

# 2022-2028年中国房地产+社区O2O行业市场消费 调研及投资潜力研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2022-2028年中国房地产+社区O2O行业市场消费调研及投资潜力研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/202010/902789.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

智研咨询发布的《2022-2028年中国房地产+社区O2O行业市场消费调研及投资潜力研究报告》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）“十四五”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 2017-2021年中国房地产所属行业市场运行分析

第一节 2017-2021年房地产景气指数分析

第二节 2017-2021年房地产所属行业开发投资分析

第三节 2017-2021年房地产所属行业开发资金来源

第四节 2017-2021年房屋施竣工面积与价值

一、2017-2021年房地产企业房屋施工面积

二、2017-2021年房地产企业房屋竣工面积

三、2017-2021年房地产企业房屋竣工价值

四、2017-2021年房地产企业房屋竣工造价

第五节 2017-2021年商品房销售情况分析

一、2017-2021年商品房销售面积分析

二、2017-2021年商品房现房销售面积

三、2017-2021年商品房期房销售面积

四、2017-2021年商品房销售金额分析

五、2017-2021年商品房现房销售金额

## 六、2017-2021年商品房期房销售金额

### 第六节 2020年中国房地产市场价格分析

#### 一、2020年新建住宅销售价格指数

#### 二、2020年新建商品住宅价格指数

#### 三、2020年二手住宅销售价格指数

## 第三章 中国物业管理行业发展分析

### 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”跨界投资现状分析

一、“房地产+社区O2O”跨界投资规模分析

二、“房地产+社区O2O”跨界投资业务结构

三、“房地产+社区O2O”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 “房地产+社区O2O”跨界投资商业模式分析

一、“房地产+社区O2O”跨界主要投资方式分析

二、“房地产+社区O2O”跨界投资转型运营模式

三、“房地产+社区O2O”跨界投资转型盈利模式

第五节 “房地产+社区O2O”跨界投资转型发展前景

一、“房地产+社区O2O”跨界投资转型的优势分析

二、“房地产+社区O2O”跨界投资转型面临的问题

三、“房地产+社区O2O”跨界投资趋势及前景预测（ZY ZS）

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202010/902789.html>