

2026-2031年中国互联网+房地产行业市场调研及投资前景预测报告

报告简介

从微观经济的角度看，房地产需求是指房地产消费者(包括生产经营性消费主体和个人消费者)，在特定的时期内、一定的价格水平上，愿意购买而且能够购买的房地产商品量。这里所说的需求不同于通常意义的需要，而是指有支付能力的需求，即有效需求。从宏观经济的角度看，房地产需求是指社会对房地产市场的总需求，而在某一时期内全社会或某一地区内房地产需求总量，包括实物总量和价值总量。

互联网思维已经成为当下地产公司高管们口中的热词，似乎也成为了白银时代传统房地产行业的新常态。产品、服务、体验、免费、订制等，尽管各家房企对互联网精髓的理解各有不同，然而众房企纷纷拥抱互联网的最终目的，一是要提高品牌的影响力，二则是解决去库存，保增长的现实问题。在房地产行业发展的下半场，互联网或许能够给房地产这个传统行业带来最深刻的变革。著名房地产专家、优客工场创始人毛大庆曾表示，+互联网和互联网+有着本质的不同，前者只是+互联网，物理叠加，改善存量；后者才是互联网+，化学反应后创造增量。互联网+通过重构供需，意味着迎来创业第二春。

伴随着互联网+大潮，互联网思维已极大地改变了我们的工作和生活，也逐步影响和颠覆着传统房地产行业，相信房企与互联网的好事儿还将不断上演。

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、国家工信部、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、51行业报告网、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，对我国互联网+房地产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，并重点分析了我国互联网+房地产行业发展状况和特点，以及中国互联网+房地产行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对互联网+房地产行业发展态势作了详细分析，并对互联网+房地产行业进行了趋向研判，是互联网+房地产经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前互联网+房地产行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分产业环境透视

第一章 电子商务与房地产行业概况

第一节 电子商务发展分析

一、电子商务基本定义

二、电子商务发展阶段

三、电子商务基本特征

四、电子商务支撑环境

五、电子商务基本模式

六、电子商务规模分析

第二节 互联网+的相关概述

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

第三节 我国房地产业发展分析

一、房地产业发展现状

二、互联网趋势下房地产行业面临的转型

三、房地产行业未来发展趋势

第二章 互联网+环境下房地产行业的机会与挑战

第一节 2021-2026年中国互联网环境分析

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

第二节 电子商务的发展概况

一、电子商务发展现状

二、电子商务市场规模

三、电子商务运营模式

四、电子商务优势

第三节 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

第四节 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

第五节 房地产行业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

五、房地产企业与互联网合作案例

第二部分 行业深度分析

第三章 房地产行业发展概况分析

第一节 房地产行业发展现状分析

一、房地产行业产业政策分析

二、房地产行业发展现状分析

三、房地产行业主要企业分析

四、房地产行业市场规模分析

第二节 房地产行业市场前景分析

一、房地产行业发展机遇分析

二、房地产行业市场发展预测

三、房地产行业发展前景分析

第四章 房地产行业市场规模与电商未来空间预测

第一节 互联网+房地产市场规模与渗透率

一、互联网+房地产总体开展情况

二、互联网+房地产交易规模分析

三、互联网+房地产渠道渗透率分析

第二节 互联网+房地产行业盈利能力分析

一、互联网+房地产发展有利因素

二、互联网+房地产发展制约因素

三、互联网+房地产行业经营成本分析

四、互联网+房地产行业盈利模式分析

五、互联网+房地产行业盈利水平分析

第三节 互联网+房地产行业未来前景及趋势预测

一、互联网+房地产行业市场空间测算

二、互联网+房地产市场规模预测分析

三、互联网+房地产发展趋势预测分析

第五章 房地产企业互联网战略体系构建及平台选择

第一节 房地产企业转型电商构建分析

一、互联网+房地产关键环节分析

1、产品采购与组织

2、电商网站建设

3、网站品牌建设及营销

4、网站增值服务

二、房地产企业电子商务网站构建

1、网站域名申请

2、网站运行模式

3、网站开发规划

4、网站需求规划

第二节 房地产企业转型电商发展途径

一、电商B2C发展模式

二、电商O2O发展模式

第三节 房地产企业转型电商平台选择分析

一、房地产企业电商建设模式

二、自建商城网店平台

1、自建商城概况分析

2、自建商城优势分析

三、借助第三方网购平台

1、第三方网购平台的优劣势

2、第三方网购平台盈利模式

四、电商服务外包模式分析

1、电商服务外包的优势

2、电商服务外包可行性

3、电商服务外包前景

五、房地产企业电商平台选择策略

第六章 互联网+房地产运营模式分析

第一节 互联网+房地产B2C模式分析

一、互联网+房地产B2C市场概况

二、互联网+房地产B2C模式

三、互联网+房地产B2C发展趋势

第二节 互联网+房地产O2O模式分析

一、互联网+房地产B2C市场概况

二、互联网+房地产B2C模式

三、互联网+房地产B2C发展趋势

第三部分 竞争格局分析

第七章 房地产主流网站平台分析

第一节 搜房网

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站对房地产行业的影响
- 三、与房地产行业合作策略分析

第二节 焦点房产网

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站对房地产行业的影响
- 三、与房地产行业合作策略分析

第三节 新浪乐居

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站对房地产行业的影响
- 三、与房地产行业合作策略分析

第四节 腾讯房产

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站对房地产行业的影响
- 三、与房地产行业合作策略分析

第五节 安居客房产

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站对房地产行业的影响
- 三、与房地产行业合作策略分析

第八章 房地产企业竞争格局分析

第一节 万科集团

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业房地产业务分析
- 四、互联网+应用分析
- 五、未来发展方向分析

第二节 大连万达集团

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业房地产业务分析
- 四、互联网+应用分析
- 五、未来发展方向分析

第三节 恒大地产集团

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业房地产业务分析
- 四、互联网+应用分析
- 五、未来发展方向分析

第四节 上海绿地(集团)有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营状况分析

三、企业房地产地业务分析

四、互联网+应用分析

五、未来发展方向分析

第五节 保利房地产(集团)有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营状况分析

三、企业房地产地业务分析

四、互联网+应用分析

五、未来发展方向分析

第六节 中海地产集团有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营状况分析

三、企业房地产地业务分析

四、互联网+应用分析

五、未来发展方向分析

第七节 碧桂园集团

一、企业基本概况

二、企业经营状况分析

三、企业房地产地业务分析

四、互联网+应用分析

五、未来发展方向分析

第八节 华润集团

一、企业基本概况

二、企业经营状况分析

三、企业房地产业务分析

四、互联网+应用分析

五、未来发展方向分析

第九节 龙湖房地产开发有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营状况分析

三、企业房地产业务分析

四、互联网+应用分析

五、未来发展方向分析

第十节 广州富力地产股份有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营状况分析

三、企业房地产业务分析

四、互联网+应用分析

五、未来发展方向分析

第四部分 行业投资分析

第九章 房地产企业进入互联网领域投资策略分析

第一节 房地产企业电子商务市场投资要素

一、企业自身发展阶段的认知分析

二、企业开展电子商务目标的确定

三、企业电子商务发展的认知确定

四、企业转型电子商务的困境分析

第二节 房地产企业转型电商投资分析

一、房地产企业电商自建平台分析

1、电商自建网络平台的优势分析

2、电商自建房地产的负面影响

二、房地产企业电商外包分析

1、房地产业务量完成情况

2、房地产业务的收入情况

3、房地产业竞争格局分析

第三节 房地产企业电商市场策略分析

第十章 2026-2031年互联网+房地产行业投资机会与风险防范

第一节 互联网+房地产行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、互联网+房地产行业投资现状分析

1、互联网+房地产产业投资经历的阶段

2、2021-2026年互联网+房地产行业投资状况回顾

3、2021-2026年中国互联网+房地产行业风险投资状况

4、2026-2031年我国互联网+房地产行业的投资态势

第二节 2026-2031年互联网+房地产行业投资机会

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

四、互联网+房地产行业投资机遇

第三节 2026-2031年互联网+房地产行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第四节 中国互联网+房地产行业投资建议

一、互联网+房地产行业未来发展方向

二、互联网+房地产行业主要投资建议

三、中国互联网+房地产企业融资分析

1、中国互联网+房地产企业IPO融资分析

2、中国互联网+房地产企业再融资分析

第五部分 发展战略研究

第十一章 2026-2031年互联网+房地产行业面临的困境及对策

第一节 2021-2026年互联网+房地产行业面临的困境

一、互联网+发展制约因素

二、传统房地产行业面临困境

第二节 互联网+房地产企业面临的困境

一、互联网+房地产企业面临的困境

二、中小互联网+房地产企业发展困境

三、国内互联网+房地产企业的出路分析

第三节 中国互联网+房地产行业的发展对策

一、中国互联网+发展对策

二、互联网+房地产行业发展的建议对策

1、把握国家投资的契机

2、竞争性战略联盟的实施

3、企业自身应对策略

三、市场的重点客户战略实施

1、实施重点客户战略的必要性

2、合理确立重点客户

3、重点客户战略管理

4、重点客户管理功能

第十二章 互联网+

房地产

第一节 互联网+房地产行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国互联网+房地产品牌的战略思考

一、互联网+房地产品牌的重要性

二、互联网+房地产实施品牌战略的意义

三、互联网+房地产企业品牌的现状分析

四、我国互联网+房地产企业的品牌战略

五、互联网+房地产品牌战略管理的策略

第三节 互联网+房地产经营策略分析

一、互联网+房地产市场细分策略

二、互联网+房地产市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、互联网+房地产新产品差异化战略

第四节 互联网+房地产行业投资战略研究

一、2021-2026年互联网+房地产行业投资战略

二、2026-2031年互联网+房地产行业投资战略

图表目录

图表：互联网+房地产行业生命周期

图表：互联网+房地产行业产业链结构

图表：2021-2026年中国房地产市场增长情况

图表：2021-2026年中国房地产行业市场规模

图表：2021-2026年互联网+房地产行业重要数据指标比较

图表：2021-2026年中国互联网+房地产市场占销售比例

图表：2021-2026年房地产行业销售收入

图表：2021-2026年房地产行业利润总额

图表：2021-2026年房地产行业资产总计

图表：2021-2026年房地产行业负债总计

图表：2021-2026年房地产行业竞争力分析

图表：2021-2026年互联网+房地产市场价格走势

图表：2021-2026年我国网民数量及同比增速

图表：2021-2026年我国房地产企业数量及同比增速

图表：2021-2026年我国房地产企业销售网点分析

图表：2021-2026年我国房地产商务规模及同比增速

图表：2021-2026年我国电子商务网民数量增加情况

图表：2021-2026年万科集团盈利水平分析

图表：2021-2026年万科集团资产负债表分析

图表：2021-2026年万达集团盈利水平分析

图表：2021-2026年万达集团资产负债表分析

图表：2021-2026年互联网+房地产市场规模及同比增速

图表：2021-2026年中国互联网+房地产交易规模及同比增速

图表：2026-2031年国内互联网+房地产市场规模预测

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

报告编号：12088

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20170123/12088.shtml>

在线订购：[点击这里](#)