

大数据在房地产开发管理中的应用探讨

刘军

龙记泰信实业集团有限公司, 陕西 西安 710000

DOI:10.61369/EDTR.2026070024

摘 要： 现代社会已经迈向了信息技术的发展新时代。而“大数据”是这个时代下产生的一种无形信息资产，更是实现企业数字化、网络化、智能化的根本所在。将大数据应用于房地产开发管理行业，能够有效提升企业的核心竞争力，依托大数据分析，能够帮助房地产企业更加精准地定位市场需求，并且能够更加快速地预判未来市场走向，实时把控市场动态，一定程度上避免了定位偏差与后续房产烂尾的负面情况。此外，大数据还能够让房地产企业制定更加具有针对性的营销策略，会个性化地满足不同客户的需求，全面提高广澳营销的转化率。

关 键 词： 大数据；房地产开发管理；应用；信息技术

Discussion on the Application of Big Data in Real Estate Development and Management

Liu Jun

Longji Taixin Industrial Group Co., Ltd., Xi'an, Shaanxi 710000

Abstract： Modern society has entered a new era of the development of information technology. 'Big data' is an intangible information asset generated in this era, and it is also the fundamental to realize the digitization, networking and intelligence of enterprises. Applying big data to the real estate development and management industry can effectively enhance the core competitiveness of enterprises. Relying on big data analysis, it can help real estate enterprises to more accurately locate market demand, and can more quickly predict future market trends and control market dynamics in real time. To a certain extent, it avoids the negative situation of positioning deviation and subsequent real estate unfinished. In addition, big data can also enable real estate enterprises to develop more targeted marketing strategies, which will meet the needs of different customers in a personalized way, and comprehensively improve the conversion rate of Guang 'ao marketing.

Keywords： big data; real estate development management; application; information technology

引言

大数据能够帮助企业更加精准的进行市场定位，从根本上提升企业的品牌效应与核心影响力。在大数据的牵引下，企业可以在多元化的数据中展开对市场实际情况的分析与调研，并且在海量的数据信息中，提炼出关乎房地产行业未来发展的重点要素，从而帮助企业明确未来的发展方向，并以此为基础，帮助企业选择最为明确的决策。由此可见，大数据早已成为现代房地产行业的核心竞争力，故而我们必须挖掘出大数据在房地产开发管理中的潜在应用价值。

一、通过房产数据分析，精准定位市场需求

对于市场实际需求的精准定位，能够帮助一个企业品牌在短时间内快速成长，更是实现企业品牌定位的重要条件，故而企业必须加强对房产数据的统计分析，收集整理大量的市场数据，并针对这些数据做出精准、系统化的分析与调研。想要更好抢占市场先机、赚取利润，就需要在大量市场数据的支持下，制定合理的战略部署，深度挖掘信息数据的广度与精准性，利用信息技术辅助的方式，从海量数据中提炼核心要点，分析预判房地产市场未来走向、供需关系、市场竞争情况、当前社会风向等诸多三方

因素的影响。进一步对整体数据做出更加专业、系统的整合收集，并妥善对其中内容进行更加严谨的管理与分析，制定符合当前社会实际需求的决策计划，精准定位企业品牌市场，展示自身企业特色，塑造良好的企业品牌形象，使企业品牌的市场定位能够在行业内、消费者乃至整个社会层面中都有一席之地，深入人心。此外，一个企业若想涉足某一地区的房地产开发管理市场，还需要结合城市的 GDP 发展需求，对整体项目的可行性进行合理研究，从人口分布、区域规划、产业结构、市场行情、土地工业、消费水平、竞品企业等多种情况进行深度分析，将各个板块的数据信息进行统整、梳理，构建庞大的市场调研数据库，通过

信息技术的全面分析，提出最终实施策略^[1]。

众所周知，想要开拓全新的品牌市场，企业需要投入海量的人力、物理资源，对整个市场现状进行调研分析，如果没有庞大的数据支持，则会导致市场最终定位不准确，错失对市场风口的把控，进一步降低企业资金回笼效益，严重还会影响到后期销售工作的顺利开展，从而出现烂尾楼盘，为企业带来负面影响，威胁到旗下其他产业内容，直至破产。因此，企业必须收集大量的有效信息数据，利用信息技术的辅助，支持市场调研人员的结论与部署，通常情况下，企业一般会查找近十年内的房地产行业统计年鉴、管理部门数据、相关报告、专家意见以及市场实际情况，结合云计算与物联网，排出大数据中的垃圾信息，提炼精简有效的数据内容，并结合现代市场对结果实时分析，动态追踪市场数据变化，同时还可以邀请高级技术人员编写自动化数学模型，对大数据进行自动化、科学的分析和验证，最大程度上减少市场调研人员的工作量，提高其对未来市场的预测精准度，如此才能更好地定位市场需求，从而方便企业后期拓展升级，只有前期的市场定位精准无误，后期的企业规划才能更加符合市场与客户的实际需求，全面减少工程变更、建造缓慢、产品滞销的不良影响，提高客户的满意度，全面缩短资金回流时间，进一步提高市场定位的精准度，为企业后期发展打下坚实的基础^[2]。

二、依托现代信息技术，制定合理营销策略

伴随着现代信息技术与智能通讯设备的高速发展与普及，现阶段人们可以随时通过智能手机、平板等方式利用互联网搜集大量的市场信息。通过微信公众号、地方群、新闻网站、视频平台、政府网站以及在线购物平台等渠道，利用现代信息技术截取其中大量上传、下载、评论、图片、视频等数据信息，对整体网络用户进行实时收集，通过关键词的方式提炼其中用户体验感受等各种评价信息，并将这些内容整合梳理，挖掘其中的商业价值与潜在客户，利用网络的形式进行沟通，构建信息化大数据分析系统。

电子市场的普及为人们带来了更加便利的购物方式，这一技术的出现逐步替代了传统的线下交易模式，人们在购买某一物品之前，会利用淘宝“扫一扫”等方式查找相关产品的价格以及用户体验评价，在入手之前就已经对意向产品有了更加全面的理解与价值印象。而房产作为一种特殊的消费品，所面临的客户往往需要更长的考虑时间，他们通常会对房屋信息、基础设施等多方面查看，更会对其周边设施，地理环境以及位置情况进行详细讨论，并通过对比、筛选、整理的方式逐一分析^[3]。故而，企业应立刻抓住这一契机，将意向客户在对相关数据查询过程中留下的信息入手，利用手头现有房源挖掘客户，加强对其购房意向、流浪产品、家庭背景、职业、购买需求、地理位置等进行深度分析，从而提炼出消费者的实际消费需求，有针对性地对其进行广告推送，并利用线上与线下相结合的范式适当利用线下邀约的方式引导客户挑选商品，进行精准营销，并建立客户分析数据库，利用特定的算法满足客户购物需求，以此来制定更加合理的营销

策略。

三、以大数据内容为本，将房产收益最大化

企业应参考大数据内容，建立实施预测模型，加强对市场内容的细致划分，对客户的基础行为进行分析，将大数据应用于房地产开发管理中，最大化房地产收益，创新经营房产管理技术，确定最佳的销售策略与服务内容。同时，企业还应利用根据客户的实际购房需求特征，弹性向客户执行不同的房产销售标准，为他们提供更加完善的选择内容，利用优秀的销售策略吸引客户注意力，加深对顾客购房需求、心理价位分析，利用现代信息技术建立智能预测模型。

房地产市场不是长期稳定的一种固定市场，任何政策、经济和社会等外在因素的变化，都会引起房地产市场的剧烈动荡。故而，企业应将房地产行业历史数据与当前市场特征充分结合，分析消费者的实际购房需求，对价格进行弹性规划，建立自动化数据预测模型，实时监控房地产市场动态，深度分析房地产市场的未来需求，科学合理地规划房地产价格弹性区间，灵活调整各个时段内的房产销量，通过对大数据内容的分析达成企业与客户之间的公序平衡，从而将房产收益最大化。

四、深度分析房产内容，创造更好居住环境

伴随着社会经济的高速发展，人们对居住环境的需求已经不再局限于单纯住宿的需求，他们在购物过程中还会将社区资源便捷性、居住环境是否干净整洁、小区设施是否完善以及物业服务是否便捷等。在现代化社交网络的不断更新，越来越多的个人信息被公开在互联网之上，这些信息内容不仅包括客户的姓名、职业、家庭情况、收支情况等，甚至还涵盖了个人兴趣、购物习惯、消费水平、公司地址、意向城市等较为隐私的个人信息。表面上这些内容与房地产项目毫不相关，但是通过对大量数据资源的分析，可以发现这些内容能够为房地产的开发与未来发展带来更多的潜在利益^[4]。

鉴于此，企业可以以一个城市人口为基础，分析整个城市各个层级人员的实际消费水平与日常出行信息，为潜在的客户制定更加符合他们需求的购房需求，为其提供交通便利、设施完善的房产，全面减少其通勤过程中所消耗的时间成本。通过这种创新性业务，能够全面满足客户对房产需求以及企业服务质量的请求，从而促进房地产行业的有效发展。同时，企业还可以结合大数据在这一基础上开发更多内容，通过收集庞大的卖家数据，结合客户的实际需求打造电子社区，利用手机 APP 的形式让商户与客户能够线上对接，让客户与其他潜在客户进行互动交流，帮助企业更加精准的定位客户购物需求，同时为其提供优秀的售后服务保障，并为未来房产行业走向分析提供更多数据。此外，企业还可以将相关内容进一步延伸，渗透到酒店、旅游等业务之中，通过物流、医疗、养老的方式支持城市发展，将数据与客户紧密串联，利用云服务的方式构建智慧城市，在大数据的加持下为客

户提供更好的居住环境。

五、强化动态风险预警，实现项目全过程管控

房地产开发具有投资规模大、建设周期长等特点，项目全生命周期包含多个环节，各阶段潜藏颇多不可预知的风险。以往房地产开发管理期间，风险应对多采取事后补救的办法，企业难以在风险萌发阶段进行有效、及时地干预，致使管理工作无法发挥作用。为解决此问题，提升管理有效性，企业可以应用大数据技术，建立覆盖项目整个过程的风险预警机制，保证潜在风险能被及时发现和处理。在项目建设前，企业可以通过大数据分析历史工程数据、区域地质条件等，依照分析结果判断项目规划阶段的风险性，找出可能出现的技术障碍或者问题，合理制定处理方案。项目建设阶段，以智能监控设备、物联网传感器等收集的信息为基础，应用大数据深入分析异常信息，精准识别潜在风险和隐患，保证项目实施期间不会发生安全问题。为掌握材料情况，企业可以利用大数据动态追踪供应链数据，提前预判断供风险，灵活调整采购计划，以便项目能在规定时间内高质量、高效率完成。此外，运用大数据精准预判市场销售端风险，在对政策解读、金融信贷数据等多元信息的深度分析下，及时发现市场需求波动趋势，灵活调整定价策略，以免出现市场误判的情况。项目进入交付阶段，利用大数据技术密切监测客户满意度风险，及时化解矛盾，维护企业品牌声誉^[5]。

六、赋能战略决策分析，全面优化各类资源

在房地产开发管理过程中，通常需要大量土地、资金资源，其中土地资源是房地产开发过程中不可缺少的关键生产资料，其获取成本以及区位选择与项目成败息息相关。并且，资本运营的效率与企业未来发展也有密切联系。但是，在以往房地产开发管理期间，土地评估及投资决策对经验判断、静态市场报告依赖度较高，决策链条长，经常被主观因素影响，导致管理效率低，管

理效果不佳。为解决此问题，企业可以强化大数据的应用，为战略层决策提供可靠、真实的数据支持，实现各类资源的合理分配与利用。

为充分利用土地资源，企业可以借助地理信息系统，与大数据技术整合，通过对目标地块价值画像的办法，深入分析地块各方面信息，包括商业配套、周边交通等，同时深层次挖掘区域内动态因素，全面了解人口变化情况、城市更新规划走向等。如企业可以运用大数据分析运营商信令数据，明确，特定区域内各时段实际人口热力分布等，并以分析结果为依据，客观评估地块未来的真实居住需求潜力，以免出现盲目追求热点区域的情况，从源头规避同质化竞争问题。此外，企业可以利用大数据精准识别被市场低估的价值洼地，通过深层次分析城市地铁线路延伸规划等先行指标，提前锁定有升值空间的储备用地，从整体角度上降低土地获取成本。

在资金的应用与配置方面，企业可以建立财务大数据模型，对不同区域以及项目类型的历史投资回报率、资金周转周期等全方位对比与分析，制定与自身资金实力相契合的投资组合策略，在大数据的支持下，动态追踪金融市场利率变动、同行业企业杠杆率变化等，以便企业能在最佳时间窗口完成融资安排，有效节约财务成本。同时，利用大数据对现金流数据精细化预测，确保企业能动态平衡管理资金链，不会因为资金沉淀而出现资源浪费的情况^[6]。

七、结束语

在信息化时代的影响下，大数据已经成为房地产行业未来发展的重要战略资源，更是提高行业核心竞争力的有效途径。通过对大数据内容的有效应用，能够帮助企业更加精准的继续拧市场定位，最大化房地产经济收益，培养更多与之相关的高素质人才，通过对大数据深度的学习与应用，能够为房地产未来的发展提供更加有力的保障。

参考文献

- [1] 陈云. 如何在房地产开发管理中应用大数据技术分析 [J]. 中国房地产业, 2025(19): 22-25.
- [2] 徐素素. 如何在房地产开发管理中应用大数据技术 [J]. 中国商人, 2024(5): 138-140.
- [3] 李丽. 大数据技术赋能房地产全周期开发管理路径研究 [J]. 建筑经济, 2024, 45 (05): 78-82.
- [4] 王浩宇. 大数据在房地产投资、成本与风险管控中的实践 [J]. 工程管理学报, 2023, 37 (02): 112-116.
- [5] 张雪梅. 基于大数据的房地产项目开发精细化管理体系构建 [J]. 广州建筑, 2025, 53 (01): 45-49.
- [6] 陈曦. 大数据背景下房地产开发决策优化与市场预判研究 [J]. 住宅与房地产, 2024 (18): 11-13.