

2024-2030年中国房地产类 网站经营市场评估与市场运营趋势报告

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

《2024-2030年中国房地产类网站经营市场评估与市场运营趋势报告》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/202403/444397.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《2024-2030年中国房地产类网站经营市场评估与市场运营趋势报告》共十章。首先介绍了房地产类网站经营行业市场发展环境、房地产类网站经营整体运行态势等，接着分析了房地产类网站经营行业市场运行的现状，然后介绍了房地产类网站经营市场竞争格局。随后，报告对房地产类网站经营做了重点企业经营状况分析，最后分析了房地产类网站经营行业发展趋势与投资预测。您若想对房地产类网站经营产业有个系统的了解或者想投资房地产类网站经营行业，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 2017-2022年中国房地产动态监测

第一节 2017-2022年中国房地产市场调研

- 一、2017-2022年商品房施工面积及同比增长情况
- 二、2017-2022年商品房竣工面积及同比增长情况
- 三、2017-2022年土地开发与购置面积同比增长情况
- 四、2017-2022年商品房销售额及同比增长情况
- 五、2017-2022年商品房销售面积及同比增长情况
- 六、2017-2022年商业营业用房投资完成额及同比增长情况
- 七、2017-2022年其它工程用途类投资完成额及同比增长情况
- 八、2017-2022年办公楼投资完成额及同比增长情况
- 九、2017-2022年住宅投资完成额及同比增长情况
- 十、2017-2022年70个大中城市房屋销售价格指数表

第二节 中国房地产企业分析

- 一、中国房地产百强企业分析
- 二、中国房产经纪百强企业分析

第三节 2017-2022年中国房地产行业面临的挑战

- 一、中国房地产行业三大弊端
- 二、中国房地产市场发展中存在的问题以及负面影响

三、中国房地产市场的新矛盾

四、我国房地产业亟需关注的八大问题

第四节 2017-2022年中国房地产行业投资策略分析

一、中国房地产行业主要对策分析

二、我国房地产市场发展的调控措施

三、克服房地产困难的对策分析

第二章 2017-2022年中国房地化分析

第一节 国外及港台地区房地产信息化现状分析

第二节 2017-2022年中国房地化的现状

一、我国房地产信息化现状分析

1、房地产信息化方案

2、企业运营模式转变决定房地产信息化发展

3、中国房地产信息化管理的现状

4、中国房地产信息化带动产业化

二、国内外房地产信息化比较分析

第三节 2017-2022年中国房地产信息化面临的挑战

一、中国房地产信息化的“三重山”

二、成长型房地产企业信息化问题有待解决

三、房地产中介信息化存在的问题

第四节 中国房地产信息化新趋势预测分析

第三章 2017-2022年国际房地产类网站运行分析

第一节 2017-2022年国际房地产业运行概况

第二节 2017-2022年国际房地信息化建设新进展

第三节 美国房地产网站发展分析

一、美国房地产网站用户访问行为分析

二、多数美国人借助网络买房

三、美国房产网站独立用户数及增长率

第四节 加拿大房产类网站的发展

第五节 2024-2030年国际房地产类网站新趋势探析

第四章 2017-2022年中国房地产类网站综述

第一节 2017-2022年国内房地产类网站概况

一、房地产类网站基本情况

二、房地产网站的特点和功能

三、房地产类网站类型及赢利模式

第二节 2017-2022年国内房地产类网站运行状况分析

一、房地产网站的数量规模

二、目前发展状况

第五章 2017-2022年中国主要房地产网站发展现状分析

第一节 主要房地产网站排名情况

一、房地产频道排名

二、Lagoo中国房地产类十强网站

第二节 搜房网

一、搜房网简介

二、搜房收购房产频道

三、搜房进驻网易房产频道

第三节 焦点房产网

第四节 中国房地产信息网

第五节 中国房地产资讯网

第六节 顺驰置业网

第七节 金丰易居网

第八节 房产之窗

第九节 虚拟房产网站

第六章 2017-2022年中另区域房地产网站运行分析

第一节 华北地区主要房地产网站发展分析

一、淘房网

二、北京拓房网

三、北京房产在线

四、天津房地产网

五、津房网

第二节 华东地区主要房地产网站发展分析

- 一、爱家房地产网
- 二、上海网上房地产
- 三、无忧房产网
- 四、住在杭州网

第三节 华南地区主要房地产网站发展分析

- 一、佛山房地产网站发展分析
- 二、惠州房地产网站发展分析
- 三、珠海房地产网站发展分析
- 四、深圳之家网

第四节 华中地区主要房地产网站发展分析

- 一、亿房网
- 二、武汉房信网
- 三、湖南住宅与房地产信息网

第五节 东北地区主要房地产网站发展分析

- 一、长春房产网
- 二、黑龙江房地产网站
- 三、哈尔滨房地产信息网

第六节 西部地区主要房地产网站发展分析

- 一、陕西房地产信息网
- 二、一起上房网
- 三、重庆一家网

第七章 2017-2022年中国房地产网络营销解析

第一节 中国房地产网络营销总体分析

- 一、房地产网络营销特点
- 二、房地产行业网络营销定位
- 三、房地产网络营销现状及发展趋势
- 四、房地产网络营销的优劣势分析

第二节 房地产网络营销方法分析

- 一、房地产项目网络营销方式分析
- 二、房地产网络营销的方法

第三节 房地产网络营销与传统营销方式的关系

一、房地产网络营销的模式

二、房地产网络营销与传统营销方式的对比

三、房地产网络营销是传统营销的继承和发展

第四节 房地产网络营销的作用及存在的问题分析

一、房地产网络营销的作用

二、目前房地产业网络营销存在的问题

第五节 房地产网络营销带来的商机

第六节 房地产行业网络营销开展策略与步骤

第八章 2024-2030年中国房地产类网站趋势分析

第一节 2024-2030年中国房地产类网站发展趋势

一、网络时代房地产业发展趋势

二、加快互联网与房地产领域互动刻不容缓

第二节 2024-2030年中国网络房地产的趋势预测及现阶段的重新定位

第三节 2024-2030年中国房地产类网站发展建议

第九章 2024-2030年中国房地产类网站投资环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2022年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2017-2022年中国房地产类网站市场政策环境分析

一、中国房产业政策解析

二、中国互联网信息监管

第三节 2017-2022年中国房地产类网站市场技术环境分析

第四节 2017-2022年中国房地产类网站市场社会环境分析

一、居民消费情况观念

二、中国互联网、电脑普及及应用状况

第十章 2024-2030年中国房地产类网站投资规划建设研究

第一节 2024-2030年中国房地产类网站行业投资概况

- 一、房地产类网站行业投资特性
- 二、房地产类网站具有良好的投资价值
- 第二节 2024-2030年中国房地产类网站投资机会分析
 - 一、房地产类网站投资热点
 - 二、房地产类网站投资吸引力分析
- 第三节 2024-2030年中国房地产类网站投资前景及防范
 - 一、金融风险分析
 - 二、政策风险分析
 - 三、竞争风险分析
- 第四节投资建议

图表目录：

- 图表：2017-2022年商品房施工面积及同比增长情况
- 图表：2017-2022年商品房竣工面积及同比增长情况
- 图表：2017-2022年土地开发面积同比增长情况
- 图表：2017-2022年土地购置面积同比增长情况
- 图表：2017-2022年商品房销售额及同比增长情况
- 图表：2017-2022年商品房销售面积及同比增长情况
- 图表：2017-2022年商业营业用房投资完成额及同比增长图
- 图表：2017-2022年商业营业用房投资完成额对比图
- 图表：2017-2022年其它工程用途类投资完成额及同比增长
- 图表：2017-2022年其它工程用途类投资完成额对比图
- 图表：2017-2022年办公楼投资完成额及同比增长

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202403/444397.html>