

2016-2022年中国房产网络 服务市场监测及发展方向研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2016-2022年中国房产网络服务市场监测及发展方向研究报告》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/201603/130923.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

报告目录：

第一章 中国房地地产业概况

第一节 近三年中国房地产市场分析

- 一、近三年中国商品房施工面积及同比增长情况
- 二、近三年中国商品房竣工面积及同比增长情况
- 三、近三年中国土地开发与购置面积同比增长情况
- 四、近三年中国商品房销售额及同比增长情况
- 五、近三年中国商品房销售面积及同比增长情况
- 六、近三年中国商业营业用房投资完成额及同比增长情况
- 七、近三年中国其它工程用途类投资完成额及同比增长情况
- 八、近三年中国办公楼投资完成额及同比增长情况
- 九、近三年中国住宅投资完成额及同比增长情况
- 十、近三年中国70个大中城市房屋销售价格指数表

第二节 中国房地产企业分析

- 一、中国房地产百强企业分析
- 二、中国房产经纪百强企业分析

第三节 2016年中国房地产行业面临的挑战

- 一、中国房地产行业三大弊端
- 二、中国房地产市场发展中存在的问题以及负面影响
- 三、中国房地产市场的新矛盾
- 四、我国房地产业亟需关注的八大问题

第四节 中国房地产业发展策略分析

- 一、中国房地产行业主要对策分析
- 二、我国房地产市场发展的调控措施
- 三、克服房地产困难的对策分析

第二章 2015年中国房产网络服务环境和产业链分析

第一节 国内宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2016年中国宏观经济发展预测分析

四、房地产业在国民经济中的支柱地位

第二节 2015年中国房产网络服务运行政策环境分析

一、中国房产业政策解析

二、中国互联网信息监管

第三节 2015年中国房产网络服务业社会环境分析

一、城市化进程的加快

二、我国居民消费能力的增强及消费意愿的增加

三、房地产网络信息服务渗透率

四、中国就业形势

五、中国人口规模及集中分布

六、房地产消费水平和消费意愿

第四节 2015年中国房产网络服务产业链

第三章 2015年中国房地产业信息化分析

第一节 国外及港台地区房地产信息化现状分析

第二节 2015年中国房地产业信息化的现状

一、我国房地产信息化现状分析

1、房地产信息化方案

2、企业运营模式转变决定房地产信息化发展

3、中国房地产信息化管理的现状

4、中国房地产信息化带动产业化

二、国内外房地产信息化比较分析

第三节 2016年中国房地产信息化面临的挑战

一、中国房地产信息化的“三重山”；

二、成长型房地产企业信息化问题有待解决

三、房地产中介信息化存在的问题

第四节 中国房地产信息化新趋势预测分析

第四章 2015年中国房产网络服务产业运行新形势透析

第一节 2015年中国房产网络服务运行总况

- 一、房产网络服务迈入成熟发展的阶段
- 二、中国的房产网络服务模式正呈现出多元化发展的格局
- 三、网络降低交易成房产中介最大客源地

第二节 2015年中国房产网络服务热点问题探讨

- 一、网络安全性很难支持房产这种大宗商品交易
- 二、缺乏必要的法律保障
- 三、消费者在观念上还没有接受在互联网上进行房产这种大宗商品的交易
- 四、网络的虚拟性决定它不可能取代实际的房产

第五章 2015年中国房产网络服务网站深度调研

第一节 2015年中国房产网络服务网站总况

- 二、房产网络服务网站数量及市场价值
- 三、房产网络服务覆盖民众规模及全部网民占比情况
- 六、经济危机彰显房产服务网站价值
- 七、房产网络服务成为网民关注热点
- 八、门户网站市场细分房产网络竞争加剧

第二节 2015年中国房产网络服务网站服务模式

- 一、行业门户
 - 1、模式特点
 - 2、代表企业
 - 3、优、劣势分析
- 二、电子商务
- 三、交易服务
- 四、网络中介

第六章 2015年中国房产网络服务深度剖析及差异性分析

第一节 中国房产网络服务业务范畴

- 一、房源搜索
- 二、买卖房地产代理
- 三、租赁代理
- 四、房地产估价
- 五、房地产专业咨询

六、与房地产相关的法律服务

七、其它（房地产贷款、房地产拍卖等）

第二节 中国房产网络服务模式的差异

一、房源搜索服务比较

1、美国房地产网上搜索引擎的配套功能强大

2、澳大利亚搜索引擎的配套服务特别周全

3、中国房地产网上的搜索服务功能较差

二、网络服务反映出的房地产中介模式的差异

1、在房地产中介模式上

2、从房地产代理人收取房地产代理费的对象来看

三、从房地产网上贷款和支付方式看配套金融服务的差异

四、延伸服务及其它方面的比较

1、咨询、估价、法律服务比较

2、土地转让、房地产拍卖比较

第三节 结论

第七章 2015年中国房产网络媒体使用情况深度调研

第一节 搜房网

一、搜房网使用率及市场占用份额

二、业务范畴

1、新房

2、二手房

3、租房

4、别墅

5、写字楼

6、商铺

7、工业厂房

8、其它（家居、装修装饰）

第二节 新浪乐居

第三节 搜狐焦点网

第四节 易居网

第五节 淘房网

第六节 安居网

第七节 腾讯蓝房网

第八节 房价网

第九节 我爱我家

第十节 中国房地产信息网

第十一节 顺驰置业网

第八章 2015年中国房地产网络营销解析

第一节 中国房地产网络营销总体分析

一、房地产网络营销特点

二、房地产行业网络营销定位

三、房地产网络营销现状及发展趋势

四、房地产网络营销的优劣势分析

第二节 房地产网络营销方法分析

一、房地产项目网络营销方式分析

二、房地产网络营销的方法

第三节 房地产网络营销与传统营销方式的关系

一、房地产网络营销的模式

二、房地产网络营销与传统营销方式的对比

三、房地产网络营销是传统营销的继承和发展

第四节 房地产网络营销的作用及存在的问题分析

一、房地产网络营销的作用

二、目前房地产业网络营销存在的问题

第五节 房地产网络营销带来的商机

第六节 房地产行业网络营销开展策略与步骤

第九章 2015年中国区域房地产网站运行分析

第一节 华北地区主要房地产网站发展分析

一、淘房网

二、北京拓房网

三、北京房产在线

四、天津房地产网

五、津房网

第二节 华东地区主要房地产网站发展分析

一、爱家房地产网

二、上海网上房地产

三、无忧房产网

四、住在杭州网

第三节 华南地区主要房地产网站发展分析

一、佛山房地产网站发展分析

二、惠州房地产网站发展分析

三、珠海房地产网站发展分析

四、深圳之家网

第四节 华中地区主要房地产网站发展分析

一、亿房网

二、武汉房信网

三、湖南住宅与房地产信息网

第五节 东北地区主要房地产网站发展分析

一、长春房产网

二、黑龙江房地产网站

三、哈尔滨房地产信息网

第六节 西部地区主要房地产网站发展分析

一、陕西房地产信息网

二、一起上房网

三、重庆一家网

第十章 2016-2022年中国房产网络服务业前景预测分析

第一节 2016-2022年中国房产电子商务前景展望

一、对房地产企业而言

二、对顾客而言

三、对房地产营销而言

第二节 2016-2022年中国房产电子商务多元化发展方向

一、区域化

二、融合化

三、专一化

四、大众化

五、延伸化

六、国际化

第三节 2016-2022年中国房产网络服务市场前景预测

一、中国房产网络服务用户规模预测

二、中国房产网络服务市场盈利预测

第十一章 2016-2022年中国房产网络服务行业投资热点及趋势

第一节 2015年中国房产网络服务投资概况

一、房产网络服务市场投资环境

二、房产网络服务投资呈现新特点

1、互联网行业投资活跃规模小

2、房产网站投资价值有待发掘

第二节 2016-2022年中国房产网络服务投资机会分析

一、房产网络服务投资热点分析

二、房产网络服务投资价值研究

三、经济震荡下房产网络服务迎来发展新机遇

第三节 2016-2022年中国房产网络服务投资风险预警

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

三、市场运营机制风险

四、金融风险

第四节 专家投资观点

图表目录：

图表：2011-2015年国内生产总值

图表：2011-2015年居民消费价格涨跌幅度

图表：2015年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2011-2014年末国家外汇储备

图表：2011-2015年财政收入

图表：2011-2015年全社会固定资产投资

图表：2015年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2015年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2015年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：房产网站获得投资情况一览表

图表：房地产网络媒体曾经使用率

图表：房地产网络媒体最常使用率

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201603/130923.html>