

# 2012-2016年中国房产网络 服务市场分析与投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

# 报告报价

《2012-2016年中国房产网络服务市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/qitafangchan1209/M46510X7P7.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2012-09-29

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2016年中国房产网络服务市场分析与投资前景研究报告》共十一章。首先介绍了中国房地产行业概况、中国房产网络服务环境等，接着分析了中国房地产业信息化，然后介绍了中国房产网络服务产业运行新形势、中国房产网络服务深度剖析及差异性。随后，报告对中国房产网络媒体使用情况做了重点分析，最后分析了中国房产网络服务行业发展趋势及投资前景。您若想对房产网络服务产业有个系统的了解或者想投资房产网络服务行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

通过《2012-2016年中国房产网络服务市场分析与投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

当前中国的房产网络服务正呈现出多元化发展的格局。与传统的房地产营销方式不同，房地产网络营销最大的特点就是可以实现“足不出户，选天下房”。此外，网络所具有的传播范围广泛、与消费者之间的交互作用强、受众数量可准确统计、实时、灵活、感官性强、低成本等特点，也都为房地产网络营销的蓬勃发展提供了保障。未来二手房和租房成为主流的房地产交易之后，网上房产交易和电子商务模式的优势将会更加显著。

在整个房地产行业的产业链中，房产网站充当了房地产行业服务商的角色，其服务群体包括房地产企业、房产经纪公司以及个体消费者三大类。房产网以房源（新房、二手房、租房）、房产经纪、房产资讯、房产社区四大核心功能链接起了房地产企业、房产经纪公司、个人用户三大市场主体。近年来，随着房产网络服务范围的拓宽和服务深度的增加，很多房产网站已经将其服务对象的核心由房地产企业向个人用户转移。

## 第一章 中国房地产行业概况

### 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 2012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 2012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

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2012年中国宏观经济发展预测分析

### 第二节 2012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 2012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 2012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 2012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 2012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 2012年中国房产网络服务产业运行新形势透析

#### 第一节 2012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 2012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 2012年中国房产网络服务网站深度调研

#### 第一节 2012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 2012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 2012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 2012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 2012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 2012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 2012-2016年中国房产网络服务业前景预测分析

### 第一节 2012-2016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 2012-2016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 2012-2016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 2012-2016年中国房产网络服务行业投资热点及趋势

### 第一节 2012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 2012-2016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 2012-2016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：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2011年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2011年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2012年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2012年中国GDP增速预测

图表：&hellip;&hellip;

更多图表详见正文&hellip;&hellip;

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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家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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitafangchan1209/M46510X7P7.html>