

2022-2027年中国“房地产+社区020”跨界投资转型发展模式与投资机会专项咨询报告

目 录

CONTENTS

第1章：“房地产+社区020”跨界投资转型基本概述与时代背景

1.1 “房地产+社区020”跨界投资转型基本概述

- 1.1.1 “房地产+”跨界投资转型的基本概述
 - (1) “房地产+”跨界投资转型的概念及发展阶段
 - (2) “房地产+”跨界投资转型的投资结构分析
 - (3) “房地产+”跨界投资转型与轻资产转型的比较
- 1.1.2 “房地产+社区020”跨界投资转型的概念界定
- 1.1.3 “房地产+社区020”跨界投资转型的发展阶段
 - (1) AMC应用成熟度曲线模型
 - (2) 中国社区020市场AMC模型
- 1.1.4 “房地产+社区020”跨界投资转型的核心特征
- 1.1.5 本报告的研究范围及相关说明

1.2 “房地产+社区020”跨界投资转型时代大背景

- 1.2.1 “房地产+社区020”跨界投资转型政策背景分析
 - (1) 历年来房地产调控政策的对比分析
 - (2) 2018年房地产调控政策深度解读
 - (3) 未来房地产调控政策发展趋势解读
- 1.2.2 “房地产+社区020”跨界投资转型宏观经济背景
 - (1) 国际宏观经济运行分析
 - (2) 中国宏观经济运行分析
- 1.2.3 “房地产+社区020”跨界投资转型社会背景分析
 - (1) 我国城镇化率稳定增长
 - (2) 中国新增人口情况及对房地产行业的影响
 - (3) 中国富裕阶层投资结构及对房地产行业的影响
- 1.2.4 “房地产+社区020”跨界投资转型技术背景分析
 - (1) 万物互联时代到来
 - (2) 一切皆为大数据
 - (3) 网络社交媒体技术快速发展

第2章：中国土地供应趋势及房地产业发展现状与前景

2.1 中国土地供应趋势及价格走势

- 2.1.1 中国土地市场供求分析
 - (1) 批准建设用地规模与结构分析
 - (2) 国有建设用地实际供应分析
 - (3) 国有建设用地成交金额分析
- 2.1.2 一线城市土地市场供求分析
 - (1) 一线城市土地市场供应分析
 - (2) 一线城市土地市场成交分析
- 2.1.3 主要二线、三四线城市土地市场供求分析
 - (1) 主要二线、三四线城市土地供应分析
 - (2) 主要二线、三四线城市土地成交分析
- 2.1.4 中国土地市场价格走势分析
 - (1) 中国各类土地市场价格总体走势
 - (2) 一线城市各类土地价格走势分析
 - (3) 主要二三线城市土地价格走势
- 2.1.5 中国土地市场供应趋势预测

2.2 中国房地产行业投资情况分析

- 2.2.1 中国房地产行业投资规模分析
 - (1) 全国整体情况
 - (2) 分地区情况

- (3) 房地产开发景气指数
 - 2.2.2 中国房地产行业资金来源结构
 - 2.3 中国房地产行业供需平衡分析**
 - 2.3.1 中国房地产行业供给状况分析
 - (1) 房地产行业新开工面积分析
 - (2) 房地产行业施工面积分析
 - (3) 房地产行业竣工面积分析
 - 2.3.2 中国房地产行业需求情况分析
 - 2.3.3 中国房地产行业供需平衡分析
 - 2.4 中国房地产行业经营效益分析**
 - 2.4.1 中国新房及二手房价格走势分析
 - (1) 中国新房价格走势分析
 - (2) 中国二手房价格走势分析
 - 2.4.2 中国房地产行业盈利情况
 - 2.5 中国房地产行业发展趋势及前景**
 - 2.5.1 中国房地产行业发展特点分析
 - (1) 房地产供给的特点
 - (2) 房地产需求的特点
 - 2.5.2 中国房地产行业现存问题分析
 - (1) 重资产模式
 - (2) 下半场住宅市场空间有限，房企转型难
 - (3) 拿地成本和融资成本高企
 - (4) 楼市高库存
 - (5) 营销模式单一，缺乏创新
 - (6) 房产中介信息不透明，服务质量差
 - (7) 行业竞争激励
 - 2.5.3 中国房地产行业发展趋势分析
 - 2.5.4 中国房地产行业发展前景预测
- 第3章：中国社区O2O市场发展现状与发展前景分析**
- 3.1 中国社区O2O市场发展概述**
 - 3.1.1 社区O2O相关概念界定
 - (1) 同城O2O市场概念
 - (2) 社区O2O市场概念
 - 3.1.2 中国社区O2O模式分析
 - 3.1.3 社区O2O的市场场景特征分析
 - 3.1.4 社区O2O价值链各环节市场特点
 - (1) 信息环节市场特点
 - (2) 交易环节市场特点
 - (3) 支付环节市场特点
 - (4) 物流环节市场特点
 - 3.2 中国社区O2O市场发展现状及前景**
 - 3.2.1 中国社区O2O发展历程
 - (1) 社区O2O的1.0时代：中海家园服务网
 - (2) 社区O2O的2.0时代：以花样年旗下“彩之云”和“解放区”为首的O2O平台
 - (3) 社区O2O的3.0时代及未来：万物互联时代（物联网）
 - 3.2.2 中国社区O2O市场规模分析
 - 3.2.3 中国社区O2O市场现存问题
 - 3.2.4 中国社区O2O市场发展趋势
 - (1) 平台化、专业化
 - (2) 技术产品不断丰富，前后端数据连通提升行业效率
 - (3) 丰富的B端服务为O2O平台提供更多盈利可能
 - (4) 领先者修炼内功，巩固行业地位
 - 3.2.5 中国社区O2O市场前景预测
 - (1) 社区O2O增长动力分析
 - (2) 社区O2O发展前景预测
 - 3.3 中国社区O2O细分领域投资机会分析**
 - 3.3.1 中国社区O2O产业整体结构分析
 - 3.3.2 中国社区餐饮O2O市场投资机会
 - (1) 中国社区餐饮O2O市场特点

- (2) 中国社区餐饮O2O市场规模
- (3) 中国社区餐饮O2O业务模式
- (4) 中国社区餐饮O2O现存问题
- (5) 中国社区餐饮O2O投资前景
- (6) 中国社区餐饮O2O优秀案例
- 3.3.3 中国社区汽车O2O市场投资机会
 - (1) 中国社区汽车O2O市场规模
 - (2) 中国社区汽车O2O业务模式
 - (3) 中国社区汽车O2O现存问题
 - (4) 中国社区汽车O2O投资前景
 - (5) 中国社区汽车O2O优秀案例
- 3.3.4 中国社区医疗O2O市场投资机会
 - (1) 中国社区医疗O2O市场发展
 - (2) 中国社区医疗O2O市场规模
 - (3) 中国社区医疗O2O业务模式
 - (4) 中国社区医疗O2O现存问题
 - (5) 中国社区医疗O2O投资前景
 - (6) 中国社区医疗O2O优秀案例
- 3.3.5 中国社区教育O2O市场投资机会
 - (1) 中国社区教育O2O市场发展
 - (2) 中国社区教育O2O市场规模
 - (3) 中国社区教育O2O业务模式
 - (4) 中国社区教育O2O现存问题
 - (5) 中国社区教育O2O投资前景
 - (6) 中国社区教育O2O优秀案例
- 3.3.6 中国社区金融O2O市场投资机会
 - (1) 中国社区金融O2O市场发展
 - (2) 中国社区金融O2O市场规模
 - (3) 中国社区金融O2O业务模式
 - (4) 中国社区金融O2O现存问题
 - (5) 中国社区金融O2O投资前景
 - (6) 中国社区金融O2O优秀案例
- 3.4 中国社区O2O优秀发展模式及案例**
 - 3.4.1 彩生活模式
 - (1) 公司基本信息
 - (2) 公司运营模式
 - (3) 公司盈利模式
 - (4) 公司经营状况
 - (5) 公司模式评价
 - 3.4.2 万科物业模式
 - (1) 公司基本信息
 - (2) 公司运营模式
 - (3) 公司盈利模式
 - (4) 公司经营状况
 - (5) 公司模式评价
 - 3.4.3 顺丰嘿客模式
 - (1) 公司基本信息
 - (2) 公司运营模式
 - (3) 公司盈利模式
 - (4) 公司经营状况
 - (5) 公司模式评价
 - 3.4.4 保利-若比邻
 - (1) 公司基本信息
 - (2) 公司运营模式
 - (3) 公司盈利模式
 - (4) 公司经营状况
 - (5) 公司模式评价
 - 3.4.5 龙湖-千丁
 - (1) 公司基本信息

- (2) 公司运营模式
- (3) 公司经营状况
- (4) 公司模式评价

第4章：中国“房地产+社区O2O”跨界投资现状及发展模式

4.1 中国“房地产+社区O2O”跨界投资转型发展现状

- 4.1.1 中国“房地产+社区O2O”跨界投资情况分析
- 4.1.2 中国“房地产+社区O2O”跨界投资的业务结构
- 4.1.3 中国“房地产+社区O2O”跨界投资经营状况分析
 - (1) 中国“房地产+社区O2O”跨界投资收入规模分析
 - (2) 中国“房地产+社区O2O”跨界投资收入结构分析
 - (3) 中国“房地产+社区O2O”跨界投资盈利情况分析

4.2 中国“房地产+社区O2O”跨界投资商业模式分析

- 4.2.1 “房地产+社区O2O”跨界投资转型的价值链逻辑
 - (1) 房地产公司传统价值链分析
 - (2) 新时期房地产价值链的变革
 - (3) 房地产行业与社区O2O的适应性
- 4.2.2 “房地产+社区O2O”跨界投资转型的运营模式分析
- 4.2.3 “房地产+社区O2O”跨界投资转型的盈利模式分析
- 4.2.4 “房地产+社区O2O”跨界投资转型的主要合作伙伴

4.3 中国“房地产+社区O2O”跨界投资转型发展前景

- 4.3.1 中国“房地产+社区O2O”跨界投资转型的优势分析
 - (1) 资本能力分析
 - (2) 渠道能力分析
 - (3) 职工结构分析
 - (4) 开发商更有优势
- 4.3.2 中国“房地产+社区O2O”跨界投资转型面临的问题
- 4.3.3 中国“房地产+社区O2O”跨界投资转型发展趋势分析
- 4.3.4 中国“房地产+社区O2O”跨界投资转型发展前景预测

第5章：中国“房地产+社区O2O”跨界投资重点企业分析

5.1 “房地产+社区O2O”跨界投资转型重点企业总体分析

- 5.1.1 房地产公司做社区O2O平台的现状和发展方向
- 5.1.2 社区O2O平台面临商业模式转型

5.2 “房地产+社区O2O”跨界投资转型重点企业个案分析

- 5.2.1 花样年控股集团有限公司经营状况及跨界投资转型分析
 - (1) 企业基本信息概述
 - (2) 企业经营状况分析
 - (3) 企业收入来源结构分析
 - (4) 企业社区O2O领域跨界投资布局
 - (5) 企业社区O2O领域产品结构分析
 - (6) 企业社区O2O领域发展战略分析
 - (7) 企业发展优劣势分析
- 5.2.2 保利发展控股集团股份有限公司经营状况及跨界投资转型分析
 - (1) 企业基本信息概述
 - (2) 企业经营状况分析
 - (3) 企业收入来源结构分析
 - (4) 企业社区O2O领域跨界投资布局
 - (5) 企业社区O2O领域产品结构分析
 - (6) 企业社区O2O领域经营状况分析
 - (7) 企业发展优劣势分析
- 5.2.3 万科企业股份有限公司经营状况及跨界投资转型分析
 - (1) 企业基本信息概述
 - (2) 企业经营状况分析
 - (3) 企业收入来源结构分析
 - (4) 企业社区O2O领域跨界投资布局
 - (5) 企业社区O2O领域产品结构分析
 - (6) 企业社区O2O领域经营状况分析
 - (7) 企业发展优劣势分析
- 5.2.4 深圳世联行地产顾问股份有限公司经营状况及跨界投资转型分析
 - (1) 企业基本信息概述

- (2) 企业经营状况分析
 - (3) 企业收入来源结构分析
 - (4) 企业社区O2O领域跨界投资布局
 - (5) 企业社区O2O领域产品结构分析
 - (6) 企业社区O2O领域经营状况分析
- 5.2.5 首创置业股份有限公司经营状况及跨界投资转型分析
- (1) 企业基本信息概述
 - (2) 企业经营状况分析
 - (3) 企业收入来源结构分析
 - (4) 企业社区O2O领域跨界投资布局
 - (5) 企业社区O2O领域产品结构分析
 - (6) 企业社区O2O领域经营状况分析
 - (7) 企业发展优劣势分析
- 5.2.6 三盛地产集团有限公司经营状况及跨界投资转型分析
- (1) 企业基本信息概述
 - (2) 企业经营状况分析
 - (3) 企业收入来源结构分析
 - (4) 企业社区O2O领域跨界投资布局
 - (5) 企业社区O2O领域产品结构分析
 - (6) 企业社区O2O领域经营状况分析
- 第6章：中国“房地产+社区O2O”跨界投资转型规划与建议**
- 6.1 中国社区O2O投融资现状与发展趋势分析**
- 6.1.1 中国社区O2O投资特性分析
- (1) 中国社区O2O投资壁垒分析
 - (2) 中国社区O2O投资风险分析
 - (3) 中国社区O2O盈利能力分析
- 6.1.2 中国社区O2O投资现状与趋势分析
- (1) 中国社区O2O投资主体分析
 - (2) 中国社区O2O投资规模分析
 - (3) 中国社区O2O投资切入分析
 - (4) 中国社区O2O投资前景分析
- 6.1.3 中国社区O2O融资现状与趋势分析
- (1) 中国社区O2O融资需求分析
 - (2) 中国社区O2O融资轮次结构
 - (3) 中国社区O2O融资渠道分析
 - (4) 中国社区O2O融资趋势分析
- 6.2 “房地产+社区O2O”跨界投资的机会与建议**
- 6.2.1 中国“房地产+社区O2O”跨界投资转型的市场机会分析
- (1) 用户为主的互联网时代来临
 - (2) 社区金融发展潜力巨大
 - (3) 餐饮O2O发展迅速
 - (4) 社区教育相对缺乏
- 6.2.2 前瞻关于中国“房地产+社区O2O”跨界投资的投资建议
- (1) 依据自身资源，选择合适的切入点
 - (2) 加强人才吸收与培养
 - (3) 避免盲目追求服务规模
 - (4) 把握金融支付的核心

图表目录

- 图表1：“房地产+”跨界投资转型的发展阶段
- 图表2：中国社区O2O市场AMC模型
- 图表3：“房地产+社区O2O”三大关键核心
- 图表4：本报告的研究范围
- 图表5：历史房地产调控政策对比分析
- 图表6：2021年中央及地方调控或刺激性政策频次及内容

- 图表7: 2021年中央房地产调控
- 图表8: 2021年地方房地产调控
- 图表9: 2021年房地产调控政策展望
- 图表10: 2011-2021年美国国内生产总值变化趋势图(单位: 亿美元, %)
- 图表11: 2013-2021年日本GDP变化情况(单位: 万亿日元, %)
- 图表12: 2013-2021年欧元区GDP变化情况(单位: 万亿欧元, %)
- 图表13: 2021年全球主要经济体经济增速预测(单位: %)
- 图表14: 2011-2021年中国GDP增长走势图(单位: 亿元, %)
- 图表15: 2014-2021年中国工业增加值及增速变化情况(单位: 亿元, %)
- 图表16: 2017-2021年制造业PMI指数变化情况(单位: %)
- 图表17: 2013-2021年全国固定资产投资(不含农户)增长速度(单位: 万亿元, %)
- 图表18: 2021年主要经济指标预测(单位: %)
- 图表19: 2015-2021年中国总人口及其城镇居民数量走势(单位: 万人)
- 图表20: 2012-2021年中国城镇化率(单位: %)
- 图表21: 2012-2021年中国新增人口发展趋势图(单位: 万人)
- 图表22: 物联网概念模型
- 图表23: 2016-2021年中国物联网市场规模及增长情况(单位: 亿元)
- 图表24: 中国物联网产业结构(单位: %)
- 图表25: 物联网技术应用于房地产领域的典型场景
- 图表26: 2015-2021年中国大数据产业市场规模及预测(单位: 亿元, %)
- 图表27: 全球IT巨头推出的大数据分析产品一览表
- 图表28: 大数据飞速发展的原因
- 图表29: 大数据在地产行业主要的应用范围
- 图表30: 2017-2021年中国典型社交应用使用率(单位: %)
- 图表31: 2017-2021年中国各类网络应用使用率(单位: 万, %)
- 图表32: 2017-2021年中国各类网络应用使用率(单位: 万, %)
- 图表33: 网络社交媒体技术快速发展的原因
- 图表34: 网络社交媒体技术在地产行业的应用
- 图表35: 2013-2021年我国批准国有建设用地供应情况(单位: 万公顷)
- 图表36: 2016-2021年各类国有建设用地供应规模(单位: 万公顷)
- 图表37: 2021年我国批准国有建设用地结构(单位: %)
- 图表38: 2013-2021年全国300城市土地成交建筑面积走势(单位: 万平方米, %)
- 图表39: 2017-2021年国有建设用地出让面积及成交价款情况(单位: 万公顷, 万亿元)
- 图表40: 2010-2021年一线城市土地供应面积总量增加变化(单位: 万平方米, %)
- 图表41: 2021年中国土地出让金TOP10(单位: 亿元, %)
- 图表42: 2017-2021年一线城市土地成交土地建设用面积增减变化(单位: 万平方米, %)
- 图表43: 2017-2021年一线城市土地出让金额情况(单位: 亿元, %)
- 图表44: 2017-2021年一线城市楼面均价情况(单位: 元/平方米, %)
- 图表45: 2017-2021年二线、三四线城市土地供应面积总量增加变化情况(单位: 万平方米, %)
- 图表46: 2017-2021年二线、三四线城市土地成交土地建设用面积增减变化(单位: 万平方米, %)
- 图表47: 2017-2021年二线、三四线城市土地成交金额情况(单位: 亿元, %)
- 图表48: 2017-2021年二线、三四线城市楼面均价情况(单位: 元/平方米, %)
- 图表49: 2021年全国主要监测城市不同类型用地价格水平(单位: 元/平方米)
- 图表50: 2021年第四季度三大重点区域地价水平值(单位: 元/平方米)
- 图表51: 2016-2021年三类型地价变化情况(单位: 元/平方米)
- 图表52: 2016-2021年一线城市综合地价水平(单位: 元/平方米, %)
- 图表53: 2016-2021年一线城市商业用途土地地价水平(单位: 元/平方米+)
- 图表54: 2016-2021年一线城市居住用途土地地价水平(单位: 元/平方米+)
- 图表55: 2016-2021年一线城市工业用途土地地价水平(单位: 元/平方米, %)
- 图表56: 2016-2021年二线城市土地成交价格走势(单位: 元/平方米)
- 图表57: 2016-2021年三线城市土地成交价格走势(单位: 元/平方米, %)
- 图表58: 中国土地市场供应趋势预测
- 图表59: 2012-2021年中国房地产开发投资额及增速(单位: 亿元, %)
- 图表60: 2021年房地产开发和销售主要指标及其增长速度(单位: 亿元, 万平方米, %)
- 图表61: 2021年东中西部地区房地产开发投资情况(单位: 亿元, %)
- 图表62: 2017-2021年中国房地产开发景气指数走势
- 图表63: 2021年中国房地产行业开发投资资金来源(单位: 亿元)
- 图表64: 2012-2021年中国房地产开发新开工面积及同比增速(单位: 万平方米, %)
- 图表65: 2012-2021年中国房地产开发施工面积及同比增速(单位: 万平方米, %)

- 图表66: 2012-2021年中国房地产开发竣工面积及同比增速(单位:万平方米,%)
- 图表67: 2012-2021年中国商品房销售面积及同比增速(单位:万平方米,%)
- 图表68: 2012-2021年中国房地产开发竣工比走势
- 图表69: 2012-2021年中国商品房销售金额及同比增速(单位:亿元,%)
- 图表70: 2021年中国一二三线城市新建商品住宅房价走势分析(单位:%)
- 图表71: 2021年中国一二三线城市二手住宅房价走势分析
- 图表72: 2016-2021年房地产开发企业盈利情况(单位:亿元,%)
- 图表73: 2021年房地产开发主要指标预测情况(单位:亿元,万平方米,%)
- 图表74: 社区O2O市场包括的部分内容
- 图表75: 中国社区O2O模式分析
- 图表76: 中国社区O2O场景特征
- 图表77: 社区O2O价值链各环节
- 图表78: 交易平台类的价值大于信息平台类社区O2O
- 图表79: 2017-2021年中国社区O2O市场交易规模及测算(单位:亿元,%)
- 图表80: 社区O2O市场发展中存在的问题
- 图表81: 社区服务行业与人均GDP发展关系
- 图表82: 社区O2O的开发价值
- 图表83: 互联网重塑社区商业体系
- 图表84: 不同物理聚集的社区需求
- 图表85: 中国本地生活O2O产业整体结构分析
- 图表86: 2021年中国外卖O2O市场份额结构(单位:%)
- 图表87: 2013-2021年中国餐饮O2O市场规模走势(单位:亿元,%)
- 图表88: 2017-2021年中国社区餐饮O2O市场规模(单位:亿元)
- 图表89: 外卖O2O轻平台模式运营分析
- 图表90: 外卖O2O重平台模式运营分析
- 图表91: 自建自营O2O平台模式运营分析
- 图表92: 饿了么案例分析
- 图表93: 美团外卖案例分析
- 图表94: 2017-2021年我国社区性汽车O2O市场规模(单位:亿元,%)
- 图表95: 中国社区性汽车O2O业务模式
- 图表96: 中国社区性汽车O2O业务上门保养风险
- 图表97: 五种汽车O2O市场前景预测
- 图表98: 诸葛修车网模式
- 图表99: 中国社区医疗O2O业务模式
- 图表100: 中国社区教育O2O市场业务模式
- 图表101: 轻轻家教最新发展动态分析
- 图表102: 佳教联盟社区服务公约
- 图表103: 中国社区金融O2O发展过程
- 图表104: 社区金融O2O主要业务类型
- 图表105: 中国社区金融O2O业务模式
- 图表106: 基层网点的部门设置和业务结构难以满足客户需求
- 图表107: 彩之云运营模式
- 图表108: 彩之云盈利模式
- 图表109: 彩之云注册用户、活跃用户数量(千人)
- 图表110: “住这儿”运营模式
- 图表111: “嘿客”物流切入零售终端O2O模式
- 图表112: “若比邻”运营模式
- 图表113: “千丁”服务范围
- 图表114: 中国“房地产+社区O2O”跨界投资转型重点事件汇总表
- 图表115: 中国“房地产+社区O2O”跨界投资的业务结构
- 图表116: 2017中国百强物业企业收入均值(单位:亿元,%)
- 图表117: 中国房地产物业公司收入结构(单位:%)
- 图表118: 2021年中国百强物业企业净利润均值(单位:万元,%)
- 图表119: 2016-2021年中国百强物业企业净利润构成(单位:%)
- 图表120: 2016-2021年中国百强物业企业多种经营收入净利润占比情况(单位:%)
- 略.....完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：<https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务！