2012-2016年中国团购市场深度评估与投资战略研究报告

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《2012-2016年中国团购市场深度评估与投资战略研究报告》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：http://baogao.chinabaogao.com/qitafuwu/124843124843.html

报告价格：电子版: 6800元　纸介版：7000元　电子和纸介版: 7500

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

团购（group purchase）就是团体购物，指认识或不认识的消费者联合起来，加大与商家的谈判能力，以求得最优价格的一种购物方式。根据薄利多销的原理，商家可以给出低于零售价格的团购折扣和单独购买得不到的优质服务。团购作为一种新兴的电子商务模式，通过消费者自行组团、专业团购网站、商家组织团购等形式，提升用户与商家的议价能力，并极大程度地获得商品让利，引起消费者及业内厂商、甚至是资本市场关注。团购的商品价格更为优惠，尽管团购还不是主流消费模式，但它所具有的爆炸力已逐渐显露出来。现在团购的主要方式是网络团购。

2011年中国团购市场交易额达600亿元，比2010年增长约40%.且未来5年，中国团购市场交易额年均增长率仍将达40%-50%。

中国报告网发布的《2012-2016年中国团购市场深度评估与投资战略研究报告》共九章，依据国家统计局、国家信息中心、国家海关总署、地方政府机构、行业协会等权威机构的数据。内容严谨，数据翔实，结合丰富的图表，可以直观的看到团购市场的发展动态竞争格局等信息。对我国团购市场环境与发展前景、市场竞争格局与动态、市场需求供给与产销状况、投资风险与规避经营、未来行业趋势与规划建议等进行深入研究，并列举团购市场行业内重点企业状况，竞争优势等。报告深入揭示了团购市场潜在需求和机会，为投资者选择恰当的投资时机和投资决策，为公司领导层做战略规划提供准确的行业市场情报及科学的决策依据，对银行信贷部门也具有重要的参考价值！

第一章 团购相关概述
第一节 团购的定义及特征
1 团购的定义
2 团购的形式
3 团购的特征与本质
4 团购的好处与优势
第二节 团购的其他介绍
1 团购流程简介
2 网络团购产业链构成
3 社区团购的概念及意义
4 分级团购的概念与形式
第二章 2011年中国团购行业运营态势分析
第一节 2011年国际团购行业发展概述
1 国际团购行业的兴起背景
2 国际主流团购网站的基本介绍
3 美国团购行业竞争形势日趋激烈

4 2011年美国团购行业发力高端市场
第二节 2011年中国团购行业发展综述
1 中国专业团购网兴起的背景剖析
2 中国网络团购业发展现况
3 各方资本蜂拥中国团购行业
4 中国团购业大规模洗牌时机来临
5 中国团购行业步入全面升级阶段
第三节 2010年中国团购市场发展分析
1 2010年我国网络团购市场发展概况
2 2010年中国团购行业迅猛发展的推动因素
3 2010年我国网民团购产品的特点分析
第四节 2011年1-7月中国团购市场发展分析
1 2011年上半年中国团购业发展综况
2 2011年上半年中国团购市场企业格局简析
3 2011年6月我国团购市场销售情况分析
4 2011年7月我国团购市场重大事件盘点
第五节 2011年上半年部分城市团购市场的发展
1 北京市
2 上海市
3 天津市
4 深圳市
5 武汉市
第六节 2011年中国团购行业存在的问题及对策分析
1 中国团购行业存在诸多不规范现象
2 中国网络团购行业的漏洞及应对建议
3 促进中国团购业健康发展的对策措施
4 中国网络团购企业的市场突围策略
5 我国团购网站的本土化发展道路思考
第三章 2011年中国团购行业细分市场分析
第一节 旅游团购
1 中国旅游团购市场发展综述
2 2011年3月旅游团购成市场发展热点
3 2011年旅游团购正式迈入市场化阶段
4 中国旅游团购面临的困境及发展出路
第二节 酒店团购

1 团购模式革新酒店业营销思维
2 中国酒店团购市场发展如火如荼
3 2011年我国酒店团购市场发展预测
4 高铁时代酒店团购将加速增长
第三节 餐饮团购
1 团购模式给我国餐饮业带来巨大变化
2 我国餐饮团购业探索引入CRM提升竞争力
3 我国餐饮团购鱼龙混杂亟待整顿
第四节 礼品团购
1 团购模式进入我国高端礼品市场
2 礼品团购的消费者购买行为探究
3 从客户角度探讨礼品公司的团购方案
4 终端团购企业的综合营销方案探索
第五节 汽车团购
1 团购成我国汽车消费新模式
2 网络团购全面入侵汽车用品市场
3 汽车电子团购市场前景可期
第六节 其他
1 动漫团购
2 家居建材团购
3 日用五金团购
4 化妆品团购
5 皮革皮草团购
6 电影票团购
第四章 中国团购市场消费者调研分析
第一节 2010年团购业网民关注度分析
1 团购网站关注度
2 团购产品关注趋势
3 团购行业关注热点
4 团购区域关注度
第二节 2010年团购网站顾客满意度调研分析
1 调研背景简述
2 消费者构成状况
3 消费行为状况
4 顾客满意度评价

第三节 2011年3月消费者团购调查剖析
1 区域差异明显
2 团购动机
3 团购产品的受欢迎程度
第五章 2011年中国团购行业的运营管理分析
第一节 2011年中国团购网站的基本运营模式分析
1 生活服务商品类
2 团购网站导航类
3 团购平台类
第二节 2011年中国网络团购的盈利模式分析
1 商品代售
2 交易佣金
3 会员制度
4 商户服务费
5 广告费
6 加盟授权
第三节 2011年中国团购行业的商业运营模式探讨
1 从商业运营角度透视团购网的优劣势
2 我国团购业的商业模式亟需转型
3 我国团购业第一梯队发展模式出现差异
4 国内新兴团购网尝试平台化发展模式
第四节 2011年中国网络团购运营模式的创新研究
1 专业团购网的运作模式解析
2 网络团购商业运营模式亟需创新
3 网络团购新商业模式带来的好处探析
第五节 2011年中国团购网站的运营策略分析
1 团购网站面临的风险隐患及应对策略
2 团购网站进军县级市的可行性与注意事项
3 生活服务类团购网未来发展建议
第六章 2011年中国团购市场竞争格局分析
第一节 2011年中国团购行业竞争现状分析
1 国际团购网站的竞争力评价
2 中国团购行业初步形成三大阵营
3 中国互联网巨头激战团购市场
4 社交媒体成为境内外团购网站新竞争焦点

第二节 2011年中国团购市场竞争形势分析
1 2011年中国团购网站广告大战持续加码
2 2011年国内团购市场初现寡头竞争格局
3 2011年我国团购市场迎来第二波竞争高潮
第三节 2011年中国主流团购网站比较分析
1 糯米网（www.nuomi.com）
2 58同城团购（58.com）
3 大众点评（www.dianping.com）
4 搜狐爱家团（ihome.sohu.com）
5 拉手网（www.lashou.com）
第七章 2011年中国团购市场营销分析
第一节 2011年中国团购网站的营销要点分析
1 用户体验细节
2 市场推广力度
3 “硬”服务需求
4 服务与售后保障
第二节 2011年中国团购网站的市场营销现状及策略分析
1 团购网的主要推广渠道介绍
2 团购网站积极开展创意营销成效显著
3 我国主流团购网站的广告投放特点透析
4 中国团购网站的市场营销策略探索
第三节 2011年中国分销商网络团购营销的全方位透视
1 网络团购给分销商带来严峻挑战
2 分销商网络团购营销的优点及好处透析
3 CRM与网络团购营销的整合流程简析
4 CRM与网络团购营销的整合优势剖析
第八章 2011年国内外重点团购网经营动态分析
第一节 Groupon
1 网站简介
2 Groupon发展模式解析
3 Groupon逐步加快全球化扩张步伐
第二节 LivingSocial
1 网站简介
2 LivingSocial业务模式剖析
3 LivingSocial融资战略

第三节 拉手网
1 网站简介
2 拉手网发展模式剖析
3 拉手网独特的团购服务策略分析
第四节 糯米网
1 网站简介
2 糯米网的发展模式与运营策略
3 2011年糯米网塑造完美消费保障体系
第五节 美团网
1 网站简介
2 美团网的发展优势透析
3 美团网的盈利模式选择
第六节 满座网
1 网站简介
2 满座网积极推广零元团购活动
3 满座网联姻银联商务创新交易模式
第七节 团宝网
1 网站简介
2 团宝网的发展模式剖析
3 2011年团宝网加大广告与平台建设投入
第九章 2012-2016年中国团购行业发展前景及趋势分析
第一节 2012-2016年中国团购行业发展前景展望
1 美国团购行业发展前景预测
2 2011年中国团购行业发展形势透析
3 2012-2016年中国团购行业预测分析
第二节 2012-2016年中国团购行业未来发展趋势预测
1 网络团购行业发展趋势分析
2 团购与B2C的融合发展趋势透析
3 手机团购将成团购行业发展新趋势
图表目录：（部分）
图表：2005-2011年三季度中国GDP总量及增长趋势图
图表：2010.09-2011.09中国月度CPI、PPI指数走势图
图表：2005-2011年三季度我国城镇居民可支配收入增长趋势图
图表：2005-2011年三季度我国农村居民人均纯收入增长趋势图
图表：1978-2010中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2010.9-2011.9年我国工业增加值增速统计
图表：2005-2011年三季度我国全社会固定投资额走势图
图表：2005-2011年三季度我国财政收入支出走势图 单位：亿元
图表：近期人民币汇率中间价（对美元）
图表：2010.9-2011.9中国货币供应量月度数据统计
图表：2005-2011年9月中国外汇储备走势图
图表：1990-2011年央行存款利率调整统计表
图表：1990-2011年央行贷款利率调整统计表
图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表
图表：2005-2011年三季度中国社会消费品零售总额增长趋势图
图表：2005-2011年三季度我国货物进出口总额走势图
图表：2005-2011年三季度中国货物进口总额和出口总额走势图
图表：1978-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图
图表：1978-2009年我国总人口数量增长趋势图
图表：2009年人口数量及其构成
图表：2005-2010年我国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图
图表：2001-2010年我国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图
图表：1990-2010年中国城镇化率走势图
图表：2005-2010年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图
图表：中国团购网站活动量监测
图表：中国团购网站销售收入TOP10月度统计
图表：中国团购网站月度访问人数排名TOP10
图表：中国团购网站人均月度访问人数排名TOP10
图表：中国团购网站活动数量前十名
图表：各网站团购活动平均现价
图表：各网站团购活动平均折扣
图表：各网站团购活动分类比例
图表：2010-2011年中国团购市场份额占比图
图表：主要团购网站团购次数及购买人数
图表：主要团购网站团购次数及购买金额
图表：主要团购网站每次团购平均收入及购买金额
图表：主要团购网站人均购买金额和热购指数
图表：十大团购网站月度参团人数趋势
图表：十大团购网站每次团购平均购买人数趋势
图表：十大团购网站每次团购平均购买金额趋势

图表：十大团购网站月度收入预测（收入=团购金额 x 10%）

图表：十大团购网站月度累积收入预测

详细请访问：http://baogao.chinabaogao.com/qitafuwu/124843124843.html