

2019年中国社区团购行业分析报告- 市场竞争现状与投资战略研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国社区团购行业分析报告-市场竞争现状与投资战略研究》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：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/451918451918.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

社区团购是真实居住社区内居民团体的一种购物消费行为，是社交电商的表现形式之一，是依托真实社区的一种区域化、本地化的团购形式。社区团购以小区为单位招募宝妈或小区店主成为团长，通过微信、小程序、SaaS等工具，为周围(社区内)居民提供的团购形式的优惠活动，对客户进行精准宣传和消费刺激。

社区团购四要素

要素

概述

本质

以生鲜品类切入，依托社团和团长资源进行商品流通的社区新型零售模式

团长

随着供应链的重要程度不断加强，零售店店长的占比不断提升。最新数据显示，宝妈占比27%，零售店店长占比73%。有线下店的平台可以将这些人转化为考核后专门聘任的团长，而宝妈们拥有较充裕的时间来做兼职。但是团长目前没有独占性和排他性，因此出现了头部平台争夺优质团长的局面

工具

如微信、小程序、SaaS工具等。微信群由团长创建并负责管理，在管理的灵活性和及时性上具有优势；小程序将商品罗列出来，提高订单管理的高效性

供应链

社区团购这一赛道企业形态加速在供应链端的竞争。随着行业竞争加剧，主要存活的将是互联网巨头向线下的延伸和传统生鲜超市借助线上引流两种模式

物流与配送

随着订单增长和竞争加剧，物流配送型的要求越来越高。对于生鲜商品，中游的冷链对商品损耗的减小有着不可替代的保障作用。社区团购一般采用“门店+自提”模式，减少了“到家”的配送成本，同时部分平台实现了在深度覆盖区域内的“无差别配送”，即能够深入乡县区域，并且与城镇的配送效率差别不大资料来源：公开资料

社区团购并非全新的生鲜电商形式，而是一种以生鲜品类为切入点，依托社区和团长个人资源进行商品流通的一种新型零售模式。社区团购历经了萌芽阶段、起步阶段、发展阶段、火爆阶段、洗牌阶段、重获生机，从“炙手可热”到“烫手山芋”再到“资本争相入局”的局面，尤其是在2020年疫情的催化下，社区团购重新获得关注，并将迎来了行业高速发展期。

我国社区团购发展历程

资料来源：公开资料

在业务版图上，华中、华北、华南、西南、华东、东北等地区都有较多公司入驻，呈现出明显的区域性特点，当前尚无全国性龙头企业，并且线上线下均有资本入局。

社区团购主要布局企业

企业

布局情况

线上企业

互联网巨头

阿里

菜鸟驿站+手机淘宝，入局社区拼团

盒马鲜生布局二三线城市，饿了么和零售通也加入

京东

推出“友家橘子”小程序，主推服装和日用百货等

腾讯

微信圈、小程序、微信支付为社区团购提供技术支持，投资谊品生鲜、食享会

美团

成立“美团优选”事业部

拼多多

投资“虫妈邻里团”，上线“多多买菜”

滴滴

上线“授心优选”

同程

孵化“同程生活”

生鲜电商

每日优鲜

孵化“每日拼拼”，“每日一淘”

百果园

上线一米鲜生活项目，定位中高端拼团社区品牌

原创性平台

十荟团

以微信小程序形态，社区为入口，挺浓社区果蔬、生鲜及家居用品

兴盛优选

依托社区实体便利店，通过“预售+自提”模式为用户提供服务

原创优品

以社区便利店为主要自提店，“预售+团购+商城”模式

考拉精选

用户“线上下单、线下自提、社区拼团”模式，主打导流商品是生鲜

线下企业

传统商超

物美

物美+多点Dmall推出社区拼团，上线“多点拼团”小程序

永辉

推出“超级物种”社区新零售品牌，上线“永辉心选拼团”小程序

美宜佳

上线社区拼团平台“美宜佳选”，品类涵盖生鲜、粮油副食资料来源：公开资料

纵观2018-2020年7月我国社区团购投融资情况，十荟团、同程生活和兴盛优选等原创性平台迅速崛起，颇受得资本青睐，其中，前两者还分别收购了你我您和邻邻壹，以扩展事业版图。2020年1-7月，十荟团共获得超2亿美元的融资额，兴盛优选共获得10亿美元的融资额。

2018年以来我国社区团购投融资情况

平台名称

时间

融资阶段

融资金额

投资机构

兴盛优选

2020.07

C+轮

8亿美元

KKR、天一资本、腾讯投资、红杉资本

邻邻壹

2020.07

战略并购

战略并购

同程生活

十荟团

2020.05和2020.07

C1、C2轮

1.6亿美元

鼎晖投资（领投）、愉悦资本、启明创投、CGV纪源资本、澳策资本、民银国际

十荟团

2020.01

B轮

8830万美元

愉悦资本、渫策资本、启明创投、阿里巴巴、真格基金、华创资本

兴盛优选

2019.09

B轮

2亿美元

未披露

食享会

2019.09

B+轮

未披露

腾讯

同程生活

2019.08

B轮

1亿美元

君联资本、BAI、亦联资本、真格基金

源创优品

2019.01

天使轮

不详

不详

邻邻壹（已被同程生活收购）

2019.01

A轮

3000万美元

今日资本、高榕资本、苏宁生态基金、红杉资本、源码资本

你我您（已被十荟团收购）

2019.08

战略并购

战略并购

十荟团

选好货

2018.12

A轮

数千万元

高榕资本、伯黎创投、青锐资本

每日一淘

2018.11

B轮

1.3亿美元

元璟资本、DCM资本、元生资本、海纳亚洲

考拉精选

2018.10

Pre-A轮

3000万元

新高桥、银河系创投、拖德资本

虫妈邻里团

2018.09

天使轮

不详

拼多多

鲜乐拼

2018.05

Pre-A轮

数千万元

华盖资本、伙伴基金资料来源：公开资料

在用户结构年龄上，社区团购33岁以上群体占比达七成，实现了全年龄段的覆盖。

我国社区团购消费者年龄分布

数据来源：公开资料

此外，食品生鲜和日用品成了社区团购的主战场。在社区团购平台购买水果生鲜、粮油调味及零食饮料等品类的商品的用户比例均在40%以上，其中，水果生鲜占比最多，达48.9%。

2020年我国社区团购消费购买品类比例

数据来源：公开资料

疫情期间，社区团购模式得以迅速推广，从社区团购购买农产品的比例在疫情前为2.1%，疫情期间该比例增至11.9%。

疫情前后农产品购买渠道变化

数据来源：公开资料

2019年我国社区团购市场规模约720亿元，在疫情的刺激下，2020年社区团购市场发展

迅猛，并随着社区团购市场持续下沉，预计中国社区团购市场未来保持良好增长态势，2022年市场规模有望突破一万亿元。

2019-2022年我国社区团购市场规模及增速预测

数据来源：公开资料

我国社区团购虽有很大的开发前景，但加之不断有新企业加入，行业的发展将面临盈利、供应链、团长管理、服务体验、流量等问题，若想我国社区团购行业向可持续且良好的态势发展，社区团购企业需在保持本质基础上实现多元化发展，持续提供更好的产品服务，提升团长整体管理水平，给客户带来更好的购物体验，保持消费者粘度同时进一步挖掘潜在客户。

社区团购发展面临的问题

资料来源：公开资料（TC）

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国社区团购行业分析报告-市场竞争现状与投资战略研究》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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 中国社区团购行业发展综述

1.1 社区团购行业概述

1.1.1 社区团购定义

1.1.2 社区团购模式起源

1.1.3 社区团购消费场景和消费群体

1.1.4 社区团购与其他电商模式关系

1.1.5 社区团购的优势分析

1.2 社区团购行业发展背景分析

1.2.1 需求端一：二三线城市便利店业态高度成熟

1.2.2 需求端二：消费分级催生社区团购

1.2.3 供应端：供应链等基础设施整体水平提升

1.2.4 物流端：城市配送体系得到改善

1.2.5 技术端：微信生态改善，流量红利释放

1.3 社区团购行业发展的威胁分析

1.3.1 行业发展的威胁一：团长招募和管理难

1.3.2 行业发展的威胁二：微信群渠道如何常态化

1.3.3 行业发展的威胁三：供应链管理难度大

1.3.4 行业发展的威胁四：进入壁垒低竞争激烈

1.3.5 行业发展的威胁五：本地化特征明显规模化扩张难

第二章 中国社区团购行业发展状况分析

2.1 中国便利店行业发展状况分析

2.1.1 中国便利店行业发展历程

2.1.2 中国便利店行业市场规模

2.1.3 中国便利店行业市场格局

2.1.4 中国便利店行业发展趋势

2.1.5 中国便利店行业市场前景

2.2 中国社区团购行业发展概况分析

2.2.1 中国社区团购行业发展历程分析

2.2.2 中国社区团购行业状态描述总结

2.2.3 中国社区团购行业经济特性分析

2.2.4 中国社区团购行业发展特点分析

2.2.5 中国社区团购行业市场规模分析

2.2.6 中国社区团购产品价格走势分析

2.2.7 中国社区团购行业盈利能力分析

2.3 中国社区团购行业市场竞争分析

2.3.1 中国社区团购行业竞争格局分析

(1) 行业竞争层次分析

(2) 行业竞争格局分析

2.3.2 中国社区团购行业五力模型分析

(1) 行业现有竞争者分析

(2) 行业潜在进入者威胁

(3) 行业替代品威胁分析

(4) 行业供应商议价能力分析

(5) 行业购买者议价能力分析

(6) 行业竞争情况总结

2.4 中国社区拼团用户画像分析

2.4.1 社区拼团用户性别结构分析

2.4.2 社区拼团用户年龄结构分析

2.4.3 社区拼团用户婚姻状况分析

2.4.4 社区拼团用户区域结构分析

2.5 中国互联网巨头社区团购布局分析

2.5.1 阿里系社区团购布局分析

2.5.2 京东系社区团购布局分析

2.5.3 腾讯系社区团购布局分析

2.5.4 百度系社区团购布局分析

2.6 中国社区团购行业发展潜力分析

2.6.1 社区团购所具备的发展潜力

2.6.2 社区团购业务未来发展趋势预测

(1) 专业选手进场

(2) 产品线扩张

(3) 管理重心下沉

(4) 微信流量分化

第三章 社区团购行业细分产品市场分析

3.1 社区团购品类需求结构分析

3.2 生鲜社区团购市场分析

3.2.1 生鲜社区团购的特点分析

3.2.2 生鲜社区团购应用需求分析

3.2.3 生鲜社区团购市场规模分析

3.2.4 生鲜社区团购竞争格局分析

3.2.5 生鲜社区团购市场前景预测

3.3 日用品社区团购市场分析

3.3.1 日用品社区团购的特点分析

3.3.2 日用品社区团购应用需求分析

3.3.3 日用品社区团购市场规模分析

3.3.4 日用品社区团购竞争格局分析

3.3.5 日用品社区团购市场前景预测

3.4 快消品社区团购市场分析

3.4.1 快消品社区团购的特点分析

3.4.2 快消品社区团购应用需求分析

3.4.3 快消品社区团购市场规模分析

3.4.4 快消品社区团购竞争格局分析

3.4.5 快消品社区团购市场前景预测

第四章 中国社区团购商业模式及精细化运营战略分析

4.1 社区团购商业模式简介

4.1.1 社区团购商业模式介绍

4.1.2 社区团购商业模式基本要素

(1) 团长

(2) 工具

(3) 产品

(4) 物流与配送

(5) 供应链和货源

4.1.3 社区团购商业模式的特征分析

(1) 定位社区精准流量

(2) 高频生鲜引入

(3) 爆品引流

(4) 团长社群获客成本低

(5) 拼团预售自提

(6) 供应链地位举足轻重

(7) 本地化特征明显

4.2 社区团购模式关键要素分析

4.2.1 社区团购模式关键要素—供应链管理

(1) 供应链来源

(2) 供应链管理

4.2.2 社区团购模式关键要素—服务平台

(1) 平台的作用

（2）平台的运营模式

4.2.3 社区团购模式关键要素—获客成本

4.2.4 社区团购模式关键要素—社群管理

4.2.5 社区团购模式关键要素—信息系统的搭建

4.2.6 社区团购模式关键因素—配送管理

4.3 社区团购模式类型分析

4.3.1 轻运营模式分析

4.3.2 重运营模式分析

4.4 社区团购平台类型分析

4.4.1 快消B2B型社区团购平台

4.4.2 零售企业型社区团购平台

4.4.3 平台孵化型社区团购平台

4.4.4 原生创业型社区团购平台

4.4.5 产业链服务企业

4.5 社区团购生态圈搭建及精细化运营战略分析

4.5.1 社区团购生态圈构成的深度思考

4.5.2 社区团购精细化运营策略—团长招募与管理

4.5.3 社区团购精细化运营策略—流量导入

4.5.4 社区团购精细化运营策略—微信群运营技巧

4.5.5 社区团购精细化运营策略—卖货技巧

4.5.6 社区团购精细化运营策略—仓内运营管理

4.5.7 社区团购精细化运营策略—品控质检

4.5.8 社区团购精细化运营策略—前置仓与自提点

4.5.9 社区团购精细化运营策略—第三方工具平台

第五章 中国社区团购行业重点区域发展分析

5.1 中国社区团购行业区域市场结构分析

5.2 湖南省社区团购行业发展分析

5.2.1 湖南省社区团购行业发展背景分析

5.2.2 湖南省社区团购行业需求现状分析

5.2.3 湖南省社区团购行业发展现状分析

5.2.4 湖南省社区团购行业竞争格局分析

5.2.5 湖南省社区团购行业市场前景分析

5.3 北京市社区团购行业发展分析

5.3.1 北京市社区团购行业发展背景分析

5.3.2 北京市社区团购行业需求现状分析

5.3.3 北京市社区团购行业发展现状分析

5.3.4 北京市社区团购行业竞争格局分析

5.3.5 北京市社区团购行业市场前景分析

5.4 江苏省社区团购行业发展分析

5.4.1 江苏省社区团购行业发展背景分析

5.4.2 江苏省社区团购行业需求现状分析

5.4.3 江苏省社区团购行业发展现状分析

5.4.4 江苏省社区团购行业竞争格局分析

5.4.5 江苏省社区团购行业市场前景分析

5.5 广东省社区团购行业发展分析

5.5.1 广东省社区团购行业发展背景分析

5.5.2 广东省社区团购行业需求现状分析

5.5.3 广东省社区团购行业发展现状分析

5.5.4 广东省社区团购行业竞争格局分析

5.5.5 广东省社区团购行业市场前景分析

5.6 上海市社区团购行业发展分析

5.6.1 上海市社区团购行业发展背景分析

5.6.2 上海市社区团购行业需求现状分析

5.6.3 上海市社区团购行业发展现状分析

5.6.4 上海市社区团购行业竞争格局分析

5.6.5 上海市社区团购行业市场前景分析

第六章 中国社区团购领先企业案例分析

6.1 社区团购行业企业发展总况

6.2 社区团购企业优秀案例分析

6.2.1 你我您

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

6.2.2 小区人

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

6.2.3 松鼠拼拼

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

6.2.4 食享会

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

6.2.5 拼好货

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

6.2.6 兴盛优选

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

6.2.7 考拉精选

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

6.2.8 盒社群

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

6.2.9 兴盛优选

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

6.2.10 友家铺子

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

第七章 社区团购行业前景预测与投资建议

7.1 社区团购行业发展趋势与前景预测

7.1.1 行业发展因素分析

7.1.2 行业发展趋势预测

7.1.3 行业发展前景预测

7.2 社区团购行业投资现状与风险分析

7.2.1 行业投资现状分析

7.2.2 行业进入壁垒分析

7.2.3 行业经营模式分析

7.2.4 行业投资风险预警

7.2.5 行业兼并重组分析

7.3 社区团购行业投资机会与热点分析

7.3.1 行业投资价值分析

7.3.2 行业投资机会分析

(1) 产业链投资机会分析

(2) 重点区域投资机会分析

(3) 细分市场投资机会分析

(4) 产业空白点投资机会

7.3.3 行业投资热点分析

7.4 社区团购行业发展战略与规划分析

7.4.1 社区团购行业发展战略研究分析

(1) 战略综合规划

(2) 技术开发战略

(3) 区域战略规划

(4) 产业战略规划

(5) 营销品牌战略

(6) 竞争战略规划

7.4.2 对我国社区团购企业的战略思考

7.4.3 中国社区团购行业发展建议分析

图表目录

图表1：社区团购定义

图表2：中国社区团购发展历程

图表3：2020年中国社区团购行业状态描述总结

图表4：2020年中国社区团购行业经济特性分析

图表5：2020年中国社区团购产品价格分析

图表6：中国社区团购行业竞争层次分析

图表7：2020年中国社区团购行业市场竞争格局（单位：%）

图表8：中国社区团购行业现有竞争情况

图表9：我国社区团购行业潜在进入者威胁分析

图表10：我国社区团购行业替代品威胁分析

图表11：我国社区团购行业对上游供应商的议价能力分析

图表12：我国社区团购行业对下游客户议价能力分析

图表13：我国社区团购行业五力分析结论

图表14：2020年社区拼团用户性别结构（单位：%）

图表15：2020年社区拼团用户年龄结构（单位：%）

图表16：2020年社区拼团用户婚姻状况（单位：%）

图表17：2020年社区拼团用户城际结构（单位：%）

图表18：生鲜社区团购的特点

图表19：生鲜社区团购应用需求分析

图表20：2017-2020年生鲜社区团购市场规模增长情况（单位：亿元，%）

图表详见报告正文（GYSYL）

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/451918451918.html>