

2019-2024年中国地产O2O行业市场前景与投资规划分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：中国地产O2O行业发展综述

1.1 地产O2O概念的兴起及影响分析

1.1.1 地产O2O兴起的背景分析

1.1.2 地产O2O的定义及服务内容

(1) 地产O2O定义

(2) 地产O2O服务内容分析

1.1.3 地产O2O的兴起对地产行业发展的影响解析

1.2 地产O2O行业发展环境分析

1.2.1 中国地产O2O发展政策环境分析

(1) 房地产O2O行业管理体制

(2) 房地产行业相关政策及规划解读

1) 土地调控政策分析

2) 货币调控政策分析

3) 房地产税收政策分析

(3) 电子商务行业相关政策

1) 电子商务行业相关政策汇总与解读

2) 电子商务行业支付政策分析

1.2.2 中国地产O2O发展经济环境分析

(1) 中国GDP增长情况及对行业的影响

1) GDP增长情况

2) GDP与地产O2O的关联性分析

3) GDP与地产O2O增长速度对比

(2) 社会固定资产投资状况

1.2.3 中国地产O2O发展社会环境分析

(1) 居民支付能力分析

(2) 人口结构分析

(3) 城镇化进程分析

1.2.4 中国地产O2O发展技术环境分析

1.3 中国地产O2O行业的发展机遇和挑战

第2章：地产O2O发展模式及国外经验借鉴

2.1 中国地产O2O发展模式分析

2.1.1 中国地产O2O发展模式概述

2.1.2 中国地产O2O主要模式发展解析

(1) 房产电商模式分析

1) 房产电商模式的定义

2) 房产电商模式的特点分析

3) 房产电商模式典型类型及适用对象分析

4) 房产电商模式的发展现状分析

(2) 全民经纪人模式分析

1) 全民经纪人模式的定义

2) 全民经纪人模式的特点分析

3) 全民经纪人模式适用对象分析

4) 全民经纪人模式发展现状分析

(3) 众筹模式分析

1) 众筹模式的定义

2) 众筹模式的特点分析

3) 众筹模式典型类型及适用对象分析

4) 众筹模式发展现状分析

(4) 首付贷模式分析

1) 首付贷模式的定义

2) 首付贷模式的特点分析

3) 首付贷模式适用对象分析

4) 首付贷模式发展现状分析

2.2 国外地产O2O发展现状及模式介绍

2.2.1 国外地产O2O发展现状分析

2.2.2 国外地产O2O发展模式概述

2.3 主要国家地产O2O发展模式及经验借鉴

2.3.1 美国

(1) 地产O2O发展现状

(2) 地产O2O主要代表

(3) 地产O2O发展模式

(4) 地产O2O发展经验借鉴

2.3.2 印度

(1) 地产O2O发展现状

(2) 地产O2O主要代表

(3) 地产O2O发展模式

(4) 地产O2O发展经验借鉴

2.3.3 欧洲主要国家

(1) 地产O2O发展现状

(2) 地产O2O主要代表

(3) 地产O2O发展模式

(4) 地产O2O发展经验借鉴

第3章：中国地产O2O行业市场发展现状分析

3.1 中国地产O2O发展历程及特点

3.1.1 中国地产O2O发展历程分析

3.1.2 中国地产O2O特点分析

3.2 中国地产O2O发展现状分析

3.2.1 地产O2O行业供给状况分析

(1) 地产O2O项目集中爆发

(2) 地产O2O项目区域分布分析

(3) 地产O2O项目房源覆盖数量分布

(4) 地产O2O项目空间类型分布

3.2.2 地产O2O行业需求状况分析

(1) 地产O2O认知度分析

(2) 地产O2O接受度分析

(3) 地产O2O需求分析

3.2.3 地产O2O行业市场容量分析

(1) 地产O2O行业市场规模测算

(2) 地产O2O行业市场容量测算

3.3 中国地产O2O发展趋势及前景分析

3.3.1 中国地产O2O发展趋势分析

3.3.2 中国地产O2O发展前景分析

第4章：中国地产O2O行业市场竞争格局分析

4.1 地产O2O行业竞争格局分析

4.1.1 行业主要竞争企业

4.1.2 不同背景企业的竞争格局

4.1.3 不同空间类型的企业竞争格局

4.2 地产O2O行业竞争状况分析

4.2.1 地产O2O行业上游议价能力

4.2.2 地产O2O行业下游议价能力

4.2.3 地产O2O行业新进入者威胁

4.2.4 地产O2O行业替代产品威胁

4.2.5 地产O2O行业内部竞争

4.2.6 地产O2O行业五力竞争总结

4.3 地产O2O行业投资兼并重组整合分析

4.3.1 投资兼并重组现状

4.3.2 投资兼并重组案例

4.3.3 投资兼并重组趋势

第5章：中国地产O2O行业标杆企业经营分析

5.1 地产O2O行业企业总体发展概况

- 5.1.1 地产O2O行业企业类型分析
 - (1) 按背景及出身不同分类
 - (2) 按空间类型分类
- 5.1.2 地产O2O重点企业对比分析
- 5.2 入主地产O2O的传统地产中介经营状况分析
 - 5.2.1 链家
 - (1) 企业基本信息
 - (2) 企业主营业务分析
 - (3) 企业地产O2O业务布局分析
 - (4) 企业经营情况分析
 - (5) 企业商业模式分析
 - (6) 企业经营状况优劣势分析
 - (7) 企业最新发展动向分析
 - 5.2.2 中原地产
 - (1) 企业基本信息
 - (2) 企业主营业务分析
 - (3) 企业地产O2O业务布局分析
 - (4) 企业经营情况分析
 - (5) 企业商业模式分析
 - (6) 企业经营状况优劣势分析
 - (7) 企业最新发展动向分析
 - 5.2.3 我爱我家
 - (1) 企业基本信息
 - (2) 企业主营业务分析
 - (3) 企业地产O2O业务布局分析
 - (4) 企业经营情况分析
 - (5) 企业商业模式分析
 - (6) 企业经营状况优劣势分析
 - (7) 企业最新发展动向分析
- 5.3 入主地产O2O的互联网中介平台经营状况分析
 - 5.3.1 房天下
 - (1) 企业基本信息
 - (2) 企业主营业务分析
 - (3) 企业地产O2O业务布局分析
 - (4) 企业经营情况分析
 - (5) 企业商业模式分析
 - (6) 企业经营状况优劣势分析
 - (7) 企业最新发展动向分析
 - 5.3.2 爱屋吉屋
 - (1) 企业基本信息
 - (2) 企业主营业务分析
 - (3) 企业地产O2O业务布局分析
 - (4) 企业经营情况分析
 - (5) 企业商业模式分析
 - (6) 企业经营状况优劣势分析
 - (7) 企业最新发展动向分析
 - 5.3.3 房多多
 - (1) 企业基本信息
 - (2) 企业主营业务分析
 - (3) 企业地产O2O业务布局分析
 - (4) 企业经营情况分析
 - (5) 企业商业模式分析
 - (6) 企业经营状况优劣势分析
 - (7) 企业最新发展动向分析
 - 5.3.4 安居客
 - (1) 企业基本信息
 - (2) 企业主营业务分析
 - (3) 企业地产O2O业务布局分析
 - (4) 企业经营情况分析

- (5) 企业商业模式分析
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业最新发展动向分析

5.4 新兴地产O2O企业经营状况分析

5.4.1 空间家

- (1) 企业基本信息
- (2) 企业主营业务分析
- (3) 企业地产O2O业务布局分析
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业商业模式分析
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业最新发展动向分析

5.4.2 点点租

- (1) 企业基本信息
- (2) 企业主营业务分析
- (3) 企业地产O2O业务布局分析
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业商业模式分析
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业最新发展动向分析

5.4.3 好租

- (1) 企业基本信息
- (2) 企业主营业务分析
- (3) 企业地产O2O业务布局分析
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业商业模式分析
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业最新发展动向分析

5.4.4 马上办公

- (1) 企业基本信息
- (2) 企业主营业务分析
- (3) 企业地产O2O业务布局分析
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业商业模式分析
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业最新发展动向分析

5.4.5 美办网

- (1) 企业基本信息
- (2) 企业主营业务分析
- (3) 企业地产O2O业务布局分析
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业商业模式分析
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业最新发展动向分析

第6章：中国地产O2O行业前景预测与投资战略规划

6.1 地产O2O行业投资特性分析

6.1.1 地产O2O行业进入壁垒分析

- (1) 资金壁垒
- (2) 规模经济壁垒
- (3) 技术壁垒
- (4) 人才壁垒
- (5) 市场资源壁垒

6.1.2 地产O2O行业投资风险分析

- (1) 政策风险
- (2) 竞争风险
- (3) 新技术、新理念促使行业变革的风险
- (4) 受房地产行业波动影响的风险
- (5) 市场风险
- (6) 行业监管风险

(7) 信息泄露风险

6.2 地产O2O行业发展战略及投资战略规划

6.2.1 地产O2O行业发展战略研究

- (1) 战略综合规划
- (2) 技术开发战略
- (3) 区域战略规划
- (4) 产业战略规划
- (5) 营销品牌战略
- (6) 竞争战略规划

6.2.2 地产O2O行业投资机会分析

6.2.3 地产O2O企业战略布局建议

6.2.4 地产O2O行业投资重点建议

图表目录

图表1: 我国地产O2O的服务内容
图表2: 我国地产O2O主管部门
图表3: 我国土地调控政策汇总解读
图表4: 我国货币调控政策汇总解读
图表5: 我国房地产税收政策汇总解读
图表6: 我国电子商务行业相关政策汇总解读
图表7: 我国电子商务行业支付政策汇总解读
图表8: 2013-2018年我国GDP及同比增速 (单位: 万亿元, %)
图表9: 中国GDP与商品房销售额关联程度分析 (单位: 万亿元)
图表10: 2013-2018年商品房销售增速与GDP增速对比分析 (单位: %)
图表11: 2013-2018年全社会固定资产投资情况 (单位: 亿元)
图表12: 2013-2018年全国居民人均居住支出及其占消费支出比重情况 (单位: 元, %)
图表13: 2013-2018年我国人口年龄结构情况 (单位: %)
图表14: 2013-2018年我国城镇化水平进展情况 (单位: %)
图表15: 中国地产O2O行业的发展机遇和挑战
图表16: 中国地产O2O行业的发展模式
图表17: 国外地产O2O的业务模式
图表18: 中国地产O2O的发展历程
图表19: 中国地产O2O的发展特点
图表20: 历年来中国地产O2O的项目数量变化情况
图表21: 中国地产O2O项目区域分布
图表22: 中国主要地产O2O企业的房源数量对比
图表23: 中国主要地产O2O空间类型分布
图表24: 终端用户对地产O2O的认知度 (单位: %)
图表25: 终端用户对地产O2O的接受度
图表26: 中国地产O2O行业市场规模测算
图表27: 中国地产O2O行业市场容量测算
图表28: 中国地产O2O行业发展趋势
图表29: 2019-2024年中国地产O2O行业市场容量测算
图表30: 中国地产O2O行业主要竞争企业
图表31: 中国地产O2O行业不同背景的企业竞争格局
图表32: 中国地产O2O行业不同空间类型的企业竞争格局
图表33: 中国地产O2O行业五力竞争总结
图表34: 近年来中国地产O2O行业并购重组事件汇总
图表35: 中国地产O2O行业企业按不同背景及出身分类
图表36: 中国地产O2O行业企业按不同空间类型分类
图表37: 中国地产O2O行业企业对比
略.....完整报告请咨询客服

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！