

中国互联网+房地产行业商业模式创新与投资机会深度研究报告

目 录

CONTENTS

第1章：中国房地产业发展现状分析

1.1 房地产行业市场规模分析

- 1.1.1 房地产行业投资规模分析
- 1.1.2 房地产行业销售规模分析

1.2 房地产行业市场竞争现状分析

- 1.2.1 房地产行业市场发展速度
- 1.2.2 房地产行业盈利空间分析
- 1.2.3 房地产行业开发投资热度
- 1.2.4 房地产行业竞争格局分析

1.3 房地产市场供需平衡分析

- 1.3.1 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
- 1.3.2 房地产行业销售面积分析
- 1.3.3 房地产行业供需平衡分析

1.4 保障性住房投资建设预测分析

- 1.4.1 保障性住房建设计划分析
- 1.4.2 保障性住房建设进度分析
- 1.4.3 保障性住房资金来源与支出分析
- 1.4.4 保障性住房投资资金需求预测

第2章：中国房地产物业开发与前景预测

2.1 中国住宅物业的开发与前景预测

- 2.1.1 中国住宅用地市场供需形势分析
 - (1) 住宅用地市场供求分析
 - (2) 住宅用地成交价格走势分析
- 2.1.2 房地产行业商品住宅的投资分析
 - (1) 中国商品住宅的投资分析
 - (2) 中国商品住宅投资结构分析
 - (3) 地区商品住宅投资比较分析
- 2.1.3 中国商品住宅市场供给情况分析
 - (1) 中国商品住宅的开发分析
 - (2) 地区商品住宅开发比较分析
- 2.1.4 中国商品住宅市场成交情况分析
 - (1) 中国商品住宅成交情况分析
 - (2) 中国商品住宅成交结构分析
 - (3) 地区商品住宅成交比较分析
- 2.1.5 中国商品住宅市场价格走势分析
 - (1) 中国商品住宅价格总体走势分析
 - (2) 地区商品住宅成交价格比较分析
- 2.1.6 未来中国城镇住宅需求预测
 - (1) 城镇住房需求构成结构
 - (2) 城镇住宅需求预测模型假设
 - (3) 城镇住宅需求规模预测分析
 - (4) 居民首次置业需求预测分析

2.2 中国商服物业的开发与前景预测

- 2.2.1 中国商服用地市场供需形势分析
 - (1) 商服用地市场供求分析
 - (2) 商服用地季度成交价格走势分析
- 2.2.2 房地产行业商服用房的开发与销售分析
 - (1) 商服用房的投资分析

- (2) 商服用房销售面积分析
- (3) 商服用房销售金额分析
- (4) 商服用房销售价格分析
- 2.2.3 建筑企业各类商服用房建设情况分析
 - (1) 建筑企业各类商服用房施工面积分析
 - (2) 建筑企业各类商服用房竣工面积分析
- 2.2.4 中国重点城市优质商服物业市场分析
 - (1) 重点城市优质零售物业市场分析
 - (2) 重点城市优质写字楼市场分析
- 2.2.5 中国商服物业开发商竞争状况分析
 - (1) 主要竞争者市场份额分析
 - (2) 商服物业市场竞争格局分析
 - (3) 商服物业市场竞争层次分析
 - (4) 商服物业市场竞争热点分析
 - (5) 商服物业投资吸引力分析
 - (6) 典型开发商竞争策略分析
- 2.2.6 中国商服物业开发前景预测

第3章：“互联网+”时代房地产业的机遇与挑战

3.1 “互联网+”为房地产业转型发展提供的机遇

- 3.1.1 提升地产项目运作效率
- 3.1.2 延伸地产产业服务链条
- 3.1.3 创造地产营销多样平台

3.2 “互联网+”对房地产行业发展的严重冲击

- 3.2.1 “互联网+”之后的房地产价值判断
- 3.2.2 “互联网+房地产”之后关于产品的再思考
- 3.2.3 “互联网+”下的房地产企业竞争力来源
- 3.2.4 “互联网+”之后的房地产企业内部管理

3.3 “互联网+”对房地产业链条的全面渗透

- 3.3.1 项目前期投资：开发商拥抱轻资产
- 3.3.2 项目营销：借力互联网精准投放
- 3.3.3 项目运营：O2O+大数据改造运营模式
- 3.3.4 退出机制下的轻资产运营：资产证券化

3.4 房地产应对“互联网+”时代的对策建议

- 3.4.1 深度变革互联网地产发展思维
- 3.4.2 不断创新互联网地产运营模式
- 3.4.3 始终坚守互联网地产诚信底线
- 3.4.4 积极健全互联网地产监督管理

第4章：互联网+房地产创新模式深度解析

4.1 开发策划阶段的创新模式

- 4.1.1 让产品本身拥有互联网思维
 - (1) 模式分析
 - (2) 代表作品：you+青年公寓
- 4.1.2 众筹户型、资金、客户、土地、开发商等一切资源
 - (1) 模式分析
 - (2) 重点企业：万通自由筑屋
- 4.1.3 3D虚拟施工+工程质量追踪系统
 - (1) 模式分析
 - (2) 重点企业：龙湖

4.2 产品销售阶段的创新模式

- 4.2.1 众筹买方共享收益
 - (1) 模式分析
 - (2) 代表产品：房宝宝
 - (3) 重点企业：远洋地产
- 4.2.2 全新经纪人角色
 - (1) 模式分析
 - (2) 重点企业：房多多
 - (3) 重点企业：平安好房

4.3 后期服务阶段的创新模式

- 4.3.1 线上整合线下资源，后期服务改变物业形态

- (1) 模式分析
- (2) 重点企业: 途家
- (3) 重点企业: 万科
- (4) 重点企业: 蓝光
- 4.3.2 智慧办公、智慧园区, 整合内外资源从中获利
 - (1) 模式分析
 - (2) 重点企业: 绿地
 - (3) 重点企业: 瑞安房地产
- 4.3.3 智能家居, 提高产品附加值, 平台用于后期经营
 - (1) 模式分析
 - (2) 重点企业: 新城控股
 - (3) 重点企业: 华润
- 4.3.4 与智慧平台合作, 双方粉丝流量互导
 - (1) 模式分析
 - (2) 重点企业: 当代置业
- 4.3.5 互联网+增值服务+物业, 引入服务商
 - (1) 模式分析
 - (2) 重点企业: 乐生活
 - (3) 重点企业: 彩生活
- 4.3.6 自建云、端, 打造服务社区
 - (1) 模式分析
 - (2) 重点企业: 龙湖
- 4.4 大数据等线上资源挖掘的创新模式**
 - 4.4.1 大数据本身产生价值
 - (1) 模式分析
 - (2) 代表产品: U元宝
 - 4.4.2 大数据整合线上线下交易
 - (1) 模式分析
 - (2) 重点企业: 上海容易网

第5章: 互联网+房地产营销模式创新分析

5.1 房地产行业网络营销现状

- 5.1.1 国内房地产服务网站覆盖人数
- 5.1.2 国内房地产服务网站人均平均浏览页面
- 5.1.3 房产类媒体的主要服务内容
- 5.1.4 房产类媒体的主要收入构成
- 5.1.5 房产类媒体广告投放情况分析

5.2 新常态下互联网思维与房地产营销创新

- 5.2.1 互联网思维及其本质
 - (1) 互联网与房地产契合的内涵
 - (2) 房地产与互联网契合的基础
- 5.2.2 房地产互联网转型落地系统
 - (1) 房地产开发阶段触网分析
 - (2) 房地产营销阶段触网分析
 - (3) 客户签约阶段触网分析
 - (4) 房地产阶段触网分析

5.3 “互联网+房地产营销”模式的研究与探讨

- 5.3.1 “互联网+房地产营销”模式产生的必要性
 - (1) 互联网及网络购物发展迅猛
 - (2) 消费主体及需求变化
 - (3) 去库存的迫切需求
- 5.3.2 “互联网+房地产营销”融合模式
 - (1) 房地产“O2O”营销模式
 - (2) “社交平台”营销模式
 - (3) “大数据”营销模式
- 5.3.3 关于“互联网+房地产营销”模式的思考
 - (1) 发展瓶颈
 - (2) 未来展望

第6章: 中国房地产开发商企业经营状况分析

6.1 万科企业股份有限公司

- 6.1.1 企业发展基本信息
- 6.1.2 地产业务及区域布局
- 6.1.3 企业营销及销售分析
- 6.1.4 企业经营能力分析
- 6.1.5 房地产转型及创新
- 6.2 保利发展控股集团股份有限公司**
 - 6.2.1 企业发展基本信息
 - 6.2.2 地产业务及区域布局
 - 6.2.3 企业营销及销售分析
 - 6.2.4 企业经营能力分析
 - 6.2.5 房地产转型及创新
- 6.3 恒大地产集团有限公司**
 - 6.3.1 企业发展基本信息
 - 6.3.2 地产业务及区域布局
 - 6.3.3 企业营销及销售分析
 - 6.3.4 企业经营能力分析
 - 6.3.5 房地产转型及创新
- 6.4 中国海外发展有限公司**
 - 6.4.1 企业发展基本信息
 - 6.4.2 地产业务及区域布局
 - 6.4.3 企业营销及销售分析
 - 6.4.4 企业经营能力分析
 - 6.4.5 房地产转型及创新
- 6.5 绿地控股集团有限公司**
 - 6.5.1 企业发展基本信息
 - 6.5.2 地产业务及区域布局
 - 6.5.3 企业营销及销售分析
 - 6.5.4 企业经营能力分析
 - 6.5.5 房地产转型及创新
- 6.6 龙湖集团控股有限公司**
 - 6.6.1 企业发展基本信息
 - 6.6.2 企业营销及销售分析
 - 6.6.3 地产业务及区域布局
 - 6.6.4 企业经营能力分析
 - (1) 主要经济指标
 - (2) 盈利能力分析
 - (3) 运营能力分析
 - (4) 偿债能力分析
 - (5) 发展能力分析
 - 6.6.5 房地产转型及创新
- 6.7 绿城中国控股有限公司**
 - 6.7.1 企业发展基本信息
 - 6.7.2 企业营销及销售分析
 - 6.7.3 地产业务及区域布局
 - 6.7.4 企业经营能力分析
 - (1) 主要经济指标
 - (2) 盈利能力分析
 - (3) 运营能力分析
 - (4) 偿债能力分析
 - (5) 发展能力分析
 - 6.7.5 房地产转型及创新
- 6.8 华润置地有限公司**
 - 6.8.1 企业发展基本信息
 - 6.8.2 企业营销及销售分析
 - 6.8.3 地产业务及区域布局
 - 6.8.4 企业经营能力分析
 - (1) 主要经营指标分析
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析

- (4) 企业偿债能力分析
- (5) 企业发展能力分析
- 6.8.5 房地产转型及创新
- 6.9 世茂房地产控股有限公司**
- 6.9.1 企业发展基本信息
- 6.9.2 企业营销及销售分析
- 6.9.3 地产业务及区域布局
- 6.9.4 企业经营能力分析
 - (1) 主要经济指标
 - (2) 盈利能力分析
 - (3) 运营能力分析
 - (4) 偿债能力分析
 - (5) 发展能力分析
- 6.9.5 房地产转型及创新
- 6.10 北京首都开发控股集团有限公司**
- 6.10.1 企业发展基本信息
- 6.10.2 企业营销及销售分析
- 6.10.3 地产业务及区域布局
- 6.10.4 企业经营能力分析
- 6.10.5 房地产转型及创新
- 6.11 远洋集团控股有限公司**
- 6.11.1 企业发展基本信息
- 6.11.2 企业营销及销售分析
- 6.11.3 地产业务及区域布局
- 6.11.4 企业经营能力分析
- 6.11.5 房地产转型及创新
 - (1) 房产众筹
 - (2) “好房节”
- 6.12 华夏幸福基业股份有限公司**
- 6.12.1 企业发展基本信息
- 6.12.2 企业营销及销售分析
- 6.12.3 地产业务及区域布局
- 6.12.4 企业经营能力分析
 - (1) 主要经济指标分析
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析
 - (4) 企业偿债能力分析
 - (5) 企业发展能力分析
- 6.12.5 房地产转型及创新
 - (1) 试水产业新城成功
 - (2) 创造AI+产业技术新时代
- 6.13 融创中国控股有限公司**
- 6.13.1 企业发展基本信息
- 6.13.2 企业营销及销售分析
- 6.13.3 地产业务及区域布局
- 6.13.4 企业经营能力分析
- 6.13.5 房地产转型及创新
- 6.14 招商局地产控股股份有限公司**
- 6.14.1 企业发展基本信息
- 6.14.2 企业营销及销售分析
- 6.14.3 地产业务及区域布局
- 6.14.4 企业经营能力分析
 - (1) 主要经济指标分析
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析
 - (4) 企业偿债能力分析
 - (5) 企业发展能力分析
- 6.14.5 房地产转型及创新
- 6.15 金地(集团)股份有限公司**

- 6.15.1 企业发展基本信息
- 6.15.2 企业营销及销售分析
- 6.15.3 地产业务及区域布局
- 6.15.4 企业经营能力分析
- 6.15.5 房地产转型及创新

图表目录

- 图表1: 2009-2018年中国房地产开发投资额及增速(单位:亿元,%)
- 图表2: 2008-2018年中国商品房的销售额增长趋势(单位:万亿元,%)
- 图表3: 2008-2018年中国房地产增加值占GDP比重增长趋势(单位:亿元,%)
- 图表4: 2013-2018年房地产开发企业盈利情况(单位:亿元,%)
- 图表5: 2017-2018年中国房地产开发景气指数走势
- 图表6: 2018年中国房地产企业销售金额排名前20名(单位:亿元)
- 图表7: 2009-2018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8: 2018年东中西部地区房地产开发投资情况(单位:亿元,%)
- 图表9: 2009-2018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10: 2009-2018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11: 2009-2018年中国商品房销售面积及同比增速(单位:万平方米,%)
- 图表12: 2009-2018年中国房地产开发竣工比走势
- 图表13: 2012-2018年中国保障性租赁住房开工及基本建成规模(单位:万套)
- 图表14: 2012-2018年全国保障性安居工程财政支出规模(单位:亿元)
- 图表15: 2019-2024年全国保障性安居工程财政支出规模预测(单位:亿元)
- 图表16: 2013-2017年中国住宅用地供应情况(单位:万公顷,%)
- 图表17: 2013-2019年中国住宅用地供应情况(单位:元/平方米)
- 图表18: 2013-2019年中国商品住宅投资额及增速(单位:亿元,%)
- 图表19: 2013-2018年中国商品住宅投资结构(单位:亿元)
- 图表20: 2013-2019年各地区商品住宅投资额(单位:亿元)
- 图表21: 2013-2019年中国商品住宅开发情况(单位:万平方米)
- 图表22: 2013-2018年各地区商品住宅新开工面积(单位:万平方米)
- 图表23: 2013-2019年中国商品住宅成交情况(单位:亿元,万平方米,%)
- 图表24: 2013-2018年中国商品住宅销售面积结构(单位:万平方米)
- 图表25: 2013-2018年中国商品住宅销售面积结构(单位:万平方米)
- 图表26: 2013-2018年各地区商品住宅销售面积(单位:万平方米)
- 图表27: 2013-2018年各地区商品住宅销售额(单位:亿元)
- 图表28: 2013-2019年中国商品住宅销售均价走势(单位:元/平方米)
- 图表29: 2013-2018年中国商品住宅销售均价走势(单位:元/平方米)
- 图表30: 城镇住房需求构成结构
- 图表31: 城镇住房需求预测框架图
- 图表32: 2016-2020年中国全部城市年均住房需求规模(单位:万套,万平方米,%)
- 图表33: 2013-2018年中国商服用地供应量及预测(单位:万公顷)
- 图表34: 2012-2019年一季度全国主要城市商服用地地价水平(单位:元/平方米)
- 图表35: 2013-2019年中国商服用房投资额及增速(单位:亿元,%)
- 图表36: 2013-2019年中国商服用房销售面积及增速(单位:万平方米,%)
- 图表37: 2013-2019年中国商服用房销售金额及增速(单位:亿元,%)
- 图表38: 2013-2019年中国商服用房销售均价走势(单位:元/平方米)
- 图表39: 2013-2018年全国建筑业企业商业及服务用房施工面积(单位:亿平方米)
- 图表40: 2013-2018年全国建筑业企业商业及服务用房竣工面积及增速(单位:亿平方米,%)
- 图表41: 2018年第二季度中国一线城市优质零售市场空置率(单位:%)
- 图表42: 2019年一季度一线城市优质写字楼新增供应量及空置率(单位:平方米,%)
- 图表43: 中国商业地产TOP10企业拥有商场数量及市场份额(单位:座,%)
- 图表44: 2018中国商业地产活力40城
- 图表45: 开发商最青睐的潜力城市
- 图表46: 华润置地、SOHO、万达、中粮大悦城模式对比
- 图表47: 重点企业竞争策略分析
- 图表48: 2010-2018年我国办公楼与商品营业用房投资增速走势(单位:%)

- 图表49: 全国20个重点城市的城市综合体增量预估 (单位: 万平方米)
- 图表50: 2014-2019年4月中国房地产网站月度覆盖人数 (单位: 亿人)
- 图表51: 2019年4月中国房地产网站月度覆盖人数TOP11 (单位: 万人, %)
- 图表52: 2015-2017年中国房产网站用户季度总访问次数和人均访问次数 (单位: 亿次, 次)
- 图表53: 房产类媒体的主要服务内容
- 图表54: 2018年房天下主要收入构成 (单位: %)
- 图表55: 2015-2018年中国房地产类网络广告投放费用和广告主数量 (单位: 个, 亿元)
- 图表56: 2019年5月中国房地产网络广告投放指数情况
- 图表57: 房地产开发阶段触网方式
- 图表58: 2010-2018年中国网上零售额规模 (单位: 亿元, %)
- 图表59: 房地产“O2O”
- 图表60: “若比邻”运营模式
- 图表61: 房企社交营销
- 图表62: “大数据”精准营销
- 图表63: 龙湖集团控股有限公司基本信息表
- 图表64: 2014-2019年龙湖集团合同销售金额及销售面积增长情况 (单位: 亿元, 万平方米)
- 图表65: 2017-2018年龙湖集团物业发展各城市营业额明细 (单位: 百万元, 平方米)
- 图表66: 2017-2018年龙湖集团物业发展各城市合同销售额明细 (单位: 百万元, 平方米)
- 图表67: 2017-2018年龙湖集团物业投资业务租金收入明细 (单位: 千元, 平方米)
- 图表68: 2014-2018年龙湖集团控股有限公司主要经济指标分析 (单位: 万元)
- 图表69: 2014-2018年龙湖集团控股有限公司盈利能力分析 (单位: %)
- 图表70: 2014-2018年龙湖集团控股有限公司运营能力分析 (单位: 次)
- 图表71: 2014-2018年龙湖集团控股有限公司偿债能力分析 (单位: %, 倍)
- 图表72: 2014-2018年龙湖集团控股有限公司发展能力分析 (单位: %)
- 图表73: 绿城中国控股有限公司基本信息表
- 图表74: 2014-2018年绿城集团合同销售金额及销售面积增长情况 (单位: 亿元, 万平方米)
- 图表75: 2018年绿城集团总建筑面积地区分布情况 (单位: 万平方米)
- 图表76: 2014-2018年绿城中国控股有限公司主要经济指标分析 (单位: 万元)
- 图表77: 2014-2018年绿城中国控股有限公司盈利能力分析 (单位: %)
- 图表78: 2014-2018年绿城中国控股有限公司运营能力分析 (单位: 次)
- 图表79: 2014-2018年绿城中国控股有限公司偿债能力分析 (单位: %, 倍)
- 图表80: 2014-2018年绿城中国控股有限公司发展能力分析 (单位: %)
- 图表81: 绿城房屋4S服务内容
- 图表82: 华润置地有限公司基本信息表
- 图表83: 2014-2018年华润置地合同销售金额及销售面积增长情况 (单位: 亿元, 万平方米)
- 图表84: 2018年华润置地各区域具体签约情况 (单位: 千元, 平方米)
- 图表85: 2012-2018年华润置地有限公司主要经营指标分析 (单位: 亿元)
- 图表86: 2012-2018年华润置地有限公司盈利能力分析 (单位: %)
- 图表87: 2012-2018年华润置地有限公司运营能力分析 (单位: 次)
- 图表88: 2012-2018年华润置地有限公司偿债能力分析 (单位: %)
- 图表89: 2012-2018年华润置地有限公司发展能力分析 (单位: %)
- 图表90: 世茂房地产控股有限公司基本信息表
- 图表91: 2014-2018年世茂房地产合同销售金额及销售面积增长情况 (单位: 亿元, 万平方米)
- 图表92: 上海世茂股份有限公司业务全景图
- 图表93: 上海世茂股份有限公司四大商业产品线
- 图表94: 上海世茂股份有限公司经典商业项目
- 图表95: 2014-2018年世茂房地产控股有限公司主要经济指标分析 (单位: 万元)
- 图表96: 2014-2018年世茂房地产控股有限公司盈利能力分析 (单位: %)

.....

完整版目录请咨询客服

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！