

2017-2022年中国房地产电子商务产业运营现状及 投资规划研究报告

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《2017-2022年中国房地产电子商务产业运营现状及投资规划研究报告》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/hulianwang/289251289251.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

一、房地产电子商务发展历程

电子商务的发展使房地产日渐“亲民”，也给房地产营销、策划领域带来了日新月异的变化。1998年，中华企业股份有限公司与上海房产之窗房地产信息有限公司展开合作，在全国首次推出网上房产拍卖交易活动。尽管此次拍卖活动只限于网上竞价，但参与网上竞买的购房者仍需要到售楼现场缴纳保证金和支付购房款，因此这仅看作是房地产采取网络方式销售的初次尝试。

2011年，房地产电子商务得到迅速发展。仅在4月，淘宝网就创建了“淘宝房产”交易频道，紧接着SOHO中国进行了网上卖房的拍卖活动。搜房网宣布314城联动，在全国范围内正式启动大型网上新房拍卖活动。

4月29日，SOHO中国与易居中国、新浪乐居、世联地产共同签署了《网上销售及代理战略合作》协议；接着，搜房网、搜狐焦点和淘宝网等房产电商频道陆续上线，也加入了房地产电子商务发展的前列，标志着我国房地产业进入了一个崭新的电商发展时代。搜房、淘宝、新浪乐居成为我国房地产电子商务发展领域的领军者，在众多互联网运营商的共同推动下，电子商务已经成为拉动房产销售的重要手段和有力渠道。

2011年5月6日，中国房产信息集团旗下的新浪乐居正式开通了房地产电子商务频道，成为国内第一家综合型专业房地产电子商务频道。随着对电子商务平台功能的不断完善和拓展，房地产电子商务逐渐突破了电子商务平台和媒体服务捆绑的传统模式，致力于探索能够实现询价、认筹、结算、费用支付的全过程电商交易平台。

2012年2月，以万达为代表的商业地产也开始着手开拓房地产电子商务领域，整合相关房地产经营业务，打造“线上商业综合体”。

2013年6月18日，新浪乐居推出房产电子商务3.0平台“E信通”，在该平台上，开发商可根据企业发展现状、项目的特点和营销实施计划来选择任何一家想要合作的营销媒体和营销渠道。

2014年，房地产开发企业进入了和各大电子商务公司进行全面战略合作或着手自行开发电子商务应用平台阶段。同年6月15日，万科与百度首次确立长期性战略合作伙伴关系。8月，万达与腾讯、百度联手出资在香港注册成立万达电子商务公司。在电子商务热潮中，房地产电子商务正在以全新的姿态改变着房地产行业的业务模式、销售模式和盈利模式，房地产电商平台已经成为房地产开发企业未来发展规划中不可忽视的重要组成部分。

二、房地产电子商务发展的条件分析和发展现状

（一）购房者对网购心理诉求的增强

《中国互联网络发展状况统计报告》最新显示：截至2015年12月，我国网民已达到6.88亿，手机网民达6.2亿，占比提升至90.1%，网民WiFi使用率达到91.8%，互联网普及率为50.3%。实现网上购物已成为一种新的时尚，而我国现有的网民将是房地产潜在的最大的消费群体，这个潜在的消费群体学历层次和收入水平一般较高，年龄大都在20至40岁之间，有潜在的购房消费意向，这也为房地产电子商务的应用发展提供了必要的条件。

（二）搭建电商平台，提供专业化服务

目前房地产电子商务的运营平台一般可分为B2B、B2C、C2C等。通过平台完成网上销售、业务流程和物业服务，具体包括项目开发与合作、网上订购、网上办理购房手续、产权认证、网上拍卖等。B2B平台的参与者为开发商、材料商及装饰装修企业，平台交流主要包括资讯共享、融资互助、联合采购、共同开发等形式。通过平台实现招投标、材料采购、装修业务的“一体化”服务，达到项目各生产要素的最佳组合，完成房地产项目的落地开工；B2C平台实现企业与消费者的美好沟通互动，提供为消费者服务的功能。在B2C平台上，网站为客户提供业务咨询、房产评估、办理权证手续、法律服务、银行按揭等多项服务，提供房源信息、企业资质、价格信息、建材信息和住房配套环境信息等，帮助客户了解和分析市场行情，进行房产的高效交易；在C2C平台上，实现消费者与消费者之间的在线交易，主要包括二手房的买卖、权证代理、价格评估、房屋租赁和转让等，对房屋消费的体验进行交流，完成更多的物业服务等，人性化服务更强。

（三）建立企业网站，加强信息咨询和内部管理

一是建立房地产门户网站。这类网站以销售为导向，为客户提供与购房相关的市场、业务咨询、客户需求调查、配套环境、物业发展等专业化信息服务，以及业主论坛、客户评价、市场反馈等相关内容。二是建立企业门户网站，树立品牌形象。

网站重点介绍本企业经营服务理念、品牌特色、客户评价，创造用户满意，实现房产企业及品牌与客户需求的有效对接。三是搭建内网平台，优化企业管理。结合企业内联网推进电子商务的智能化管理系统建设，企业内部办公、决策执行、人事管理、市场分析、资源统筹配置、数据共享都可以在网上进行，可以实现管理和经营的跨区域化，企业的管理资源配置和运作经营达到最优化。

（四）建立网上销售系统，增强售房能力

以信息化建设为抓手，房地产企业着力加强房产管理和售楼促销系统建设，专门提供售房的专业化信息服务。客户可以通过网上销售系统、光盘电子楼书实现网上浏览小区区域位置、创意规划展示、样板房实景、风格设计流程、询价服务、楼盘建设进度、在线选房、按揭理财、物业和售后等多方面的服务功能。通过网络手段，结合三维动画技术，客户在网上方便快捷地全方位了解楼盘的基本资讯，对小区内的综合环境、智能化水平及市政建设、商业交通、医疗文化设施进行充分对比，查看每一户型的平面布置、面积大小、样式设计、装修效果等进行分析和评估，寻找自身需求状况与楼盘之间的“适配点”。也可通过上网查询楼盘的单位销售情况，查询各种按揭付款方式，确定合适的置业投资，加快房产销售的快速成交，增强售房能力。

（五）增加项目附加值，推行网上物业服务

发展商通过建设网上数字化社区，让消费者体验网上社区服务和数字化生活新模式。如网上装修顾问系统，为消费者提供个性化、互动化装修服务。客户可根据自身实际需要，对同一种户型选择个性化的装修方案，通过模拟实景展示图观看装修效果，再依据材料说明和参考报价，选择不同装修组合。小区物业服务企业可以提供公共服务、专门服务和特约服务的信息发布。房地产电子商务的发展促进了二手房的成交量等。项目附加值的增加，提升了企业的吸引力和市场竞争力。

四、推进我国房地产业电子商务发展的对策与建议

电子商务在我国房地产中的运用刚刚起步，仍需在运营中不断完善。

（一）创造电子商务发展的宏观环境

房地产企业要加强对电子商务的设计，完善网络平台和交易工具。同时，政府应加大对电子商务发展的支持和引导，加强对电子商务平台交易所涉及的宏观经济管理部门、银行、保险、工商管理、税务、公积金管理，以及法律等部门的统筹管理，加强与房地产企业和客户的协调合作，规范和畅通网络业务流程，增强为客户服务的意识。政府要加强对电子商务发展的宏观调控，从政府的层面与房地产企业一道研究制定电子商务发展的中长期战略规划，创设有利的外部环境。适应网络社会发展，政府应着力培育本地专业性电子商务企业，与知名电子商务企业开展全方位合作；推动电子商务集聚化发展，打造成成熟的电子商务发展平台；建立电子商务支撑体系，加强人才队伍建设、网络建设、技术培训等，规范全业务流程，形成完善的房地产电子商务产业链；要完善电子商务建设规划，加强政策、环境和功能配套，推动房地产电子商务快速发展。

（二）推动专业化信息基础设施建设

要加大投资力度，不断加强信息基础设施建设，建立与信息化和大数据时代相适应的房地产电商交易平台；要进一步完善技术手段和基础配套保障，实现数据共享，既提升房地产电子商务管理和设计部门内部的信息化水平，又推动房地产管理部门、交易机构、税务部门、公积金管理和金融机构等平台信息资源的整合和共建，完善配套服务，提升房地产电子商务信息交流应用水平；顺应房地产行业转型发展的需要，充分运用数据库技术，创新技术设计和应用，将网络平台与大众媒体和展览展示设备相连接，完善房地产交易流程，提升信息保障和支撑能力。

（三）转变电子商务应用观念

政府要把握好国家大力促进电子商务发展的大趋势，因势利导，积极扶持电商企业的发展，引导房地产行业经营商创新发展理念。又要充分利用好各种政策资源，推动本地房地产电子商务的应用研究和推广，形成抢抓机遇、乘势而为的发展氛围。房地产企业要真正适应行业发展新常态，充分认识到电子商务既是房地产行业营销和管理实现转型升级的现实选择，更是推动交易手段和方式现代化的重要标志。

要在经营理念的转变中，深化企业信息化改革，推动电子商务技术在交易中的广泛应用。要结合企业发展实际，规划好电子商务发展行动计划，努力创造信息化时代的电子商务服务品牌和客户信赖。

（四）加强网络的监管和使用

要加强网络的监管和使用，尽快解决好网络购置的安全性问题，既完善房地产企业的网上登记注册制度，又要加强客户的网上身份确认，确保交易过程中双方的身份特征和安全保密，提高信息安全质量，提升用户信任度、满意度和用户交易意愿。要加强内容审核，确保网上发布信息的真实性和准确性，坚持楼宇实体和房地产宣传相一致，兑现合同承诺，依靠产品良好的质量与企业优良服务来提高企业的口碑。加强电子商务培训，建立起一支具有高水平、高职业道德素质的网络技术研究和管理团队，对大数据状态下房地产电子商务的安全交易问题和心理预期加以精准化研究和判断，提高监管和应用的技术水准。要全面实行电脑化管理，提升企业快速处置事务的能力。同时，积极倡导文明上网，构建网络公德，坚决打击网络不法行为，引导客户产生消费信任，使房地产网络交易得到充分而安全的应用，促进我国电子商务在房地产行业中的健康有序发展。

（五）完善电子商务法规体系建设

政府必须结合大数据时代房地产业的发展变化，加强电子商务发展外部法治环境的建设。要根据房地产市场环境和消费群体展现的新特征，抓紧建立涉及电子商务交易的流程设计、网络管理、信息安全、身份认证、金融结算，以及产权保护的法律法规制度，并完善相关法律条款的制定，使管理部门做到有法可依、便于操作，切实保障消费者以及房地产企业的合法权益。组建相关的监管和协调部门，建章立制，明确具体的责任和义务，加大对企业电子商务发展的指导和协调力度，发挥好监管的应有职能作用。政府应加强电子商务通用技术标准和规范的制定，包括专属的产业、税收、金融政策标准，为消费者通过电商平台准确研判和预测房地产市场状况提供依据。要努力以法治化的思维推进房地产行业网络化、专业化发展，从制度设计和规范的层面保障房地产网络交易的有效实现，更好地促进房地产整体行业的升级发展，优化我国宏观经济的运行质量和效益。

中国报告网发布的《2017-2022年中国房地产电子商务产业运营现状及投资规划研究报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

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。

第一章：中国房地产电子商务行业发展综述

1.1 房地产电子商务行业定义及特点

1.1.1 房地产电子商务行业的定义

1.1.2 房地产电子商务行业应用分析

1.2 房地产电子商务行业商业模式

1.2.1 BtoB 房地产电子商务

1.2.2 BtoC 房地产电子商务

1.2.3 CtoC 房地产电子商务

1.2.4GtoC/GtoB房地产电子商务

第二章：国际房地产电子商务行业发展经验借鉴

2.1美国房地产电子商务行业发展经验借鉴

2.1.1美国房地产电子商务行业发展历程分析

2.1.2美国房地产电子商务行业运营模式分析

2.1.3美国房地产电子商务行业发展趋势预测

2.1.4美国房地产电子商务行业对我国的启示

2.2英国房地产电子商务行业发展经验借鉴

2.2.1英国房地产电子商务行业发展历程分析

2.2.2英国房地产电子商务行业运营模式分析

2.2.3英国房地产电子商务行业发展趋势预测

2.2.4英国房地产电子商务行业对我国的启示

2.3日本房地产电子商务行业发展经验借鉴

2.3.1日本房地产电子商务行业发展历程分析

2.3.2日本房地产电子商务行业运营模式分析

2.3.3日本房地产电子商务行业发展趋势预测

2.3.4日本房地产电子商务行业对我国的启示

2.4韩国房地产电子商务行业发展经验借鉴

2.4.1韩国房地产电子商务行业发展历程分析

2.4.2韩国房地产电子商务行业运营模式分析

2.4.3韩国房地产电子商务行业发展趋势预测

2.4.4韩国房地产电子商务行业对我国的启示

第三章：中国房地产电子商务行业市场发展现状分析

3.1房地产电子商务行业环境分析

3.1.1房地产电子商务行业经济环境分析

(1) 中国GDP增长情况及对行业的影响

1) GDP增长情况

2) GDP与房地产商业的关联性分析

3) GDP与房地产商业增长速度对比

(2) 社会固定资产投资状况

(3) 电子商务环境发展情况

(4) 电子商务与房地产商业相关性分析

3.1.2房地产电子商务行业政治环境分析

- (1) 房地产电子商务行业管理体制
 - 1) 主管部门
 - 2) 自律性组织
- (2) 电子商务行业相关政策
 - 1) 电子商务行业相关政策汇总与解读
 - 2) 电子商务行业支付与快递行业政策分析
- (3) 房地产行业相关政策分析
 - 1) 土地调控政策分析
 - 2) 货币调控政策分析
 - 3) 房地产税收政策分析
- (4) 电子商务行业发展规划解读
 - 1) 中国电子商务行业“十三五”规划解读
 - 2) 上海市电子商务行业规划解读
 - 3) 杭州市电子商务行业规划解读
 - 4) 广州市电子商务行业规划解读
- 3.1.3 房地产电子商务行业社会环境分析
 - (1) 居民支付能力分析
 - (2) 人口结构分析
 - (3) 城镇化进程分析
- 3.2 房地产电子商务行业发展概况
 - 3.2.1 房地产电子商务行业整体发展状况
 - 3.2.2 房地产电子商务行业发展现状分析
 - (1) 电子商务服务业发展现状及趋势
 - (2) 房地产流通服务业发展现状及趋势
- 3.3 房地产电子商务行业供需状况分析
 - 3.3.1 房地产电子商务行业供给状况分析
 - 3.3.2 房地产电子商务行业需求状况分析
 - (1) 房产电商认知度分析
 - (2) 房产电商接受度分析
 - (3) 房产电商模式需求分析
 - 3.3.3 房地产电子商务行业市场容量分析
 - (1) 房地产电子商务行业市场规模
 - (2) 房地产电子商务行业市场容量预测
- 3.4 房地产电子商务行业技术申请分析
 - 3.4.1 房地产电子商务行业专利申请数分析

3.4.2 房地产电子商务行业专利类型分析

3.4.3 房地产电子商务行业热门专利技术分析

第四章：中国房地产电子商务行业市场竞争格局分析

4.1 房地产电子商务行业竞争格局分析

4.1.1 房地产电子商务行业主要竞争企业

4.1.2 房地产电子商务行业企业网站数据排名

(1) 行业内老牌企业网站排名对比

(2) 行业内新秀企业网站排名对比

(3) 行业内新三板挂牌企业网站排名对比

4.1.3 房地产电子商务行业企业市场份额分析

4.2 房地产电子商务行业竞争状况分析

4.2.1 房地产电子商务行业上游议价能力

4.2.2 房地产电子商务行业下游议价能力

4.2.3 房地产电子商务行业新进入者威胁

4.2.4 房地产电子商务行业替代产品威胁

4.2.5 房地产电子商务行业行业内部竞争

4.2.6 房地产电子商务行业五力竞争总结

4.3 房地产电子商务行业投资兼并重组整合分析

4.3.1 投资兼并重组现状

4.3.2 投资兼并重组案例

4.3.3 投资兼并重组趋势

第五章：中国房地产电子商务行业标杆企业经营分析

5.1 房地产电子商务行业企业总体发展概况

5.2 房地产电子商务行业企业经营状况分析

5.2.1 易居（中国）控股有限公司经营状况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

5.2.2 北京链家房地产经纪有限公司经营状况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

5.2.3深圳世联行地产顾问股份有限公司经营状况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

5.2.4乐居控股有限公司经营状况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

5.2.5山东儒房融科网络科技股份有限公司经营状况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

5.2.6北京五八信息技术有限公司经营状况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

5.2.7武汉亿房信息网络股份有限公司经营状况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

5.2.8搜房网经营状况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

5.2.9江苏三六五网络股份有限公司经营状况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

5.2.10平安好房（上海）电子商务有限公司经营状况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第六章：中国房地产电子商务行业前景预测与投资战略规划

6.1 房地产电子商务行业投资特性分析

6.1.1 房地产电子商务行业进入壁垒分析

6.1.2 房地产电子商务行业投资风险分析

6.2 房地产电子商务行业投资战略规划

6.2.1 房地产电子商务行业投资机会分析

6.2.2 房地产电子商务企业战略布局建议

6.2.3 房地产电子商务行业投资重点建议

图表目录

图表1：Zillow的并购之路

图表2：英国购房流程

图表3：英国购房律师工作流程

图表4：日本购房流程

图表5：韩国电子商务发展历程

图表6：我国GDP及同比增速（单位：万亿元，%）

图表7：中国GDP与商品房销售额关联程度分析（单位：万亿元）

图表8：商品房销售增速与GDP增速对比分析（单位：%）

图表9：全社会固定资产投资情况（单位：亿元）

图表10：按领域分固定资产投资（不含农户）及其占比（单位：亿元，%）

图表11：电子商务市场交易规模（单位：万亿元）

图表12：电子商务与房地产商业规模相关性分析（单位：万亿元）

图表13：电子商务和信息化司的主要职能

图表14：电子商务行业相关政策汇总与解读

（GYZJY）

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/289251289251.html>