

# 2022-2028年中国社区O2O行业供需态势分析及投资机会分析报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2022-2028年中国社区O2O行业供需态势分析及投资机会分析报告》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：<https://www.chyxx.com/research/202010/902791.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

社区O2O又被叫做智慧社区O2O,是指充分利用互联网技术,采用大数据模式,同时综合了电商模式低成本省资源的特点,和传统模式服务与体验兼具的优点,实现居民足不出户的消费方式,是一种新型的消费模式。

智研咨询发布的《2022-2028年中国社区O2O行业供需态势分析及投资机会分析报告》共六章。首先介绍了社区O2O行业市场发展环境、社区O2O整体运行态势等,接着分析了社区O2O行业市场运行的现状,然后介绍了社区O2O市场竞争格局。随后,报告对社区O2O做了重点企业经营状况分析,最后分析了社区O2O行业发展趋势与投资预测。您若想对社区O2O产业有个系统的了解或者想投资社区O2O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——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：“淘点点”（布局iBeacon +餐饮导购）
- (2) 案例二——平台深耕：“饿了么”
- (3) 案例三——智能终端：“我有外卖”（牵手小米生活）
- (4) 案例四——去中介化：“觅厨”（即食料理包+菜品配送）
- (5) 案例五——物流整合：“到家美食会”（重模外卖O2O）
- (6) 案例六——营销创新：“叫个鸭子”（话题式营销）
- (7) 案例七——渠道创新：“青年菜君”（渠道创新+生鲜）
- (8) 案例八——大数据化：“金百万”（O2O转型思考逻辑）
- (9) 案例九——APP点餐：“那些年”（点餐无服务员）
- (10) 案例十——数据运营：“五味”（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) “家政O2O”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——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（ZY ZS）

部分图表目录：

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6：2017-2021年中国网络购物市场交易规模（单位：万亿元，%）

图表7：2017-2021年中国整体及移动网民规模（单位：亿，%）

图表8：2017-2021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：<https://www.chyxx.com/research/202010/902791.html>