

2019年中国家政O2O行业分析报告- 市场深度调研与发展前景预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国家政O2O行业分析报告-市场深度调研与发展前景预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/jiazheng/411581411581.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

家政是家庭中对有关各个家庭成员的各项事务进行科学认识、科学管理与实际操作，以利于家庭生活的安宁、舒适，确保家庭关系的和谐、亲密，以及家庭成员的全面发展。

家政O2O是指借助互联网、通讯技术等现代化信息技术，提高家政行业在业务销售、客户管理、信息匹配、市场推广等方面的效率。通过网站、APP、微信等入口，以线上预约、支付、评价反馈，线下享受到家服务的方式，为有家庭服务需求的用户提供育婴早教、家庭保洁、老人陪护、管道疏通等生活服务的新型家政模式。

中国家政O2O行业服务分类

家庭及办公场所保洁、新居开荒、卫生间保洁、擦玻璃等保洁服务；

油烟机清洗、空调清洗、微波炉清洗等家电清洗服务；

家居保养、床品除螨、窗帘清洗等家居养护服务；

洗衣、洗鞋等洗护服务；

月嫂、育儿嫂、老人陪护、居家养老、住家保姆等职业保姆服务；

空调维修、开锁等维修服务；

物品收纳整理服务。资料来源：互联网

随着我国经济的快速发展和人民生活水平的提高，新业态不断涌现，家政服务行业也出现。二胎政策的放开和社会老龄化进程的加快，家政服务市场需求与日俱增。数据显示，2017年全国家政服务服务企业达70万家，市场规模高达1.6万亿元，较上一年增长了14.1%。

互联网和传统行业的结合是时代发展的趋势，随着电子终端设备的广泛应用和移动互联网技术的进步，家政服务步入O2O时代。智能终端APP软件可以帮助家政服务部门简化操作程序、优化人力资源、降低成本投入，使供需双方能够进行快速有效的对接。

中国家政O2O市场发展周期 资料来源：互联网

数据显示，2017年中国家政O2O行业的市场规模达1678亿元，渗透率将达10.5%。中国家政O2O行业市场规模的增速要远远快于中国家政行业市场规模的增速。

2012-2017年中国家政O2O市场规模及渗透率 数据来源：中国家政协会

行业发展趋势

行业持续快速发展，市场竞争加剧

未来几年家政服务业还将延续前几年快速增长的势头，营业收入年均增长仍超过 20%。同时，由于近年来人工成本、租房成本上涨较快，一些粗放经营的小型家政服务企业很难可持续发展，家政服务业竞争日渐加剧，行业兼并、重组时有发生。

家政服务 O2O 网络平台应用逐步深入

近年来，随着用户需求量上升、用户在线上寻找家政服务的习惯不断养成以及政府、风投、天使等基金的助力，家政 O2O 将如火如荼发展。不少家政服务 O2O 平台（包括官网、手机 APP、微博、微信）除了提供基本的助小养老服务外，还充分利用平台优势，拓展服务内容，延伸上中下游产业链条（建立从业人员数据库、从业人员考核、成立研究院或培训学校、开展与家政有关的家居服务产品、健康生态产品销售与服务等），健全行业发展体系。

家政服务与其他行业融合发展渐成潮流

当今社会，跨界发展、融合发展已成家政服务业的一种潮流和趋势。基于互惠互利、合作共赢理念的考量，不少家政服务企业越来越注重与住宿、美容美发、家电维修、养老等其他居民生活服务业的融合发展。此外，家政服务业还借助旅游业、健康服务、中医药服务快速发展的有利时机，加强与这些行业的融合发展。

社区化发展渐成趋势

社区一般是指聚居在一定地域范围内的人们所组成的社会生活共同体，社区服务一般包括社区居家服务和社区公共服务。在我国，由于社区用户黏性强、便利化程度高，能够节约服务成本和人力成本、贴近居民生活，有利于拓展服务范围，因而社区也成为政府给予政策最多的单位之一。为此，一些个性化、特色化的家政服务企业可充分利用和挖掘社区资源，开展社区家政、居家养老、日间照料、陪护等服务项目，建立便民综合服务体系，推进家政服务社区化发展，提升社区居民的幸福感和获得感。

家政服务市场日益细分、精细化发展

当前，从事家政服务业行业的公司种类较多，主要包括家政公司、保洁公司、物业公司、清洗公司、人力资源公司、早教中心、母婴服务中心、老年养护、老年公寓等；服务业态日渐细分，包括母婴护理、养老看护、小时工和其他等；行业管理日益规范，基本形成了“招工-培训-考核-定级”的服务流程。今后，家政服务市场还将进一步细分，促进专业化、精细化发展。资料来源：互联网（GYWWJP）

【报告大纲】

第一章 O2O概念界定及发展水平分析

第一节 O2O相关概述

- 一、基本定义
- 二、平台分类
- 三、发展历程
- 四、关键因素

五、运作流程

六、价值与优势

七、发展趋势

第二节 O2O模式三大商业行为

一、社会化营销

二、消费体验

三、交易行为

第三节 O2O市场发展水平评估

一、行业产生发展

二、行业发展进程

三、市场规模现状

四、行业应用覆盖

五、应用成熟状况

六、市场格局分析

七、区域发展水平

第二章 2015-2018年家政O2O市场发展环境分析

第一节 经济环境

一、中国经济运行情况

二、中国经济发展趋势

三、互联网经济发展态势

四、宏观经济发展预测

第二节 政策环境

一、家政服务行业政策规范

二、家政服务行业政策指引

三、家政服务行业国家标准

四、O2O行业面临政策利好

五、“互联网+”政策解析

第三节 行业环境

一、家政行业经济规模

二、家政行业结构分析

三、家政行业效益分析

四、家政行业运营方式

五、家政行业趋势预测

第四节 社会环境

一、家政社会刚需稳定

二、家政薪酬稳步增长

三、国民网络普及情况

四、居民在线支付特征

第五节 技术环境

一、O2O引发互联网业变革

二、O2O平台技术寻求创新

三、O2O技术研究方向分析

第三章 2015-2018年国外家政O2O市场发展分析

第一节 国外家政O2O主流商业模式

一、融入社交元素的互联网中介模式

二、消费者主导的服务展售模式

三、“云存储”与“共享理念下”的寄存模式

第二节 美国家政O2O市场平台分析

一、企业层级分布

二、典型平台介绍

三、平台特征分析

四、企业战略动态

第三节 印度家政O2O市场平台分析

一、综合型平台

二、细分型平台

三、其他类型平台

第四节 国内外家政O2O市场差异分析

一、市场体量差异

二、服务需求差异

三、职业建设差异

四、权益保障差异

第四章 2015-2018年中国家政O2O市场发展分析

第一节 中国家政O2O行业范畴及进程

一、行业范畴

二、行业历程

三、市场主体

第二节 中国家政O2O行业影响因素分析

一、技术因素

二、需求因素

三、供给因素

四、政策因素

第三节 中国家政O2O市场运行现状

一、行业高速发展

二、市场发展态势

三、市场投资状况

四、市场渗透状况

五、企业平台类型

六、行业变化分析

第四节 “互联网+家政”市场供需分析

一、市场加速扩张

二、市场特征分析

三、典型模式分析

四、发展趋势分析

第五节 中国家政O2O领先区域市场状况

一、上海市

二、广州市

三、东莞市

四、厦门市

五、重庆市

六、长沙市

第五章 2015-2018年家政O2O细分市场调研

第一节 洗衣O2O

一、行业优势分析

二、市场容量分析

三、市场竞争格局

四、市场竞争主体

五、商业模式分析

六、用户行为分析

第二节 月嫂O2O

一、市场容量分析

二、市场竞争格局

三、商业模式分析

四、市场开发思路

第三节 陪护O2O

一、市场容量分析

二、市场竞争主体

三、市场难点分析

第四节 厨师上门O2O

一、市场发展现状

二、市场容量分析

三、需求潜力分析

四、市场难点分析

第六章 中国家政O2O商业模式分析

第一节 家政O2O典型运营模式

一、C2C直营型

二、B2P2C经纪人式直营型

三、B2B2C平台型

四、C2C+B2B2C直营为核心兼标准化加盟型

五、特点总结

第二节 家政O2O运营模式用户痛点

一、安全

二、实惠

三、便捷

四、专业

五、满意

第三节 家政O2O企业运营模式选择

一、做直营：服务标准化

二、做平台：流量匹配、规模经济

第四节 三类家政O2O商业模式评析

一、淘宝模式的C2C

二、京东模式的B2C

三、家政经纪人模式

第七章 2015-2018年中国家政O2O市场竞争分析

第一节 家政O2O市场竞争形态

一、新旧企业竞争形势

二、行业巨头竞争状况

第二节 家政O2O市场竞争焦点

一、生态之争

二、模式之争

第三节 家政O2O企业战略布局

一、区域布局

二、品类布局

三、人才布局

第四节 家政O2O领军企业竞争战略评价

一、阿姨帮

二、小马管家

三、阿姨

四、战略评比

第五节 家政上门服务APP（58到家、云家政、e家洁）比较分析

一、市场状况

二、产品版本

三、产品范围层

四、产品结构层

五、产品框架层

六、产品表现层

七、综合比较

第六节 家政O2O市场竞争策略

一、寻找关键因素

二、实行差异化战略

第八章 国外家政O2O市场典型企业案例分析

第一节 Care.com

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、运营模式分析

四、盈利模式分析

五、企业战略分析

六、企业经验借鉴

七、未来前景展望

第二节 Handybook

- 一、企业发展概况
- 二、运营模式分析
- 三、企业战略分析
- 四、未来前景展望

第三节 Angie's List

- 一、企业发展概况
- 二、经营状况分析
- 三、盈利模式分析
- 四、企业战略分析
- 五、未来前景展望

第四节 UrbanSitter

- 一、企业发展概况
- 二、运营模式分析
- 三、盈利模式分析
- 四、企业经验借鉴

第五节 Homejoy

- 一、企业发展概况
- 二、运营模式分析
- 三、企业战略分析
- 四、企业经验教训

第九章 中国家政O2O市场主流平台分析

第一节 58到家

- 一、平台简介
- 二、业务布局分析
- 三、运营模式分析
- 四、投资前景分析
- 五、成功经验借鉴

第二节 e家洁

- 一、平台简介
- 二、业务布局分析
- 三、运营模式分析
- 四、投资前景分析
- 五、未来前景展望

第三节 云家政

- 一、平台简介
- 二、业务布局分析
- 三、运营模式分析
- 四、投资前景分析
- 五、未来前景展望

第四节 小马管家

- 一、平台简介
- 二、业务布局分析
- 三、运营模式分析
- 四、投资前景分析
- 五、未来前景展望

第五节 阿姨帮

- 一、平台简介
- 二、业务布局分析
- 三、运营模式分析
- 四、投资前景分析
- 五、未来前景展望

第六节 阿姨来了

- 一、平台简介
- 二、业务布局分析
- 三、运营模式分析
- 四、投资前景分析
- 五、未来前景展望

第七节 家政通

- 一、平台简介
- 二、业务布局分析
- 三、运营模式分析
- 四、投资前景分析
- 五、未来前景展望

第八节 管家帮

- 一、平台简介
- 二、业务布局分析
- 三、运营模式分析
- 四、投资前景分析

五、未来前景展望

第九节 懒人家政

- 一、平台简介
- 二、业务布局分析
- 三、运营模式分析
- 四、投资前景分析
- 五、未来前景展望

第十节 荣昌e袋洗

- 一、平台简介
- 二、业务布局分析
- 三、运营模式分析
- 四、投资前景分析
- 五、未来前景展望

第十一节 牛家帮

- 一、平台简介
- 二、业务布局分析
- 三、运营模式分析
- 四、投资前景分析
- 五、未来前景展望

第十章 中国家政O2O市场面临的问题及发展对策

第一节 家政O2O行业面临的社会问题

- 一、社会诚信体系不完善
- 二、国民人均消费水平低
- 三、行业标准化推行难度大
- 四、家政从业者社会地位低

第二节 家政O2O行业存在的关键问题

- 一、阿姨资源问题
- 二、用户体验问题
- 三、工具作业问题
- 四、市场细分问题
- 五、盈利模式问题

第三节 家政O2O市场瓶颈分析

- 一、烧钱难以持久
- 二、线下粘性太强

三、市场收费混乱

四、消费习惯制约

第四节 家政O2O市场误区分析

一、优质从业人员稀缺

二、可以复制打车模式

三、缺少统一标准规范

第五节 家政O2O行业规范化发展建议

一、强化从业人员培训

二、健全相关制度规范

三、消费者应谨慎选择

第六节 家政O2O企业市场运营策略

一、服务品类定位

二、消费群体定位

三、周边逐步延伸

四、挖掘差异点

五、不断迭代更新

六、做好人员供给

第七节 国外家政O2O平台失败案例反思

一、找准商业模式的定位

二、找好规模与品控的平衡

第十一章 中国家政O2O市场投资机会分析及风险预警

第一节 行业投融资状况

一、已上市企业

二、B轮及以上融资企业

三、A轮阶段融资企业

四、天使轮融资企业

第二节 投资价值及机会分析

一、行业投资价值

二、市场投资机会

三、投资方向分析

第三节 投资前景提示

一、政策风险

二、渠道风险

三、盲目扩张风险

四、消费习惯风险

五、平台风险

六、人才风险

七、经营风险

第四节 投资前景研究

一、投资项目价值评估

二、投资前景规避策略

三、传统企业转型思路

第十二章 2019-2025年中国家政O2O市场趋势分析

第一节 家政O2O市场前景展望

一、行业增长动力

二、市场前景分析

三、市场规模预测

第二节 家政O2O市场趋势分析

一、差异化需求

二、职业化、标准化

三、职员年轻化

四、多平台互动

第三节 家政O2O发展方向分析

一、服务品类细分

二、用户群体细分

三、服务需求升级分类

四、服务形象分类

附录：

附录一：家庭服务业管理暂行办法

附录二：关于发展家庭服务业的指导意见

附录三：关于推进家政服务网络体系建设的通知

图表目录：

图表：2018年移动互联网不同行业O2O应用数量占比

图表：2018年O2O移动应用细分行业覆盖率TOP

图表：2018年O2O移动应用覆盖率总排行

图表：O2O细分领域指标评价

图表：行业O2O实现容易程度评价指标

图表：行业投入产出比评价指标

图表：O2O行业企业布局情况

图表：O2O市场运营状况分析模型

图表：2018年一二三线城市O2O发展水平综合评估对比

图表：2018年三大经济圈O2O发展水平综合评估对比

图表：2018年O2O综合发展水平TOP25城市O2O经济带分布

图表：2018年O2O综合发展水平TOP25城市（一线城市排名）

图表：2018年O2O综合发展水平TOP25城市（省会城市排名）

图表：2018年O2O综合发展水平TOP25城市（其他城市排名）

图表：2018年一二三线城市O2O应用轻中重度用户群分布

图表：2018年一二三线城市O2O用户休闲时间在网络休闲平台分布情况

图表：2018年一二三线城市O2O用户在社交媒体分享意愿

图表：2018年一二三线城市O2O用户在社交媒体分享途径

图表：2018年一二三线城市O2O用户在社交媒体上回复/评论行为

图表：2015-2018年国内生产总值增长速度（累计同比）

图表：2015-2018年规模以上工业增加值增速（月度同比）

图表：2015-2018年固定资产投资（不含农户）名义增速（累计同比）

图表：2015-2018年房地产开发投资名义增速（累计同比）

图表：2015-2018年社会消费品零售总额名义增速（月度同比）

图表详见报告正文（GYZQPT）

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国家政O2O行业分析报告-市场深度调研与发展前景预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面

了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiazheng/411581411581.html>