

# 2019-2025年中国房地产移动应用(APP)行业深度研究与市场供需预测报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

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

## 一、报告报价

《2019-2025年中国房地产移动应用(APP)行业深度研究与市场供需预测报告》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.abaogao.com/b/ruanjian/O11651DZYA.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

报告目录：

第一章房地产行业发展现状与前景分析

第一节房地产行业概况

一、房地产概念及分类

二、全球房地产行业概况

三、中国房地产行业概况

四、中国房地产行业所处周期

第二节中国房地产行业所处环境

一、居民支付能力

二、技术进步

二、政策监管环境

第三节全球及我国房地产业发展前景展望

一、全球房地产业发展趋势展望

二、我国房地产业发展趋势展望

三、我国房地产业发展前景展望

第四节中国房地产行业产业链发展趋势

一、中国房地产行业产业链

二、房地产产业链利润分布

三、房地产上游产业链分析

四、下游产业&mdash;&mdash;房地产机构分析

第二章房地产移动应用(APP)的作用&mdash;&mdash;重构行业生态、促进产业链升级

第一节传统房地产行业的痛点与缺陷

一、房地产行业痛点及根源

二、房地产营销受极大约束

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行业生态

一、房地产移动应用(APP)助力解决行业痛点

二、互联网催生渠道价值

三、房地产移动应用(APP)服务商的发展趋势

### 第三节 产业链升级：房地产移动应用(APP)推动行业科学化、市场化

- 一、精准营销改善行业痛点
- 二、房地产移动应用(APP)推动产业链升级
- 三、房地产移动应用(APP)模式的核心思路
- 四、房地产移动应用(APP)未来趋势

## 第三章 房地产移动应用(APP)行业展分析

### 第一节 房地产移动应用(APP)行业发展概述

- 一、房地产移动应用(APP)行业发展现状
- 二、房地产移动应用(APP)行业所处周期
- 三、互联网+房地产如此火爆的商业逻辑

### 第二节 房地产移动应用(APP)商业模式分析

- 一、移动房地产的商业模式分析
- 二、房地产移动应用(APP)盈利模式
- 三、房地产移动应用(APP)创业出现新领域
- 四、海外项目对比

### 第三节 房地产移动应用(APP)行业融资情况分析

- 一、“互联网+房地产”投融资情况分析
- 二、“互联网+房地产”投融资项目类型分布
- 三、“互联网+房地产”投融资项目地域分布
- 四、“互联网+房地产”投融资项目融资方式
- 五、“互联网+房地产”投融资项目阶段分析
- 六、国内知名互联网房地产平台融资情况分析

### 第四节 房地产移动应用(APP)存在的问题分析

- 一、尚属轻创业阶段
- 二、房地产满意度偏低
- 三、提升用户体验感知为出路

## 第四章 房地产移动应用(APP)细分市场调查

### 第一节 2017年房地产移动应用(APP)行业应用调查

- 一、房地产移动应用(APP)应用行业概况
- 二、房地产移动应用(APP)应用行业图谱

三、房地产移动应用(APP)应用内容偏好

四、房地产移动应用(APP)应用人群画像

第二节 2017年中国房地产移动应用(APP)市场调查

一、房地产移动应用(APP)市场分析

二、房地产移动应用(APP)细分市场分析

三、房地产移动应用(APP)用户分析

四、房地产移动应用(APP)未来发展趋势

第三节 2017年中国上门房地产市场调查

一、上门房地产市场发展背景

二、上门房地产市场发展现状

三、上门房地产市场用户分析

四、上门房地产市场发展与趋势分析

第五章房地产移动应用(APP)竞争格局分析

第一节 房地产移动应用(APP)竞争格局分析

一、房地产市场竞争格局

二、2017年房地产移动应用(APP)竞争格局

第二节 房地产移动应用(APP)竞争趋势分析

一、2016年房地产移动应用(APP)竞争趋势

二、2016年房地产移动应用(APP)平台竞争趋势

三、2016年房地产移动应用(APP)合并趋势分析

第六章 房地产移动应用(APP)领先企业分析

第一节 A公司

一、公司基本面分析

二、公司融资节奏

三、公司用户数据分析

四、公司经营模式分析

五、公司SWOT分析

(一) 竞争优势

(二) 竞争劣势

(三) 威胁

#### (四) 机会

### 六、公司未来发展前景

#### 第二节 B公司

##### 一、公司基本面分析

##### 二、公司融资节奏

##### 三、公司发展历程分析

##### 四、公司经营模式分析

##### 五、公司销售数据分析

##### 六、公司SWOT分析

###### (一) 竞争优势

###### (二) 竞争劣势

###### (三) 威胁

###### (四) 机会

### 七、公司未来发展前景

#### 第三节 C公司

##### 一、公司基本面分析

##### 二、公司行业排名

##### 三、公司经营情况分析

##### 四、公司竞争优势分析

##### 五、公司未来发展前景

#### 第四节 D公司

##### 一、公司基本面分析

##### 二、公司竞争优势分析

##### 三、公司经营策略分析

##### 四、公司未来发展前景

#### 第五节 E公司

##### 一、公司基本面分析

##### 二、公司发展分析析

##### 三、公司竞争优势分析

##### 四、公司劣势分析

##### 五、公司未来发展前景

#### 第六节 F公司

- 一、公司基本面分析
- 二、公司融资节奏
- 三、公司用户数据分析
- 四、公司竞争优势分析
- 五、公司未来发展前景

#### 第七节 G公司

- 一、公司基本面分析
- 二、公司商业模式分析
- 三、公司竞争优势分析
- 四、公司未来发展前景

### 第七章 2019-2025年房地产移动应用(APP)前景预测及建议

#### 第一节 房地产移动应用(APP)前景预测 (ZY LII)

- 一、房地产移动应用(APP)前景预测
- 二、房地产移动应用(APP)发展趋势

#### 第二节 房地产移动应用(APP)存在的风险

- 一、房地产存在的挑战
- 二、同质化严重、盈利模式尚未成熟

#### 第三节 房地产移动应用(APP)行业发展建议

- 一、提供多场景的服务
- 二、提供高价高利的高品质服务
- 三、打造品牌比单纯扩张门店更重要
- 四、会员用户积累比客流量更重要

#### 第四节 总结

### 第八章 案例分析&mdash;&mdash;以团购行业为例 (ZY LII)

部分图表目录：

图表：房地产分类

图表：大房地产市场分类

图表：中国房地产市场消费者的性别分布

图表：中国房地产市场消费者的年龄分布

图表：中国房地产市场消费者的职业分布

图表：中国房地产市场消费者的学历分布

图表：中国房地产市场消费者收入分布

图表：中国房地产市场消费者的地域分布

图表：中国房地产行业前景

图表：房地产客户生命周期

图表：房地产行业产业链

图表：房地产产业是一个交叉产业

图表：我国房地产市场地域分布特点

图表：房地产行业痛点溯源

图表：房地产行业获客渠道

图表：移动房地产助力解决行业痛点

图表：新兴房地产平台一览

图表：房地产价值链&mdash;&mdash;移动房地产的作用

图表：互联网房地产平台信息

图表：房地产行业产业链目前呈现的&ldquo;再分工&rdquo;趋势

图表：房地产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产业链格局

图表：房地产宣传方式在进化

图表：互联网房地产平台商业模式比较

图表：国内互联网房地产平台比较

图表：&ldquo;互联网+房地产&rdquo;项目的类型分布

图表：&ldquo;互联网+房地产&rdquo;项目的地域分布

图表：&ldquo;互联网+房地产&rdquo;项目的融资方式分布

图表：&ldquo;互联网+房地产&rdquo;项目的阶段分布

图表：国内知名互联网房地产平台融资情况（截至2017年）

图表：2017年中国上门房地产市场产业链

图表：上门房地产市场投融资情况

图表：上门房地产市场发展阻碍因素

更多图表见正文&hellip;&hellip;



详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/ruanjian/O11651DZYA.html>