

2023-2029年团购市场深度调查研究 与发展前景分析报告

产业调研网

www.cir.cn

一、基本信息

报告名称： 2023-2029年团购市场深度调查研究与发展前景分析报告

报告编号： 1AA26A8 ← 咨询订购时，请说明该编号

报告价格： 电子版：9200 元 纸质+电子版：9500 元

优惠价格： 电子版：8280 元 纸质+电子版：8580 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/8/6A/TuanGouShiChangXuQiuFenXiYuCe.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

团购是一种新兴的购物模式，在互联网普及的背景下得到了迅速发展。目前，团购网站和平台通过集合消费者的购买力量，为用户提供低于市场价格的商品和服务，吸引了大量用户的参与。随着移动互联网技术的发展，团购服务也从最初的PC端向移动端转移，方便用户随时随地进行团购。此外，团购业务的种类也更加多样化，涵盖餐饮、旅游、娱乐等多个领域。

未来，团购市场将呈现以下几个趋势：一是随着消费者个性化需求的增长，团购将更加注重提供个性化服务；二是随着线上线下融合的趋势加强，团购将更加注重与线下商家的合作，打造O2O商业模式；三是随着大数据技术的应用，团购将更加注重数据分析，提供更加精准的营销策略；四是随着市场竞争的加剧，团购平台将更加注重用户体验和服务质量。

第一部分 产业环境透视

第一章 团购行业发展综述

第一节 网络团购行业的定义

- 一、网络团购的定义
- 二、网络团购的特征
- 三、网络团购的流程
- 四、网络团购的基本形态

- 1、自发团购
- 2、商业团购
- 3、第三方团购

第二节 网络团购主要平台模式分析

- 一、生活服务信息类团购模式

二、特定产品类团购模式

三、导航类团购模式

第三节 网络团购主要盈利模式分析

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

第四节 网络团购核心价值及增值潜力分析

一、网络团购服务企业基本价值活动分析

二、网络团购服务企业价值增值环节分析

1、顾客管理环节

2、加盟商管理环节

第二章 团购行业市场环境及影响分析（pest）

第一节 团购行业政治法律环境（p）

一、行业主要政策法规

二、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析（e）

一、宏观经济形势分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析（s）

一、团购产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

第四节 行业技术环境分析（t）

一、行业主要技术发展趋势

二、技术环境对行业的影响

第二部分 行业深度分析

第三章 我国团购行业运行现状分析

第一节 国内网络团购行业发展分析

一、网络团购行业发展状况

1、企业规模

2、交易规模

3、市场占有率

4、城市分布

5、服务领域

6、网站流量

7、人员规模

8、用户关注

二、网络团购行业搜索情况分析

1、团购相关搜索指数

2、团购相关搜索关注热点

3、团购网站关注度排行

4、团购产品关注度排行

第二节 网络团购行业重点事件影响分析

一、首批groupon模式网站上线

二、搜狐、腾讯、新浪加入竞争

三、团购网涉嫌欺诈遭曝光

四、淘宝网团smart显示团购力量

五、团购企业电子商务信用认证

六、网购导航成为团购重要构成

七、糯米团引领行业精细化潮流

八、网络团购受到媒体机构重视

第四章 中国网络团购行业用户研究

第一节 中国网络购物用户群体研究

一、网络购物用户特征分析

1、性别结构

2、年龄结构

3、学历结构

4、职业结构

5、收入结构

6、城乡结构

二、网民网络购物行为研究

1、购物网站品牌认知渠道

2、商品浏览方式主要渠道

3、人均网购金额和次数

4、网购商品类别分析

5、用户网购行为差异分析

第二节 中国网络团购用户群体研究

一、中国网络团购用户规模

二、中国网络团购用户状况分析

- 1、中国网络团购用户属性特征

- 2、中国网络团购用户访问行为特征

第三节 网络团购行为模式及发展策略

- 一、消费者行为模式分析

- 二、组织者行为模式分析

- 二、经营者行为模式分析

- 四、网络非稳定型团购特征分析

- 1、组成的条件

- 2、购买特征

- 3、非稳定型团购影响分析

- 4、组织的管理

第四节 网络团购用户满意度调查

- 一、网络团购用户满意情况

- 二、未来网络团购意向调查

- 二、网络团购用户职业特征

- 四、团购信息分享意愿调查

- 五、参加网络团购决策模式

- 六、团购网络用户忠诚度调查

- 7 用户期望未来团购项目调查

第五节 网络团购行业信用调查

- 一、信用评价方法

- 1、评价指标构成

- 二、网络团购行业整体信用得分

- 二、网络团购企业信用差距分析

- 1、bb-等级企业情况

- 2、aa-等级企业情况

- 3、bbb等级企业情况

- 四、网络团购企业主要诚信问题

- 1、缺乏担保机制的预付款模式

- 2、服务和产品低端化、同质化严重

- 3、商家的服务质量和诚信度不高

- 4、网站忽视用户体验和满意度

- 五、团购行业信用低下原因分析

第三部分 市场全景调研

第五章 我国团购细分市场分析及预测

第一节 餐饮酒水类产品团购现状及前景分析

一、餐饮类产品团购

- 1、餐饮企业电子商务现状分析
- 2、餐饮企业团购特殊性分析
- 3、团购/餐饮企业互动发展分析
- 4、餐饮团购市场运行情况
- 5、网络团购对餐饮行业利好分析
- 6、餐饮团购行业发展问题分析

二、酒水类产品团购现状及前景分析

- 1、酒类产品网络团购优劣势分析
- 2、酒水网络团购注意事项分析

第二节 美容保健类产品团购现状及前景分析

一、化妆品团购市场现状分析

二、化妆品行业团购特殊环境分析

三、化妆品电子商务销售模式分析

四、垂直类化妆品团购网站劣势分析

- 1、从消费者层面看
- 2、从网站运营层面看
- 3、从化妆品品牌层面看

五、美容院网络团购新营销模式分析

- 1、美容院参加网络团购原因分析
- 2、美容院网络团购利润分布情况
- 3、美容院加盟网站团购步骤分析

第三节 休闲娱乐类产品团购现状及前景分析

一、电影票团购市场运行情况

- 1、票房贡献率
- 2、团购营销方式运用
- 3、电影票团购劣势分析

二、摄影团购市场运行情况

三、话剧团购市场现状分析

第四节 精品购物类产品团购现状及前景分析

一、文化市场产品团购情况

二、奢侈品市场团购现状分析

三、高端服饰产品网络团购情况

第四部分 竞争格局分析

第六章 2023-2029年团购行业竞争形势

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、团购行业竞争结构分析

- 1、现有企业间竞争
- 2、潜在进入者分析
- 3、替代品威胁分析
- 4、供应商议价能力
- 5、客户议价能力
- 6、竞争结构特点总结

二、团购行业企业间竞争格局分析

- 1、不同地域企业竞争格局
- 2、不同规模企业竞争格局
- 3、不同所有制企业竞争格局

三、团购行业集中度分析

- 1、市场集中度分析
- 2、企业集中度分析
- 3、区域集中度分析
- 4、各子行业集中度
- 5、集中度变化趋势

四、团购行业swot分析

- 1、团购行业优势分析
- 2、团购行业劣势分析
- 3、团购行业机会分析
- 4、团购行业威胁分析

第二节 中国团购行业竞争格局综述

一、团购行业竞争概况

- 1、中国团购行业品牌竞争格局
- 2、团购业未来竞争格局和特点
- 3、团购市场进入及竞争对手分析

二、中国团购行业竞争力分析

- 1、我国团购行业竞争力剖析
- 2、我国团购企业市场竞争的优势
- 3、民企与外企比较分析
- 4、国内团购企业竞争能力提升途径

三、中国团购服务竞争力优势分析

- 1、整体竞争力评价
- 2、竞争力评价结果分析
- 3、竞争优势评价及构建建议

四、团购行业主要企业竞争力分析

- 1、重点企业资产总计对比分析
- 2、重点企业从业人员对比分析
- 3、重点企业营业收入对比分析
- 4、重点企业利润总额对比分析
- 5、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 团购行业竞争格局分析

- 一、国内外团购竞争分析
- 二、我国团购市场竞争分析
- 三、我国团购市场集中度分析
- 四、国内主要团购企业动向
- 五、国内团购企业拟在建项目分析

第四节 团购行业并购重组分析

- 一、行业并购重组现状及其重要影响
- 二、跨国公司在华投资兼并与重组分析
- 三、本土企业投资兼并与重组分析
- 四、企业升级途径及并购重组风险分析
- 五、行业投资兼并与重组趋势分析

第七章 2023-2029年团购行业领先企业经营形势分析

第一节 中国团购企业总体发展状况分析

- 一、团购企业主要类型
- 二、团购企业资本运作分析
- 三、团购企业创新及品牌建设
- 四、团购企业国际竞争力分析
- 五、2023年团购行业企业排名分析

第二节 中国领先团购平台经营形势分析

一、美团网

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业经营模式分析
- 3、企业发展规模分析
- 4、企业经营业绩分析
- 5、企业运营能力分析
- 6、企业竞争优势分析
- 7、企业最新发展动向

二、大众点评网

- 1、企业发展概况分析

- 2、企业经营模式分析
- 3、企业发展规模分析
- 4、企业经营业绩分析
- 5、企业运营能力分析
- 6、企业竞争优势分析
- 7、企业最新发展动向

三、拉手网

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业经营模式分析
- 3、企业发展规模分析
- 4、企业经营业绩分析
- 5、企业运营能力分析
- 6、企业竞争优势分析
- 7、企业最新发展动向

四、百度糯米

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业经营模式分析
- 3、企业发展规模分析
- 4、企业经营业绩分析
- 5、企业运营能力分析
- 6、企业竞争优势分析
- 7、企业最新发展动向

五、窝窝团

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业经营模式分析
- 3、企业发展规模分析
- 4、企业经营业绩分析
- 5、企业运营能力分析
- 6、企业竞争优势分析
- 7、企业最新发展动向

六、聚划算

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业经营模式分析
- 3、企业发展规模分析
- 4、企业经营业绩分析
- 5、企业运营能力分析

6、企业竞争优势劣势分析

7、企业最新发展动向

七、高朋团购

1、企业发展概况分析

2、企业经营模式分析

3、企业发展规模分析

4、企业经营业绩分析

5、企业运营能力分析

6、企业竞争优势劣势分析

7、企业最新发展动向

八、聚美优品

1、企业发展概况分析

2、企业经营模式分析

3、企业发展规模分析

4、企业经营业绩分析

5、企业运营能力分析

6、企业竞争优势劣势分析

7、企业最新发展动向

九、58团购

1、企业发展概况分析

2、企业经营模式分析

3、企业发展规模分析

4、企业经营业绩分析

5、企业运营能力分析

6、企业竞争优势劣势分析

7、企业最新发展动向

十、满座网

1、企业发展概况分析

2、企业经营模式分析

3、企业发展规模分析

4、企业经营业绩分析

5、企业运营能力分析

6、企业竞争优势劣势分析

7、企业最新发展动向

第五部分 发展前景展望

第八章 2023-2029年团购行业前景及投资价值

第一节 团购行业五年规划现状及未来预测

- 一、“十三五”期间团购行业运行情况
- 二、“十三五”期间团购行业发展成果
- 三、团购行业“十三五”发展方向预测

第二节 2023-2029年团购市场发展前景

- 一、2023-2029年团购市场发展潜力
- 二、2023-2029年团购市场发展前景展望
- 三、2023-2029年团购细分行业发展前景分析

第三节 2023-2029年团购市场发展趋势预测

- 一、2023-2029年团购行业发展趋势
- 二、2023-2029年团购市场规模预测
- 三、2023-2029年团购行业应用趋势预测
- 四、2023-2029年细分市场发展趋势预测

第四节 2023-2029年中国团购行业供需预测

- 一、2023-2029年中国团购行业供给预测
- 二、2023-2029年中国团购市场销量预测
- 三、2023-2029年中国团购行业需求预测
- 四、2023-2029年中国团购行业供需平衡预测

第五节 影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、企业区域市场拓展的趋势
- 四、科研开发趋势及替代技术进展
- 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第六节 团购行业投资特性分析

- 一、团购行业进入壁垒分析
- 二、团购行业盈利因素分析
- 三、团购行业盈利模式分析

第七节 2023-2029年团购行业发展的影响因素

- 一、有利因素
- 二、不利因素

第八节 2023-2029年团购行业投资价值评估分析

- 一、行业投资效益分析
 - 1、行业活力系数比较及分析
 - 2、行业投资收益率比较及分析
 - 3、行业投资效益评估

- 二、产业发展的空白点分析
- 三、投资回报率比较高的投资方向
- 四、新进入者应注意的障碍因素

第九章 2023-2029年团购行业投资机会与风险防范

第一节 团购行业投融资情况

- 一、行业资金渠道分析
- 二、固定资产投资分析
- 三、兼并重组情况分析
- 四、团购行业投资现状分析

第二节 2023-2029年团购行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会
- 三、重点区域投资机会
- 四、团购行业投资机遇

第三节 2023-2029年团购行业投资风险及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、技术风险及防范
- 三、供求风险及防范
- 四、宏观经济波动风险及防范
- 五、关联产业风险及防范
- 六、产品结构风险及防范
- 七、其他风险及防范

第四节 中国团购行业投资建议

- 一、团购行业未来发展方向
- 二、团购行业主要投资建议
- 三、中国团购企业融资分析

第六部分 发展战略研究

第十章 团购行业发展战略研究

第一节 团购行业发展战略研究

- 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

第二节 对我国团购品牌的战略思考

- 一、团购品牌的重要性
- 二、团购实施品牌战略的意义
- 三、团购企业品牌的现状分析
- 四、我国团购企业的品牌战略
- 五、团购品牌战略管理的策略

第三节 团购经营策略分析

- 一、团购市场细分策略
- 二、团购市场创新策略
- 三、品牌定位与品类规划
- 四、团购新产品差异化战略

第四节 团购行业投资战略研究

- 一、2023-2029年团购行业投资战略
- 二、2023-2029年细分行业投资战略

第十一章 研究结论及发展建议

第一节 团购行业研究结论及建议

第二节 团购子行业研究结论及建议

第三节 中智林~一济研：团购行业发展建议

- 一、行业发展策略建议
- 二、行业投资方向建议
- 三、行业投资方式建议

图表目录

图表 团购行业生命周期

图表 团购行业产业链结构

图表 2017-2022年全球团购行业市场规模

图表 2017-2022年中国团购行业市场规模

图表 2017-2022年团购行业重要数据指标比较

图表 2017-2022年中国团购市场占全球份额比较

图表 中国网络团购企业规模

图表 中国网络团购企业市场交易份额占比图

图表 中国网络团购企业市场占有率

图表 中国网络团购企业主要城市分布占比图

图表 十大主流网络团购企业主要城市分布比例图

图表 中国网络团购商品主分类占比图

图表 中国网络团购商品二级分类占比图
图表 十大主流网络团购企业各地区流量监测对比图
图表 中国网络团购企业职工职能分配占比图
图表 主要网络团购企业人员规模
图表 十大主流网络团购企业月度用户关注度趋势
图表 团购相关搜索指数
图表 团购日均搜索走势
图表 团购分时搜索指数
图表 团购相关搜索关注热点
图表 团购网站关注度排行
图表 美团/拉手团/糯米团搜索指数
图表 团购产品关注度排行
略……

订阅“2023-2029年团购市场深度调查研究与发展前景分析报告”，编号：1AA26A8，
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/8/6A/TuanGouShiChangXuQiuFenXiYuCe.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！！