

2020年中国社区团购市场分析报告- 行业规模现状与发展潜力评估

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《2020年中国社区团购市场分析报告-行业规模现状与发展潜力评估》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/523387523387.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

今年，突如其来的疫情，加剧了以买菜等为核心的社区团购业务战争。据相关报告预测，社区团购的市场规模到2022年将达千亿元，极具诱惑力的市场吸引阿里巴巴、拼多多、美团、滴滴等巨头纷纷入局，社区团购成为了一个风口赛道。据悉，京东也在筹划名为“京东优选”的社区团购项目，预计将于12月底到明年1月初正式上线。

社区团购本质上是以生鲜品类切入，依托社区和团长资源进行商品流通的社区新型零售模式，其核心逻辑在于减少多层批发环节，尽量做到直采直送，并利用信息技术，对产品品类及销量预测，从而达到降本增效的目的。

社区团购运营成本分析

社区团购（日前）

社区团购（未来）

生鲜超市

农贸市场

人工成本

较高（竞争加剧）

较低（团长工作灵活、强度小，且多为兼职）

较高，8%左右（全职，工作强度大）

较高（多为个体工商户）

租金水电成本

基本没有

基本没有

高，80%（固定支出）

较高（固定支出）

仓储物流费用

较低（中央仓储及配送费用，无终端仓储配送费用）

较低（中央仓储及配送费用，无终端仓储配送费用）

较高，1-2%（中央仓储及配送费用，终端仓储配送费用）

低

生鲜损耗

低（物流环节减少，预订模式）

低（物流环节减少，预订模式）

较低（物流环节少，标准化管理）

高（非标准化管理）资料来源：公开资料

尽管当下，社区团购的盈利表现尚未明朗，但随着产品多元化，用户习惯的培养，平台信任度的提高，供应链结构改善和供应链优势的不断强化，客单价将有所提升，以及团长高佣金率将回到正常水平，行业盈利潜力上具备进一步拓展空间。

社区团购当下主要企业经营状况汇总

公司类型

公司

资本派系

谋局思路

业务开展特点

日单量

核心地域

优势

短板

创业公司

兴盛优选

腾讯

尽量在巨头进入后保持自己的市场地位

注重对社区门店、夫妻店的运营；注重物流建设，深入农村

800万单每日（2020.9月）

湖南、湖北、江西，此外进入13个省市

湖南地区供应链优势，相对成熟的业务模式

自身资金实力相对较弱

十荟团

阿里

更强调对品质运营

> 160万单

华北、东北

背靠阿里，日用品货源丰富

互联网巨头

同程生活

腾讯、同程

/

/

江苏、福建、浙江、广东

江浙地区先发优势

滴滴

腾讯

谋求新的增长点

敢烧钱，强化在中心城市运营

280万单（2020.9月初）

四川、重庆

具有一定过得资金实力

跨界进入，缺乏深度运营经验，组织相对弱

美团

腾讯

尽量做大，构建自身供应链能力

不求单纯低价更重视对团长运营，业务线融合下沉更广

400万单（2020.11月初）

山东、广东、湖北，年底预计进入千城

推广团队业务优势显著，擅长惊喜、深度运营业务

无明显短板

拼多多

腾讯

尽量做大，巩固下沉市场用户认知、进入线下为未来拓展的业务范围打好基础

爆品低价特性更为显著

> 200万单

目前超过60个城市

供应链强，用户群体运营较深

无线下团队运营经验

阿里

阿里

难以赢下社区团购市场，尽量维持在社区团购市场的存在并避免出现统资

阿里体系内四线赛马盒马牵头，投资十荟团等，比起拓展业务更注重业务模式探索

/

湖北

资金实力及供应链强

微信的存在使得阿里备受牵制资料来源：公开资料

从小众私域流量转入到巨头混战，社区团购仅用了不到一年的时间。生鲜是互联网少数没攻克但是一直被觊觎的领域，疫情期间被培养起来的线上买菜业务，给社区团购行业带来很强的激励效应，阿里、美团、拼多多、滴滴亲自下场角逐，加上投资十荟团的腾讯，国内大半互联网巨头入局，使得市场竞争加剧。整个行业目前仍然处在亏损阶段，在市场格局未成型之前，补贴大战还将持续下去，重新进入“烧钱”模式。

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、渙策资本、民银国际

十荟团

2020.01

B轮

8830万美元

愉悦资本、渙策资本、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、伯藜创投、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（TC）

中国报告网是观研天下集团旗下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。《2020年中国社区团购市场分析报告-行业规模现状与发展潜力评估》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 2017-2020年中国 社区团购行业发展概述

第一节 社区团购行业发展情况概述

- 一、社区团购行业相关定义
- 二、社区团购行业基本情况介绍
- 三、社区团购行业发展特点分析

第二节 中国 社区团购行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、社区团购行业产业链条分析
- 三、中国 社区团购行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国 社区团购行业生命周期分析

- 一、社区团购行业生命周期理论概述
- 二、社区团购行业所属的生命周期分析

第四节 社区团购行业经济指标分析

- 一、社区团购行业的赢利性分析
- 二、社区团购行业的经济周期分析
- 三、社区团购行业附加值的提升空间分析

第五节 中国 社区团购行业进入壁垒分析

- 一、社区团购行业资金壁垒分析
- 二、社区团购行业技术壁垒分析
- 三、社区团购行业人才壁垒分析
- 四、社区团购行业品牌壁垒分析
- 五、社区团购行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球 社区团购行业市场发展现状分析

第一节 全球 社区团购行业发展历程回顾

第二节 全球 社区团购行业市场区域分布情况

第三节 亚洲 社区团购行业地区市场分析

- 一、亚洲 社区团购行业市场现状分析
- 二、亚洲 社区团购行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲 社区团购行业市场前景分析

第四节 北美 社区团购行业地区市场分析

- 一、北美 社区团购行业市场现状分析
- 二、北美 社区团购行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美 社区团购行业市场前景分析

第五节 欧盟 社区团购行业地区市场分析

- 一、欧盟 社区团购行业市场现状分析
- 二、欧盟 社区团购行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟 社区团购行业市场前景分析

第六节 全球 社区团购行业重点企业分析

第七节 2021-2026年世界 社区团购行业分布走势预测

第八节 2021-2026年全球 社区团购行业市场规模预测

第三章 中国 社区团购产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品 社区团购总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国 社区团购行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国 社区团购产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国 社区团购行业运行情况

第一节 中国 社区团购行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国 社区团购行业市场规模分析

第三节 中国 社区团购行业供应情况分析

第四节 中国 社区团购行业需求情况分析

第五节 中国 社区团购行业供需平衡分析

第六节 中国 社区团购行业发展趋势分析

第五章 中国 社区团购所属行业运行数据监测

第一节 中国 社区团购所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国 社区团购所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国 社区团购所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国 社区团购市场格局分析

第一节 中国 社区团购行业竞争现状分析

一、中国 社区团购行业竞争情况分析

二、中国 社区团购行业主要品牌分析

第二节 中国 社区团购行业集中度分析

一、中国 社区团购行业市场集中度分析

二、中国 社区团购行业企业集中度分析

第三节 中国 社区团购行业存在的问题

第四节 中国 社区团购行业解决问题的策略分析

第五节 中国 社区团购行业竞争力分析

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国 社区团购行业需求特点与动态分析

第一节 中国 社区团购行业消费市场动态情况

第二节 中国 社区团购行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 社区团购行业成本分析

第四节 社区团购行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第五节 中国 社区团购行业价格现状分析

第六节 中国 社区团购行业平均价格走势预测

- 一、中国 社区团购行业价格影响因素
- 二、中国 社区团购行业平均价格走势预测
- 三、中国 社区团购行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国 社区团购行业区域市场现状分析

第一节 中国 社区团购行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区 社区团购市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区 社区团购市场规模分析
- 四、华东地区 社区团购市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区 社区团购市场规模分析
- 四、华中地区 社区团购市场规模预测
- 第四节 华南地区市场分析
 - 一、华南地区概述
 - 二、华南地区经济环境分析
 - 三、华南地区 社区团购市场规模分析
 - 四、华南地区 社区团购市场规模预测

第九章 2017-2020年中国 社区团购行业竞争情况

第一节 中国 社区团购行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国 社区团购行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国 社区团购行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 社区团购行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析
- 第三节 企业
- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析
- 第四节 企业
- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析
- 第五节 企业
- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国 社区团购行业发展前景分析与预测

第一节 中国 社区团购行业未来发展前景分析

- 一、社区团购行业国内投资环境分析
- 二、中国 社区团购行业市场机会分析
- 三、中国 社区团购行业投资增速预测

第二节 中国 社区团购行业未来发展趋势预测

第三节 中国 社区团购行业市场发展预测

- 一、中国 社区团购行业市场规模预测
- 二、中国 社区团购行业市场规模增速预测
- 三、中国 社区团购行业产值规模预测
- 四、中国 社区团购行业产值增速预测
- 五、中国 社区团购行业供需情况预测

第四节 中国 社区团购行业盈利走势预测

- 一、中国 社区团购行业毛利润同比增速预测
- 二、中国 社区团购行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国 社区团购行业投资风险与营销分析

第一节 社区团购行业投资风险分析

- 一、社区团购行业政策风险分析
- 二、社区团购行业技术风险分析
- 三、社区团购行业竞争风险分析
- 四、社区团购行业其他风险分析

第二节 社区团购行业企业经营发展分析及建议

- 一、社区团购行业经营模式
- 二、社区团购行业销售模式
- 三、社区团购行业创新方向

第三节 社区团购行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国 社区团购行业发展战略及规划建议

第一节 中国 社区团购行业品牌战略分析

- 一、社区团购企业品牌的重要性
- 二、社区团购企业实施品牌战略的意义
- 三、社区团购企业品牌的现状分析
- 四、社区团购企业的品牌战略
- 五、社区团购品牌战略管理的策略

第二节 中国 社区团购行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国 社区团购行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国 社区团购行业发展策略及投资建议

第一节 中国 社区团购行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国 社区团购行业定价策略分析

第三节 中国 社区团购行业营销渠道策略

一、社区团购行业渠道选择策略

二、社区团购行业营销策略

第四节 中国 社区团购行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国 社区团购行业重点投资区域分析

二、中国 社区团购行业重点投资产品分析

图表详见正文

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/523387523387.html>