



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2012-2016年中国团购（Gro upon）市场监测及前景预测 研究报告

## 一、调研说明

《2012-2016年中国团购（Groupon）市场监测及前景预测研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/199330.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

在经历了“千团大战”和倒闭高峰后，进入2012年，幸存的团购网站或转向实物类B2C，或深耕细分行业，或探索新的发展模式，团购行业进入新一轮转型竞争。

艾凯数据研究中心发布的《2012-2016年中国团购（Groupon）市场监测及前景预测研究报告》共十一章。首先介绍了中国团购（Groupon）行业的概念，接着分析了中国团购（Groupon）行业发展环境，然后对中国团购（Groupon）行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国团购（Groupon）行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国团购（Groupon）行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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。

### 第一章 团购相关概述

#### 第一节 网络团购的兴起

#### 第二节 网络团购的特点及意义阐述

#### 第三节 团购形式

##### 一、现场团购会

##### 二、介于网络平台的团购

##### 三、自发团购

#### 第四节 国内团购网站类型

##### 一、服务型

##### 二、实体商品型

##### 三、混合型

#### 第五节 团购网站层次架构

##### 一、战略层

##### 二、范围层

##### 三、结构层

##### 四、框架层

##### 五、呈现层

#### 第六节 网络团购按照组织者分类

- 一、个人组织网络团购
- 二、机构组织网络团购
- 三、销售商自己组织的团购活动

## 第二章 2011-2012年全球团购市场运行态势分析

### 第一节 2011-2012年全球团购市场运行总况

- 一、全球团购仍属起步阶段
- 二、团购热潮风靡全球 团购网站水平有待提升
- 三、团购网站吸引全球风投目光
- 四、7大创业公司角逐全球团购市场点评

### 第二节 2011-2012年美国团购市场分析

- 一、美国团购发展与演进
- 二、美国团购网站规模
- 三、美国团购日成交量

### 第三节 日本

- 一、日本团购网站主要推广模式
- 二、Groupon日本砸下亚洲首单团购投资项目
- 三、日本团购网酣战正激

## 第三章 2011-2012年美国七大团购网站盘点

### 第一节 Groupon

### 第二节 LivingSocial

### 第三节 Gilt City

### 第四节 BuyWithMe

### 第五节 Tippr

### 第六节 Juice in the City

### 第七节 We Give to Get

## 第四章 2011-2012年中国团购产业运行新形势透析

### 第一节 2011-2012年中国团购产业运行概况

- 一、Groupon快速成长，引领社会化团购发展
- 二、中国社会化团购市场有待洗牌，本土化创新是关键

三、团购网站获资本青睐尚需时间

四、团购网站必将经历产业阵痛

五、国内的发展开始脱离了 "社会化团购"的模式

六、国内团购网站运营手段变更

第二节 2011-2012年中国团购市场热点问题探讨

一、同质化太严重

二、门槛太低 成本太高

三、粘性太低 回头客太少

四、利润率低 难获资本青睐

第三节 2011-2012年中国社会化团购企业本土化创新分析

一、拓展每天一团的商业内涵

二、深挖用户群体需求

三、改善用户购物体验

第五章 2011-2012年中国团购市场运行态势分析

第一节 2011-2012年中国团购市场运行现状综述

一、国内团购网站规模及集区分布

二、国内团购网站同比分析

1、现价

2、成交人数

3、折扣幅度

三、四类厂商将脱颖而出

四、"社交网站"成市场突破点

第二节 2011-2012年中国团购活动类型分析

一、餐饮美食

二、美容美体

三、生活娱乐

四、精品团购

第三节 经典团购活动案例分析

第四节 2011-2012年中国团购市场四大隐忧

一、经不起推销的数字游戏

二、挂羊头卖狗肉的变相倾销

### 三、负1元抢购的陷阱

### 四、隐性消费 忽悠没商量

## 第六章 2011年2月中国团购网站深度调研

### 第一节 2011年2月中国团购网站活动量监测

### 第二节 2011年2月中国团购网站销售收入TOP10月度统计

### 第三节 2011年2月中国团购网站月度访问人数排名TOP10

### 第四节 2011年2月中国团购网站人均月度访问人数排名TOP10

### 第五节 2011年2月中国团购网站活动数量前十名

### 第六节 2011年2月各网站团购活动平均现价

### 第七节 2011年2月各网站团购活动平均折扣

### 第八节 2011年2月各网站团购活动分类比例

### 第九节 2011年2月中国团购市场份额占比图

### 第十节 2011年2月主要团购网站团购次数及购买人数

### 第十一节 2011年2月主要团购网站团购次数及购买金额

### 第十二节 2011年2月主要团购网站每次团购平均收入及购买金额

### 第十三节 2011年2月主要团购网站人均购买金额和热购指数

## 第七章 2011-2012年中国团购市场竞争新格局分析

### 第一节 2011-2012年中国团购市场竞争总况

#### 一、中国团购网站竞争升级

#### 二、团购网站上升到"千团大战"

#### 三、低价背后的无序竞争

### 第二节 2011-2012年中国团购市场竞争动态分析

#### 一、搜狐、腾讯、新浪等互联网巨头的加入

#### 二、全球团购鼻祖Groupon谋划进入中国

#### 三、家具电子商务团购加入团购网站竞争行列

### 第三节 2011-2012年中国团购市场竞争深度剖析

#### 一、现有竞争者

#### 二、消费者议价能力

#### 三、供应商议价能力

#### 四、来自替代品的威胁

## 五、新进入者的威胁

## 第八章 2011-2012年中国团网网运营态势监测

### 第一节 美团网

#### 一、亮点

#### 二、主要团购项目

#### 三、当前覆盖城市

#### 四、团购交易所占份额

#### 五、竞争优势分析

### 第二节 拉手网

### 第三节 找折网

### 第四节 爱帮团

### 第五节 Yoka优享网

### 第六节 喜团

### 第七节 窝窝团

### 第八节 团宝

### 第九节 糯米网

### 第十节 满座

### 第十一节 乐拼

### 第十二节 酷团

### 第十三节 可可团

### 第十四节 饭统饭团

### 第十五节 Like团（前叫橘子团最近刚改名）

### 第十六节 F团爱赴团

### 第十七节 58同城

### 第十八节 36团

### 第十九节 24券

## 第九章 2011-2012年中国网购相关产业运行透析——电子商务

### 第一节 2011-2012年中国电子商务发展综述

#### 一、中国电子商务行业大事盘点

#### 二、国内电子商务进入了一个高速发展的阶段

三、电子商务市场规模增长迅猛

四、中国电子商务企业用户数量

五、中国网络购物交易额占社会消费品零售总额

第二节 2011-2012年电子商务网站发展分析

一、电子商务行业站点数量增长

二、电子商务网站访客行为分析

三、电子商务站点经营模式分析

第三节 2011-2012年电子商务热点问题探讨

一、我国电子商务中的诚信问题及对策

二、我国电子商务税收问题研究

三、电子商务网络信息安全问题研究

第十章 2011-2012年中国网购相关产业运行探析——网络购物

第一节 2011-2012年中国网络购物运行动态分析

一、小长假网络购物日均消费情况

二、金融危机为网络购物发展带来机遇

三、国外知名厂商开始涉足中国网络购物市场

四、个性创意年货走俏网络购物

第二节 2011-2012年中国网络购物市场剖析

一、网络购物市场规模

二、网络购物占社会消费品零售总额比重

三、交易额规模结构

四、交易额各地区分布状况

五、中国网络购物发展挑战传统零售业

第三节 2011-2012年中国网络购物发展的问题及对策

一、中国网络购物市场尚缺信用保障

二、中国网络购物市场“堵漏”需要多管齐下

第十一章 2012-2016年中国团购市场前景展望及趋势预测

第一节 2012-2016年中国团购市场前景

一、团购网迎来中国式变异

二、中国团购网规模预测



三、中国团购市场成交预测分析

四、中国团购市场盈利预测分析

第二节 2012-2016年中国团购市场新趋势预测分析

一、团购消费意识形态

二、中国团购网站五大发展趋势

三、团购专业化趋势凸显

四、团购模式分析及未来发展趋势

1、区域垂直化

2、商家社会化

五、纵深化是团购发展的必然趋势

第三节 专家Groupon为代表的新型团购模式观点

一、消费者及商家的价值

二、目标市场

三、有效整合线下资源

四、打破团购商品的区域性限制

五、单纯的团购网站缺乏粘性

六、创造中国化的团购网站商业模式

图表目录：（部分）

图表：中国团购网站活动量监测

图表：中国团购网站销售收入TOP10月度统计

图表：中国团购网站月度访问人数排名TOP10

图表：中国团购网站人均月度访问人数排名TOP10

图表：中国团购网站活动数量前十名

图表：各网站团购活动平均现价

图表：各网站团购活动平均折扣

图表：各网站团购活动分类比例

图表：2011-2012年中国团购市场份额占比图

图表：主要团购网站团购次数及购买人数

图表：主要团购网站团购次数及购买金额

图表：主要团购网站每次团购平均收入及购买金额

图表：主要团购网站人均购买金额和热购指数

图表：十大团购网站月度参团人数趋势

图表：十大团购网站每次团购平均购买人数趋势

图表：十大团购网站每次团购平均购买金额趋势

图表：十大团购网站月度收入预测（收入=团购金额×10%）

图表：十大团购网站月度累积收入预测

图表：略&hellip;&hellip;

更多图表见报告正文

通过《2012-2016年中国团购（Groupon）市场监测及前景预测研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/199330.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适

中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

#### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。