

# 2016-2022年中国团购市场发展现状及盈利前景预测报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国团购市场发展现状及盈利前景预测报告》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/hulianwang/237754237754.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200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。

中国团购兴起比国外晚，2005、2006年基本是萌芽状态，一直到2010年开始才进入蓬勃发展阶段，但是短暂的百家争鸣过后，目前已经进入团购大佬比如美团、大众点评、拉手、窝窝、糯米等垄断市场的阶段。

2013年，全国团购成交额达到358.8亿元，同比增长67.7%；购买人次达到6亿人次，同比增长32.5%；在售团单的数量进一步扩大，全年共计571.5万期，同比增长将近1.3倍。

2014年，中国网络团购总成交额达747.5亿元，同比增幅为108.3%。2014年中国参团人数达11.91亿人次，在售团单1341.2万期。2014年餐饮类团购总成交额达441.7亿元，占据近六成的市场份额，为各团购品类中的龙头板块。

在经历多年“红海”竞争后，目前国内团购行业已从野蛮成长模式升级为精细化管理模式。2014年，团购网站一方面加强了以用户为主导的电影、酒店旅游、婚嫁等团购产品的行业细分，继续扩大团购规模；另一方面不断尝试以本地商户为主导的在线点餐、外卖等O2O（线上到线下）业务领域的探索。大众点评联姻“饿了么”布局在线订餐市场后，美团网选择自建平台与之对抗，日订单量达到万单的量级。在未来，团购市场的高增长需要新的“火力点”来支撑，对于团购细分领域的纵深挖掘还将不断强化。

中国报告网发布的《2016-2022年中国团购市场发展现状及盈利前景预测报告》首先介绍了团购行业市场相关概念、分类、应用、经营模式，行业全球及中国市场现状，产业政策生产工艺技术等，接着统计了行业部分企业盈利、负债、成长能力等详细数据，对行业现有竞争格局与态势做了深度剖析；结合产业上下游市场、营销渠道及中国政策环境，经济环境，对行业未来投资前景作出审慎分析与预测。

### 【报告大纲】

#### 第一章 团购相关概述

##### 第一节 团购的定义及特征

###### 一、团购的定义

###### 二、团购的形式

###### 三、团购的特征与本质

###### 四、团购的好处与优势

##### 第二节 团购的其他介绍

###### 一、团购流程简介

###### 二、网络团购产业链构成

###### 三、社区团购的概念及意义

## 四、分级团购的概念与形式

### 第二章 团购行业分析

#### 第一节 国际团购行业发展概述

- 一、国际团购行业的兴起背景
- 二、国际主流团购网站的基本介绍
- 三、美国团购行业竞争形势日趋激烈
- 四、2016年美国团购行业发力高端市场

#### 第二节 中国团购行业发展综述

- 一、中国专业团购网兴起的背景剖析
- 二、中国网络团购业发展现况
- 三、各方资本蜂拥中国团购行业
- 四、中国团购业大规模洗牌时机来临
- 五、中国团购行业步入全面升级阶段

#### 第三节 2015年中国团购市场发展分析

- 一、2015年我国网络团购市场发展概况
- 二、2015年中国团购行业迅猛发展的推动因素
- 三、2015年我国网民团购产品的特点分析

#### 第四节 2016年中国团购市场发展分析

- 一、2016年中国团购业发展综况
  - 二、2016年中国团购市场企业格局简析
- #### 第五节 2016年部分城市团购市场的发展

- 一、北京市
- 二、上海市
- 三、天津市
- 四、深圳市
- 五、武汉市

#### 第六节 团购行业存在的问题及对策分析

- 一、中国团购行业存在诸多不规范现象
- 二、中国网络团购行业的漏洞及应对建议
- 三、促进中国团购业健康发展的对策措施
- 四、中国网络团购企业的市场突围策略
- 五、我国团购网站的本土化发展道路思考

### 第三章 团购行业细分市场分析

#### 第一节 旅游团购

- 一、中国旅游团购市场发展综述

- 二、2016年旅游团购成市场发展热点
- 三、2016年旅游团购正式迈入市场化阶段
- 四、中国旅游团购面临的困境及发展出路

## 第二节 酒店团购

- 一、团购模式革新酒店业营销思维
- 二、中国酒店团购市场发展如火如荼
- 三、2016年我国酒店团购市场发展预测
- 四、高铁时代酒店团购将加速增长

## 第三节 餐饮团购

- 一、团购模式给我国餐饮业带来巨大变化
- 二、我国餐饮团购业探索引入CRM提升竞争力
- 三、我国餐饮团购鱼龙混杂亟待整顿

## 第四节 礼品团购

- 一、团购模式进入我国高端礼品市场
- 二、礼品团购的消费者购买行为探究
- 三、从客户角度探讨礼品公司的团购方案
- 四、终端团购企业的综合营销方案探索

## 第五节 汽车团购

- 一、团购成我国汽车消费新模式
- 二、网络团购全面入侵汽车用品市场
- 三、汽车电子团购市场前景可期

## 第六节 其他

- 一、动漫团购
- 二、家居建材团购
- 三、日用五金团购
- 四、化妆品团购
- 五、皮革皮草团购
- 六、电影票团购

## 第四章 团购市场消费者调研分析

### 第一节 2015年团购业网民关注度分析

- 一、团购网站关注度
- 二、团购产品关注趋势
- 三、团购行业关注热点
- 四、团购区域关注度

### 第二节 2015年团购网站顾客满意度调研分析

## 一、调研背景简述

## 二、消费者构成状况

## 三、消费行为状况

## 四、顾客满意度评价

### 第三节 2016年消费者团购调查剖析

#### 一、区域差异明显

#### 二、团购动机

#### 三、团购产品的受欢迎程度

### 第五章 团购行业的运营管理分析

#### 第一节 团购网站的基本运营模式

##### 一、生活服务商品类

##### 二、团购网站导航类

##### 三、团购平台类

#### 第二节 网络团购的盈利模式分析

##### 一、商品代售

##### 二、交易佣金

##### 三、会员制度

##### 四、商户服务费

##### 五、广告费

##### 六、加盟授权

#### 第三节 团购行业的商业运营模式探讨

##### 一、从商业运营角度透视团购网的优劣势

##### 二、我国团购业的商业模式亟需转型

##### 三、我国团购业第一梯队发展模式出现差异

##### 四、国内新兴团购网尝试平台化发展模式

#### 第四节 网络团购运营模式的创新研究

##### 一、专业团购网的运作模式解析

##### 二、网络团购商业运营模式亟需创新

##### 三、网络团购新商业模式带来的好处探析

#### 第五节 团购网站的运营策略分析

##### 一、团购网站面临的风险隐患及应对策略

##### 二、团购网站进军县级市的可行性与注意事项

##### 三、生活服务类团购网未来发展建议

### 第六章 团购市场的竞争分析

#### 第一节 团购行业竞争现状

- 一、国际团购网站的竞争力评价
- 二、中国团购行业初步形成三大阵营
- 三、中国互联网巨头激战团购市场
- 四、社交媒体成为境内外团购网站新竞争焦点
- 第二节 2016年团购市场竞争形势分析
  - 一、2016年中国团购网站广告大战持续加码
  - 二、2016年国内团购市场初现寡头竞争格局
  - 三、2016年我国团购市场迎来第二波竞争高潮
- 第三节 中国主流团购网站比较分析
  - 一、糯米网
  - 二、58同城团购
  - 三、大众点评
  - 四、搜狐爱家团
  - 五、拉手网
- 第七章 团购市场的营销分析
  - 第一节 团购网站的营销要点
    - 一、用户体验细节
    - 二、市场推广力度
    - 三、“硬”服务需求
    - 四、服务与售后保障
  - 第二节 团购网站的市场营销现状及策略
    - 一、团购网的主要推广渠道介绍
    - 二、团购网站积极开展创意营销成效显著
    - 三、我国主流团购网站的广告投放特点透析
    - 四、中国团购网站的市场营销策略探索
  - 第三节 分销商网络团购营销的全方位透视
    - 一、网络团购给分销商带来严峻挑战
    - 二、分销商网络团购营销的优点及好处透析
    - 三、CRM与网络团购营销的整合流程简析
    - 四、CRM与网络团购营销的整合优势剖析
- 第八章 国内外重点团购网分析
  - 第一节 Groupon
    - 一、网站简介
    - 二、Groupon发展模式解析
    - 三、Groupon逐步加快全球化扩张步伐

## 第二节 LivingSocial

- 一、网站简介
- 二、LivingSocial业务模式剖析
- 三、2015年LivingSocial启动大规模融资扩张战略

## 第三节 拉手网

- 一、网站简介
- 二、拉手网发展模式剖析
- 三、拉手网独特的团购服务策略分析

## 第四节 糯米网

- 一、网站简介
- 二、糯米网的发展模式与运营策略
- 三、2016年糯米网塑造完美消费保障体系

## 第五节 美团网

- 一、网站简介
- 二、美团网的发展优势透析
- 三、美团网的盈利模式选择

## 第六节 满座网

- 一、网站简介
- 二、满座网积极推广零元团购活动
- 三、满座网联姻银联商务创新交易模式

## 第七节 团宝网

- 一、网站简介
- 二、团宝网的发展模式剖析
- 三、2016年团宝网加大广告与平台建设投入

## 第九章 2016-2022年团购行业发展前景及趋势分析

### 第一节 2016-2022年团购行业发展前景展望

- 一、美国团购行业发展前景预测
- 二、2016年中国团购行业发展形势透析
- 三、2016-2022年中国团购行业预测分析

### 第二节 2016-2022年团购行业发展趋势预测

- 一、网络团购行业发展趋势分析
- 二、团购与B2C的融合发展趋势透析
- 三、手机团购将成团购行业发展新趋势

## 图表目录

### 图表 网络团购产业链示意图



图表 2015年中国团购网站数量

图表 2015年12月各团购网站北京地区团购活动分类比重

图表 2015年国内各城市团购网站数量占比

图表 2015年中国团购网站融资情况

图表 2010-2015年我国各类网络应用使用率

图表 2016年最热门团购项目——单笔销售额80万元以上

特别说明：中国报告网所出具的报告会随时间，市场变化调整更新，帮助用户掌握最新市场行情。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/237754237754.html>