

# 2020年中国社区团购行业分析报告- 行业竞争格局与未来趋势研究

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《2020年中国社区团购行业分析报告-行业竞争格局与未来趋势研究》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/476770476770.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-行业竞争格局与未来趋势研究》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/476770476770.html>