

2017-2022年中国房产网络服务行业市场运行态势 及投资战略咨询研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国房产网络服务行业市场运行态势及投资战略咨询研究报告》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.huaon.com/detail/289189.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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

数据显示，2016年Q1，房地产类网络广告投放费用在总体网络广告投放费用中占比为9.8%，其中房地产行业网络广告投放费用占总体网络广告投放费用比重环比下降5.9个百分点，同比上升0.4个百分点。

2014Q1-2016Q1各行业广告主投放费用占比

2016 年 Q1 季度，我国房地产市场呈现回暖态势。根据国家统计局统计数据，2016 年 1-3 月全国商品房销售面积 24299 万平方米，同比增长 33.1%，增速比 1-2 月份提高 4.9个百分点。住宅销售面积增长35.6%，办公楼销售面积增长34.4%，商业营业用房销售面积增长 8.5%。商品房销售额 18524 亿元，增长 54.4%，其中住宅销售额增长 60.3%，办公楼销售额增长 69.4%，商业营业用房销售额增长 8.2%。总体来看，2016 年 Q1 房地产市场持续发展，商品房销售面积和销售额均实现快速增长。

房产网站广告销售渠道包括直客投放、直营代理和外包加盟站等三种方式，搜房网、乐居互联网及电商集团、搜狐焦点等三大主要房产网站均采用多种方式组合营销。2016年第一季度各大房产媒体的新房广告价值（广告价值包括网站直客收入和为代理商和外包加盟站创造的广告收入，以及电商收入）约为14.2亿元¹，广告收入约为6.6亿元，电商收入约为 7.7 亿元，其中乐居互联网及电商集团的新房广告价值共计约 7.9 亿元。乐居财报显示，乐居第一季度总收入为1.13亿美元，同比增长21%，其中电商收入为8609万美元，来自于售卖优惠券的电商服务，分类信息服务收入为512万美元，同比增长34%，主要来自二手房挂牌服务。在同类房产电商服务方中，乐居的营收总收入和电商服务收入的增速均居行业先进水平。

2014Q1-2016Q1中国房地产类网络广告主投放费用

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 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 2017-2022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 中国房地产行业发展策略分析

- 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

过去 10 年各季度中国 GDP 增长速度可以明显看出，目前中国在“调结构、促转型”的经济软着陆情况下，经济增速出现明显下降。政府工作报告指出，2016 年经济增长预期目标 6.5%-7%，国家宏观经济增速明显趋缓，而 GDP 增速与钢材需求存在相关性，增速下降意味着市场对钢材需求强度可能减弱，这也将会影响到作为基础工业原材料生产环节钢铁企业的生存环境。

过去 10 年中国 GDP 增速情况（%）

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

2015年，全社会固定资产投资562000亿元，比上年增长9.8%，扣除价格因素，实际增长11.8%。其中，固定资产投资（不含农户）551590亿元，增长10.0%。分区域看，东部地区投资232107亿元，比上年增长12.4%；中部地区投资143118亿元，增长15.2%；西部地区

投资140416亿元，增长8.7%；东北地区投资40806亿元，下降11.1%。

2011-2015年全社会固定资产投资规模（单位：亿元）

三、2017-2022年中国宏观经济发展预测分析

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 2017-2022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

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）

第三节 搜狐焦点网

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）

第四节 易居网

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）

第五节 淘房网

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 2017-2022年中国房产网络服务业前景预测分析

第一节 2017-2022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 2017-2022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 2017-2022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 2017-2022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 2017-2022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 2017-2022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 专家投资建议

图表目录：

图表1：行业代码表

图表2：房产网络服务行业分类列表

图表3：房产网络服务行业所处产业链示意图

图表4：美国房产网络服务行业发展经验列表

图表5：美国房产网络服务行业对我国的启示列表

图表6：日本房产网络服务行业发展经验列表

图表7：日本房产网络服务行业对我国的启示列表

图表8：韩国房产网络服务行业发展经验列表

图表9：韩国房产网络服务行业对我国的启示列表

图表10：欧盟房产网络服务行业发展经验列表

图表11：欧盟房产网络服务行业对我国的启示列表

图表12：中国房产网络服务行业监管体系示意图

图表13：房产网络服务行业监管重点列表

图表14：2013-2015年中国GDP增长走势图（单位：万亿元，%）

图表15：2013-2015年房产网络服务行业与GDP关联性分析图（单位：亿元，万亿元）

图表16：2013-2015年固定资产投资走势图（单位：万亿元，%）

图表17：2013-2015年房产网络服务行业与固定资产投资关联性分析图（单位：亿元，万亿元）

图表18：2013-2015年房产网络服务行业相关专利申请数量变化图（单位：个）

图表19：2013-2015年房产网络服务行业相关专利公开数量变化图（单位：个）

图表20：2013-2015年房产网络服务行业相关专利申请人构成图（单位：个）

图表21：2013-2015年房产网络服务行业相关专利申请人综合比较（单位：种，%，个，年）

图表22：中国房产网络服务行业相关专利分布领域（前十位）（单位：个）

图表23：中国房产网络服务行业消费需求特点列表

图表24：中国房产网络服务行业消费群体特点列表

图表25：2013-2015年中国房产网络服务行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表26：2015年中国房产网络服务行业区域分布图（单位：%）

图表27：中国房产网络服务行业发展特点列表

图表28：2013-2015年中国房产网络服务行业工业总产值走势图（单位：亿元，%）

图表29：2013-2015年中国房产网络服务行业销售收入走势图（单位：亿元，%）

图表30：2013-2015年中国房产网络服务行业产销率变化情况（单位：%）

图表31：2015年房产网络服务行业主要省市产销图（单位：%）

图表32：2013-2015年房产网络服务行业产销能力分析（单位：万元）

图表33：2013-2015年房产网络服务行业盈利能力分析（单位：%）

图表34：2013-2015年房产网络服务行业运营能力分析（单位：次）

图表35：2013-2015年房产网络服务行业偿债能力分析（单位：% ，倍）

图表36：2013-2015年房产网络服务行业发展能力分析（单位：%）

图表37：2013-2015年中国房产网络服务行业进出口状况表（单位：亿美元，%）

图表38：2013-2015年房产网络服务行业进口状况表（单位：万美元，%）

图表39：2015年房产网络服务行业主要进口省市分布图（单位：%）

图表40：2013-2015年房产网络服务行业出口状况表（单位：亿美元，%）

图表41：2015年房产网络服务行业主要出口省市分布图（单位：%）

图表42：中国房产网络服务行业出口前景分析列表

图表43：中国房产网络服务行业进口前景分析列表

图表44：2015年中国房产网络服务行业区域分布图（按销售收入）（单位：%）

图表45：2015年中国房产网络服务行业企业规模分布图（按销售收入）（单位：%）

图表46：2015年中国房产网络服务行业企业性质分布图（按销售收入）（单位：%）

图表47：中国房产网络服务行业对上游房产网络服务行业的议价能力分析列表

图表48：中国房产网络服务行业对上游房产网络服务行业的议价能力分析列表

图表49：中国房产网络服务行业潜在进入者威胁分析列表

图表50：中国房产网络服务行业替代业务威胁分析列表

图表51：2013-2015年中国房产网络服务行业利润率走势图（单位：%）

图表52：国内房产网络服务行业投资兼并重组分析表

图表53：2015年中国产值分布图（单位：%）

图表54：2015年中国房产网络服务行业市场分布图（单位：%）

图表55：2015年中国房产网络服务行业利润分布图（单位：%）

图表56：2015年华东地区市场分布图（单位：%）

图表57：2013-2015年上海市房产网络服务行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表58：2013-2015年江苏省房产网络服务行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表59：2013-2015年山东省房产网络服务行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表60：2013-2015年浙江省房产网络服务行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表61：2013-2015年安徽省房产网络服务行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表62：2013-2015年福建省房产网络服务行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表63：2015年华南地区市场分布图（单位：%）

图表64：2013-2015年广东省房产网络服务行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表65：2013-2015年广西省房产网络服务行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表66：2013-2015年海南省房产网络服务行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表67：2015年华中地区市场分布图（单位：%）

图表68：2013-2015年湖南省房产网络服务行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表69：2013-2015年湖北省房产网络服务行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表70：2013-2015年河南省房产网络服务行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表71：2015年华北地区市场分布图（单位：%）

图表72：2013-2015年北京市房产网络服务行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表73：2013-2015年山西省房产网络服务行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表74：2013-2015年天津市房产网络服务行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表75：2013-2015年河北省房产网络服务行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表76：2015年东北地区市场分布图（单位：%）

图表77：2013-2015年辽宁省房产网络服务行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表78：2013-2015年吉林省房产网络服务行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表79：2013-2015年黑龙江省房产网络服务行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表80：2015年西南地区累计产量分布（单位：%）

图表81：2013-2015年重庆市房产网络服务行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表82：2013-2015年四川省房产网络服务行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表83：2013-2015年云南省房产网络服务行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表84：2015年西北地区市场分布图（单位：%）

图表85：2013-2015年陕西省房产网络服务行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表86：2013-2015年新疆房产网络服务行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表87：2013-2015年甘肃省房产网络服务行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表88：2015年房产网络服务行业资产总额、销售收入和利润总额前十名企业

图表89：2015年中国企业销售收入排名前十企业列表（单位：亿元）

图表90：2015年中国企业资产总额排名前十企业列表（单位：亿元）

图表91：2015年中国企业利润总额排名前十企业列表（单位：亿元）

图表119：2017-2022年全球房产网络服务行业市场规模预测图（单位：亿元）

图表120：2017-2022年中国房产网络服务行业市场规模预测图（单位：亿元）

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/289189.html>