

# 2021-2027年中国社区O2 O产业发展现状与市场全景评估报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2021-2027年中国社区O2O产业发展现状与市场全景评估报告》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/202011/193237.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

中企顾问网发布的《2021-2027年中国社区O2O产业发展现状与市场全景评估报告》共六章。首先介绍了中国社区O2O商业模式行业市场发展环境、社区O2O商业模式整体运行态势等，接着分析了中国社区O2O商业模式行业市场运行的现状，然后介绍了社区O2O商业模式市场竞争格局。随后，报告对社区O2O商业模式做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国社区O2O商业模式行业发展趋势与投资预测。您若想对社区O2O商业模式产业有个系统的了解或者想投资中国社区O2O商业模式行业，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1章：中国社区O2O市场发展现状分析

#### 1.1 社区O2O行业产业链简介

##### 1.1.1 社区O2O行业相关综述

(1) 定义

(2) 特征

(3) 报告研究内容

##### 1.1.2 社区O2O行业产业链分析

#### 1.2 中国社区O2O市场发展现状

##### 1.2.1 中国社区O2O发展环境分析

(1) 中国社区O2O政策环境分析

(2) 中国社区O2O经济环境分析

(3) 中国社区O2O社会环境分析

(4) 中国社区O2O技术环境分析

(5) 中国社区O2O PEST分析总结

##### 1.2.2 中国社区O2O发展阶段及特点

(1) 中国社区O2O发展阶段分析

(2) 社区O2O价值链各环节特点

(3) 中国社区O2O现存问题分析

- 1.2.3 中国社区O2O市场规模分析
- 1.2.4 中国社区O2O进入模式分析
  - (1) 社区O2O市场竞争企业类型
  - (2) 中国社区O2O四类企业特点分析
- 1.3 中国社区O2O市场发展痛点
  - 1.3.1 中国社区O2O合作商家痛点分析
    - (1) O2O营销服务学习成本问题
    - (2) 商家的运营能力问题
  - 1.3.2 中国社区O2O平台痛点分析
  - 1.3.3 中国社区O2O消费者痛点分析
- 1.4 中国社区O2O消费者行为分析
  - 1.4.1 社区O2O消费者消费需求分析
  - 1.4.2 社区O2O消费者产品品类偏好
  - 1.4.3 社区O2O消费者消费频率分析
  - 1.4.4 社区O2O消费者消费金额分析
  - 1.4.5 社区O2O消费者支付方式偏好

## 第2章：中国社区O2O细分市场投资前景

- 2.1 中国社区O2O产业整体结构分析
- 2.2 中国社区性餐饮O2O市场投资机会
  - 2.2.1 中国社区性餐饮O2O市场特点
    - (1) 互联网+发展，餐饮行业互联网化的程度也在逐渐增强
    - (2) 移动端占比还在保持逐步走高的趋势
    - (3) 一线城市O2O发展速度较快
    - (4) 行业产业链日渐完善
    - (5) 市场格局分明&mdash;&mdash;两超多强
  - 2.2.2 中国社区性餐饮O2O市场规模
  - 2.2.3 中国社区性餐饮O2O业务模式
  - 2.2.4 中国社区性餐饮O2O现存问题
    - (1) 送达时效问题
    - (2) 安全卫生问题
    - (3) 闲忙管理问题

(4) 团队管理问题

(5) 售后服务问题

(6) 扩张缓慢问题

## 2.2.5 中国社区性餐饮O2O投资前景

### 2.2.6 中国社区性餐饮O2O创新案例分析

(1) 案例一——室内导流：&ldquo;淘点点&rdquo;（布局iBeacon + 餐饮导购）

(2) 案例二——平台深耕：&ldquo;饿了么&rdquo;（餐饮O2O平台市值5亿美金）

(3) 案例三——智能终端：&ldquo;我有外卖&rdquo;（牵手小米生活）

(4) 案例四——去中介化：&ldquo;觅厨&rdquo;（即食料理包+菜品配送）

(5) 案例五——物流整合：&ldquo;到家美食会&rdquo;（重模外卖O2O）

(6) 案例六——营销创新：&ldquo;叫个鸭子&rdquo;（话题式营销）

(7) 案例七——渠道创新：&ldquo;青年菜君&rdquo;（渠道创新+生鲜）

(8) 案例八——大数据化：&ldquo;金百万&rdquo;（O2O转型思考逻辑）

(9) 案例九——APP点餐：&ldquo;那些年&rdquo;（点餐无服务员）

(10) 案例十——数据运营：&ldquo;五味&rdquo;（用互联网管理厨房）

## 2.3 中国社区性商超宅配O2O市场投资机会

### 2.3.1 中国社区性商超宅配O2O竞争力分析

### 2.3.2 中国社区性商超宅配O2O市场规模

### 2.3.3 中国社区性商超宅配O2O业务模式

(1) 生鲜配送业务模式

(2) 生活用品配送业务模式

### 2.3.4 中国社区性商超宅配O2O现存问题

(1) 物流瓶颈

(2) 产品问题

### 2.3.5 中国社区性商超宅配O2O投资前景

### 2.3.6 中国社区性商超宅配O2O优秀案例

(1) 尚品宅配商业模式

(2) 尚品宅配商业模式转型的关键因素分析

## 2.4 中国社区性家政O2O市场投资机会

### 2.4.1 中国社区性家政O2O产生原因分析

(1) 日益增长的用户需求是主因

(2) &ldquo;家政O2O&rdquo;产生因传统家政服务的不足

(3) 资本开始进入，推动家政O2O创业

#### 2.4.2 中国社区性家政O2O市场规模

#### 2.4.3 中国社区性家政O2O业务模式

(1) C2C直营型

(2) B2P2C经纪人式直营型

(3) B2B2C平台型

(4) C2C+B2B2C直营为核心兼标准化加盟型

#### 2.4.4 中国社区性家政O2O现存问题

(1) 服务质量不稳定

(2) 刚需但使用频次低

(3) “得阿姨得天下”，得阿姨不容易

(4) O2O行业通病，容易跳单

(5) 用户决策路径较长

#### 2.4.5 中国社区性家政O2O投资前景

#### 2.4.6 中国社区性家政O2O优秀案例

(1) 案例介绍

(2) 案例特色

(3) 案例分析

#### 2.5 中国社区性汽车O2O市场投资机会

##### 2.5.1 中国社区性汽车O2O模式竞争优势

##### 2.5.2 中国社区性汽车O2O市场规模

##### 2.5.3 中国社区性汽车O2O业务模式

##### 2.5.4 中国社区性汽车O2O现存问题

##### 2.5.5 中国社区性汽车O2O投资前景

##### 2.5.6 中国社区性汽车O2O优秀案例

(1) 案例简介

(2) 案例模式

#### 2.6 中国社区性医疗O2O市场投资机会

##### 2.6.1 中国社区性医疗O2O发展现状

(1) 社区性医疗O2O模式尚处于摸索中

(2) 社区O2O模式有助于实现患者追踪随访

##### 2.6.2 中国社区性医疗O2O市场规模

### 2.6.3 中国社区性医疗O2O业务模式

### 2.6.4 中国社区性医疗O2O核心切入点

### 2.6.5 中国社区性医疗O2O投资前景

### 2.6.6 中国社区性医疗O2O优秀案例

#### (1) 案例简介

#### (2) 案例模式

### 2.7 中国社区性金融O2O市场投资机会

#### 2.7.1 中国社区性金融O2O发展过程

#### 2.7.2 中国社区性金融O2O市场规模

#### 2.7.3 中国社区性金融O2O业务模式

#### 2.7.4 中国社区性金融O2O现存问题

#### 2.7.5 中国社区性金融O2O投资前景

##### (1) 社区银行在促进社区发展方面起着至关重要的作用

##### (2) 社区金融满足了“金融真空”市场需求

##### (3) 社区经济发展为社区金融O2O发展助航

##### (4) 移动支付繁荣推动社区金融O2O发展

#### 2.7.6 中国社区性金融O2O案例

##### (1) 平安银行打造的口袋社区O2O平台

##### (2) 北京农商行推出“社区e服务”

##### (3) 民生银行打造O2O本地化生活服务平台

## 第3章：中国社区O2O典型商业模式分析

### 3.1 中国社区O2O商业模式总体分析

### 3.2 服务输出型社区O2O典型商业模式

#### 3.2.1 自营+平台双轨经营类社区O2O模式

##### (1) 自营+平台双轨经营类社区O2O业务系统结构

##### (2) 自营+平台双轨经营类社区O2O盈利模式分析

##### (3) 自营+平台双轨经营类社区O2O优秀案例分析

##### (4) 自营+平台双轨经营类社区O2O模式优劣势分析

#### 3.2.2 B2C商户导流+自建质控团队类社区O2O模式

##### (1) B2C商户导流+自建质控团队类社区O2O业务系统结构

##### (2) B2C商户导流+自建质控团队类社区O2O盈利模式分析

(3) B2C商户导流+自建质控团队类社区O2O优秀案例分析

(4) B2C商户导流+自建质控团队类社区O2O模式优劣势分析

### 3.2.3 C2C手艺人导流+自建质控团队类社区O2O模式

(1) C2C手艺人导流+自建质控团队类社区O2O业务系统结构

(2) C2C手艺人导流+自建质控团队类社区O2O盈利模式分析

(3) C2C手艺人导流+自建质控团队类社区O2O优秀案例分析

(4) C2C手艺人导流+自建质控团队类社区O2O模式优劣势分析

## 3.3 实物输出型社区O2O典型商业模式

### 3.3.1 商户导流+众包物流类社区O2O模式

(1) 商户导流+众包物流类社区O2O业务系统结构

(2) 商户导流+众包物流类社区O2O盈利模式分析

(3) 商户导流+众包物流类社区O2O优秀案例分析

(4) 商户导流+众包物流类社区O2O模式优劣势分析

### 3.3.2 商超导流+自建物流类社区O2O模式

(1) 商超导流+自建物流类社区O2O业务系统结构

(2) 商超导流+自建物流类社区O2O盈利模式分析

(3) 商超导流+自建物流类社区O2O优秀案例分析

(4) 商超导流+自建物流类社区O2O模式优劣势分析

### 3.3.3 自建货源系统+商户合作类社区O2O模式

(1) 自建货源系统+商户合作类社区O2O业务系统结构

(2) 自建货源系统+商户合作类社区O2O盈利模式分析

(3) 自建货源系统+商户合作类社区O2O优秀案例分析

(4) 自建货源系统+商户合作类社区O2O模式优劣势分析

### 3.3.4 智能快递柜平台类社区O2O模式

(1) 智能快递柜平台类社区O2O业务系统结构

(2) 智能快递柜平台类社区O2O盈利模式分析

(3) 智能快递柜平台类社区O2O优秀案例分析

(4) 智能快递柜平台类社区O2O模式优劣势分析

## 3.4 综合运营型社区O2O典型商业模式

### 3.4.1 自营类综合运营型社区O2O模式

(1) 自营类综合运营型社区O2O业务系统结构

(2) 自营类综合运营型社区O2O盈利模式分析



- (3) 自营类综合运营型社区O2O优秀案例分析
- (4) 自营类综合运营型社区O2O模式优劣势分析

#### 3.4.2 平台类综合运营型社区O2O模式

- (1) 平台类综合运营型社区O2O业务系统结构
- (2) 平台类综合运营型社区O2O盈利模式分析
- (3) 平台类综合运营型社区O2O优秀案例分析
- (4) 平台类综合运营型社区O2O模式优劣势分析

#### 3.5 中国社区O2O商业模式创新趋势

### 第4章：中国社区O2O商业模式优秀案例

#### 4.1 服务输出型社区O2O优秀案例分析

##### 4.1.1 E袋洗

- (1) 企业基本信息简况
- (2) 企业产品及服务结构
- (3) 企业经营状况分析
- (4) 企业盈利模式分析

##### 4.1.2 云家政

- (1) 企业基本信息简况
- (2) 企业产品及服务结构
- (3) 企业经营状况分析
- (4) 企业盈利模式分析

##### 4.1.3 阿姨帮

- (1) 企业基本信息简况
- (2) 企业产品及服务结构
- (3) 企业经营状况分析
- (4) 企业盈利模式分析

##### 4.1.4 管家帮

- (1) 企业基本信息简况
- (2) 企业产品及服务结构
- (3) 企业经营状况分析
- (4) 企业盈利模式分析

##### 4.1.5 河狸家

- (1) 企业基本信息简况
- (2) 企业产品及服务结构
- (3) 企业经营状况分析
- (4) 企业盈利模式分析

#### 4.1.6 58到家

- (1) 企业基本信息简况
- (2) 企业产品及服务结构
- (3) 企业经营状况分析
- (4) 企业盈利模式分析

### 4.2 实物输出型社区O2O优秀案例分析

#### 4.2.1 京东到家

- (1) 企业基本信息简况
- (2) 企业产品及服务结构
- (3) 企业经营状况分析
- (4) 企业盈利模式分析

#### 4.2.2 美团外卖

- (1) 企业基本信息简况
- (2) 企业产品及服务结构
- (3) 企业经营状况分析
- (4) 企业盈利模式分析

#### 4.2.3 百度外卖

- (1) 企业基本信息简况
- (2) 企业产品及服务结构
- (3) 企业经营状况分析
- (4) 企业盈利模式分析

#### 4.2.4 饿了么

- (1) 企业基本信息简况
- (2) 企业产品及服务结构
- (3) 企业经营状况分析
- (4) 企业盈利模式分析

#### 4.2.5 Dmall (多点)

- (1) 企业基本信息简况

(2) 企业产品及服务结构

(3) 企业经营状况分析

(4) 企业盈利模式分析

#### 4.2.6 惠民网

(1) 企业基本信息简况

(2) 企业产品及服务结构

(3) 企业经营状况分析

(4) 企业盈利模式分析

#### 4.2.7 速递易

(1) 企业基本信息简况

(2) 企业产品及服务结构

(3) 企业经营状况分析

(4) 企业盈利模式分析

### 4.3 综合运营型社区O2O优秀案例分析

#### 4.3.1 彩生活

(1) 企业基本信息简况

(2) 企业产品及服务结构

(3) 企业经营状况分析

(4) 企业盈利模式分析

#### 4.3.2 解放区

(1) 企业基本信息简况

(2) 企业产品及服务结构

(3) 企业经营状况分析

(4) 企业盈利模式分析

## 第5章：上市企业社区O2O投资布局分析

### 5.1 上市企业社区O2O投资布局总体特点

### 5.2 上市企业社区O2O投资布局优秀个案

#### 5.2.1 花样年控股集团有限公司

(1) 企业基本信息简况

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业最新发展动向分析

## 5.2.2 广东安居宝数码科技股份有限公司

- (1) 企业基本信息简况
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业最新发展动向分析

## 5.2.3 阿里巴巴网络技术有限公司

- (1) 企业基本信息简况
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业最新发展动向分析

## 5.2.4 北京京东世纪贸易有限公司

- (1) 企业基本信息简况
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业最新发展动向分析

## 5.2.5 百度股份有限公司

- (1) 企业基本信息简况
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业最新发展动向分析

## 5.2.6 腾讯控股有限公司

- (1) 企业基本信息简况
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业最新发展动向分析

## 第6章：中国社区O2O市场投资战略规划（）

### 6.1 中国社区O2O投资潜力分析

#### 6.1.1 中国社区O2O投资环境分析

- (1) 社区O2O热点扶持政策分析
- (2) 社区O2O投资变革原因分析

#### 6.1.2 社区O2O国内外发展水平对比

- (1) 我国社区商业占比低于欧美发达国家
- (2) 我国线上消费支付比例高于欧美发达国家

#### 6.1.3 中国社区O2O的投资风险分析

- (1) 社区O2O政策风险分析
- (2) 社区O2O市场波动风险

(3) 社区O2O经营风险分析

(4) 社区O2O人才风险分析

(5) 社区O2O其他投资风险

#### 6.1.4 中国社区O2O市场发展前景

(1) 社区O2O增长动力分析

(2) 社区O2O发展前景预测

#### 6.2 中国社区O2O投资现状分析

##### 6.2.1 中国社区O2O投资主体分析

(1) 中国社区O2O投资主体构成

(2) 各个投资主体的投资优势

##### 6.2.2 中国社区O2O投资切入模式

(1) 周边生活服务

(2) 社区广告营销

(3) 社区电子商务

(4) 物业增值服务

(5) 社区交友及服务

##### 6.2.3 中国社区O2O投资规模分析

##### 6.2.4 中国社区O2O成功投资案例

(1) 58到家&mdash;&mdash;社区O2O行业明星级企业

(2) 融资3亿美元，不靠补贴的真实订单

#### 6.3 社区O2O的投资建议

##### 6.3.1 社区O2O的切入方向建议

(1) 以商聚人：从周边生活服务、社区电子商务出发

(2) 以人聚商：从社区交友开始

##### 6.3.2 社区O2O的投资方式建议

(1) 依据自身资源，选择合适的切入点

(2) 不同背景的企业扩张策略差异化

(3) 积累用户数据库，为产品及服务延伸建立基础

(4) 选择少数关键业务实现突破，同时通过合作快速健全服务门类

##### 6.3.3 社区O2O的模式创新建议

##### 6.3.4 社区O2O平台推广建议

(1) 真正完善的社区O2O平台必须从物业开始

## (2) 广告价值和活动组织将成为社区O2O平台的盈利新来源( )

图表目录：

图表1：社区O2O市场包括内容

图表2：中国社区O2O场景特征及发展现状

图表3：中国社区O2O市场产业链图

图表4：中国主要生活性服务行业的部分政策信息

图表5：洗染、美容美发以及家政行业数据（单位：万人，万家，亿元，%）

图表6：2011-2019年中国网络购物市场交易规模（单位：万亿元，%）

图表7：2011-2019年中国整体及移动网民规模（单位：亿，%）

图表8：2008-2019年中国城镇和农村居民人均可支配收入及家庭恩格尔系数（单位：元，%）

图表9：新一代主要信息通信技术对社区O2O服务的贡献简析

图表10：中国社区O2O PEST分析总结

图表11：中国社区O2O市场AMC模型

图表12：中国社区O2O行业发展的关键时间点

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202011/193237.html>