

# 2021-2027年中国房地产+ 社区O2O产业发展现状与市场全景评估报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

# 一、报告报价

《2021-2027年中国房地产+社区O2O产业发展现状与市场全景评估报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202104/214699.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、说明、目录、图表目录

中企顾问网发布的《2021-2027年中国房地产+社区O2O产业发展现状与市场全景评估报告》共十章。首先介绍了房地产+社区O2O行业市场发展环境、房地产+社区O2O整体运行态势等，接着分析了房地产+社区O2O行业市场运行的现状，然后介绍了房地产+社区O2O市场竞争格局。随后，报告对房地产+社区O2O做了重点企业经营状况分析，最后分析了房地产+社区O2O行业发展趋势与投资预测。您若想对房地产+社区O2O产业有个系统的了解或者想投资房地产+社区O2O行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 “房地产+社区O2O”跨界投资概述及环境分析

第一节 “房地产+社区O2O”跨界投资相关概述

一、“房地产+”跨界投资的基本概述

二、“房地产+”跨界投资的发展阶段

三、“房地产+社区O2O”投资核心特征

第二节 “房地产+社区O2O”跨界投资市场环境分析

一、“房地产+社区O2O”跨界投资经济环境

（一）全球经济发展现状及形势分析

（二）中国经济发展现状及形势分析

二、“房地产+社区O2O”跨界投资政策环境

（一）中国土地市场政策环境分析

（二）房地产调控相关政策环境分析

（三）“十三五”规划政策环境分析

（四）大众创业万众创新政策环境分析

（一）电子商务行业相关政策环境分析

三、“房地产+社区O2O”跨界投资社会环境

（一）城镇化进程对房地产行业影响分析

（二）老龄化趋势对房地产行业影响分析

### （三）全面二孩放开对房地产行业的影响

## 第三节 “房地产+社区O2O”跨界投资互联网环境

### 一、网民基本情况分析

#### （一）总体网民规模分析

#### （二）分省网民规模分析

#### （三）手机网民规模分析

#### （四）网民属性结构分析

### 二、网民互联网应用状况

#### （一）信息获取情况分析

#### （二）商务交易发展情况

#### （三）交流沟通现状分析

#### （四）网络娱乐应用分析

### 三、移动互联网发展状况

#### （一）移动互联网市场规模

#### （二）移动互联网流量情况

#### （三）移动互联网产业结构

#### （四）移动互联网主要特点

### 四、“互联网+”的发展及趋势

#### （一）“互联网+”的提出

#### （二）“互联网+”的内涵

#### （三）“互联网+”的发展

#### （四）“互联网+”的评价

#### （五）“互联网+”的趋势

## 第二章 2014-2019年中国房地产所属行业市场运行分析

### 第一节 2014-2019年房地产景气指数分析

#### 一、2014年房地产开发景气指数

#### 二、2015年房地产开发景气指数

#### 三、2016年房地产开发景气指数

#### 四、2017年房地产开发景气指数

#### 五、2019年房地产开发景气指数

### 第二节 2014-2019年房地产所属行业开发投资分析

- 一、2014年房地产开发投资分析
- 二、2015年房地产开发投资分析
- 三、2016年房地产开发投资分析
- 四、2017年房地产开发投资分析
- 五、2019年房地产开发投资分析

### 第三节 2014-2019年房地产所属行业开发资金来源

- 一、2014年房地产开发资金来源
- 二、2015年房地产开发资金来源
- 三、2016年房地产开发资金来源
- 四、2017年房地产开发资金来源
- 五、2019年房地产开发资金来源

### 第四节 2014-2019年房屋施竣工面积与价值

- 一、2014-2019年房地产企业房屋施工面积
- 二、2014-2019年房地产企业房屋竣工面积
- 三、2014-2019年房地产企业房屋竣工价值
- 四、2014-2019年房地产企业房屋竣工造价

### 第五节 2014-2019年商品房销售情况分析

- 一、2014-2019年商品房销售面积分析
- 二、2014-2019年商品房现房销售面积
- 三、2014-2019年商品房期房销售面积
- 四、2014-2019年商品房销售金额分析
- 五、2014-2019年商品房现房销售金额
- 六、2014-2019年商品房期房销售金额

### 第六节 2019年中国房地产市场价格分析

- 一、2019年新建住宅销售价格指数
- 二、2019年新建商品住宅价格指数
- 三、2019年二手住宅销售价格指数

## 第三章 中国物业管理服行业发展分析

### 第一节 物业管理市场发展现状

- 一、物业管理市场现状分析
- 二、物业管理行业市场规模

三、物业管理行业发展特点

四、物业管理发展推动因素

## 第二节 物业管理百强企业分析

一、物业管理百强企业排名情况

二、物业管理百强企业经营规模

三、物业管理百强企业经营绩效

四、物业管理百强企业服务品质

五、物业管理百强企业发展潜力

六、物业管理百强企业社会贡献

## 第三节 物业管理市场开发策略

一、物业管理商业模式创新策略

二、物业管理企业经营策略分析

三、物业管理企业经营策略选择

四、中小物业管理企业经营策略

## 第四节 物业管理发展趋势分析

一、住宅物业发展趋势分析

二、商业物业发展趋势分析

三、物业管理信息化趋势分析

## 第五节 物业管理行业前景分析

一、物业管理行业扩展分析

二、物业顾问服务前景广阔

三、物业管理行业发展方向

# 第四章 互联网环境下房地产行业的机会与挑战

## 第一节 互联网环境下房地产行业的机会与挑战

一、互联网时代行业大环境的变化

二、互联网直击传统行业消费痛点

三、互联网助力企业开拓市场

四、电商成为传统企业突破口

## 第二节 房地产电商需要解决的难题和挑战分析

一、线上与线下博弈问题分析

二、物流与客户体验问题分析

### 三、引流与流量转化率问题分析

#### 第三节 互联网房地产行业的改造与重构

##### 一、互联网重构行业的供应链格局

##### 二、互联网改变生产厂商营销模式

##### 三、互联网导致行业利益重新分配

##### 四、互联网改变行业未来竞争格局

#### 第四节 房地产与互联网融合创新机会孕育

##### 一、电商政策变化趋势分析

##### 二、电子商务消费环境趋势分析

##### 三、互联网技术对行业支撑作用

##### 四、电商黄金发展期机遇分析

### 第五章 社区O2O引领房地产企业转型新模式

#### 第一节 模式开启---独特O2O式生活

##### 一、O2O的基本概念

##### 二、适合O2O的行业

##### 三、O2O的营销模式

#### 第二节 营销方式---O2O模式如何开展

##### 一、体验营销--关注用户感受

##### 二、直复营销--准确定位受众

##### 三、情感营销--感动你的客户

##### 四、数据营销--会员卡的应用

#### 第三节 精准定位--O2O行业寻找客户

##### 一、签到---让定位更准确

##### 二、导航---跟踪引导客户

##### 三、社交---好友为你推荐

##### 四、分享---需求驱动交易

#### 第四节 房地产企业O2O产品设计

##### 一、常见的O2O产品类型分析

##### 二、典型企业的O2O产品解析

##### 三、房地产企业O2O产品设计

## 第六章 房地产企业社区O2O领域投资机会分析

### 第一节 社区O2O构建--社区电商O2O

- 一、社区电商O2O市场环境
- 二、社区电商O2O交易规模
- 三、社区电商O2O运营模式
- 四、社区电商O2O盈利模式
- 五、社区电商O2O运营案例
- 六、社区电商O2O市场前景

### 第二节 社区O2O构建--生鲜外卖O2O

- 一、生鲜外卖O2O市场环境
- 二、生鲜外卖O2O交易规模
- 三、生鲜外卖O2O运营模式
- 四、生鲜外卖O2O盈利模式
- 五、生鲜外卖O2O运营案例
- 六、生鲜外卖O2O市场前景

### 第三节 社区O2O构建--宅配物流O2O

- 一、宅配物流O2O市场环境
- 二、宅配物流O2O交易规模
- 三、宅配物流O2O运营模式
- 四、宅配物流O2O盈利模式
- 五、宅配物流O2O运营案例
- 六、宅配物流O2O市场前景

### 第四节 社区O2O构建--餐饮外卖O2O

- 一、餐饮外卖O2O市场环境
- 二、餐饮外卖O2O交易规模
- 三、餐饮外卖O2O运营模式
- 四、餐饮外卖O2O盈利模式
- 五、餐饮外卖O2O运营案例
- 六、餐饮外卖O2O市场前景

### 第五节 社区O2O构建--洗衣O2O

- 一、社区洗衣O2O市场环境
- 二、社区洗衣O2O交易规模



三、社区洗衣O2O运营模式

四、社区洗衣O2O盈利模式

五、社区洗衣O2O运营案例

六、社区洗衣O2O市场前景

#### 第六节 社区O2O构建--美甲美发O2O

一、美甲美发O2O市场环境

二、美甲美发O2O交易规模

三、美甲美发O2O运营模式

四、美甲美发O2O盈利模式

五、美甲美发O2O运营案例

六、美甲美发O2O市场前景

#### 第七节 社区O2O构建--按摩保健O2O

一、按摩保健O2O市场环境

二、按摩保健O2O交易规模

三、按摩保健O2O运营模式

四、按摩保健O2O盈利模式

五、按摩保健O2O运营案例

六、按摩保健O2O市场前景

#### 第八节 社区O2O构建--家政清洁O2O

一、家政清洁O2O市场环境

二、家政清洁O2O交易规模

三、家政清洁O2O运营模式

四、家政清洁O2O盈利模式

五、家政清洁O2O运营案例

六、家政清洁O2O市场前景

### 第七章 房地产企业社区O2O营销推广策略分析

#### 第一节 社区O2O移动电商切入--微商城运营

一、微商城商户接入流程/要求

二、微商城商户接入资费标准

三、企业如何开发运营微商城

四、企业微商城运营风险分析

## 五、企业微商城推广策略分析

### 第二节 社区O2O营销---APP开发营销策略

- 一、APP营销的特点与价值
- 二、企业APP营销背景分析
- 三、APP体系功能策略方向
- 四、APP营销创意路径分享
- 六、APP用户体验设计技巧
- 六、如何找准APP目标客户
- 七、APP推广的技巧与方法
- 八、APP如何提升运营效果

### 第三节 社区O2O营销推广---二维码营销策略

- 一、二维码基本定义及分类
- 二、二维码与移动营销应用
- 三、二维码O2O模式应用类型
- 四、二维码O2O模式应用实例
- 五、二维码会员制营销策略

### 第四节 社区O2O营销推广---微信营销战略

- 一、微信功能概述及营销价值
- 二、微信用户行为及营销现状
- 三、微信的主要营销模式分析
- 四、微信营销的步骤方法与技巧
- 五、微信营销优秀案例详解
- 六、微信营销效果的评估标准

### 第五节 社区O2O营销推广---微博营销战略

- 一、微博营销的特点与价值
- 二、微博用户行为营销现状
- 三、微博营销的策略与技巧
- 四、微博营销优秀案例详解
- 五、中小企业微博营销对策
- 六、微博营销风险应对策略

## 第八章 移动支付助力社区O2O发展

## 第一节 移动支付产业发展现状

### 一、移动支付产业的发展历程

### 二、影响移动支付发展的因素

### 三、移动支付产业的发展特征

## 第二节 移动支付产业链结构分析

### 一、移动支付产业链简介

### 二、移动支付产业链构成

### 三、移动支付产业链特征

## 第三节 移动支付发展规模分析

### 一、移动支付行业用户规模分析

### 二、移动支付行业市场规模分析

### 三、移动支付行业市场容量预测

## 第四节 移动支付用户消费调研分析

### 一、移动支付用户区域分布情况

### 二、移动支付用户手机操作系统

### 三、移动支付用户使用手机支付方式

### 四、移动支付用户认知程度分析

### 五、消费者移动支付额外成本接受度

## 第五节 中国移动支付用户调研结果分析

### 一、影响用户使用移动支付的关键因素

### 二、移动支付用户交易支付方式分析

### 三、移动支付用户期待使用支付方式

### 四、移动支付服务用户认为需做改善

## 第九章 房地产企业转型社区O2O案例分析

### 第一节 万科企业股份有限公司

#### 一、企业发展基本情况

#### 二、企业经营情况分析

#### 三、社区O2O业务发展现状

#### 四、社区O2O业务发展优势

#### 五、社区O2O业务策略分析

### 第二节 龙湖地产有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业经营情况分析
- 三、社区O2O业务发展现状
- 四、社区O2O业务发展优势
- 五、社区O2O业务策略分析

### 第三节 绿城中国控股有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业经营情况分析
- 三、社区O2O业务发展现状
- 四、社区O2O业务发展优势
- 五、社区O2O业务策略分析

### 第四节 保利房地产（集团）股份有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业经营情况分析
- 三、社区O2O业务发展现状
- 四、社区O2O业务发展优势
- 五、社区O2O业务策略分析

### 第五节 新城控股集团有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业经营情况分析
- 三、社区O2O业务发展现状
- 四、社区O2O业务发展优势
- 五、社区O2O业务策略分析

### 第六节 远洋地产控股有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业经营情况分析
- 三、社区O2O业务发展现状
- 四、社区O2O业务发展优势
- 五、社区O2O业务策略分析

### 第七节 恒大地产集团有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业经营情况分析

三、社区O2O业务发展现状

四、社区O2O业务发展优势

五、社区O2O业务策略分析

#### 第八节 世贸房地产控股有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业经营情况分析

三、社区O2O业务发展现状

四、社区O2O业务发展优势

五、社区O2O业务策略分析

#### 第九节 彩生活服务集团有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业经营情况分析

三、社区O2O业务发展现状

四、社区O2O业务发展优势

五、社区O2O业务策略分析

#### 第十节 中奥到家集团有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业经营情况分析

三、社区O2O业务发展现状

四、社区O2O业务发展优势

五、社区O2O业务策略分析

### 第十章 “房地产+社区O2O”跨界投资模式及前景分析

#### 第一节 中国房地产企业转型选择分析

一、在房地产行业内部转型

二、保留房地产业务，向房地产相关行业延伸

三、保留房地产业务，向其它行业延伸

四、收缩房地产业务，谋求彻底转型

#### 第二节 “房地产+社区O2O”跨界投资转型政策背景

一、中国房地产调控政策分析

二、国企改革对房地产跨界投资转型影响

三、电商政策对房地产跨界投资转型影响

### 第三节 房地产+社区O2O&rdquo;跨界投资现状分析

- 一、 &ldquo;房地产+社区O2O&rdquo;跨界投资规模分析
- 二、 &ldquo;房地产+社区O2O&rdquo;跨界投资业务结构
- 三、 &ldquo;房地产+社区O2O&rdquo;跨界投资转型合作伙伴
- 四、 地产企业切入社区O2O领域的核心竞争力

### 第四节 &ldquo;房地产+社区O2O&rdquo;跨界投资商业模式分析

- 一、 &ldquo;房地产+社区O2O&rdquo;跨界主要投资方式分析
- 二、 &ldquo;房地产+社区O2O&rdquo;跨界投资转型运营模式
- 三、 &ldquo;房地产+社区O2O&rdquo;跨界投资转型盈利模式

### 第五节 &ldquo;房地产+社区O2O&rdquo;跨界投资转型发展前景

- 一、 &ldquo;房地产+社区O2O&rdquo;跨界投资转型的优势分析
- 二、 &ldquo;房地产+社区O2O&rdquo;跨界投资转型面临的问题
- 三、 &ldquo;房地产+社区O2O&rdquo;跨界投资趋势及前景预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202104/214699.html>