

居理买房网NPS研究报告

2021年





房地产行业主战场由上游开发商向中游经纪平台演进，打造高水准的惊喜购房体验成为业内真命题。其中，新房经纪市场前景广阔，二手房交易市场良田待耕。



家亦非家：房子兼顾“安家”的精神属性，和“财产”的物质属性。在购房时，消费者的关注因素已不仅限于“房子本身”，更注重周边区域相关信息，包括交通便利性、位置地段和周边医疗等配套在内，均是购房重要的考虑因素。



由于存在供需信息不对称，房产中介借助自营平台能够做到信息整合，由此成为购房优选。近六成购房者认为匹配到与自身诉求相符的房子是购房寻求中介的核心期许诉求。同时，用户对中介能否做到隐私保护和中立客观也比较在乎。



作为线上房产中介新兴品牌，居理主要打造依托优质咨询师的精品服务。当前，居理品牌NPS打分为68%，处于较高水准。其中用户优先推荐居理的原因主要有咨询师素质好、学历高，服务专业和能做到高效匹配合适的房源。

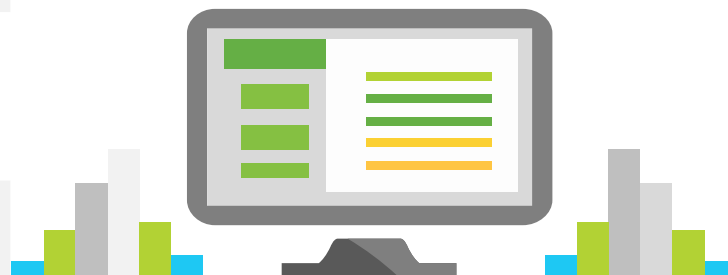


“匹配”是用户贯穿购房全链路的最核心诉求，从找房阶段的房源信息匹配到看房阶段的带看服务匹配。此外，看房过程中专车接送、中介人员高素质和信息安全有保障也是提升用户推荐度的重要维度。

调研样本说明

调研样本说明

调研概况	在线定量调研
调研方式	在线&线下调研结合
调查对象	1. 年龄在18岁以上 2. 过去一段时间使用过中介进行购房签约或实地看房的用户 3. 家庭购房主要决策人 4. 本地常住居民
问卷投放区域	全国中部、西部、南部、东部、北部五大区域全覆盖
问卷投放时间	2021.06
样本数量	1329



房产交易行业概览

1

房产消费行为洞察

2

居理用户NPS研究

3

居理用户全链路体验

4

房产经纪行业机遇与挑战并存

疫情致使“服务经济”加速升级为“体验经济”，与提供标准化购房基础服务相比，打造高水准的惊喜购房体验成为业内真命题。具体看，政策方面约束“跳单”保障经纪人权益，规范同业恶性竞争，避免劣币驱良币；经济方面房产交易供给与需求持续双增，迎来更大市场机遇；社会方面优秀经纪人缺口明显，考验企业自供血能力；技术方面加速落地，感受体验与技术亟待融合，协同共进。

政策——保障经纪人权益，兜底反外部性

- 《民法典》第九百六十五条（2020）明确规定，委托人在接受中介人的服务后，利用中介人提供的交易机会或者媒介服务，绕开中介人直接订立合同的，应当向中介人支付报酬。
- 法律明文限制买方“跳单”行为，中介人权益得到了合理保障。

经济——市场和需求双增长，为房产经纪带来机遇

- 房地产市场逆势扩张：**2020年，尽管面临新冠疫情的冲击，中国房地产交易规模仍再创新高，新房、二手房销售金额达到22万亿元。
- 住房需求不断增长：**2020年下半年，随着疫情逐步得到控制，积压的购房需求得到释放，新房、二手房成交量开始追平去年同期，此后同比增速逐渐扩大。疫情的影响并没有减少购房需求。

技术——远程看房应用场景增加，加速科技落地

- 自2018年贝壳首推出“VR看房”后，该技术一直不温不火；直至2020年疫情爆发，VR带看量暴涨至去年同期的60倍。
- 线上看房效率高、成本低，许多公司已经看到了VR的营销潜力，在未来更多新技术的加持下，VR或将成为房产经纪行业不可或缺的渠道。

社会——房产经纪人才供给不足，缺口有待填补

- 根据人社部最新公布的2021年第一季度“最紧缺”职业排行，房产经纪人位列第五，相较于上期排名上升了四个名次，其中在二、三线城市情况尤为严重。
- 房产经纪从业人员呈现年轻化和低学历化，从业年限也偏低，全国经纪人的平均中介职业生涯仅7个月，人才缺口是房产经纪公司目前面临的较大的挑战之一。

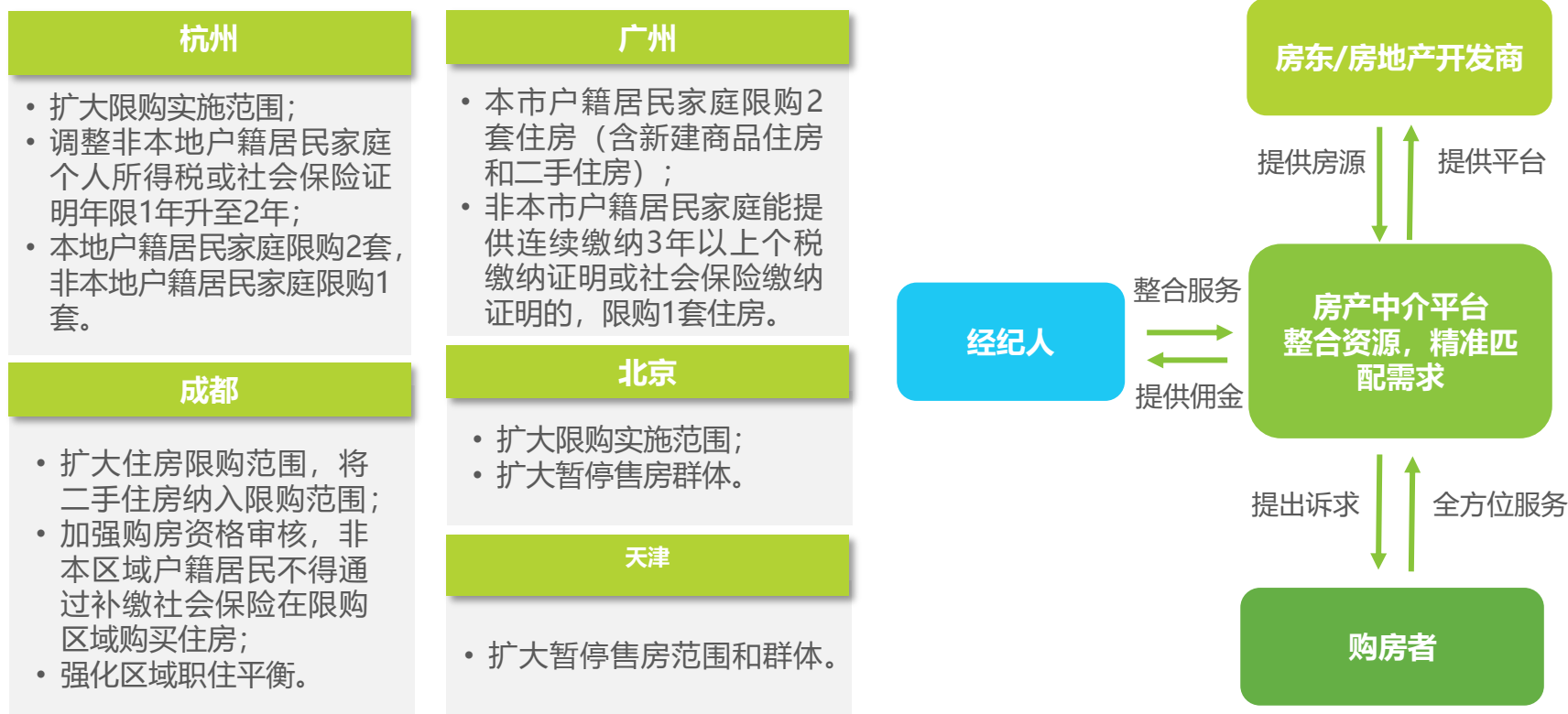
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

相关政策推动房产经纪行业运营精细化发展

产业政策的杠杆从“效率”逐渐滑向“公平”，“房住不炒”政策持续加码，多个城市陆续发布房地产调控政策，限购政策升级、市场趋于理性；导致过往集中式的大客户运营，向精细化的用户推荐演化。

2016年中央经济工作会议首次提出 “房子是用来住的，不是用来炒的”

精细化的用户运营机制

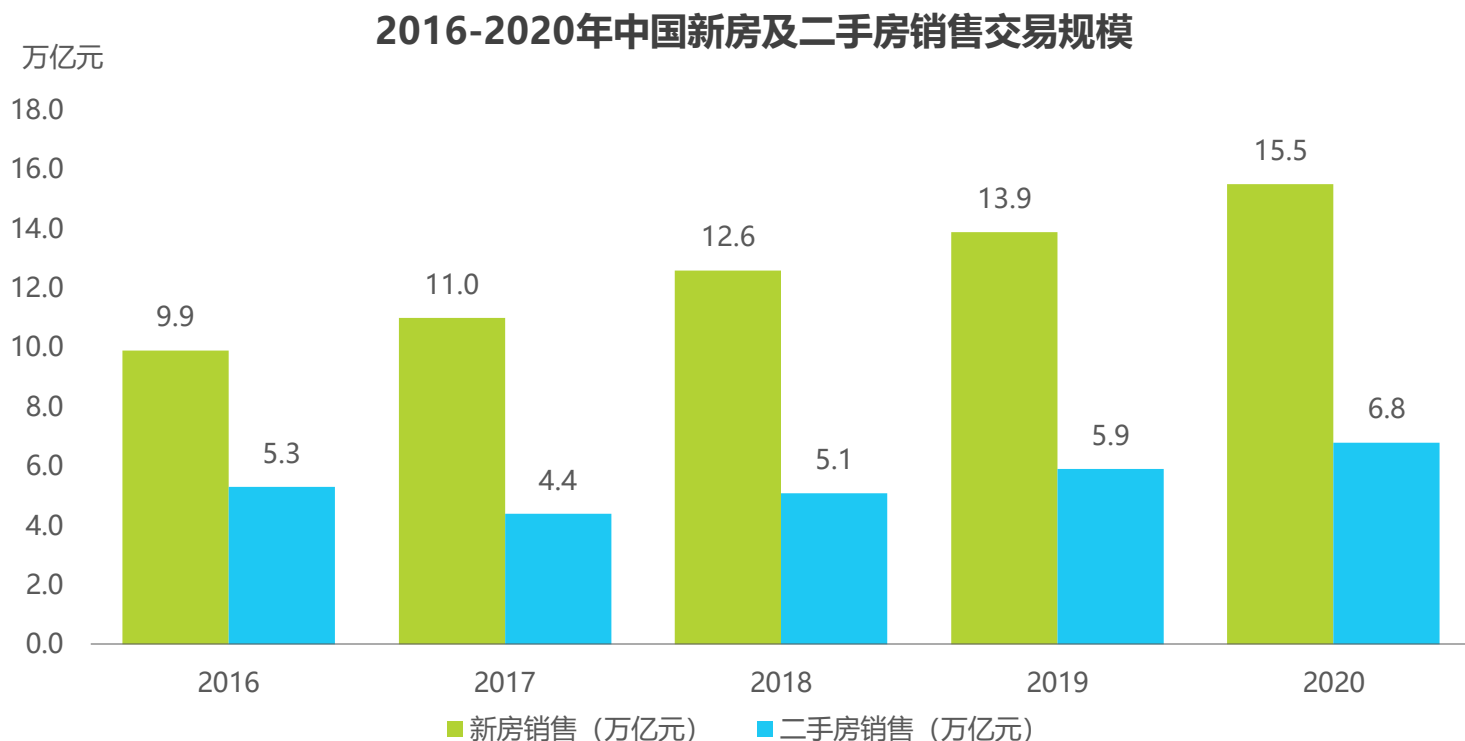


来源：艾瑞咨询根据国家统计局数据和公开资料自主研究绘制。

全国房地产交易市场规模

房地产交易市场规模持续扩大

自2016年以来，除2017年受到政策调控的影响外，新房和二手房的交易规模均呈现平缓增长的趋势；特别是2020年，虽然整体经济形势受到疫情影响，房地产市场交易仍逆势增长，新房交易规模同比上年度增长11.5%，二手房交易规模同比上年度增长15.3%。

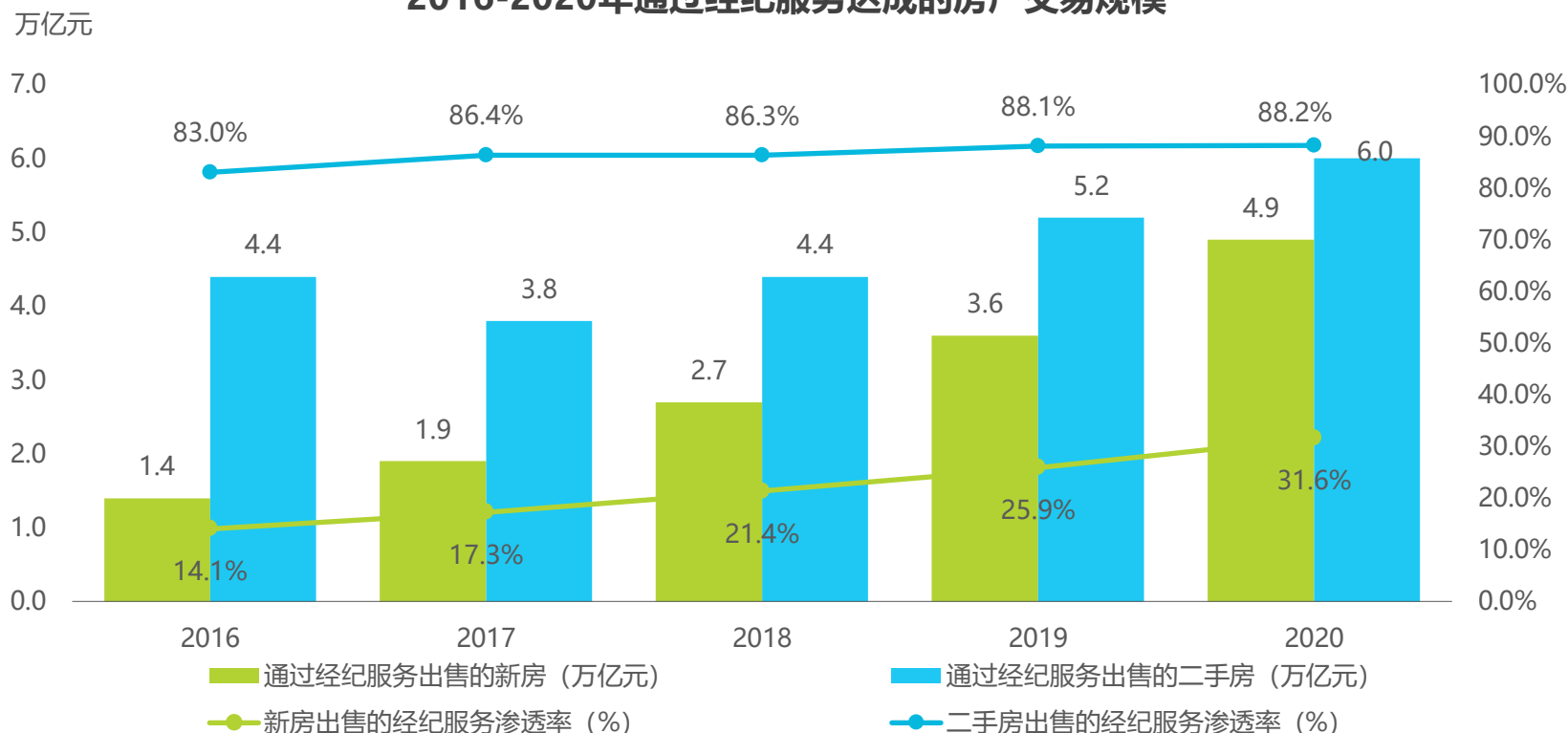


房产经纪服务市场规模

新房经纪市场前景广阔，二手房交易市场良田待耕

整体来看，通过经纪服务达成的房产交易金额近年来持续上升，其中，经纪服务在二手房销售上的渗透更广，2020年即达到88.2%；而经纪服务在新房销售市场上仍有较大空间（2020年新房经纪服务渗透率仅为31.6%），且预计未来新房产业主体也将由上游开发商主导的模式逐渐向中游房产经纪主导倾斜。

2016-2020年通过经纪服务达成的房产交易规模



来源：公开报告整理、兴业证券经济与金融研究院。

房地产行业产业链图谱

中游的房产经纪服务平台在产业链中愈发重要

在房产行业的产业链路中，随着信息化转型的不断推进，位于中游的房产经纪和房产服务平台取得了更大的发展空间，对于整体产业链的发挥作用也越来越重要。



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

房产交易行业概览

1

房产消费行为洞察

2

居理用户NPS研究

3

居理用户全链路体验

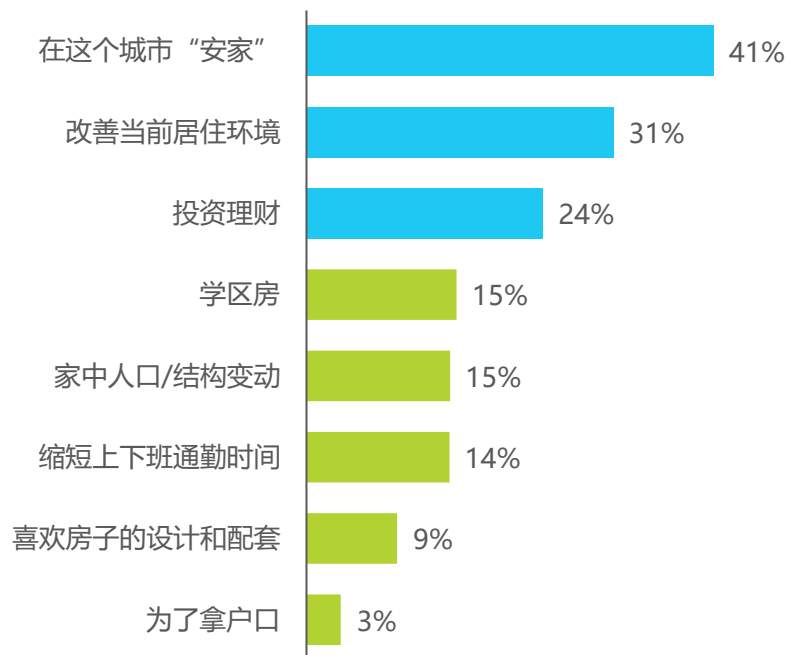
4

“房”的意义——房子是什么

房子在用户心中具有“家”和“投资理财”的双重属性

房子在整体消费者的心中“家亦非家”：除具有“家”、“港湾”等精神属性外，也被赋予了“投资理财”的财产属性。

房产消费者购房原因



房产消费理念（认同度-TOP2）

房子是家，是精神的港湾（81%）



“就是港湾，比家更高一个层次，你的家人和朋友都可以随意地在这里。” 成都被访者

有房子就意味着安居乐业，通过房子慢慢改善居住环境（73%）



“在每个中国人的心中都是有房就安居乐业了，只是住的条件好，慢慢改善这种，慢慢更新的过程。” 天津被访者

房子对应我而言是更加稳定的投资品，是理财的重要方式（68%）



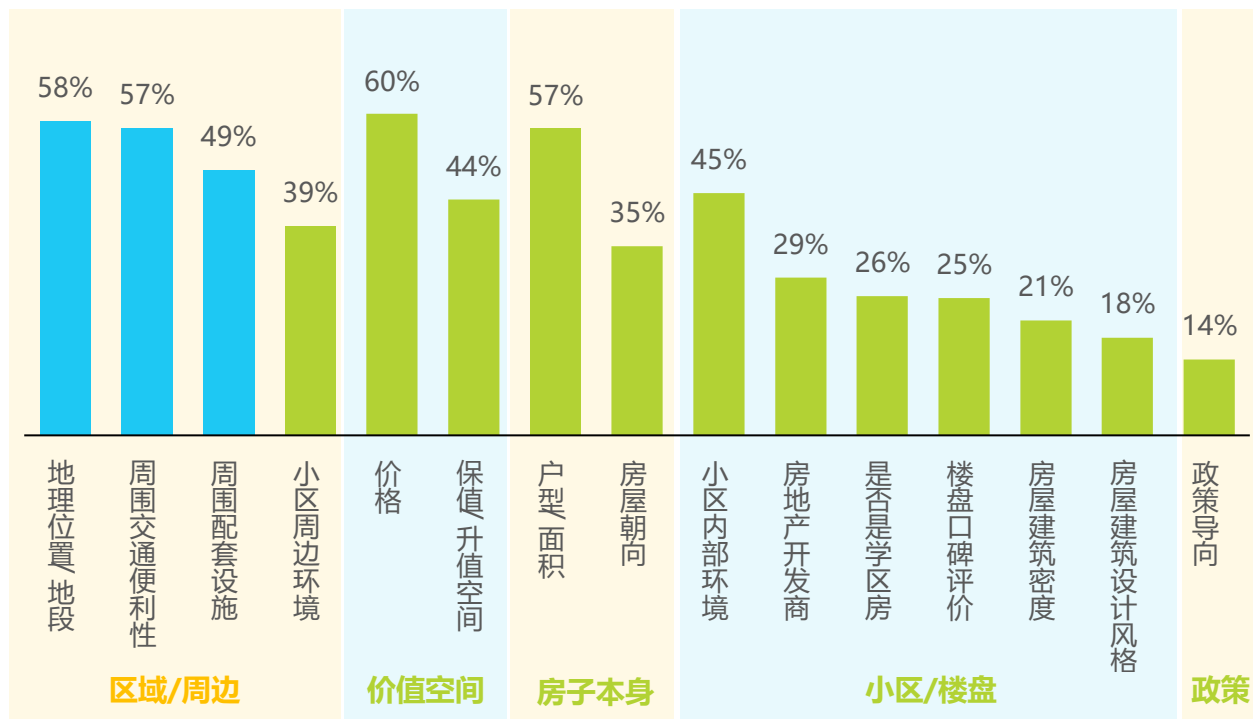
“虽然说现在的大趋势不会升很多，但是纵观整个市场上最保值的还是房子。” 广州被访者

购房考虑因素

较房子本身，区域/周边因素成为了购房首要考虑因素

无论是以房当“家”还是靠房理“财”，消费者在购房时的考虑重点均不仅局限于房子本身：整体来看，他们对房屋的周边区域有更高的关注度，具体包括交通便利性、位置地段和周边商业医疗等配套，这些是他们在购房时最核心考虑的因素。

房产消费者购房关注点



对房子周边关注高的原因



房子地段、周边配套等与房子的增值潜力挂钩

“那边的交通比较方便，还有医疗商圈都比较成熟的一个地段，那些地方后来的增值空间也比较大。” 成都被访者



房子周边交通的便利性与生活、工作的便捷息息相关

“离得近一点，然后交通方便一点。交通方便一点基本上通勤时间就减少了。” 广州被访者



房子周边的环境对居住舒适度也有较大影响

“我觉得看房除了看里面的装修环境，就是外部的环境也是一个比较重要的，因为我看了好多套，有些下面就是一个幼儿园，每天让你踢广播体操，高架就在你旁边，特别吵” 杭州被访者

来源：定性研究；定量研究，购房消费者整体。

购房决策周期

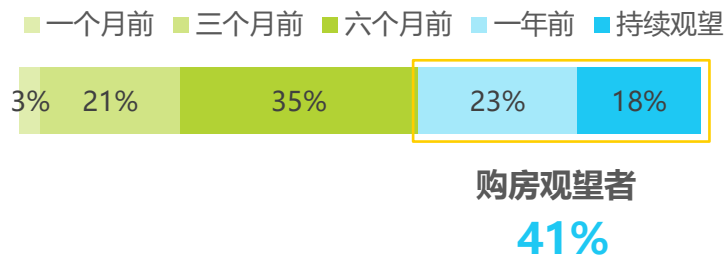
近八成用户在半年内完成购房，没有找到合适房源成为阻碍购房的首要因素

整体上，近八成用户会在产生购房意向后半年内完成认购，近六成用户在3个月内即迅速决策，完成购房；认购决策期超过一年的用户占比较少，仅为15%。在未认购者中，有41%的消费者购房意向期已超一年，处于“观望购房状态”。目前，“没有找到合适的房子”成为阻碍消费者购房的首要因素，房产中介能够提供高效的“匹配”服务就显得更加重要。

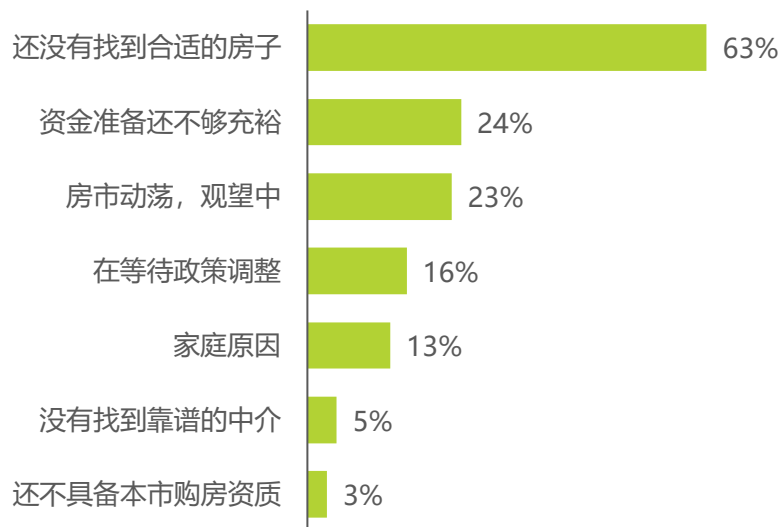
购房用户决策周期



未认购用户购房意向产生时间



用户购房阻碍因素

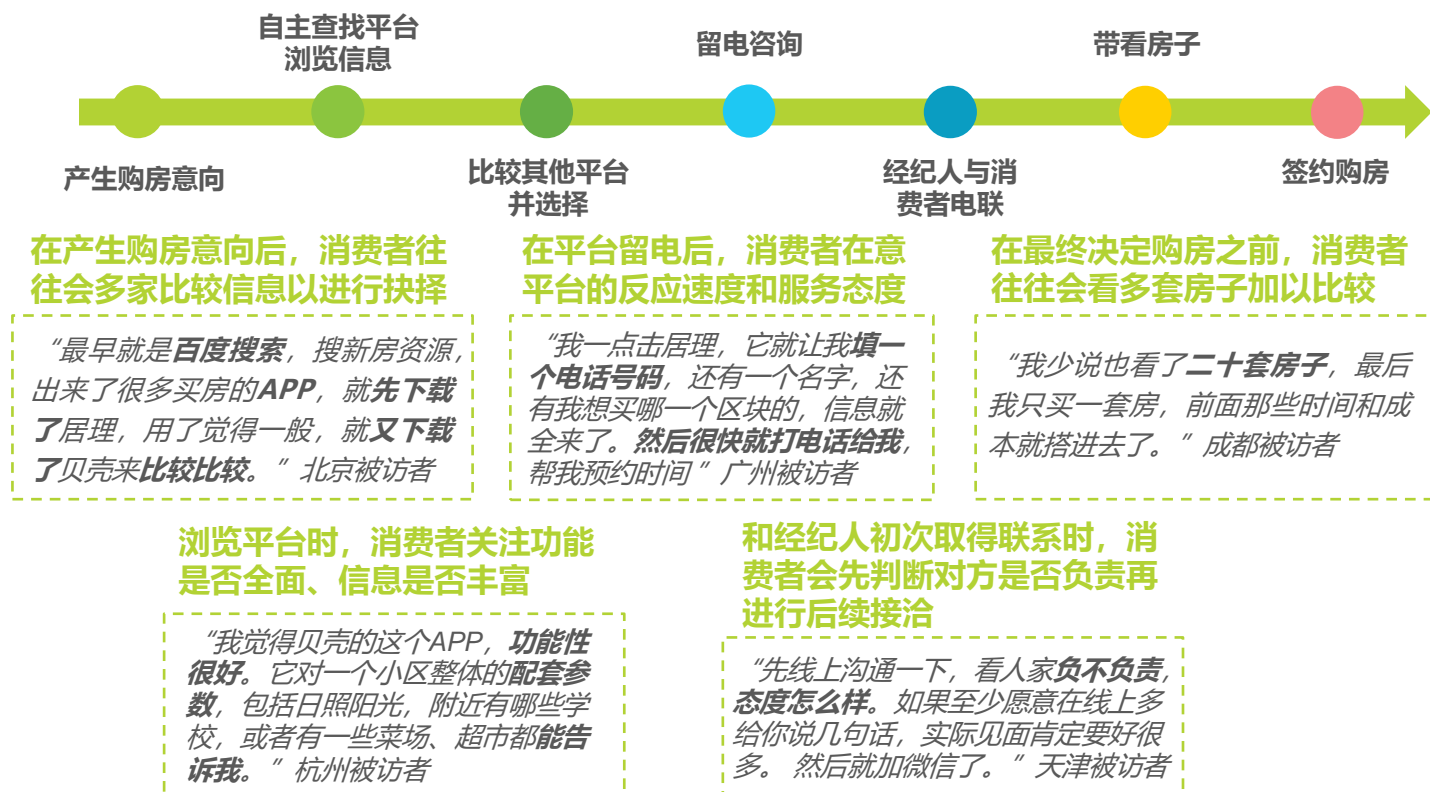


购房用户决策全链路

从产生意向到签约购房，消费者对各节点信息层层关注

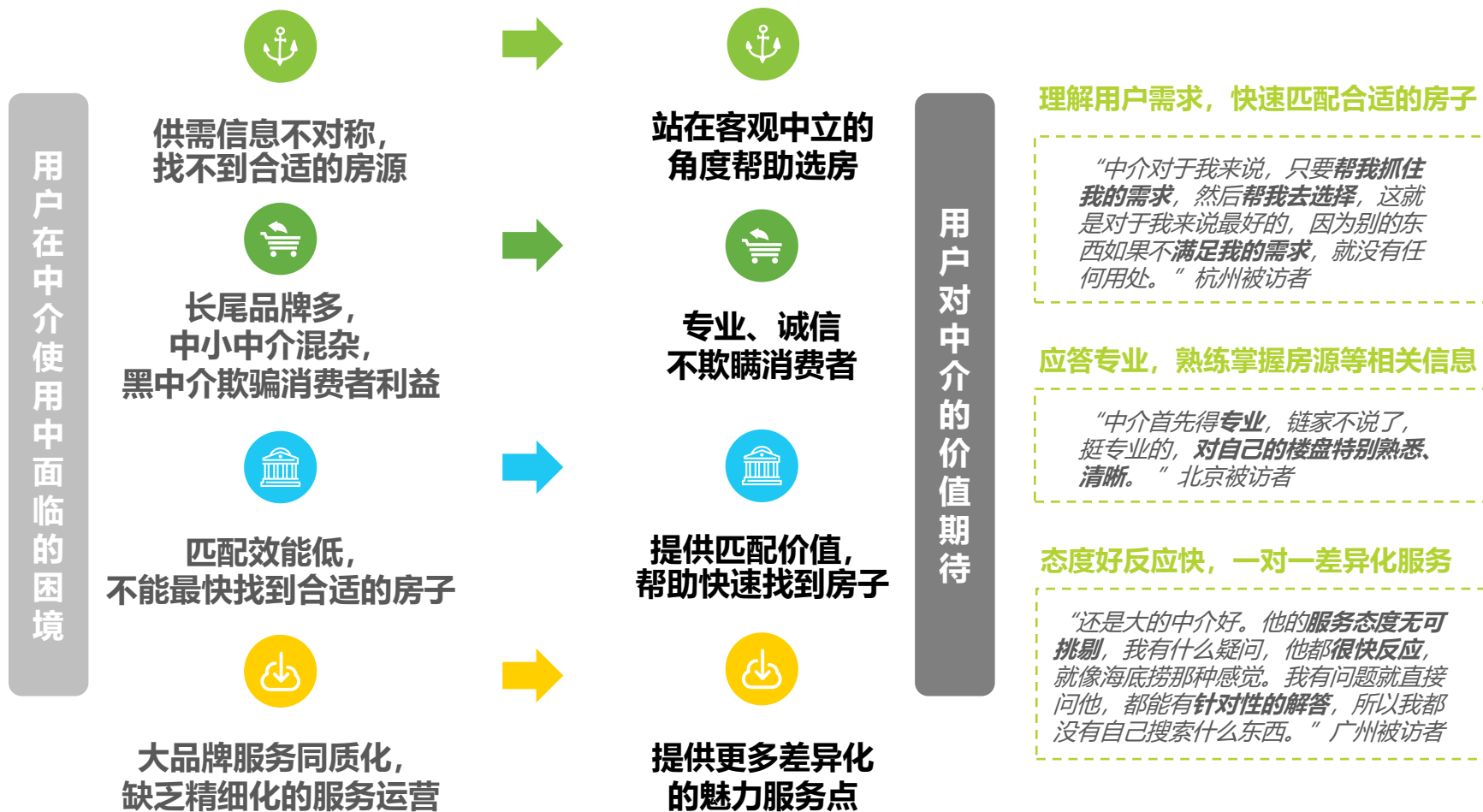
从最初产生购房意向开始在线上/线下搜索信息，到最终选定心仪的房子签约购房，消费者对每一个环节接收到的信息和服务都十分重视，都对提升消费者满意度、增加用户粘性起了重要作用。

购房用户决策链路图



购房用户价值感知

用户期盼中介能够客观中立、专业诚信，提供专属服务，快速地帮助匹配到合适的房子



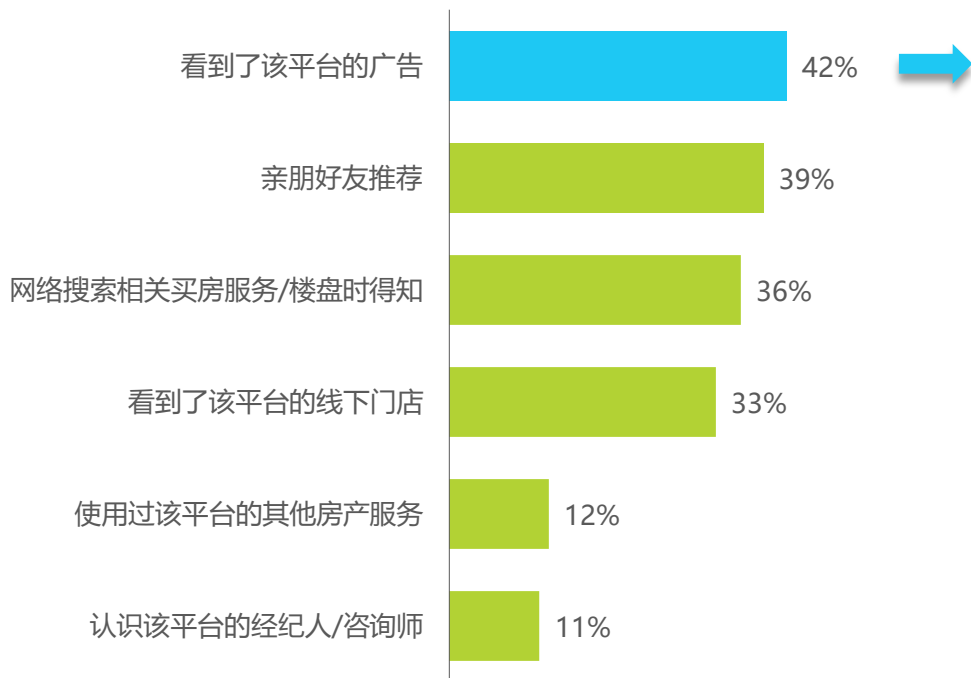
来源：定性研究。

购房中介知晓途径

广告及用户口碑均是消费者认知中介平台的重要途径

整体看，看到平台广告、好友推荐和网络搜索相关买房服务/楼盘得知，成为目前房产中介品牌最主要的三个认知来源。

房产中介品牌认知途径



搜索引擎广告：

“我是大部分用**百度**去找，然后就打电话找，中介就会上门带你去看，反正这个过程我觉得居理挺有特点的。” 杭州被访者

信息流广告：

“手机推送，我看**今日头条**上面推的这个，经常说居理买房，有小视频的广告，后来我就点开了。” 北京被访者

户外广告：

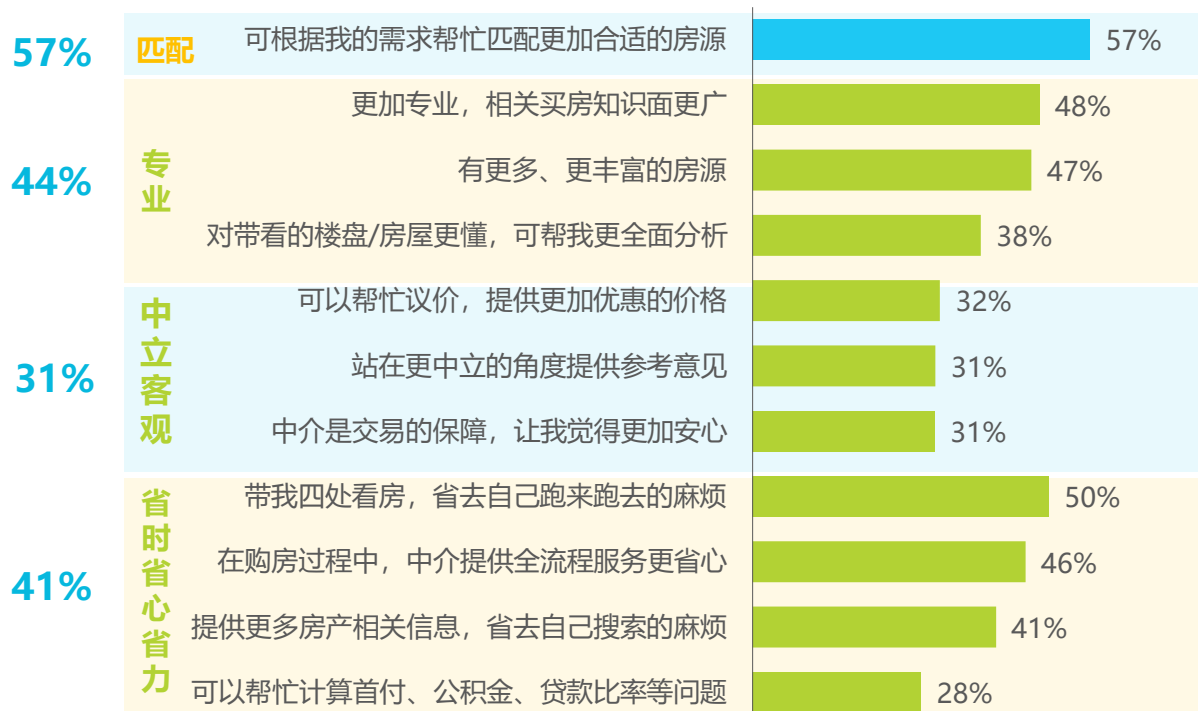
“我觉得广告包括一些街上的，一些广告伞上面，到处看到的地方**都有广告**，你就慢慢**被洗脑**了，其实居理我以前不太清楚的。” 杭州被访者

购房选择中介因素

用户最看重房产中介的“匹配”价值

“匹配”是房产中介可以提供给用户的首要价值，其次是专业的服务和省时省力省心的高效办事。总体来看，能够帮助匹配合适自身的房源成为了57%的消费者对于房产中介平台的首要诉求，而房产中介平台也可凭借其供需信息对称整合的能力，为用户提供更高效的房源匹配。

购房消费者选择房产中介带看/购房的原因



匹配的价值点

精准匹配：理解我的需求，找到最合适的房子

“我们用的居理，约下来看过一次。给我们推荐的房子，反正至少满足我这边的需求，所以说后续也没有去看别的乱七八糟的。” 杭州被访者

高效带看：一次带我看多个适合我的优质楼盘

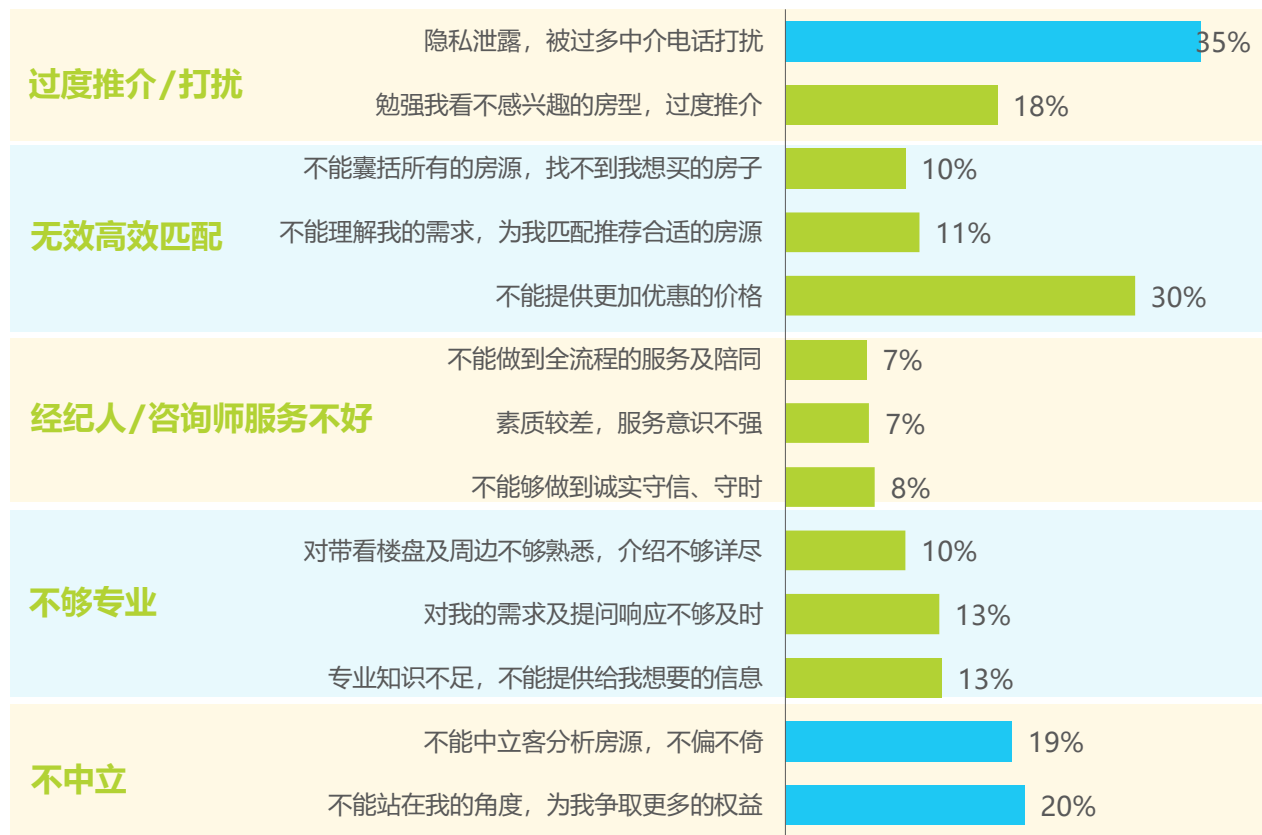
“如果我现在选择了跟居理，他一天可以给我专车接送，帮我择优去看，我看个10天、8天，我基本上可以把整个增城所有的优质盘都看完，而且他们全程是免费的，我觉得这一点很好。” 广州被访者

购房选择中介顾虑

用户对房产中介的隐私保护和中立性最为不满

整体看，用户对隐私保护和及中介立场的中立性更为在乎。具体看，35%的用户对隐私泄露被电话打扰而不满，20%的用户对中介不能站用户角度为用户争取利益感到不满。

房产中介平台使用过程中的不满意情况



用户的顾虑点

隐私保护：个人信息在多个经纪人间的转手带来的大量电话令用户反感

“他都会反复地换着中介打电话，可能他们有张名单是共享的，那个名单你打我打大家打，就很烦。” 成都被访者

客观中立：经纪人只是简单地介绍房子，不能站在用户角度分析问题

“我更加希望，中介站在自己的角度对这套房子是一个怎么理解，特别是销售没有讲到的负面，我觉得这个中介本身不够上心。” 杭州被访者

来源：定性研究；定量研究，购房消费者整体。

房产交易行业概览

1

房产消费行为洞察

2

居理用户NPS研究

3

居理用户全链路体验

4

房产服务平台行业概览

近年来，主打精品服务的线上中介平台快速发展

在各房产经纪头部品牌广泛占有市场的大环境下，近些年，房产中介服务行业新生了一批主打差异化精品服务的线上品牌，头条系品牌幸福里及主打高端咨询师专业服务的居理买房网正是这些新兴品牌中迅速成长的两家。

线下中介平台

线下门店遍布全国各大城市，通过品牌自由经纪人/置业顾问服务客户

链家



我爱我家



中原地产



德祐



21世纪不动产



... ..

线上中介平台

无线下门店，通过线上平台及品牌自有经纪人为客户提供找房、看房、购房一系列服务

居理买房网



Q房网



诸葛找房网



... ..

房产信息平台

房产信息聚合网站，主要为购房者提供找房信息服务

贝壳



安居客



58同城



幸福里



... ..

用走心的科技，真心帮每个家庭买好房

居理以高水准、高素质的咨询师作为客户与房源的连接点，利用智能系统持续自我迭代，实现“房源与购房者”匹配的高质量与高效率。

居理智能服务模式



算法基于每年7-8倍的服务数据增长持续优化、自我迭代

用户画像数据

职业、住所、决策因素、资金来源、购房目的等

用户偏好数据

服务偏好、户型偏好、城市偏好、配套偏好等

买房咨询师服务评价

买房咨询师服务质量反馈、服务习惯、流程优化

买房咨询师经验数据

买房咨询师成交经验、擅长客户、擅长楼盘等

楼盘字典、知识图谱

实时楼盘数据、政策信息抓取、构建动态图谱

未来规划数据（极其稀缺）

市场预测、交通规划、周边配套、上下游关联数据，构建房产消费智库。

居理咨询师特点

高素质

23.9% 211/985毕业
100% 本科毕业

严要求

30天岗前培训
严格服务考核

更专业

实地勘测百个楼盘
提供全城楼盘资讯

居理买房网NPS

居理品牌NPS处在较高水准

当前，居理品牌在整体用户中净推荐值打分达68%，品牌NPS表现良好。

NPS打分体系

您在多大程度上愿意向您的朋友（亲人、同事.....）推荐XX公司/产品？



NPS得分在50%以上被认为表现良好，如果NPS在70%-80%之间表明产品/品牌拥有一批高忠诚度的好客户，多数产品/品牌的NPS在5%-10%之间

居理买房网NPS



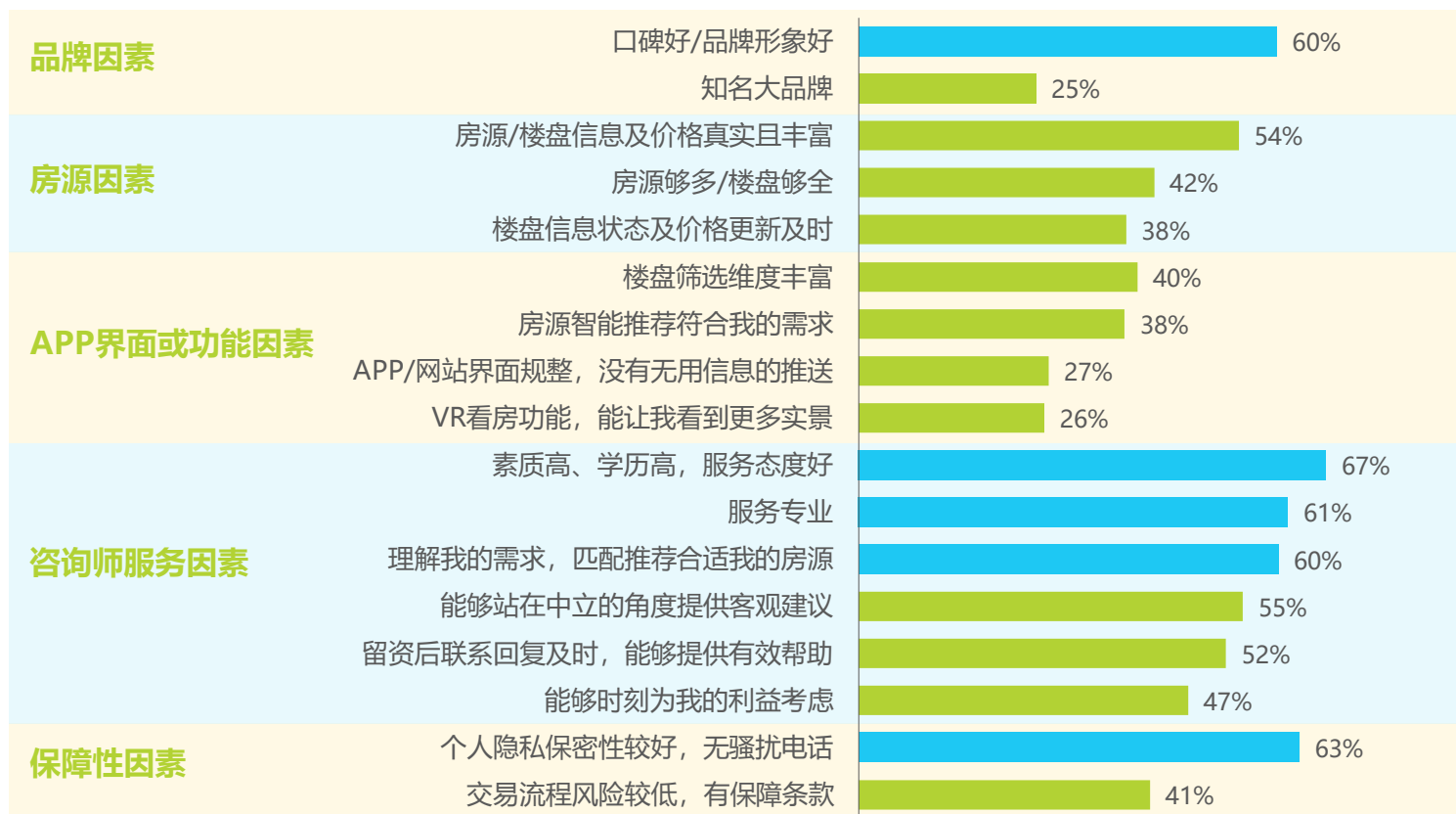
68%

居理NPS·推荐因素

用户因咨询师专业、匹配而推荐居理

用户优先推荐原因主要有咨询师素质好、学历高，服务专业和高效匹配合适的房源。而目前品牌知名度暂非居理优势点，相对而言APP界面或功能因素等方面对于用户推荐的贡献度较低。

用户推荐居理因素



来源：定量研究，居理NPS打分9-10分被访者。

居理NPS·推荐因素

高效匹配、咨询师优质、服务专业



高效匹配

1

匹配合适的房源

“一路看下来居理的专业性比较好，给我推荐的**房子也比较贴合我**，很舒心。” 成都被访者

2

理解我的需求

“然后提前跟那个小伙子联系了，**说了一下我的需求**，但是我觉得**他能听的明白**，第二天带我看了两套房，我就马上确定了一套房，这个**沟通的速度跟理解的速度还是蛮快的**。” 杭州被访者



咨询师优质

1

素质/学历高

“听说居理招经纪人的条件都是**高学历**，注重考查服务水平” 北京被访者

2

服务态度好

“居理的服务也挺好，有时候到晚上很晚了，聊个天，推个房子，都能**热情地接待**。” 天津被访者



服务专业

1

专业的服务

“我遇到的这个人真的很**专业**，晚上把今天看好的房子做一份**总结**，把没看过的楼盘**整理出来**，给我自己回家再去评估。” 广州被访者

2

专业的态度

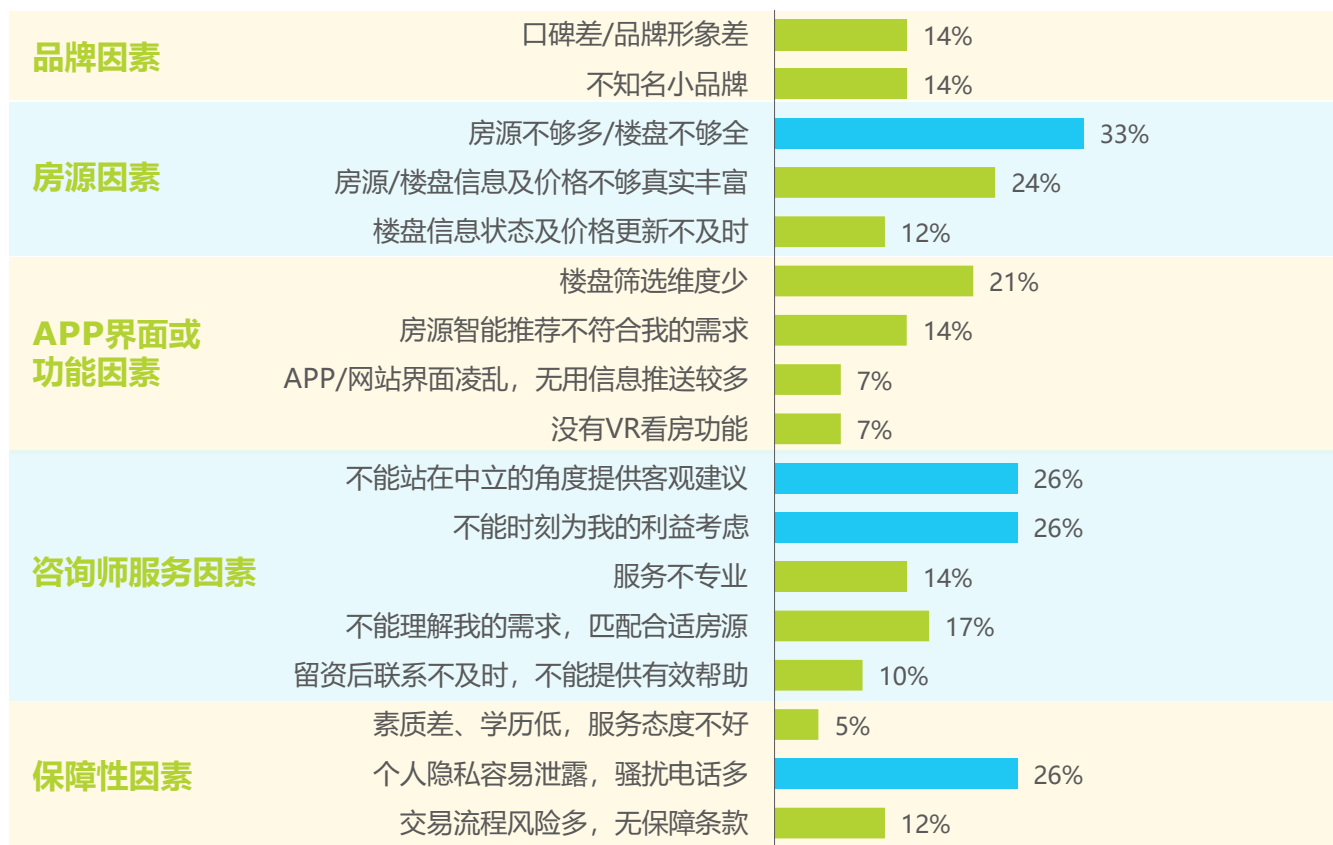
“她**真的很专业**，我遇到的这个真的很专业。我差不多到广州了，她又问我，她说我不一定要送你回家的，你去天河或者去哪里，或者去你客人那里，都可以。” 广州被访者

居理NPS·不推荐因素

用户因房源不全、不中立而不推荐居理

目前，居理在房源全/多方面表现尚有欠缺，且咨询师服务不够中立客观也会造成用户的不推荐。

用户不推荐居理因素



来源：定量研究，居理NPS打分0-6分被访者。

影响购房用户推荐的品牌价值特征

服务优质、靠谱贴心、信息真实丰富对品牌推荐贡献度更高

服务优质、值得信赖和信息真实丰富的特质对用户向其他人推荐一个平台是非常重要的。

服务优质

- “优秀的中介能明白你的需求，**真心地服务**，去解决你的问题，再提供解决问题的方案，这样的中介我下次会向我朋友推荐的。” 杭州被访者



值得信赖

- “我还是会推荐线下的那个平台和经纪人小姑娘，看每套房子她，那的信息都很丰富又客观，**非常靠谱**，看房过程也非常舒服。” 北京被访者



信息真实丰富

- “我更推荐集大成的平台，好几个房源**相关的信息都有**，**照片也全**，VR和实地看是一样的。” 成都被访者

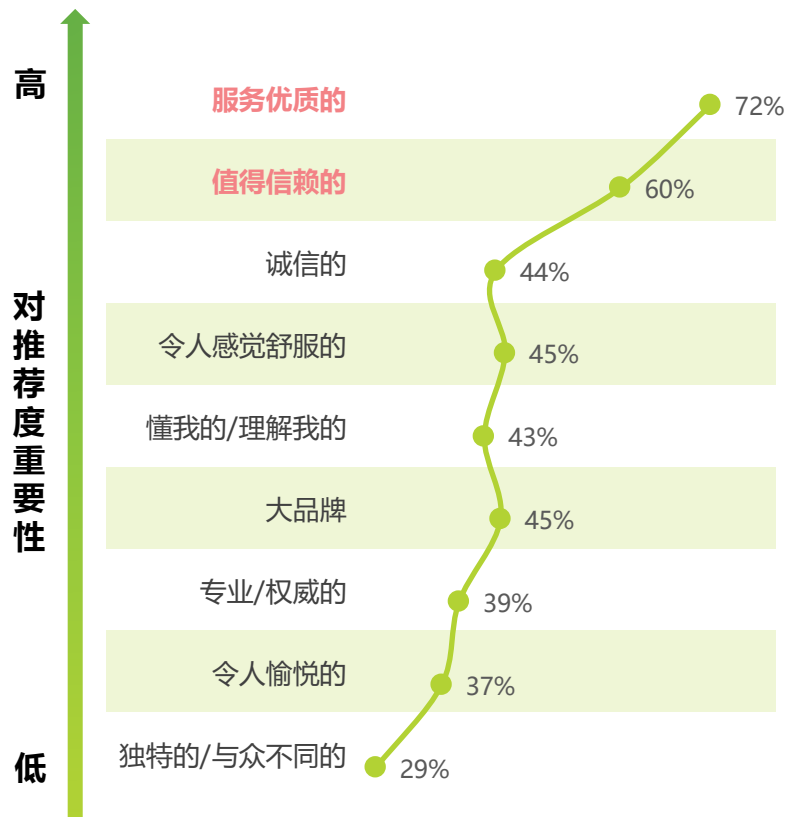


居理NPS·品牌价值感知

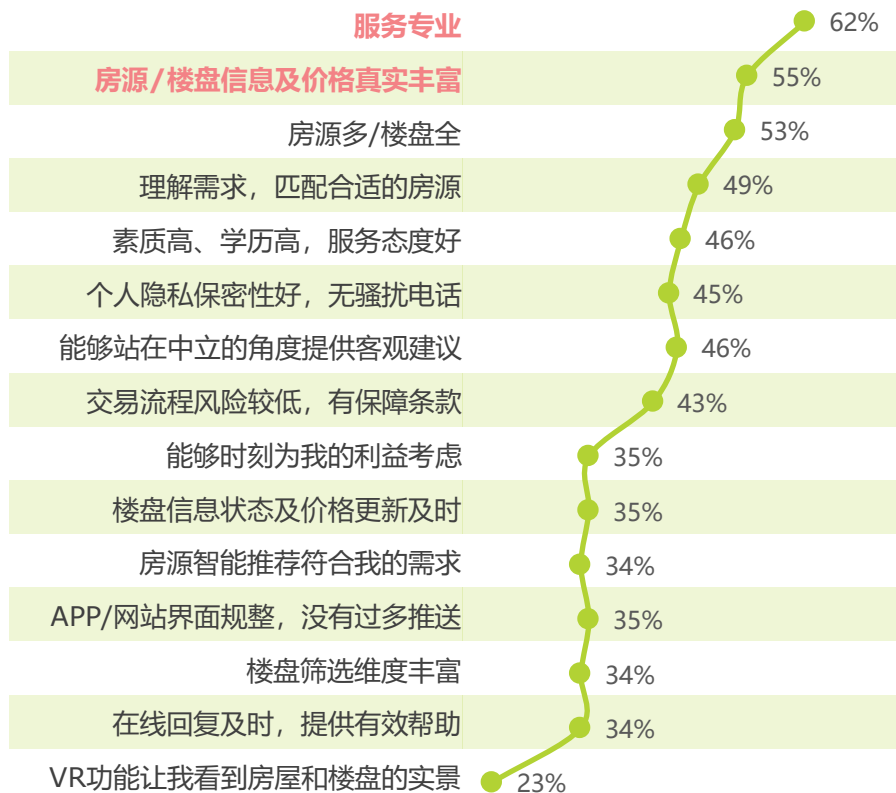
服务优质、专业，值得信赖是居理最为突出的品牌形象

目前，用户对居理品牌服务优质、专业，以及可信赖的品牌特征认同度最高。

居理品牌形象感知



居理功能形象感知



来源：定量研究，居理用户整体。

居理NPS·推荐主体

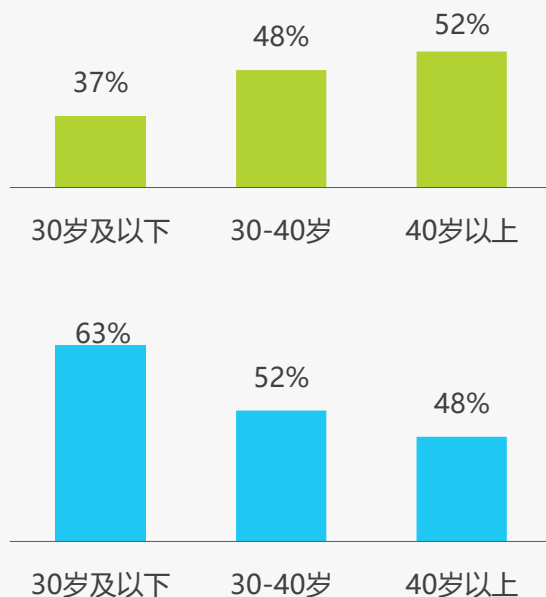
居理用户整体倾向于推荐咨询师

整体上看，更多用户会倾向推荐咨询师，其中年轻人对咨询师的依赖度和信赖度相对更高，相较而言对咨询师个人推荐意愿更强。在定性阶段，通过对不同级别城市消费者的访谈，发现一线城市用户更加信赖大平台，而新一线和二线消费者则更加看重“人情”，他们会更加信赖也更加依赖当前手上的咨询师“人脉”。

居理用户推荐主体倾向

APP
中介平台 46%

咨询师 54%



天津：在买房上也更讲“人情味”，对他们而言平台的重要性降低，人（经纪人/咨询师）的重要性凸显，他们更愿意相信“靠谱”的个人，而非平台

“之前我们看房认识的链家的周姐就是很好。我们想看团泊的，人家就自己租了辆车，她刚学完本还没买车。连着练练她的车，带着我们去，真是花了很大心思。” 天津被访者

北京：整体购房环境较为特殊，除限购政策严格外，整体房价较高，消费者在购房上的整体谨慎度和专业度都相对更高，而他们更愿意去选择与推荐大平台

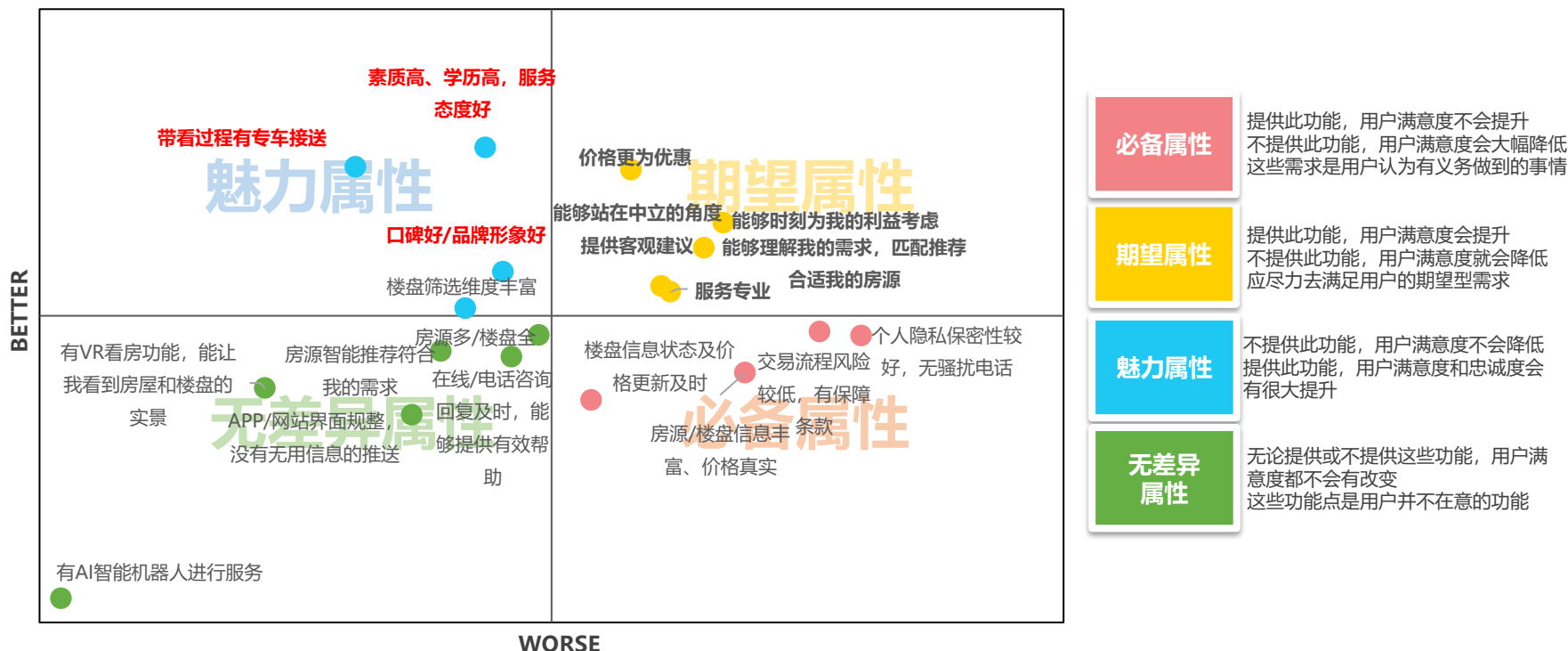
“当时和我联系的是一个人，过了几天看房又是另外一个人，这一点我感觉不太好……看房的时候XX的人都会拿一个ipad讲，感觉品牌整体比较专业。” 北京被访者

居理用户对中介平台的价值诉求

居理用户更期待房产中介能做到匹配、专业和中立

房产中介平台提供“匹配”、“专业”、“客观中立”的服务是用户更期待的，同时也是品牌提升客户满意度重要的优化方面。“平台良好的口碑和形象”、“带看专车接送服务”以及“高学历、高素质的咨询师”是房产中介平台在用户心中的魅力加分项，对提升用户忠诚度有很大贡献。

房产中介平台价值属性期待



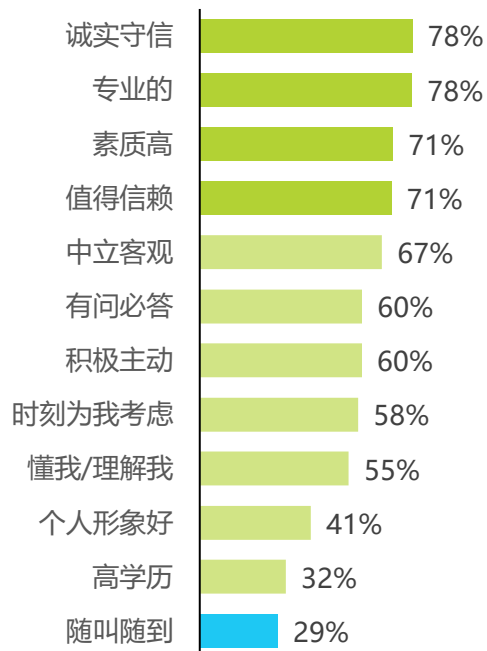
来源: 定量研究, 居理用户整体。

居理NPS·品牌形象期许

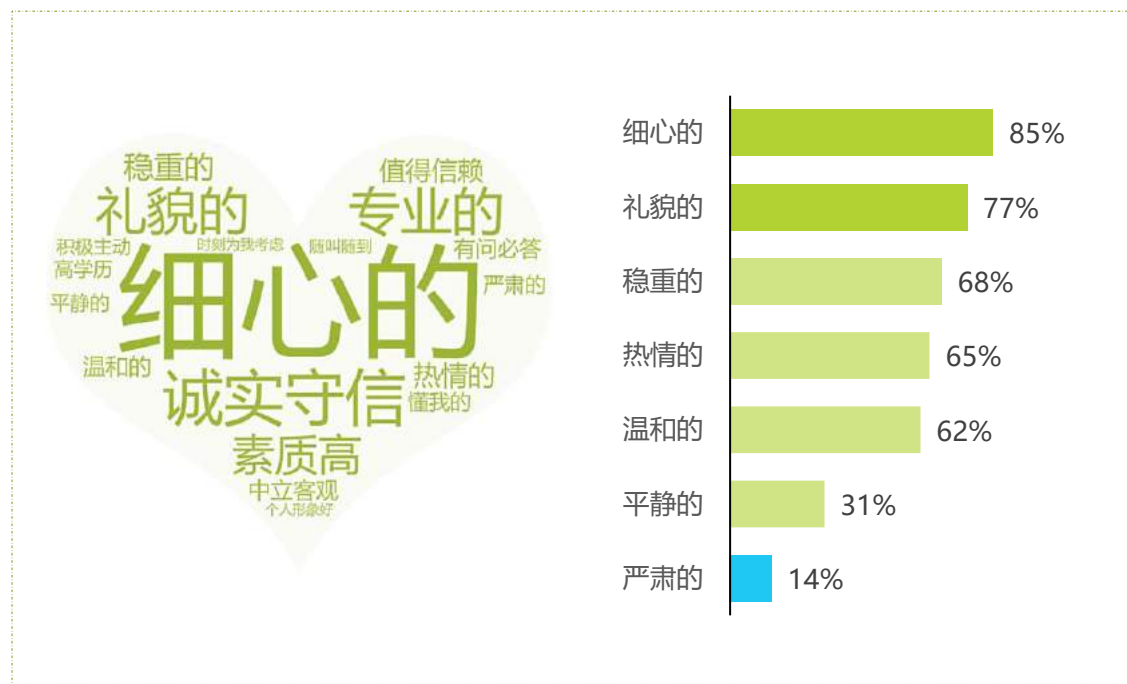
用户期望房产中介是诚实、专业、有高素质的

整体上，用户期待房产中介品牌是诚实、专业、有高素质的，并不需要咨询师随叫随到。具体看，希望咨询师兼具细心与礼貌，不希望咨询师过于严肃。

平台品牌特质期待



咨询师情感形象期待



房产交易行业概况

1

房产消费行为洞察

2

居理用户NPS研究

3

居理用户全链路体验

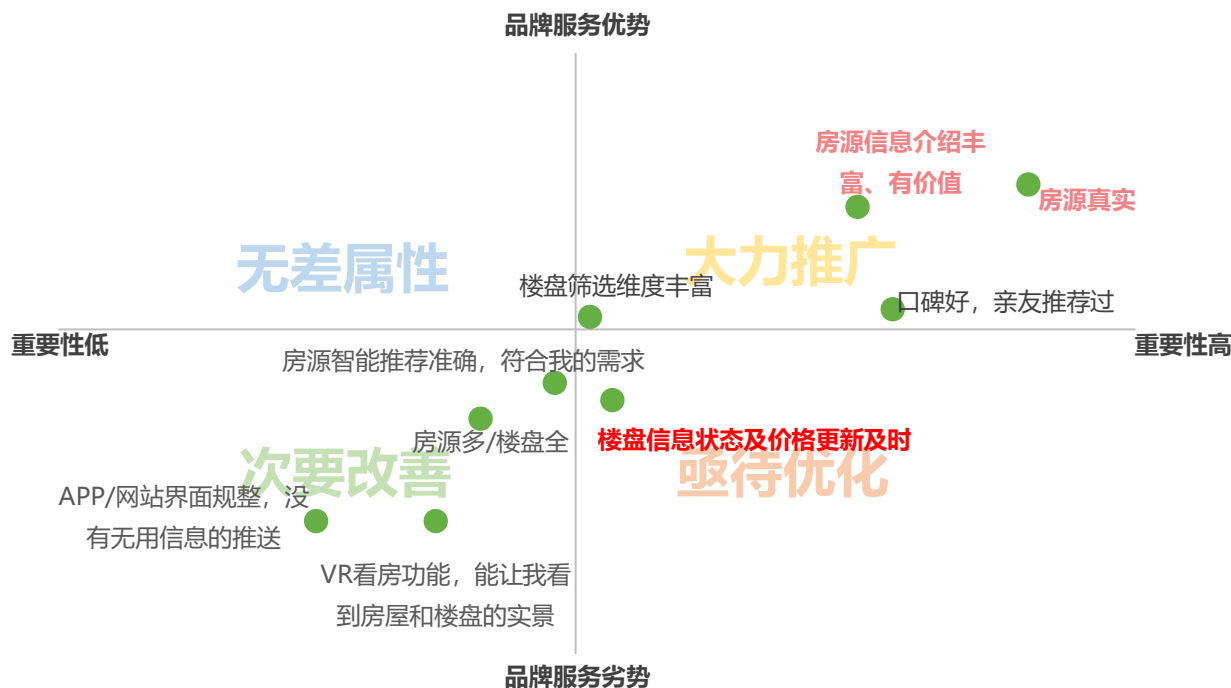
4

居理用户全链路体验·找房

房源信息的真实性和丰富性是用户在找房阶段的核心诉求点

在找房阶段，“房源”信息的提供成为了中介平台最核心的价值，真实的房源和详实有用的房源信息是用户此阶段的需求重点。目前，用户对居理在找房阶段提供的服务整体较为满意，但楼盘信息的及时更新尚有待改善。

找房阶段各功能价值分布



房源有价值是获得用户的第一步

“之前前我最早看房那阵用的是XX，我想看看其他家房源是不是更全更多，我才下的居理，想要对比看看，用不同的几家多找找。” 天津被访者

房源的真实性会影响用户的留存

“因为AA的房源比较真实，我之前也用过XX，包括租房用过XX，XX上面很多虚的房源，其实那个房子早不在了，然后我就不用这个APP了。” 北京被访者

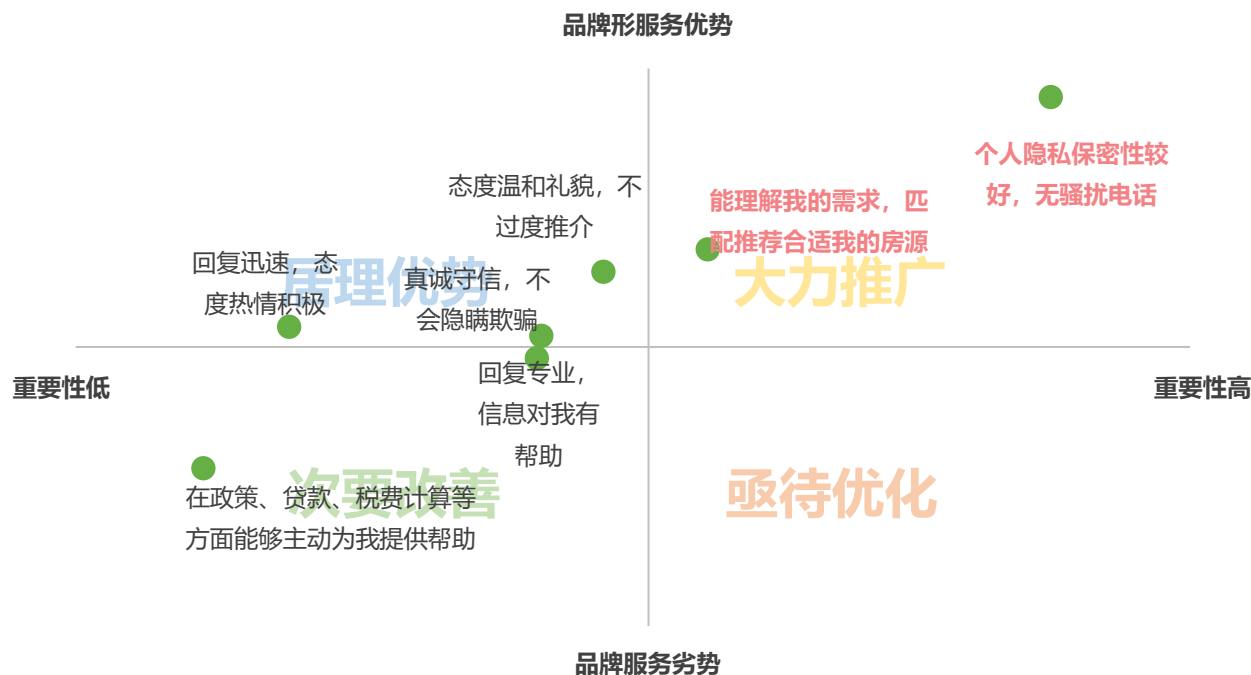
“但是我们觉得上面的房源会真实性没有AA上面的真实，因为很多都是照片比较虚假的感觉，所以我们当时用的是AA比较多。” 广州被访者

居理用户全链路体验·留电

用户个人信息保密和房源高效匹配是该阶段服务重点

在留电咨询阶段，“匹配合适的房源”是用户关心的重点，同时平台对用户隐私的保密也是影响该阶段服务体验的重要因素。目前用户对居理在留电阶段提供的大多服务均较为满意。

留电阶段各功能价值分布



房源的匹配是引发用户兴趣的关键

“他在线上也给我推荐房源，最起码确实是我想要的，并且我感兴趣的，我才会跟他进一步深入了解沟通，你再给我推荐我也不会觉得你很烦。” 天津被访者

“都是这种，哪有闲功夫和他一块看，让他推一些房源，我说你推过来，我看着顺眼，我想看再告诉你再去，如果你推过来没有兴趣，就算了。” 北京被访者

用户个人信息泄露带来的过度推介，会造成用户的流失

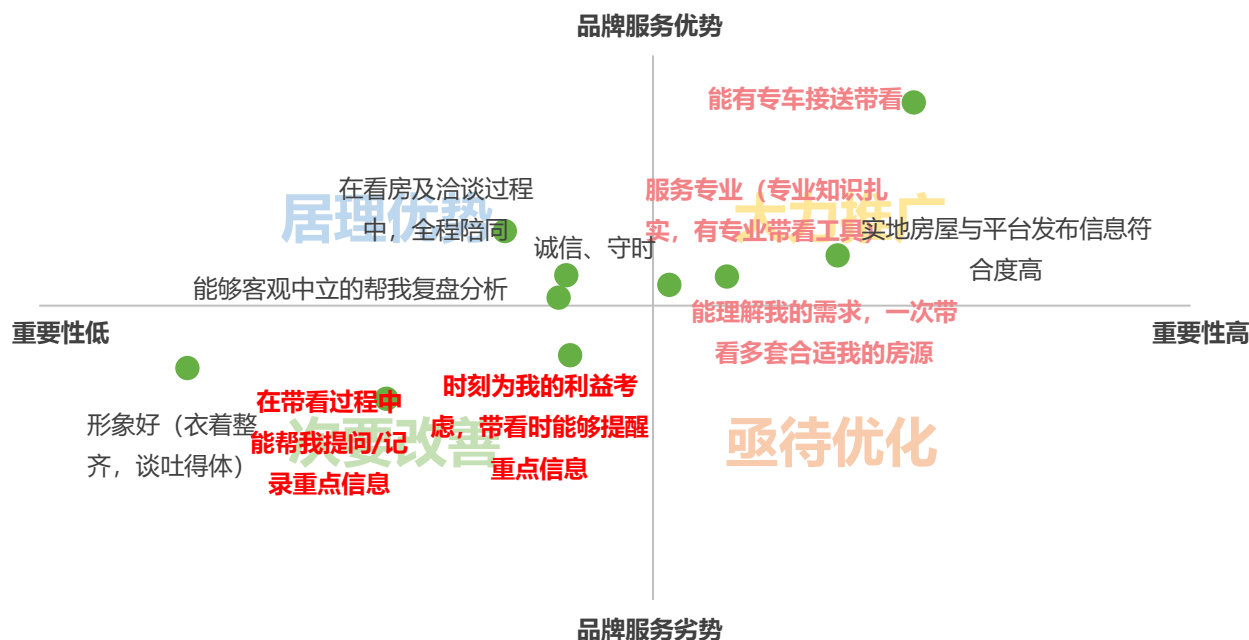
“之前XX有个问题就是说他用户对用户的隐私保护不好，每次看完盘一段时间就会接到链家打来的电话，不管是新盘或者是商办类的他会给你推，这点让我很恼火。” 成都被访者

居理用户全链路体验·看房

“专业”和“匹配”是影响中介带看服务满意度的重要方面

在看房阶段，“专业”和“匹配”仍是影响用户满意度的重要方面，目前，用户对居理在带看服务过程中体现的专业度，以及对用户的需求的精准理解和房源的高效匹配较为满意。并且，居理的专车接送服务也为用户带来了“惊喜点”。在带看过程中，如果房产中介平台能够做到提醒客户重点信息、过程中能够帮客户提问和记录，则对品牌服务体验满意度提升更加有效。

看房阶段各功能价值分布



专业-专业的知识，专业的理解

“在路上跟我聊一下，他对那个区域和房源的**了解和理解**，包括附近其它地方的比较，这就让我觉得**特别专业**” 天津被访者

专业-专业的带看工具

“咨询师就**拿着一个手提电脑**可以帮你解释你现在去的那个板块有什么东西，它的优势在哪里，它的缺点在哪里” 广州被访者

专业-专车接送

“居理推给你，居理所有的看房**全都是有车接送的**” 天津被访者

匹配-准确理解需求，高效带看

“居理的小姐姐她带我们8点钟出门，我们看了**4个房源**，一直从市区到增城，就回来了，整个过程他们**安排得很好**” 广州被访者

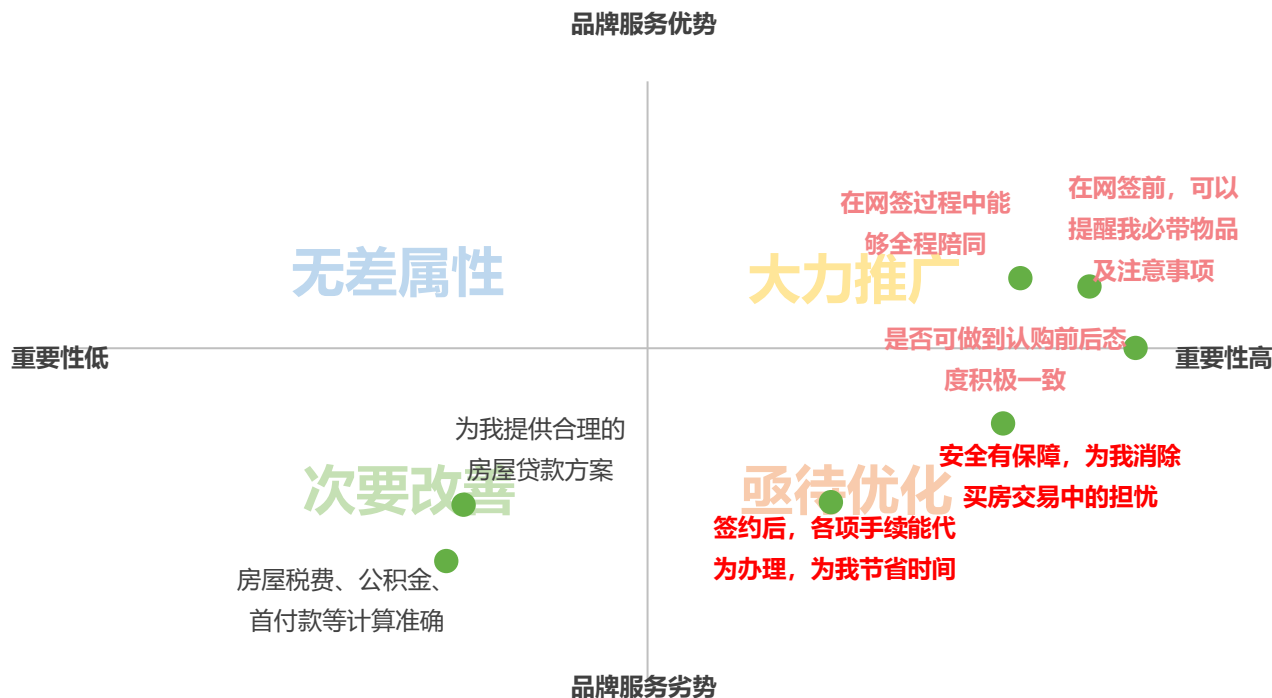
来源：定性研究；定量研究，居理看房用户。

居理用户全链路体验·认购签约

认购阶段服务“贴心”与“安心”更为重要

网签前的提醒、网签过程中的全程陪同以及签约前后的态度一致对用户体验满意度很重要，目前，居理这些方面的表现较为“贴心”。此外，优化用户看重的购房安心保障及手续代办等方面对服务提升也会有较大贡献。

认购签约阶段各功能价值分布



网签过程中贴心的服务令用户满意

“那个人就**全程陪同**，网签和后面的过户、贷款那些，只要我们需要跟业主一起见面的，他都会去，**全程服务到位**。”广州被访者

用户希望中介能够在签约过程中把关，让他们更“安心”

“我毕竟是第一次买，后续在一些**流程上**他们应该做到**把关**的，但是这一点上我觉得居理没有做到。”北京被访者

后续周边服务的提供是惊喜加分项

“如果对这个房子感兴趣，有些中介**现场就会给你算一下税费各方面的问题**，这样就可以直接就跟房东谈价格了。”杭州被访者

居理用户全链路体验

匹配、专业、细节服务是居理在服务全链路的优势点

从全链路整体来看，居理的突出优势是“**房源的匹配**”和让用户感到惊喜和贴心的“**细节服务**”，**专车接送**也是居理在用户心中的魅力点。



居理在品牌**口碑**、**房源真实**、**信息丰富**上深受消费者的认可，但在**房源丰富性**等方面还需重点关注

居理此阶段主要优点在于对**用户隐私保密性的重视**和**房源的高效匹配**，而此阶段如何能**更精准匹配用户诉求**还有待思考和精进

在这一阶段，消费者喜欢居理提供的**专业服务**，同时，他们对“**专车接送看房**”服务感到惊喜，而带看过程中的**提醒和记录等细节服务**仍需极强

用户认为居理在认购阶段的**陪同、提醒**很贴心，签约前后的态度如一也更让用户满意，**交易过程如能提供更多保障**，会让用户更安心

艾瑞新经济产业研究解决方案



行业咨询

- 市 场 进 入 为企业提供市场进入机会扫描，可行性分析及路径规划
- 竞 争 策 略 为企业提供竞争策略制定，帮助企业构建长期竞争壁垒



投资研究

- IPO行业顾问 为企业提供上市招股书编撰及相关工作流程中的行业顾问服务
- 募 投 为企业提供融资、上市中的募投报告撰写及咨询服务
- 商业尽职调查 为投资机构提供拟投标的所在行业的基本面研究、标的项目的机会收益风险等方面的深度调查
- 投后战略咨询 为投资机构提供投后项目的跟踪评估，包括盈利能力、风险情况、行业竞对表现、未来战略等方向。协助投资机构为投后项目公司的长期经营增长提供咨询服务

关于艾瑞



艾瑞咨询是中国新经济与产业数字化洞察研究咨询服务领域的领导品牌，为客户提供专业的行业分析、数据洞察、市场研究、战略咨询及数字化解决方案，助力客户提升认知水平、盈利能力和综合竞争力。

自2002年成立至今，累计发布超过3000份行业研究报告，在互联网、新经济领域的研究覆盖能力处于行业领先水平。

如今，艾瑞咨询一直致力于通过科技与数据手段，并结合外部数据、客户反馈数据、内部运营数据等全域数据的收集与分析，提升客户的商业决策效率。并通过系统的数字产业、产业数据化研究及全面的供应商选择，帮助客户制定数字化战略以及落地数字化解决方案，提升客户运营效率。

未来，艾瑞咨询将持续深耕商业决策服务领域，致力于成为解决商业决策问题的顶级服务机构。

联系我们 Contact Us

 400 - 026 - 2099

 ask@iresearch.com.cn



企 业 微 信



微 信 公 众 号

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，其版权归属艾瑞咨询，没有经过艾瑞咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，部分文字和数据采集于公开信息，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，艾瑞咨询对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

为商业决策赋能

EMPOWER BUSINESS DECISIONS



艾 瑞 咨 询