

2024-2029年中国家政O2O行业全景调研与发展战略研究咨询报告

报告简介

在消费升级和移动互联网浪潮下，用户对服务品质和体验有了更高的要求，仅靠一家门店或者一个家政公司是无法撬动整个行业转型升级，这就为互联网创造了机会。互联网公司擅长的是连接，最好集中资源做自己最擅长的创新模块，帮助门店更好地管理家政阿姨与客户的同时，给他们导入线上流量与订单，盘活家政阿姨在碎片化时间的工作效率，增加阿姨与门店的收入，提升效率同时提升服务水平，推动家政服务行业侧供给端改革。未来家政会像链家一样随处可见。有社区的地方，就会有家政线下合作门店。利用平台资源整合协同效应，真正推动家政行业产业关系升级。家政线上平台会成为了连接用户和家政服务的强大处理器，在这样的信息流转中也能实现巨大的商业价值。

家政服务人群是非常宽泛的，而且随着90后青年成为消费主体，国内市场空间也是很大的;而且最主要的是客单价决定市场体量，目前国内已经可以做到用一杯咖啡，一张电影票的钱就叫一个阿姨上门打扫房间，而在欧美则太贵了，用得起的注定少数人。家政服务在中国不仅是刚需，而且正呈现快消品化的趋势。目前家政O2O市场阵营已形成，以58到家为代表的自营模式。平台模式的公司主要提供类似中介的服务，跟线下的家政公司进行合作，通过门店网络阿姨资源;而自营模式家政公司则是家政O2O公司自己拥有家政从业人员，自己招聘家政人员、自己培训、自己管理、自己获取用户。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国家庭服务业协会、中国家庭服务网、中国家政网、51行业报告网、中国海关总署全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国家政O2O行业及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了我国家政O2O行业发展状况和特点，以及中国家政O2O行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球家政O2O行业发展态势作了详细分析，并对家政O2O行业进行了趋向研判，是家政O2O生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前家政O2O行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分行业发展综述

第一章 O2O发展概述

第一节 O2O的相关概述

一、O2O的基本概念

二、O2O模式的发展

三、O2O营销的特点

四、O2O的优势分析

五、O2O模式的多元化

第二节 O2O营销模式分析

一、O2O的广场模式

二、O2O的代理模式

三、O2O的商城模式

第三节 O2O营销主要方式

一、体验营销

二、直复营销

三、情感营销

四、数据库营销

第四节 家政O2O行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、与上下游行业之间的关联性

三、行业产业链上游发展现状及影响分析

四、行业产业链下游发展现状及影响分析

第二章 中国家政O2O行业发展环境分析

第一节 经济环境分析

一、全球宏观经济环境

二、国家宏观经济环境

三、经济环境对行业发展的影响

第二节 社会环境分析

一、行业社会环境

二、网民用户分析

三、社会环境对行业的影响

第三节 政策环境分析

- 一、行业政策法规
- 二、行业监管体制
- 三、行业政策规划

第四节 技术环境分析

- 一、信息技术水平分析
- 二、客户端软件分析
- 三、技术发展趋势分析

第二部分 行业深度分析

第三章 中国家政O2O行业运行现状分析

第一节 我国家政O2O行业发展状况分析

- 一、我国家政O2O行业发展历程和阶段
- 二、我国家政O2O行业发展概况及特点
- 三、我国家政O2O行业发展存在的问题及对策

第二节 2019-2023年家政O2O行业运行现状分析

- 一、我国家政O2O行业资产规模分析
- 二、我国家政O2O行业市场规模分析
- 三、中国家政O2O行业市场结构分析

第三节 2019-2023年家政O2O市场经营情况分析

- 一、中国家政O2O行业交易总额分析
- 二、中国家政O2O行业订单量分析
- 三、中国家政O2O日均订单量分析
- 四、中国家政O2O行业利润总额分析

第四节 2019-2023年中国家政O2O行业企业分析

一、企业数量变化分析

二、不同规模企业结构分析

三、网络平台数量分析

四、从业人员数量分析

第五节 2019-2023年中国家政O2O行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业营运能力分析

三、行业偿债能力分析

四、行业发展能力分析

第四章 中国家政O2O消费者分析

第一节 消费者人群分析

一、消费者年龄结构

二、消费者职业分析

三、消费者收入水平分析

四、消费者学历结构

第二节 消费者消费分析

一、消费频率

二、消费金额水平分析

三、消费目的分析

四、消费体验结构分析

第三节 消费者使用原因分析

一、便利

二、价格优惠

三、安全

四、服务个性化

五、专业高效

第四节 消费者行为影响因素分析

一、服务态度

二、技术水平

三、卫生情况

四、用时长短

五、口碑

第五章 家政O2O行业主流模式分析

第一节 家政O2O行业商业模式

一、C2C直营型

二、B2P2C经纪人式直营型

三、B2B2C平台型

四、C2C+B2B2C直营为核心兼标准化加盟型

第二节 家政O2O商业模式细分

一、主打低端市场

二、主打中端市场

三、主打高端市场

第三节 家政O2O的两种发展路径

一、低端→中端

二、中端→低端

第三部分 行业竞争格局

第六章 家政O2O行业区域市场发展分析

第一节 中国家政O2O重点区域市场分析预测

一、行业总体区域结构特征及变化

二、行业区域集中度分析

三、行业区域分布特点分析

四、行业规模指标区域分布分析

第二节 家政O2O区域市场分析

一、东北地区

1、家政O2O企业数量分析

2、家政O2O订单量分析

3、家政O2O覆盖范围分析

4、家政O2O发展趋势分析

二、华北地区

1、家政O2O企业数量分析

2、家政O2O订单量分析

3、家政O2O覆盖范围分析

4、家政O2O发展趋势分析

三、华东地区

1、家政O2O企业数量分析

2、家政O2O订单量分析

3、家政O2O覆盖范围分析

4、家政O2O发展趋势分析

四、华中地区

1、家政O2O企业数量分析

2、家政O2O订单量分析

3、家政O2O覆盖范围分析

4、家政O2O发展趋势分析

五、华南地区

1、家政O2O企业数量分析

2、家政O2O订单量分析

3、家政O2O覆盖范围分析

4、家政O2O发展趋势分析

六、西部地区

1、家政O2O企业数量分析

2、家政O2O订单量分析

3、家政O2O覆盖范围分析

4、家政O2O发展趋势分析

第七章 2024-2029年家政O2O行业竞争形势分析

第一节 家政O2O行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 家政O2O行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 家政O2O行业SWOT分析

一、家政O2O行业优势分析

二、家政O2O行业劣势分析

三、家政O2O行业机会分析

四、家政O2O行业威胁分析

第四节 中国家政O2O行业竞争格局综述

一、行业品牌竞争格局

二、行业企业竞争格局

三、行业服务竞争格局

四、家政O2O业未来竞争格局和特点

第八章 家政O2O成功案例分析

第一节 e家洁

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业运行模式分析

四、企业销售渠道分析

五、企业发展动态

第二节 阿姨帮

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业运行模式分析

四、企业销售渠道分析

五、企业发展动态

第三节 58到家

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业运行模式分析

四、企业销售渠道分析

五、企业发展动态

第四节 云家政

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业运行模式分析

四、企业销售渠道分析

五、企业发展动态

第五节 家政无忧

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业运行模式分析

四、企业销售渠道分析

五、企业发展动态

第六节 阿姨来了

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业运行模式分析

四、企业销售渠道分析

五、企业发展动态

第七节 好慷家政

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业运行模式分析

四、企业销售渠道分析

五、企业发展动态

第八节 管家帮

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业运行模式分析

四、企业销售渠道分析

五、企业发展动态

第九节 小马管家

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业运行模式分析

四、企业销售渠道分析

五、企业发展动态

第十节 云家政

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业运行模式分析

四、企业销售渠道分析

五、企业发展动态

第四部分 投资发展前景

第九章 2019-2023年家政O2O行业投资发展前景

第一节 2024-2029年家政O2O市场发展趋势预测

一、2024-2029年家政O2O行业发展趋势

1、家政O2O社区化

2、家政O2O平民化

3、家政O2O消费群体扩大化

二、2024-2029年家政O2O市场规模预测

1、家政O2O行业市场容量预测

2、家政O2O行业销售收入预测

第二节 2024-2029年中国家政O2O行业供需预测

一、2024-2029年中国家政O2O行业供给预测

二、2024-2029年中国家政O2O行业订单数量预测

三、2024-2029年中国家政O2O行业从业人员预测

四、2024-2029年中国家政O2O行业需求预测

五、2024-2029年中国家政O2O行业供需平衡预测

第三节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十章 家政O2O行业发展面临困难和挑战

第一节 家政O2O行业发展存在的问题

一、供求矛盾

二、管理不规范、监督机制缺失

三、服务价格混乱、服务标准不健全

四、员工制企业发展困难，市场监督难

五、家政培训体系不完善

第二节 家政O2O行业发展面临的挑战

一、需求个性化，服务难以标准化

二、刚需但使用频次低

三、家政人员紧缺

四、容易出现跳单

五、用户选择途径谨慎

第三节 家政O2O行业发展面临的机会

一、去中介化成趋势

二、盘活更多社会闲置的服务资源

三、可能成BAT产业链的一个环节

第十一章 2024-2029年家政O2O行业投资机会与风险防范

第一节 中国家政O2O行业投资特性分析

一、行业进入壁垒分析

二、行业盈利模式分析

三、影响行业的盈利因素分析

第二节 行业发展推动因素

一、用户需求增长

二、传统家政行业不足

三、资本推动

第三节 中国家政O2O行业投资风险

一、行业政策险

二、行业关联产业风险

三、行业技术风险

四、行业其他风险

第四节 家政O2O行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

第五节 家政O2O行业投资战略及建议

一、2024-2029年行业投资战略

二、2024-2029年行业投资方式建议

三、2024-2029年行业投资方向建议

图表目录

图表：家政O2O行业产品的分类结构

图表：家政O2O行业成长周期图

图表：GDP环比和同比增长速度

图表：2019-2023年我国GDP累计增长图

图表：2019-2023年我国家政O2O行业资产规模分析

图表：2019-2023年我国家政O2O行业市场规模分析

图表：2019-2023年中国家政O2O行业市场结构分析

图表：2019-2023年中国家政O2O行业交易总额分析

图表：2019-2023年中国家政O2O行业订单量分析

图表：2019-2023年中国家政O2O日均订单量分析

图表：2019-2023年中国家政O2O行业利润总额分析

图表：2019-2023年中国家政O2O企业数量变化分析分析

图表：2019-2023年中国家政O2O不同规模企业结构分析

- 图表：2019-2023年中国家政O2O网络平台数量分析
- 图表：2019-2023年中国家政O2O从业人员数量分析
- 图表：2019-2023年中国家政O2O行业盈利能力分析
- 图表：2019-2023年中国家政O2O行业营运能力分析
- 图表：2019-2023年中国家政O2O行业偿债能力分析
- 图表：2019-2023年中国家政O2O行业发展能力分析
- 图表：2019-2023年家政O2O消费者年龄结构
- 图表：2019-2023年家政O2O消费者职业分析
- 图表：2019-2023年家政O2O消费者收入水平分析
- 图表：2019-2023年家政O2O消费者学历结构
- 图表：2019-2023年家政O2O消费频率
- 图表：2019-2023年家政O2O消费金额水平分析
- 图表：2019-2023年家政O2O消费目的的分析
- 图表：2019-2023年家政O2O市场集中度分析
- 图表：2019-2023年家政O2O企业集中度分析
- 图表：2019-2023年家政O2O区域集中度分析
- 图表：2019-2023年家政O2O行业品牌竞争格局
- 图表：2019-2023年家政O2O行业企业竞争格局
- 图表：2019-2023年家政O2O行业服务竞争格局
- 图表：2024-2029年家政O2O行业市场容量预测
- 图表：2024-2029年家政O2O行业销售收入预测
- 图表：2024-2029年中国家政O2O行业供给预测
- 图表：2024-2029年中国家政O2O行业订单数量预测
- 图表：2024-2029年中国家政O2O行业从业人员预测

图表：2024-2029年中国家政O2O行业需求预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20170112/9689.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)