

2012-2016年中国房地产类 网站行业竞争格局与发展前景预测报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2012-2016年中国房地产类网站行业竞争格局与发展前景预测报告》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.chinairr.org/report/R04/R0402/201111/14-86815.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

房产类网站定义 以提供房产类新闻以及购房、房屋租赁、房产销售信息等服务为主的网站(含二级域名网站)。随着中国互联网的发展,网络已经融入到我们生活的方方面面,而我们也正是走在最前沿的人,我们在坐的各位都是互联网的开拓者。我们引领着更多的人加入到这个互联网的广阔天地里来。获取信息、相互交流、开展生意,可以说如今的企业离开了互联网这一开放而广阔的新媒体是无法快速而领先的发展自己的企业。

中国产业研究报告网发布的《2012-2016年中国房地产类网站行业竞争格局与发展前景预测报告》共十章。首先介绍了中国房地产类网站行业市场发展环境、中国房地产类网站整体运行态势等,接着分析了中国房地产类网站行业市场运行的现状,然后介绍了中国房地产类网站市场竞争格局。随后,报告对中国房地产类网站做了重点企业经营状况分析,最后分析了中国房地产类网站行业发展趋势与投资预测。您若想对房地产类网站产业有个系统的了解或者想投资房地产类网站行业,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。

第一章 近几年中国房地产动态监测

第一节 2009-2011年中国房地产市场分析

- 一、2009-2011年商品房施工面积及同比增长情况
- 二、2009-2011年商品房竣工面积及同比增长情况
- 三、2009-2011年土地开发与购置面积同比增长情况
- 四、2009-2011年商品房销售额及同比增长情况
- 五、2009-2011年商品房销售面积及同比增长情况
- 六、2009-2011年商业营业用房投资完成额及同比增长情况
- 七、2009-2011年其它工程用途类投资完成额及同比增长情况
- 八、2009-2011年办公楼投资完成额及同比增长情况
- 九、2009-2011年住宅投资完成额及同比增长情况
- 十、2009-2011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 2011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 2011年中国房地产业发展策略分析

- 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 中国房地产业信息化分析

第一节 国外及港台地区房地产信息化现状分析

第二节 2011年中国房地产业信息化的现状

- 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 2011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 国际房地产类网站运行分析

第一节 2011年国际房地产业运行概况

第二节 2011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 2012-2016年国际房地产类网站新趋势分析

第四章 中国房地产类网站综述

第一节 2011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 2011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 2011年中国主要房地产网站运营状况分析

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QQ.COM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ROBROAD.COM

第六章 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 中国房地产网络营销分析

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 2012-2016年中国房地产类网站趋势、前景预测分析

第一节 2012-2016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 2012-2016年中国网络房地产的发展前景及现阶段的重新定位

第三节 2012-2016年中国房地产类网站发展建议

第九章 中国房地产类网站产业发展环境分析

第一节 国内房地产类网站经济环境分析

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、2012年中国房地产类网站经济发展预测分析

第二节 中国房地产类网站行业政策环境分析

第十章 2012-2016年中国房地产类网站投资战略分析

第一节 2012-2016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 2012-2016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 2012-2016年中国房地产类网站投资风险分析

一、金融风险分析

二、政策风险分析

三、竞争风险分析

图表目录（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：……

更多图表详见正文……

通过《2012-2016年中国房地产类网站行业竞争格局与发展前景预测研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R04/R0402/201111/14-86815.html>