

2022-2028年中国移动互联网+房地产中介行业分析与未来前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国移动互联网+房地产中介行业分析与未来前景预测报告》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.cction.com/report/202202/269920.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

房地产中介是一个方兴未艾的行业，特别是国家将房地产业确定为国民经济的支柱产业，出台一系列规范发展房地产业的政策措施，为房地产中介业的发展注入了新的生机和活力。随着城乡居民住房消费的旺盛需求，我国经济的持续、稳定、快速发展和城市化进程的加快。以及全面建设小康社会奋斗目标的确立。这些都是为房地产中介提供了巨大和广阔的发展空间。随着房地产业的迅速发展，同时也由于人们住房的刚性需求，房地产中介与人们的生活关系愈加密切。目前中介服务机构数量较多，从二手房买卖和租赁市场状况来看，许多民众认为房地产中介是自己获得买卖和租赁房屋信息的主要来源。同时，受楼市调控政策的影响，不少购房者持币观望，再加上许多新就业人员、暂时买不起房等中低收入人群的存在，使得租赁市场火爆起来。在市场激烈的竞争中，各个城市都出现了一些发展较好的策划代理企业，这些企业有全国性的，也有区域性的。2018年，房地产代理企业排名第一的是深圳世联行地产顾问有限公司。2018年房地产代理企业排名TOP10 中企顾问网发布的《2022-2028年中国移动互联网+房地产中介行业分析与未来前景预测报告》共十一章。首先介绍了中国移动互联网+房地产中介行业市场发展环境、移动互联网+房地产中介整体运行态势等，接着分析了中国移动互联网+房地产中介行业市场运行的现状，然后介绍了移动互联网+房地产中介市场竞争格局。随后，报告对移动互联网+房地产中介做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国移动互联网+房地产中介行业发展趋势与投资预测。您若想对中国移动互联网+房地产中介产业有个系统的了解或者想投资中国移动互联网+房地产中介行业，本报告是您不可或缺的重要工具。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 中国移动互联网+房地产中介行业发展综述第一节 “移动互联网+房地产中介”概念界定一、“移动互联网+”的提出二、“移动互联网+”的内涵第二节 “移动互联网+房地产中介”行业的内涵第三节 本报告的研究范围 第二章 房地产中介所属行业发展现状与前景分析第一节 房地产中介行业概况一、房地产中介行业概念及分类二、全球房地产中介行业概况三、中国房地产中介行业概况 有66.7%为一般业主出租的房源，也即房主通过中介、长租网站或者传统的出租渠道（例如张贴广告）等发布房源信息吸引客户，并与租客直接签订合同；仅有33.3%左右是由机构房东持有待租的房源，也即中介机构、经纪公司从房主处合法取得出租权，并由公司与租客签订三方合同。两种模式相比之下，一般业主出租的房源的信息过于分散，客户搜集信息的成本很高；一般业主习惯整租房源，很难满足目前越来越多的客户的合租需求；一般业主的信用水平良莠不齐，并未经过具有公信力

的平台认证，为租客带来了较大的违约风险。但是，机构房东则可依赖其专业性合理解决相关问题，为客户提供方便。一般发达国家的较成熟的租赁市场中，机构房东的占比超过70%，相比之下，中国的房源结构还有进一步调整、提升的空间。另外，机构房东手中的房源品牌公寓的占比较少，大多为质量参差不齐的非品牌公寓，这导致机构房东与房地产经纪公司的租金额受限，无法获得具有品牌背书的高额收益，随着我国房地产经纪行业的发展以及龙头企业的逐步形成，将有更多的品牌公寓被推出以满足更广泛的客户需求。中国房屋租赁市场房源结构情况四、中国房地产中介行业所处周期第二节 全球及我国房地产中介所属行业发展前景展望一、全球房地产中介行业发展趋势展望二、我国房地产中介行业发展趋势展望三、我国房地产中介行业发展前景展望第三节 中国房地产中介行业产业链发展趋势一、中国房地产中介行业产业链二、房地产中介产业链利润分布三、房地产中介上游产业链分析四、下游产业——房地产中介机构分析 第三章 移动互联网+的作

用——重构行业生态、促进产业链升级第一节 传统房地产中介行业的痛点与缺陷一、房地产中介行业痛点及根源二、房地产中介营销受极大约束三、缺少精准营销的平台第二节 移动互联网有望重构房地产中介行业生态一、移动房地产中介助力解决行业痛点二、互联网催生渠道价值三、房地产中介服务商的发展趋势第三节 产业链升级：互联网房地产中介推动行业科学化、市场化一、精准营销改善行业痛点二、互联网房地产中介推动产业链升级三、互联网房地产中介模式的核心思路四、互联网房地产中介未来趋势 第四章 中国移动互联网+房地产中介行业发展背景第一节 中国移动互联网+房地产中介行业政策背景分析一、行业管理体制分析二、行业发展规划分析三、行业政策动向分析四、政策环境对行业的影响第二节 中国移动互联网+房地产中介行业经济背景分析一、宏观经济环境分析二、国际宏观经济运行分析三、国内宏观经济运行分析四、宏观经济发展对行业的影响第三节 关联产业发展背景一、中国电子商务发展状况分析二、中国大数据产业发展状况分析三、中国互联网产业发展状况分析四、关联产业发展对行业的影响第四节 中国移动互联网+房地产中介行业技术背景分析一、云计算技术发展现状及投资前景调研分析二、物联网技术发展现状及投资前景调研分析三、通信技术的发展现状及投资前景调研分析四、互联网相关技术对行业的影响总结 第五章 中国移动互联网+房地产中介所属行业发展现状分析第一节 中国移动互联网+房地产中介行业市场发展阶段分析一、对移动互联网+房地产中介行业发展阶段的研究二、中国移动互联网+房地产中介行业细分阶段发展特点第二节 互联网给房地产中介行业带来的冲击和变革分析一、互联网时代房地产中介行业大环境变化分析二、互联网给房地产中介行业带来的突破机遇分析三、互联网给房地产中介行业带来的挑战分析四、移动互联网+房地产中介行业融合创新机会分析第三节 中国移动互联网+房地产中介行业市场发展现状分析一、中国移动互联网+房地产中介行业投资布局分析（1）中国移动互联网+房地产中介行业投资切入方

式（2）中国移动互联网+房地产中介行业投资规模分析（3）中国移动互联网+房地产中介行业投资业务布局二、房地产中介行业目标客户互联网渗透率分析三、中国移动互联网+房地产中介行业市场规模分析四、中国移动互联网+房地产中介行业竞争格局分析（1）中国移动互联网+房地产中介行业参与者结构（2）中国移动互联网+房地产中介行业竞争者类型（3）中国移动互联网+房地产中介行业市场占有率 第六章 中国移动互联网+房地产中介行业商业模式创新策略第一节 关于商业模式研究的基本思想介绍一、商业模式的定义及与其他模式的比较二、商业模式的核心构成要素及构建流程第二节 中国移动互联网+房地产中介行业市场定位创新分析一、中国房地产中介行业消费者特征分析二、中国房地产中介行业企业主流的市场定位分析三、互联网对房地产中介行业市场定位的变革分析四、互联网下房地产中介行业市场定位优秀案例分析第三节 中国移动互联网+房地产中介行业价值主张创新分析一、中国房地产中介行业主要的客户价值主张要素分析二、移动互联网+房地产中介行业价值主张创新策略分析（1）房地产中介行业企业如何利用互联网升级产品使用体验（2）房地产中介行业企业如何利用互联网改善个性化服务体验（3）房地产中介行业企业如何利用互联网节约客户成本三、移动互联网+房地产中介行业价值主张创新优秀案例第四节 中国移动互联网+房地产中介行业渠道通路创新分析一、中国房地产中介行业渠道通路的主要类别及特点分析（1）价值传递通路的定义及特点（2）产品销售渠道的定义及特点（3）现有渠道通路特点的优势及不足（4）互联网对渠道通路的改造分析二、互联网对房地产中介行业渠道通路的颠覆性变革分析三、移动互联网+房地产中介行业网络媒体房地产中介宣传策略分析四、移动互联网+房地产中介行业电商渠道构建策略分析五、移动互联网+房地产中介行业渠道通路创新优秀案例第五节 中国移动互联网+房地产中介行业客户关系创新分析一、中国房地产中介行业客户关系的类别及关系成本分析（1）房地产中介行业客户关系的类别分析（2）房地产中介行业客户关系成本分析二、中国移动互联网+房地产中介行业客户关系创新路径分析三、中国移动互联网+房地产中介行业客户关系创新优秀案例第六节 中国移动互联网+房地产中介行业收入来源创新分析一、中国房地产中介行业收入的主要来源渠道及特点二、中国移动互联网+房地产中介行业收入来源的创新分析三、中国移动互联网+房地产中介行业收入来源创新优秀案例第七节 中国移动互联网+房地产中介行业合作伙伴创新分析一、中国房地产中介行业主要的合作伙伴及其特点分析二、互联网如何改变房地产中介行业合作伙伴结构三、互联网下房地产中介行业新增合作伙伴的特点四、互联网下房地产中介行业新增合作伙伴优秀案例第八节 中国移动互联网+房地产中介行业成本机构优化分析一、中国房地产中介行业主要成本结构及特点分析二、互联网如何改变房地产中介行业成本结构三、互联网下房地产中介行业成本结构的优化路径四、互联网下房地产中介行业成本结构优化优秀案例第九节 国外移动互联网+房地产中介行业商业模式创新经验一、国外移动互联网+房地产中介行业商业模式优秀案例剖析

(1) 案例一1) 案例一基本信息分析2) 案例一经营情况分析3) 案例一盈利模式分析4) 案例一商业模式评价(2) 案例二1) 案例二基本信息分析2) 案例二经营情况分析3) 案例二盈利模式分析4) 案例二商业模式评价(3) 案例三1) 案例三基本信息分析2) 案例三经营情况分析3) 案例三盈利模式分析4) 案例三商业模式评价二、国外移动互联网+房地产中介行业商业模式创新经验借鉴 第七章 中国房地产中介行业企业电商战略规划及模式选择第一节 中国房地产中介行业企业电商战略规划分析一、房地产中介企业电商如何正确定位二、房地产中介电商核心业务确定策略三、房地产中介企业电商化组织变革策略第二节 中国房地产中介行业典型电商发展模式总体分析一、中国电子商务主流模式分析二、B2B电商模式及其优劣势分析(1) B2B电商模式的特点(2) B2B电商模式的适用范围(3) B2B电商模式的优秀案例(4) B2B电商模式的优劣势三、B2C电商模式及其优劣势分析(1) B2C电商模式的特点(2) B2C电商模式的适用范围(3) B2C电商模式的优秀案例(4) B2C电商模式的优劣势四、C2C电商模式及其优劣势分析(1) C2C电商模式的特点(2) C2C电商模式的适用范围(3) C2C电商模式的优秀案例(4) C2C电商模式的优劣势五、O2O电商模式及其优劣势分析(1) O2O电商模式的特点(2) O2O电商模式的适用范围(3) O2O电商模式的优秀案例(4) O2O电商模式的优劣势六、中国房地产中介行业最优电商模式的选择第三节 中国房地产中介行业企业电商切入模式及发展路径一、模式一(1) 模式一的特点及优劣势(2) 模式一的业务布局分析(3) 模式一的渠道通路分析(4) 模式一的收入来源分析(5) 模式一的关键资源能力分析(6) 模式一的经营风险分析(7) 模式一的优秀案例分析二、模式二(1) 模式二的特点及优劣势(2) 模式二的业务布局分析(3) 模式二的渠道通路分析(4) 模式二的收入来源分析(5) 模式二的关键资源能力分析(6) 模式二的经营风险分析(7) 模式二的优秀案例分析三、模式三(1) 模式三的特点及优劣势(2) 模式三的业务布局分析(3) 模式三的渠道通路分析(4) 模式三的收入来源分析(5) 模式三的关键资源能力分析(6) 模式三的经营风险分析(7) 模式三的优秀案例分析第四节 中国房地产中介行业移动电商切入路径及典型产品一、中国房地产中介行业移动电商的商业价值分析(1) 移动电商的商业价值分析(2) 中国移动互联网发展现状(3) 中国移动互联网趋势分析二、中国房地产中介行业移动电商市场发展现状三、中国房地产中介行业移动电商市场切入路径四、中国房地产中介行业移动电商典型产品形式五、中国房地产中介行业移动电商发展趋势及前景 第八章 中国移动互联网+房地产中介商业模式创新优秀案例剖析第一节 案例一一、案例一基本信息分析二、案例一经营情况分析三、案例一产品服务分析四、案例一盈利模式分析五、案例一渠道通路分析六、案例一合作伙伴分析七、案例一融资情况分析八、案例一商业模式评价第二节 案例二一、案例二基本信息分析二、案例二经营情况分析三、案例二产品服务分析四、案例二盈利模式分析五、案例二渠道通路分析六、案例二合作伙伴分析七、案例二融资情况分析八、案例二商

业模式评价第三节 案例三一、案例三基本信息分析二、案例三经营情况分析三、案例三产品服务分析四、案例三盈利模式分析五、案例三渠道通路分析六、案例三合作伙伴分析七、案例三融资情况分析八、案例四商业模式评价第四节 案例四一、案例四基本信息分析二、案例四经营情况分析三、案例四产品服务分析四、案例四盈利模式分析五、案例四渠道通路分析六、案例四合作伙伴分析七、案例四融资情况分析八、案例四商业模式评价第五节 案例五一、案例五基本信息分析二、案例五经营情况分析三、案例五产品服务分析四、案例五盈利模式分析五、案例五渠道通路分析六、案例五合作伙伴分析七、案例五融资情况分析八、案例五商业模式评价 第九章 中国重点企业移动互联网+房地产中介投资布局分析第一节 企业一一、企业基本信息分析二、企业经营情况分析三、企业移动互联网+房地产中介投资布局四、企业移动互联网+房地产中介产品服务分析五、企业最新发展动向第二节 企业二一、企业基本信息分析二、企业经营情况分析三、企业移动互联网+房地产中介投资布局四、企业移动互联网+房地产中介产品服务分析五、企业最新发展动向第三节 企业三一、企业基本信息分析二、企业经营情况分析三、企业移动互联网+房地产中介投资布局四、企业移动互联网+房地产中介产品服务分析五、企业最新发展动向第四节 企业四一、企业基本信息分析二、企业经营情况分析三、企业移动互联网+房地产中介投资布局四、企业移动互联网+房地产中介产品服务分析五、企业最新发展动向第五节 企业五一、企业基本信息分析二、企业经营情况分析三、企业移动互联网+房地产中介投资布局四、企业移动互联网+房地产中介产品服务分析五、企业最新发展动向 第十章 2022-2028年中国移动互联网+房地产中介行业市场发展趋势预测第一节 2022-2028年中国移动互联网+房地产中介行业市场趋势预测分析一、中国移动互联网+房地产中介行业市场增长动力分析二、中国移动互联网+房地产中介行业市场发展瓶颈剖析三、中国移动互联网+房地产中介行业市场发展趋势分析第二节 2022-2028年中国房地产中介行业电商发展现状及趋势分析一、中国房地产中介行业电商总体开展情况二、中国房地产中介行业电商交易规模分析三、中国房地产中介行业电商产品服务品类四、中国房地产中介行业电商盈利情况分析五、中国房地产中介行业电商市场现存问题六、中国房地产中介行业电商市场趋势分析七、中国房地产中介行业电商市场规模预测 第十一章 2022-2028年中国移动互联网+房地产中介行业市场投资机会及建议第一节 2022-2028年中国移动互联网+房地产中介行业投资特性及风险()一、移动互联网+房地产中介行业投资壁垒分析(1)政策壁垒(2)技术壁垒(3)市场壁垒二、移动互联网+房地产中介行业投资特性分析三、移动互联网+房地产中介行业投资前景分析第二节 2022-2028年中国移动互联网+房地产中介行业投融资现状及趋势一、中国移动互联网+房地产中介行业投资现状及趋势(1)中国移动互联网+房地产中介行业投资主体结构(2)各投资主体核心资源分析(3)各投资主体投资方式分析(4)各投资主体投资规模分析(5)2019年主要投资事件分析(6)各投资主体投资前景分析二、中国移动

互联网+房地产中介行业融资现状及趋势（1）中国移动互联网+房地产中介行业融资主体构成（2）各融资主体核心资源分析（3）各融资主体融资方式分析（4）各融资主体融资规模分析（5）2019年主要融资事件及用途（6）各融资主体融资趋势分析

第三节 2022-2028年中国移动互联网+房地产中介行业投资机会及建议

一、中国移动互联网+房地产中介行业投资机会分析

二、关于移动互联网+房地产中介行业的投资建议()

图表目录：

图表：房地产中介分类图表

：大房地产中介市场分类图表：中国房地产中介市场消费者的性别分布图表：中国房地产中介市场消费者的年龄分布图表：中国房地产中介市场消费者的职业分布图表：中国房地产中介市场消费者的学历分布图表：中国房地产中介市场消费者收入分布图表：中国房地产中介市场消费者的地域分布图表：中国房地产中介行业前景图表：房地产中介客户生命周期图表

：主要整型消费人群图表：房地产中介行业产业链图表：房地产中介产业是一个交叉产业图表：我国房地产中介市场地域分布特点图表：房地产中介行业痛点溯源图表：房地产中介行业获客渠道图表：移动房地产中介助力解决行业痛点图表：新兴房地产中介平台一览图表：房地产中介价值链——移动房地产中介的作用图表：互联网房地产中介平台信息图表：房地产中介行业产业链目前呈现的“再分工”趋势图表：房地产中介行业产业链结构出现变化：传统模式与互联网模式交织的状态图表：理想状态下互联网房地产中介产业链格局图表：房地产中介宣传方式在进化图表：互联网房地产中介平台商业模式比较图表：国内互联网房地产中介平台比较

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202202/269920.html>