

中国团购行业现状调查研究及市场前景分 析预测报告（2024版）

中国产业调研网

www.cir.cn

一、基本信息

报告名称： 中国团购行业现状调查研究及市场前景分析预测报告（2024版）

报告编号： 1353882 ← 咨询订购时，请说明该编号

报告价格： 电子版：8500 元 纸质+电子版：8800 元

优惠价格： 电子版：7600 元 纸质+电子版：7900 元 可提供增值税专用发票

咨询热线： 400 612 8668、010-66181099、66182099、010-66183099

电子邮箱： kf@Cir.cn

详细内容： <https://www.cir.cn/2/88/TuanGouShiChangDiaoChaBaoGao.html>

提示信息： 如需订阅英文、日文等其它语言版本，请向客服咨询。

二、内容介绍

团购是一种集体购买的商业模式，通过集合多个消费者的需求，以优惠的价格提供商品或服务。目前，随着移动互联网的普及和社交媒体的兴起，团购平台正从传统的团购网站转向移动应用和社交媒体平台，为用户提供更加便捷的团购体验。同时，个性化推荐和位置服务的加入，使得团购更加贴近用户的生活需求，提高了用户参与度。

未来，团购将更加注重精准营销和体验优化。通过大数据分析和人工智能技术，团购平台将能够提供更加个性化的团购推荐，满足消费者的特定兴趣和偏好。同时，增强现实和虚拟现实技术的应用，将为用户提供更加生动和沉浸式的团购体验，如虚拟试吃和试玩。此外，随着区块链技术的发展，团购平台将探索去中心化的交易模式，提高交易透明度和安全性。

第一章 团购相关概述

1.1 团购的定义及特征

1.1.1 团购的定义

1.1.2 团购的形式

1.1.3 团购的特征与本质

1.1.4 团购的好处与优势

1.2 团购的其他介绍

1.2.1 团购流程简介

1.2.2 网络团购产业链构成

1.2.3 社区团购的概念及意义

1.2.4 分级团购的概念与形式

第二章 2018-2023年团购行业分析

2.1 2018-2023年国际团购行业发展概述

2.1.1 国际团购行业的兴起背景

2.1.2 国际主流团购网站的基本介绍

2.1.3 美国团购行业竞争形势日趋激烈

2.1.4 美国团购行业发力高端市场

2.2 中国团购行业发展综述

2.2.1 中国专业团购网兴起的背景剖析

2.2.2 中国网络团购业发展现况

2.2.3 各方资本蜂拥中国团购行业

2.2.4 中国团购业大规模洗牌时机来临

2.2.5 中国团购行业步入全面升级阶段

2.3 2024年中国团购市场发展分析

2.3.1 2024年中国团购业发展综况

2.3.2 2024年中国团购行业大事盘点

2.3.3 2024年我国团购行业运营数据分析

2.4 2024年中国团购市场发展分析

2.4.1 2024年中国团购业企业规模综况

2.4.2 2024年中国团购行业用户规模概况

2.4.3 2024年我国团购市场运行特征

2.5 2024年中国团购市场发展分析

2.5.1 2024年中国团购业运行分析

2.5.2 2024年中国团购业运行特征

2.5.3 2024年中国团购市场发展热点

2.6.1 北京市

2.6.2 上海市

2.6.3 天津市

2.6.4 深圳市

2.6.5 武汉市

2.7 团购行业存在的问题及对策分析

2.7.1 中国团购行业存在诸多不规范现象

2.7.2 中国网络团购行业的漏洞及应对建议

2.7.3 促进中国团购业健康发展的对策措施

2.7.4 中国网络团购企业的市场突围策略

2.7.5 我国团购网站的本土化发展道路思考

第三章 2018-2023年团购行业细分市场分析

3.1 旅游团购

- 3.1.1 中国旅游团购市场发展综述
- 3.1.2 旅游团购成市场发展热点
- 3.1.3 旅游团购正式迈入市场化阶段
- 3.1.4 中国旅游团购面临的困境及发展出路

3.2 酒店团购

- 3.2.1 团购模式革新酒店业营销思维
- 3.2.2 中国酒店团购市场发展如火如荼
- 3.2.3 2024年我国酒店团购市场发展分析
- 3.2.4 高铁时代酒店团购将加速增长

3.3 餐饮团购

- 3.3.1 团购模式给我国餐饮业带来巨大变化
- 3.3.2 我国餐饮团购业探索引入crm提升竞争力
- 3.3.3 我国餐饮团购鱼龙混杂亟待整顿

3.4 礼品团购

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

3.5 汽车团购

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

3.6 其他

- 3.6.1 动漫团购
- 3.6.2 家居建材团购
- 3.6.3 日用五金团购
- 3.6.4 化妆品团购
- 3.6.5 皮革皮草团购
- 3.6.6 电影票团购

第四章 2018-2023年团购市场消费者调研分析

4.1 团购业网民关注度分析

- 4.1.1 团购网站关注度
- 4.1.2 团购产品关注趋势
- 4.1.3 团购行业关注热点
- 4.1.4 团购区域关注度

4.2 团购网站顾客满意度调研分析

4.2.1 调研背景简述

4.2.2 消费者构成状况

4.2.3 消费行为状况

4.2.4 顾客满意度评价

4.3 消费者团购调查剖析

4.3.1 区域差异明显

4.3.2 团购动机

4.3.3 团购产品的受欢迎程度

第五章 2018-2023年团购行业的运营管理分析

5.1 团购网站的基本运营模式

5.1.1 生活服务商品类

5.1.2 团购网站导航类

5.1.3 团购平台类

5.2 网络团购的盈利模式分析

5.2.1 商品代售

5.2.2 交易佣金

5.2.3 会员制度

5.2.4 商户服务费

5.2.5 广告费

5.2.6 加盟授权

5.3 团购行业的商业运营模式探讨

5.3.1 从商业运营角度透视团购网的优劣势

5.3.2 我国团购业的商业模式亟需转型

5.3.3 我国团购业第一梯队发展模式出现差异

5.3.4 国内新兴团购网尝试平台化发展模式

5.4 网络团购运营模式的创新研究

5.4.1 专业团购网的运作模式解析

5.4.2 网络团购商业运营模式亟需创新

5.4.3 网络团购新商业模式带来的好处探析

5.5 团购网站的运营策略分析

5.5.1 团购网站面临的风险隐患及应对策略

5.5.2 团购网站进军县级市的可行性与注意事项

5.5.3 生活服务类团购网未来发展建议

第六章 2018-2023年团购市场的竞争分析

6.1 团购行业竞争现状

- 6.1.1 国际团购网站的竞争力评价
- 6.1.2 中国团购行业初步形成三大阵营
- 6.1.3 中国互联网巨头激战团购市场
- 6.1.4 社交媒体成为境内外团购网站新竞争焦点
- 6.2 2018-2023年团购市场竞争形势分析
 - 6.2.1 中国团购网站广告大战持续加码
 - 6.2.2 国内团购市场初现寡头竞争格局
 - 6.2.3 我国团购市场迎来第二波竞争高潮
- 6.3 中国主流团购网站比较分析
 - 6.3.1 糯米网
 - 6.3.2 58同城团购
 - 6.3.3 大众点评
 - 6.3.4 搜狐爱家团
 - 6.3.5 拉手网

第七章 2018-2023年团购市场的营销分析

- 7.1 团购网站的营销要点
 - 7.1.1 用户体验细节
 - 7.1.2 市场推广力度
 - 7.1.3 “硬”服务需求
 - 7.1.4 服务与售后保障
- 7.2 团购网站的营销现状及策略
 - 7.2.1 团购网的主要推广渠道介绍
 - 7.2.2 团购网站积极开展创意营销成效显著
 - 7.2.3 我国主流团购网站的广告投放特点透析
 - 7.2.4 中国团购网站的营销策略探索
- 7.3 分销商网络团购营销的全方位透视
 - 7.3.1 网络团购给分销商带来严峻挑战
 - 7.3.2 分销商网络团购营销的优点及好处透析
 - 7.3.3 crm与网络团购营销的整合流程简析
 - 7.3.4 crm与网络团购营销的整合优势剖析

第八章 2018-2023年国内外重点团购网分析

- 8.1 groupon
 - 8.1.1 网站简介
 - 8.1.2 groupon发展模式解析
 - 8.1.3 groupon逐步加快全球化扩张步伐

8.2 livingsocial

8.2.1 网站简介

8.2.2 livingsocial业务模式剖析

8.2.3 livingsocial启动大规模融资扩张战略

8.3 拉手网

8.3.1 网站简介

8.3.2 拉手网发展模式剖析

8.3.3 拉手网独特的团购服务策略分析

8.4 糯米网

8.4.1 网站简介

8.4.2 糯米网的发展模式与运营策略

8.4.3 糯米网塑造完美消费保障体系

8.5 美团网

8.5.1 网站简介

8.5.2 美团网的发展优势透析

8.5.3 美团网的盈利模式选择

8.6 满座网

8.6.1 网站简介

8.6.2 满座网积极推广零元团购活动

8.6.3 满座网联姻银联商务创新交易模式

8.7 团宝网

8.7.1 网站简介

8.7.2 团宝网的发展模式剖析

8.7.3 团宝网加大广告与平台建设投入

8.8 大众点评网

8.8.1 网站简介

8.8.2 大众点评网的发展模式剖析

8.8.3 大众点评网的运营状况分析

第九章 [中智林]2024-2030年团购行业发展前景及趋势分析

9.1 团购行业发展前景展望

9.1.1 美国团购行业发展前景预测

9.1.2 中国团购行业发展形势透析

9.1.3 2024-2030年中国团购行业市场交易规模预测

9.1.4 2024-2030年中国团购行业用户总人数预测

9.2 团购行业未来发展趋势预测

9.2.1 网络团购行业发展趋势分析

9.2.2 团购与b2c的融合发展趋势透析
9.2.3 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 2023-2024年中国团购网站数量
- 图表 各团购网站北京地区团购活动分类比重
- 图表 国内各城市团购网站数量占比
- 图表 中国团购网站融资情况
- 图表 2018-2023年我国各类网络应用使用率
- 图表 最热门团购项目——单笔销售额80万元以上
- 图表 2024年团购项目（商品/服务）相关统计
- 图表 团购交易额超5000万的网站
- 图表 销售额10强团购网站关键数据
- 图表 2024年团购交易额地区分布情况
- 图表 2024年细分团购品类销售情况
- 图表 2024年国内主流团购网站销售数据
- 图表 2024年五强团购网站所占市场份额
- 图表 2024年团购品类销售数据统计
- 图表 2024年细分团购品类销售情况
- 图表 北京团购市场成交额
- 图表 北京团购市场销量
- 图表 上海团购市场成交额及销量
- 图表 上海团购市场各网站市场份额
- 图表 天津团购市场成交额
- 图表 天津团购市场销量
- 图表 深圳团购市场成交额及销量
- 图表 深圳团购市场各网站市场份额
- 图表 武汉团购市场成交额
- 图表 武汉团购市场销量
- 图表 在a酒店成功消费之后再次消费需要进行的操作
- 图表 雪中鲜渔村就餐途径分析图例
- 图表 2024年团购行业搜索指数
- 图表 2024年团购网站关注度排行
- 图表 2024年团购网站top5搜索指数
- 图表 2024年团购产品关注度排行
- 图表 2024年团购产品季节关注分布图

图表 2024年团购产品分地区关注情况

图表 2024年汽车团购搜索指数

图表 2024年汽车团购车型搜索指数

图表 2024年团购搜索关注热点

图表 2024年团购网口碑评价关注走势

图表 2024年不同性别网民搜索关注点

图表 2024年不同年龄网民搜索关注点

图表 2024年团购城市类搜索关注占比

图表 2024年团购关注网民城市分布

图表 2024年团购关注网民城市分布占比走势

图表 2024年团购区域市场网站关注度排名

图表 2024年网络团购消费者性别构成

图表 2024年网络团购消费者所在城市分布图

图表 2024年网络团购消费者年龄分布图

图表 2024年网络团购消费者受教育程度分布图

图表 2024年网络团购消费者职业分布图

图表 2024年网络团购消费者月收入分布图

图表 2024年参加团购次数与人数比例

图表 2024年各地区团购市场份额

图表 2024年消费者各类团购动机占比情况

图表 2024年消费者对各类团购产品的欢迎程度

图表 国外团购网巨头竞争力比较

图表 糯米网图示

图表 58同城网图示

图表 大众点评网图示

图表 搜狐爱家团图示

图表 拉手网图示

图表 团购网站广告投放频次比较

图表 拉手网网络广告投放媒体列表

图表 美团网网络广告投放媒体列表

图表 糯米网网络广告投放媒体列表

图表 受众对不同互联网应用的使用情况

图表 2024-2030年美国团购网站营业规模预测

图表 2024-2030年中国团购行业市场交易规模预测

图表 2024-2030年中国团购行业用户总人数预测

略……

订阅“中国团购行业现状调查研究及市场前景分析预测报告（2024版）”，编号：1353882，

请致电：400 612 8668、010-6618 1099、010-66182099、010-66183099

Email邮箱：kf@Cir.cn

详细内容：<https://www.cir.cn/2/88/TuanGouShiChangDiaoChaBaoGao.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！！