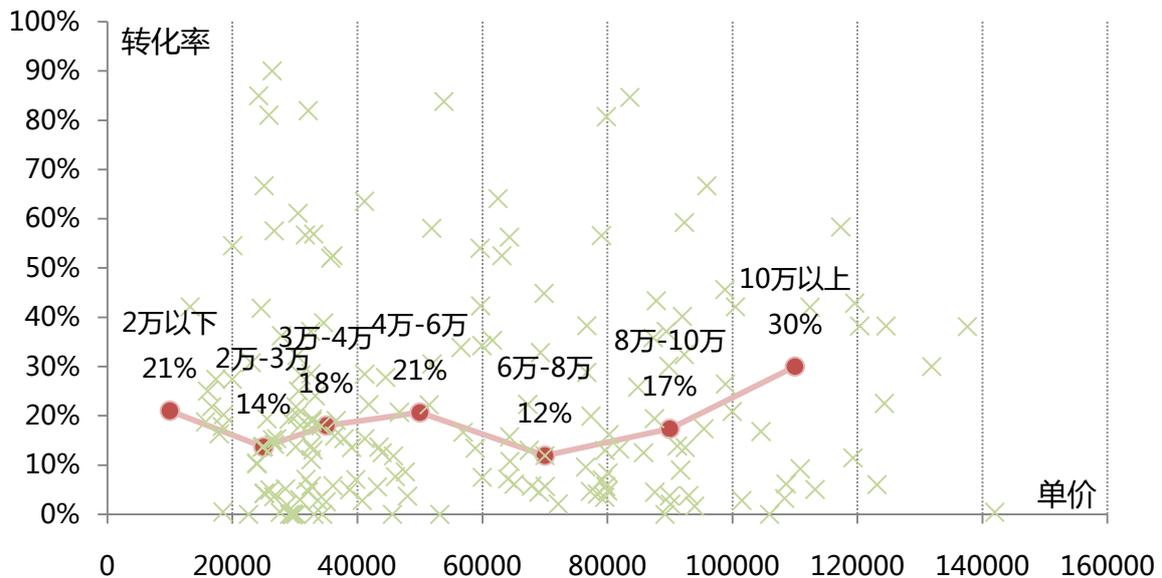
高单价产品平均转化率更高，高总价产品却恰好相反

分单价段来看，**成交转化率有两个低点**，一是2-3万元/平方米，各项目转化率中位数为14%，另一个是6-8万元/平方米，各项目转化率中位数为12%，这一方面因为对应档次产品供应较多，可供选择面较大，另一方面是对应购房者大多为首置和再改，在购房选择上更加慎重，因此到访转化率也更低一些。**成交转化率的高点则出现在了高单价区间**，10万元/平方米以上的项目转化率中位数为30%，明显高于其他单价

段产品，在高购置门槛、产品个性化的情况下，此类产品的购房者选择面不多，转化率也自然更高一些。

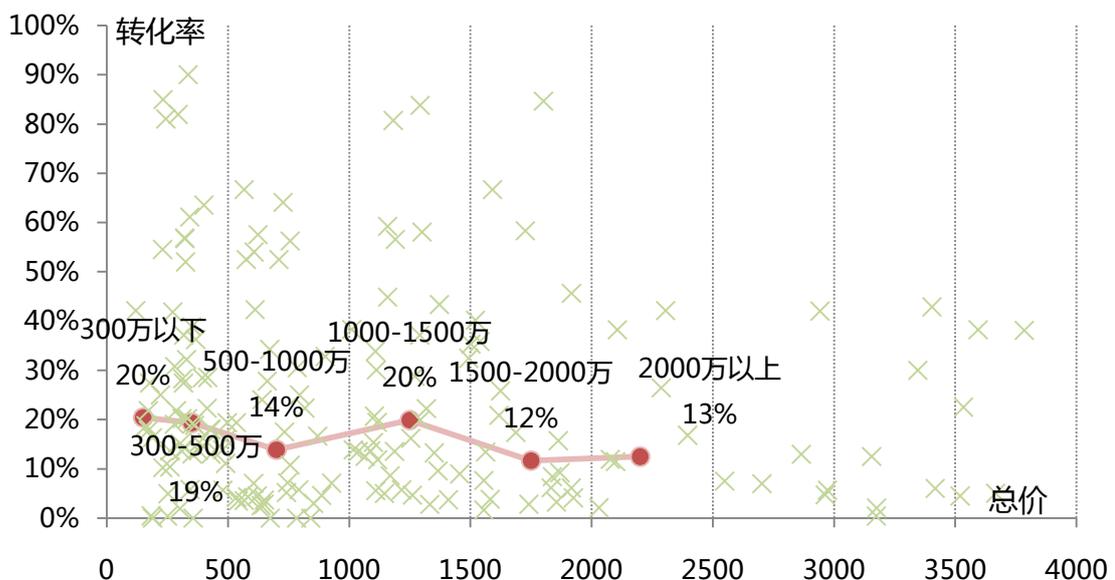
受面积段分布差异影响，各总价段的转化率有所不同：**高总价段产品成交转化率并不高**，单套总价1500万元以上的项目转化率中位数仅为12%，明显低于其他各总价段，大量的大平层、远郊别墅项目拉低了高总价产品的来访转化率，此外500-1000万的产品成交转化率也相对较低，只有14%。

各项目单价与季度成交转化率



注：已排除单季度来访量超过800的项目

各项目套均总价与季度成交转化率



注：已排除单季度来访量超过800的项目

最后小小总结一下，在目前热度降温的市场行情中，来访量的先行优势确实没有体现出来。但与之相

关的指标还是值得关注，如刚需产品可以把高来访问量作为产品的检验标准，首置、再改产品需要对客群更多耐心，高单价产品也不必对优秀的来访转化率沾沾自喜。

分割线

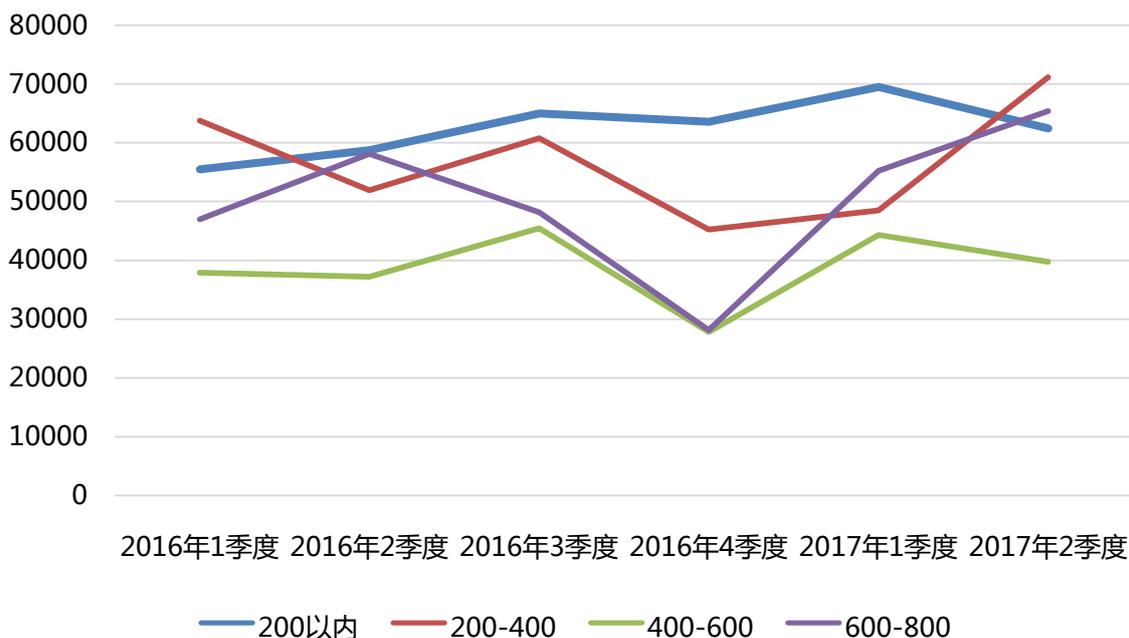
为什么不做各总价段、单价段、环线的来访量研究？

老表哥：因为来访量和成交量高度正相关，研究结果其实和研究成交量分布差不多，已经被做过很多遍了，意义不大。而研究来访量和成交量的分布差异其实就是研究成交转化率，正文中已经有提到，就不赘述了。

单季度来访量在800以内的项目，平均单价、总价相差大吗？

老表哥：因为豪宅项目来访量普遍较低，所以单季度来访量较低（200以内）的项目平均单价、总价会更高，但来访量在200-800的项目还是差别不大的。单独比较来访量200-800和800以上，也还是来访量800以上的项目平均单价、总价更低一些。

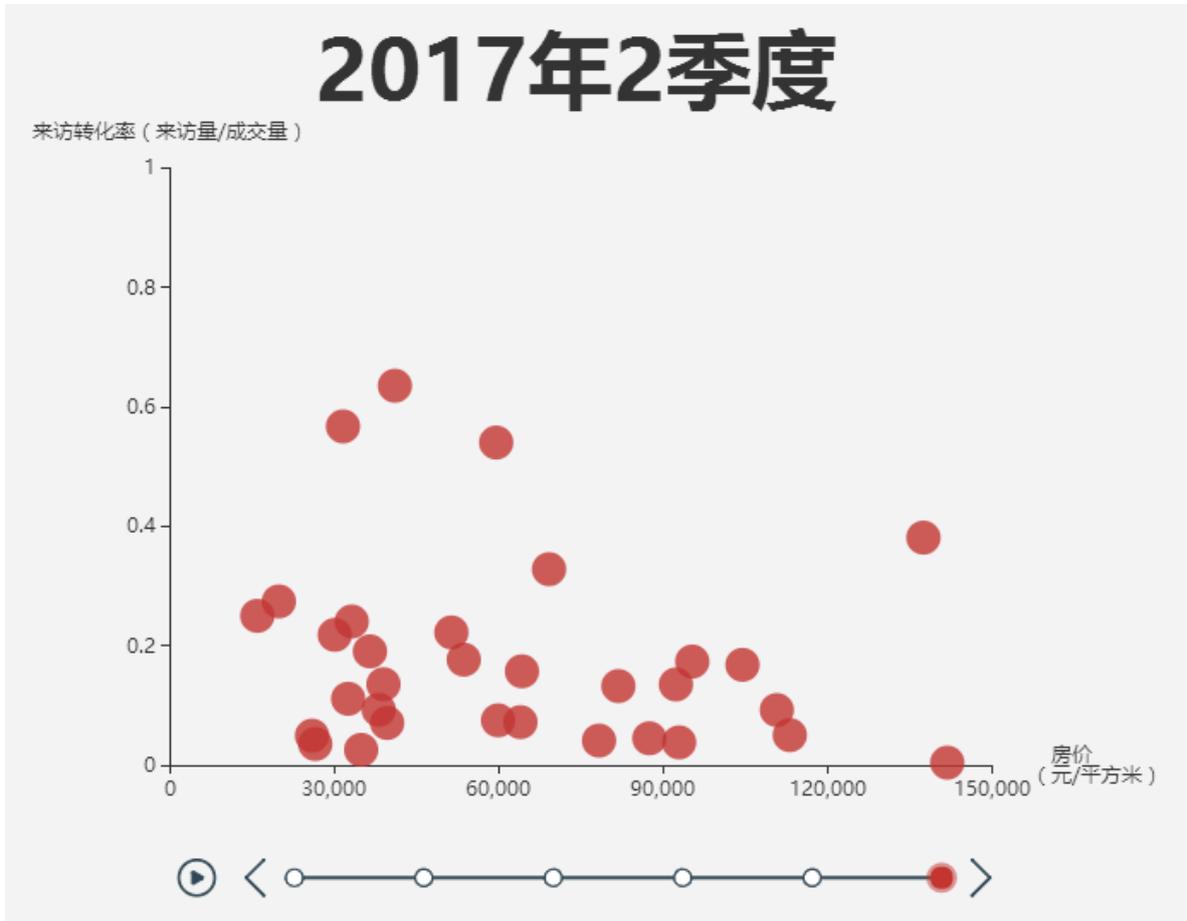
按来访量分各项目成交均价



随时间变化，各单价段/总价段的成交转化率变化明显吗？

老表哥：不明显，见下图，基本类似布朗运动（随机运动），总价段变化类似，不再放出。

分季度房价——来访转换率散点图



免责声明

数据、观点等引用请注明“由易居(中国)·克而瑞研究中心提供”。由于统计时间和口径的差异,可能出现与相关政府部门最终公布数据不一致的情形,则最终以政府部门权威数据为准。文章内容仅供参考,不构成投资建议。投资者据此操作,风险自担。

>>>关于克而瑞

克而瑞,易居(中国)企业集团旗下品牌。作为中国最大的房地产信息综合服务商,以现代信息技术为依托的房地产信息及咨询服务为主营业务。克而瑞拥有中国房地产最大的信息数据库,构筑中国房地产上下游企业(包括开发商、供应商、服务商、投资商)和从业者信息的桥梁,形成资金、信息通路、营销、人才等各类资源的整合平台,为企业提供房地产信息系统、信息集成和解决方案的全面信息综合服务。

>>>关于研究中心

研究中心,易居(中国)旗下品牌克而瑞的专业研发部门,组建十年以来一直致力于对房地产行业及企业课题的深入探索。迄今为止,已经连续7年发布中国房地产企业销售排行榜,引发业界热烈反响。研究半径不仅涵盖以日、周、月、年时间为线索的四大基础研究领域;还包括宏观、市场、土地、企业战略、企业金融、营销等六大研发方向的深度拓展。每月成果出品超过百份,规模以万字计,为房地产企业、基金、券商、政府相关部门提供专业研究资料。