

2020年中国社区团购市场分析报告- 行业供需现状与发展商机研究

报告大纲

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-行业供需现状与发展商机研究》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：<https://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/522499522499.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: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

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。社区团购一般采取“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、渫策资本、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

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一千亿元。

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-行业供需现状与发展商机研究》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

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：<https://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/522499522499.html>