

2026-2031年中国家政O2O行业市场调研及投资前景预测报告

报告简介

如果说去年底到今年初是家政O2O的融资、萌芽初期，那么现在就是各家平台短兵相接的时刻。O2O、互联网+时代，消费升级助力用户从被动接受到主动选择的角色转换。当生意不是自动找上门、销售额不是大幅增长的时候，传统企业就不得不面对越来越被动的现实，寻求转变。家庭服务是以家庭为服务对象，旨在满足家庭生活对劳务的需求或优化家庭赖以运转的社区环境，对整个家庭运转和家庭发展具有直接、重要的公共影响的服务业，包括了家政、病患陪护、养老助残、家庭医生、家庭管家和育婴师等家庭专业服务业，搬家服务等家庭外派委托服务业等。

有数据表明：目前我国家庭服务业有20多个门类200多种服务项目，年营业额达1600亿元，家庭服务企业和网点50多万家，从业人员1500多万人。家政服务业正在被互联网思维颠覆，传统家政开始逐步向互联网+迈进，O2O模式又成就了一大服务领域。继打车、外卖O2O席卷市场后，家政O2O开始成为资本追逐的焦点，几乎每隔两个月，就会有企业曝出巨额融资。家政O2O领域吸引众多企业入局，且这些企业更加注重差异化切入家政市场，如从过去保姆、月嫂等全品类服务平台细分至专业化小时工、管家等领域发展。

资本市场接连加码家政O2O，虽然各大家政企业发迹于不同城市并以不同的方式切入，但均通过互联网方式培养用户习惯，改变传统家政模式。在业内看来，家政O2O行业日前依旧处于各自为战、探索概念的阶段，但或许在不远的将来家政行业的阿里、京东便会出现。

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，对我国家政O2O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。报告还对家政O2O发展态势

作了详细分析，并对家政O2O进行了趋向研判，是家政O2O经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前家政O2O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 中国家政发展概况

第一节 中国家政现状

一、定义

二、特征

三、市场规模

第二节 传统家政的现状

一、我国家政行业发展分析

二、2021-2026年我国家政规模分析

三、传统家政面临的挑战

四、传统家政的发展趋势

第三节 电子商务的发展

一、我国互联网电子商务的发展起源

二、我国互联网电子商务的发展现状

三、我国互联网电子商务的规模分析

第二章 O2O市场发展综述

第一节 O2O基本概念

一、O2O定义

二、O2O模式简介

三、O2O发展阶段分析

第二节 O2O市场发展概况

一、O2O产业结构图

二、O2O市场规模分析

三、O2O应用情况分析

四、O2O市场细分领域

五、O2O市场前景分析

第三节 O2O市场发展水平评估

一、各线城市发展水平评估

二、各经济带发展水平评估

三、重点城市发展水平评估

四、用户群体应用水平研究

第三章 中国传统家政概况

第一节 2021-2026年传统家政业态发展现状

一、发展概况

二、发展规模

第二节 2021-2026年传统家政经营情况分析

一、市场规模

二、营业利润

三、利率水平

第三节 当前家政遭遇的发展困境

一、发展客户局限

二、经营成本高涨

三、新业态兴起竞争升级

第四章 中国电子商务的发展概况

第一节 互联网的发展

一、中国互联网的普及程度

二、网民基本情况分析

1、PC网民规模分析

3、手机网民规模分析

4、网民属性结构分析

第二节 电子商务的崛起

一、电子商务发展阶段

二、电子商务基本特征

三、电子商务支撑环境

四、电子商务基本模式

五、电子商务规模分析

第二部分 行业深度分析

第五章 互联网形式下的家政发展

第一节 互联网给家政带来了什么

一、摆托了时间空间的挑战

二、改变了消费者的行为习惯

三、打破了信息的不对称格局

四、更有效的大数据分析方法

第二节 我国互联网家政市场的高速增长

一、2021-2026年网络家政市场的交易规模

二、2021-2026年网络家政市场的发展现状

三、2021-2026年网络家政市场的发展潜力

第三节 互联网对传统家政的影响

一、互联网补充传统家政的经营模式

二、传统家政面临的转型

三、传统家政如何适应互联网的发展

四、传统家政抓住互联网的发展机遇

第六章 家政O2O市场概况

第一节 家政O2O发展分析

一、O2O模式分析

二、O2O的发展现状

三、O2O模式应用成功案例

四、O2O发展前景

第二节 O2O助力传统家政

一、O2O解决传统家政的瓶颈

二、如何正确运用O2O

三、O2O未来发展前景

第三节 O2O对电子商务的影响

一、O2O结合电子商务与传统家政

二、电子商务如何正确运用O2O

第七章 国外家政O2O发展分析

第一节 美国O2O行业发展分析

一、O2O发展现状

二、O2O规模分析

三、O2O发展方向

第二节 日本O2O行业发展分析

一、O2O发展现状

二、O2O规模分析

三、O2O发展方向

第三节 欧洲O2O行业发展分析

一、O2O发展现状

二、O2O规模分析

三、O2O发展方向

第四节 韩国O2O行业发展分析

一、O2O发展现状

二、O2O规模分析

三、O2O发展方向

第三部分 竞争格局分析

第八章 家政移动端及主流电商平台合作分析

第一节 家政O2O平台接入分析

一、家政接入微信O2O的切入点

二、家政接入团购网的切入点

三、家政接入专业平台的切入点

第二节 家政独立APP发展分析

一、APP简介

二、家政行业APP发展

第九章 国内家政O2O平台发展分析

第一节 企业一

一、企业发展基本情况

二、运用O2O发展情况

三、O2O发展模式分析

四、O2O发展规模分析

五、未来发展战略分析

第二节 企业二

一、企业发展基本情况

二、运用O2O发展情况

三、O2O发展模式分析

四、O2O发展规模分析

五、未来发展战略分析

第三节 企业三

一、企业发展基本情况

二、运用O2O发展情况

三、O2O发展模式分析

四、O2O发展规模分析

五、未来发展战略分析

第四节 企业四

一、企业发展基本情况

二、运用O2O发展情况

三、O2O发展模式分析

四、O2O发展规模分析

五、未来发展战略分析

第五节 企业五

一、企业发展基本情况

二、运用O2O发展情况

三、O2O发展模式分析

四、O2O发展规模分析

五、未来发展战略分析

第六节 企业六

一、企业发展基本情况

二、运用O2O发展情况

三、O2O发展模式分析

四、O2O发展规模分析

五、未来发展战略分析

第七节 企业七

一、企业发展基本情况

二、运用O2O发展情况

三、O2O发展模式分析

四、O2O发展规模分析

五、未来发展战略分析

第八节 企业八

一、企业发展基本情况

二、运用O2O发展情况

三、O2O发展模式分析

四、O2O发展规模分析

五、未来发展战略分析

第九节 企业九

一、企业发展基本情况

二、运用O2O发展情况

三、O2O发展模式分析

四、O2O发展规模分析

五、未来发展战略分析

第十节 企业十

一、企业发展基本情况

二、运用O2O发展情况

三、O2O发展模式分析

四、O2O发展规模分析

五、未来发展战略分析

第四部分 行业前景展望

第十章 2026-2031年家政O2O发展趋势前瞻与前影预测

第一节 家政发展环境分析

一、国内经济发展环境分析

二、家政消费环境分析

三、家政机会与挑战总结

第二节 2026-2031年O2O家政前景分析

一、2026-2031年传统家政规模预测

二、2026-2031年电子商务家政规模预测

三、2026-2031年O2O家政规模预测

第三节 家政O2O发展趋势分析

一、2021-2026年家政O2O行业发展趋势

二、2021-2026年家政O2O进展

三、2026-2031家政O2O行业发展前景

第十一章 互联网环境下家政的整合与变革

第一节 家政的用户思维

一、家政如何与用户连接

二、家政提升用户参与感

第二节 家政如何运用好粉丝经济

一、让用户成为粉丝

二、增强互动

三、提高重复购买力

第三节 家政如何实现数据化运营和管理

- 一、大数据对家政的商业价值
- 二、全渠道家政大数据分析
- 三、家政与大数据对接的方式
- 四、家政大数据应用及效果
- 五、家政如何建立大数据运营体系

第五部分 发展战略研究

第十二章 家政O2O发展战略分析

第一节 家政市场消费分析

- 一、消费者收入分析
- 二、消费者可支配收入分析
- 三、消费者购物习惯分析
- 四、消费需求分析

第二节 家政O2O营销战略分析

- 一、市场细分策略
- 二、市场创新策略
- 三、品牌定位与品类规划
- 四、新产品差异化策略
- 五、4P/4C营销组合策略

第三节 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、竞争战略规化

第十三章 行业发展建议对策

第一节 把握国家投资契机

第二节 竞争性联盟的战略实施

第三节 企业自身应对策略

图表目录

图表：2021-2026年家政规模分析

图表：2021-2026年电子商务规模分析

图表：2021-2026年传统家政规模分析

图表：2021-2026年传统家政营业利润分析

图表：2021-2026年传统家政毛利润分析

图表：2021-2026年传统家政净利润分析

图表：2021-2026年家政销售收入

图表：2021-2026年我国网民数量及同比增速

图表：2021-2026年我国互联网企业数量及同比增速

图表：2021-2026年家政O2O规模分析

图表：2021-2026年PC网民规模分析

图表：2021-2026年手机用户规模分析

图表：企业—O2O市场规模分析

图表：企业二O2O市场规模分析

图表：企业三O2O市场规模分析

图表：2026-2031年家政O2O规模预测

图表：2026-2031年家政团购规模预测

图表：2026-2031年国内家政O2O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：12364

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20170125/12364.shtml>

在线订购：[点击这里](#)