



艾凯咨询
ICAN Consulting

2013-2017年团购行业投资策略 及深度研究咨询报告

一、调研说明

《2013-2017年团购行业投资策略及深度研究咨询报告》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/218063.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

→内容简介

当互联网开始运营的时候，我们想象着未来坐在家就能买到称心如意的商品；当淘宝流行的时候，我们享受着互联网将天南海北的商家联系到一起的便捷；当团购流行的时候，我们在考虑团购市场的大饼究竟有多大？

团购，以物美价廉吸引了众多消费者投身其中，随着第一家团购网站上线，团购搜索、团购网站导航型网站也陆续兴盛起来，只要想团购搜索下的网站海量团购信息信手拈来。团购几乎成为互联网的又一神话。团购价格低，但也有诸多限制，比如一般团购都有一个期限还要完成多少订单的团购额度才能享受商家提供的团购价格。

一般只要价格优惠，质量上乘都有团友愿意花钱购买。从目前的行业发展趋势来看，团购行业的大饼还是值得大家争一争的。就目前来看，团购市场版图初见端倪还未最后定型，有实力的团购搜索网站已经加入了争夺市场份额的大军之中。团购导航网站也出现了大军压境的对阵局面，由于导航站的模式都差不多，在更大程度上加大的竞争力度。只有保持行业优势才能站稳脚跟，最终引领市场。未来团购市场已经进入最后PK阶段，谁在行业之中稳坐强者榜2012年下半年揭晓。首先，团购网站必须站在消费者的角度考虑，与商家沟通保证消费者权益，继续开发更具性价比的商品。加大消费者的售后保障力度，提升消费者对团购网站的信任。继续提升团购网站本身的方便性与互动性，战略上加大线下广告互动频率。

团购行业逐渐回归理性，行业洗牌加剧。不少团购网站在优胜劣汰中消亡，但是也有很多团购网拥有了稳定的用户群体。团购网站的品牌战略虽然让他们大伤元气，但是也带来了不错的交易额。2012上半年，团购网站资金链开始出现问题。最初资金链紧张通过极为负面的CEO跑路、破产等方式爆发出来。团宝网是引爆点，24券的欠款关站也是团购行业主要的负面来源。团购行业到底怎样发展？

本研究咨询报告领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、中国电子行业协会、中国电子研究院、中国电子商业协会、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、国内外相关刊物杂志的基础信息以及团购行业科研单位等公布和提供的大量资料，结合公司对团购行业相关企业和终端市场的实地调查，对我国团购行业发展现状与前景、市场竞争格局与形势、投资机会与策略、发展趋势等进行深入研究，并重点分析了团购行业各大类技术发展状况。报告揭示了团购行业市场潜在需求与潜在机会，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

→报告目录

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展概况

第一章 中国团购行业发展综述 1

第一节 团购的概况分析 1

一、团购的定义 1

二、团购目的和好处分析 1

三、团购形式分析 2

四、产品特点分析 3

五、商业模式分析 4

六、分级团购定义 6

七、团购基础知识分析 13

八、团购网站支付方式分析 14

第二节 网络团购的概况 16

一、网络团购的定义 16

二、网络团购特征分析 17

三、网络团购流程分析 17

四、产品情况分析 18

五、网络团购的形式分析 19

六、权利义务关系分析 20

第二章 团购行业运行环境分析 22

第一节 世界经济发展趋势及影响预测 22

一、2012世界经济发展趋势及未来 22

二、2012年世界经济走势展望 23

三、对我国的影响及对策 26

第二节 2011-2012年中国经济环境分析 27

一、国民经济运行情况 27

二、消费价格指数CPI、PPI 29

三、全国居民收入情况	32
四、恩格尔系数	34
五、工业发展形势	35
六、固定资产投资情况	38
七、中国汇率调整	39
八、对外贸易&进出口	43
第三节 2011-2012年中国团购行业环境分析	43
第四节 2011-2012年中国车联网行业社会环境分析	46
一、人口环境分析	46
二、教育环境分析	47
三、文化环境分析	48
四、生态环境分析	49
五、中国城镇化率	50
六、居民的各种消费观念和习惯	53
第五节 2012年投融资发展环境	57
一、金融开放程度分析	57
二、金融财政政策	60
三、金融货币政策	68
四、外汇政策	80
五、银行信贷政策	87
六、股权融资与债券融资	89

第二部分 行业运行发展分析

第三章 国际团购行业发展现状及趋势分析 98

第一节 全球团购行业发展现状和市场交易规模分析 98

- 一、全球网络团购行业发展现状 98
- 二、全球电子支付市场交易规模分析 100

第二节 国际团购行业现状及发展趋势分析 101

- 一、国际团购行业发展现状 101
- 二、国际团购行业十大发展趋势 112

第三节 美国团购网站盈利模式 115

- 一、美国团购网站Groupon的盈利模式 115

二、美国4大团购网站对国内团购发展有标杆意义 119

第四章 团购网站盈利模式分析 120

第一节 团购网概况分析 120

一、团购网的概念 120

二、团购网的特点 120

三、团购网的发展 120

第二节 团购网的盈利模式分析 121

一、团购网的生存之道 121

二、团购网的盈利模式、模式弊端及改进策略分析 121

三、团购网站盈利模式成功案例分析 124

四、团购网盈利模式的创新研究 125

第五章 团购行业基本状况分析 127

第一节 团购基本概况分析 127

一、企业规模分析 127

二、城市分布分析 128

三、服务领域分析 128

四、交易规模分析 130

五、网站流量分析 130

六、人员规模分析 131

七、用户关注分析 132

八、投融资状况分析 133

第二节 国内三类主要平台模式分析 134

一、生活服务信息类团购模式分析 134

二、特定产品类团购模式分析 135

三、导航类团购模式分析 136

第三节 中国团购行业盈利模式分析 137

一、商品代售分析 138

二、交易佣金分析 138

三、会员制度分析 138

四、商户服务费分析 138

五、广告费分析 139

六、加盟授权分析 139

第六章 2011-2012年中国团购行业细分市场深度剖析 140

第一节 团购行业整体形势及细分类团购市场现状简析 140

第二节 中国旅游团购市场发展现状及对策研究 142

一、中国旅游团购市场发展现状 142

二、导致中国旅游团购市场陷阱众多的原因 143

三、促进中国旅游团购市场健康发展的主要对策 145

四、旅游团购市场趋向品质之争 147

第三节 酒店团购分析 148

一、2011年酒店团购经营分析 148

二、酒店团购特征分析 150

三、酒店团购市场存在问题 151

四、酒店团购市场发展对策 152

五、酒店团购环境和发展趋势的分析 154

第四节 餐饮团购分析 157

一、2011年餐饮行业探索线上销售模式分析 157

二、我国餐饮团购行业亟待整顿 158

三、餐饮团购前景和趋势分析 162

第五节 礼品团购分析 163

一、礼品团购优势分析 163

二、礼品团购模式分析 163

第六节 化妆品团购分析 164

一、化妆品团购发展现状 164

二、化妆品团购模式分析 165

三、化妆品团购市场分析 166

第七章 2011-2012年团购行业发展状况分析 168

第一节 2012年团购行业市场情况分析 168

一、2012年上半年团购总成交额统计分析 168

二、2012年上半年我国团购网站日均覆盖人数分析 169

- 三、2012年我国团购网站数量统计情况分析 170
- 四、2012年上半年我国团购网站数量分析 171
- 五、2012年上半年团购产业发展情况分析 172
- 六、2012年上半年团购业并购整合频现情况分析 173
- 七、2012年上半年我国团购市场数据分析 175
- 第二节 2011-2012年我国团购行业发展态势分析 177
 - 一、2012年我国团购行业发展态势探析 177
 - 二、2011年中国团购用户行为调查分析 179
 - 三、2012年团购业转型分化形势演技分析 181
- 第三节 2012年网络团购现状分析 182
 - 一、网络团购宏观环境分析-PEST模型 182
 - 二、网络团购产业环境分析-PORTER模型 182
 - 三、网络团购综合环境分析-SWOT模型 183

第三部分 行业竞争及策略

第八章 团购网的格局和经营趋势分析 189

第一节 团购网站的格局分析 189

- 一、现有团购网站的格局 189
- 二、格局下的特色网站 189

第二节 团购网站的价值和风险 190

- 一、团购网的价值 190
- 二、团购网的风险 191

第三节 团购网的经营趋势和创新 192

- 一、团购网的经营方向分析 192
- 二、团购网的定位分析 193
- 三、经营定位和目标客户定位的创新研究 193
- 四、服务拓展性分析 194
- 五、增加网站的娱乐性分析 194

第九章 2011-2012年中国团购行业领先网站运营分析 195

第一节 门户网站团购业务分析-搜狐爱家团 195

- 一、网站简介 195

二、网站团购业务和规模分析	196
三、"搜狐爱家团"服务模式分析	197
第二节 垂直型差异团购网站分析-主力团	197
一、网站简介	197
二、销售策略分析	198
三、主力团的竞争优势	198
四、主力团的前景	198
第三节 垂直型综合团购网站分析-拉手网	199
一、网站简介	199
二、拉手网经营规模	199
三、拉手网特色分析	200
四、拉手网SWOT分析	202
第四节 美团网分析	204
一、网站简介	204
二、网站流量排行分析	204
三、美团网盈利模式分析	204
四、美团网SWOT分析	206
第五节 糯米网分析	209
一、网站简介	209
二、糯米网服务模式分析	210
三、定位和经营规模分析	211
第十章 涉及团购业务的主要企业分析	212
第一节 佛山星期六鞋业股份有限公司	213
一、企业简介	213
二、营销战略分析	214
三、2011-2012年经营投资状况分析	215
四、发展情况分析	222
第二节 北京探路者户外用品股份有限公司	231
一、企业简介	231
二、经营投资状况分析	233
三、2011-2012年企业发展情况分析	239

第三节 苏宁电器股份有限公司 241

一、企业简介 241

二、2011-2012年经营投资状况分析 241

三、发展情况分析 248

第四节 浙江中国小商品城集团股份有限公司 250

一、企业简介 250

二、2011-2012年经营投资状况分析 251

三、发展情况分析 256

第五节 浙江报喜鸟服饰股份有限公司 258

一、企业简介 258

二、2011-2012年经营投资状况分析 258

三、发展情况分析 265

第六节 中国国旅股份有限公司 270

一、企业简介 270

二、2011-2012年经营投资状况分析 271

三、2011-2012年企业发展情况分析 277

第七节 中百控股集团股份有限公司 278

一、企业简介 278

二、2011-2012年经营投资状况分析 279

三、发展情况分析 285

第八节 北京王府井百货(集团)股份有限公司 287

一、企业简介 287

二、2011-2012年经营投资状况分析 289

三、发展情况分析 294

第九节 北京首商集团股份有限公司 296

一、企业简介 296

二、2011-2012年经营投资状况分析 296

三、发展情况分析 302

第十节 浙江中国轻纺城集团股份有限公司 304

一、企业简介 304

二、2011-2012年经营投资状况分析 305

三、发展情况分析 310

第十一章 2013-2017年中国网络团购行业竞争和趋势分析 311

第一节 2013-2017年中国网络团购行业竞争分析 311

一、中国网络团购市场竞争格局分析 311

二、2012年团购竞争情况分析 312

三、在惨烈竞争下，发展前景的研究 315

四、新的成长环境中竞争优势分析 319

五、2012年三季度团购行业整合加剧形势评析 321

第二节 2013-2017年中国网络团购行业发展趋势分析 322

一、我国团购网站的现状及未来发展前景分析 322

二、中国网络团购市场发展的八大趋势分析 326

三、中国网络团购的发展方向分析 328

四、提升网站粘度-团购网站未来的发展重心 329

第三节 2013-2017年网络团购行业融资并购分析 333

第四部分 行业发展问题及投资策略

第十二章 网络团购存在的问题的及对策分析 337

第一节 网络团购存在的问题 337

一、信誉风险分析 337

二、市场风险分析 338

三、经营风险分析 339

四、承保风险分析 340

五、操作风险分析 341

第二节 网络团购存在的问题对策分析 342

一、信誉风险对策分析 342

二、市场风险控制分析 343

三、经营风险控制分析 344

四、承保风险控制分析 345

五、操作风险控制分析 346

第十三章 团购行业投资机会和策略分析 348

第一节 网络团购的外部环境创建分析 348

一、政策扶持分析 348

- 二、电子商务立法完善分析 349
- 三、监督体系的建立分析 350
- 第二节 网络团购的产业内部完善 352
 - 一、网络平台的技术建设分析 352
 - 二、成本控制分析 353
- 第三节 选品方向与品牌建设 354
 - 一、选品方向分析 354
 - 二、品牌建设分析 355
- 第四节 投资机会分析 355
 - 一、网络团购项目风险管理的对策 355
 - 二、团购行业投资建议 357
 - 三、团购行业投资方向 359

图表目录：

- 图表：2006-2011年国内生产总值及其增长速度 28
- 图表：2011年居民消费价格月度涨跌幅度 29
- 图表：2011年居民消费价格同比涨幅 29
- 图表：2006-2011年农村居民人均收入及其增长速度 33
- 图表：2006-2011年城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度 33
- 图表：2006-2011年全社会固定资产投资及其增长速度 38
- 图表：2006-2011年货物进出口总额 43
- 图表：2011年我国商业银行平均贷款年利率图 89
- 图表：国内外团购网站的发展历程 99
- 图表：2008-2012年全球电子支付市场交易规模 100
- 图表：2010年中国网络团购企业数量规模增长分析 127
- 图表：2010年中国网络团购主要城市分布比例 128
- 图表：2010年中国网络团购商品主要分布比例 129
- 图表：2010年中国网络团购商品二级分类比例 129
- 图表：2010年中国网络团购企业市场交易份额比例 130
- 图表：十大主流网络团购企业各地区流量比例 131
- 图表：中国网络团购企业员工职能分配比例 131
- 图表：主要网络团购企业人员规模 132

图表：十大主流网络团购企业月度用户关注度趋势分析 133

图表：2010年中国网络团购企业投资分析 134

图表：中国酒店团购厂商实力矩阵 155

图表：2011-2012年国内团购市场总成交额分析 168

图表：2011-2012年国内团购市场总成交额分析 168

图表：2012年上半年日均覆盖人数分析 169

图表：网络团购宏观环境分析 182

图表：网络团购产业环境分析 183

图表：网络团购综合环境分析 183

图表：Groupon团购模式商业模式分析 188

图表：消费供应链的分析 193

图表：2011-2012年佛山星期六鞋业股份有限公司重要指标 215

图表：2011-2012年按行业构成佛山星期六鞋业股份有限公司主营业务分析 215

图表：2011-2012年年按产品构成佛山星期六鞋业股份有限公司主营业务分析 216

图表：2011-2012年按地区构成佛山星期六鞋业股份有限公司主营业务分析 216

图表：2011-2012年佛山星期六鞋业股份有限公司偿债能力分析 217

图表：2011-2012年佛山星期六鞋业股份有限公司资本结构分析 217

图表：2011-2012年佛山星期六鞋业股份有限公司经营效益分析 218

图表：2011-2012年佛山星期六鞋业股份有限公司获利能力分析 218

图表：2011-2012年佛山星期六鞋业股份有限公司发展能力分析 219

图表：2011-2012年佛山星期六鞋业股份有限公司现金流量分析 219

图表：2011-2012年佛山星期六鞋业股份有限公司投资收益分析 220

图表：2011-2012年佛山星期六鞋业股份有限公司资产负债简表 220

图表：2011-2012年佛山星期六鞋业股份有限公司利润分配简表 221

图表：2011-2012年佛山星期六鞋业股份有限公司现金流量简表 221

图表：2011-2012年北京探路者户外用品股份有限公司重要指标 233

图表：2011-2012年按行业构成北京探路者户外用品股份有限公司主营业务分析 233

图表：2011-2012年按产品构成北京探路者户外用品股份有限公司主营业务分析 233

图表：2011-2012年按地区构成北京探路者户外用品股份有限公司主营业务分析 234

图表：2011-2012年北京探路者户外用品股份有限公司偿债能力分析 234

图表：2011-2012年北京探路者户外用品股份有限公司资本结构分析 235

图表：2011-2012年北京探路者户外用品股份有限公司经营效益分析 235

图表：2011-2012年北京探路者户外用品股份有限公司获利能力分析 236

图表：2011-2012年北京探路者户外用品股份有限公司发展能力分析 236

图表：2011-2012年北京探路者户外用品股份有限公司现金流量分析 237

图表：2011-2012年北京探路者户外用品股份有限公司投资收益分析 237

图表：2011-2012年北京探路者户外用品股份有限公司资产负债简表 238

图表：2011-2012年北京探路者户外用品股份有限公司利润分配简表 238

图表：2011-2012年北京探路者户外用品股份有限公司现金流量简表 239

图表：2011-2012年按行业苏宁电器股份有限公司经营业务分析 241

图表：2011-2012年按产品苏宁电器股份有限公司经营业务分析 242

图表：2011-2012年按地区苏宁电器股份有限公司经营业务分析 242

图表：2011-2012年苏宁电器股份有限公司偿债能力分析 243

图表：2011-2012年苏宁电器股份有限公司资本结构分析 243

图表：2011-2012年苏宁电器股份有限公司经营效率分析 244

图表：2011-2012年苏宁电器股份有限公司获利能力分析 244

图表：2011-2012年苏宁电器股份有限公司发展能力分析 245

图表：2011-2012年苏宁电器股份有限公司现金流量分析 245

图表：2011-2012年苏宁电器股份有限公司投资收益分析 246

图表：2011-2012年苏宁电器股份有限公司资产负债简表 246

图表：2011-2012年苏宁电器股份有限公司利润分配简表 247

图表：2011-2012年苏宁电器股份有限公司现金流量简表 247

图表：2011-2012年按行业浙江中国小商品城集团股份有限公司经营业务分析 251

图表：2011-2012年浙江中国小商品城集团股份有限公司偿债能力分析 251

图表：2011-2012年浙江中国小商品城集团股份有限公司资本结构分析 252

图表：2011-2012年浙江中国小商品城集团股份有限公司经营效率分析 252

图表：2011-2012年浙江中国小商品城集团股份有限公司获利能力分析 253

图表：2011-2012年浙江中国小商品城集团股份有限公司发展能力分析 253

图表：2011-2012年浙江中国小商品城集团股份有限公司现金流量分析 254

图表：2011-2012年浙江中国小商品城集团股份有限公司投资收益分析 254

图表：2011-2012年浙江中国小商品城集团股份有限公司资产负债简表 255

图表：2011-2012年浙江中国小商品城集团股份有限公司利润分配简表 255

图表：2011-2012年浙江中国小商品城集团股份有限公司现金流量简表 256

图表：2011-2012年按行业浙江报喜鸟服饰股份有限公司经营业务分析 259

图表：2011-2012年按产品浙江报喜鸟服饰股份有限公司经营业务分析 259

图表：2011-2012年按地区浙江报喜鸟服饰股份有限公司经营业务分析 259

图表：2011-2012年浙江报喜鸟服饰股份有限公司偿债能力分析 260

图表：2011-2012年浙江报喜鸟服饰股份有限公司资本结构分析 260

图表：2011-2012年浙江报喜鸟服饰股份有限公司经营效率分析 260

图表：2011-2012年浙江报喜鸟服饰股份有限公司获利能力分析 261

图表：2011-2012年浙江报喜鸟服饰股份有限公司发展能力分析 261

图表：2011-2012年浙江报喜鸟服饰股份有限公司现金流量分析 262

图表：2011-2012年浙江报喜鸟服饰股份有限公司投资收益分析 262

图表：2011-2012年浙江报喜鸟服饰股份有限公司资产负债简表 263

图表：2011-2012年浙江报喜鸟服饰股份有限公司利润分配简表 263

图表：2011-2012年浙江报喜鸟服饰股份有限公司现金流量简表 264

图表：2011-2012年按行业中国国旅股份有限公司经营业务分析 271

图表：2011-2012年按产品中国国旅股份有限公司经营业务分析 271

图表：2011-2012年中国国旅股份有限公司偿债能力分析 272

图表：2011-2012年中国国旅股份有限公司资本结构分析 272

图表：2011-2012年中国国旅股份有限公司经营效率分析 273

图表：2011-2012年中国国旅股份有限公司获利能力分析 273

图表：2011-2012年中国国旅股份有限公司发展能力分析 274

图表：2011-2012年中国国旅股份有限公司现金流量分析 274

图表：2011-2012年中国国旅股份有限公司投资收益分析 275

图表：2011-2012年中国国旅股份有限公司资产负债简表 275

图表：2011-2012年中国国旅股份有限公司利润分配简表 276

图表：2011-2012年中国国旅股份有限公司现金流量简表 276

图表：2011-2012年按行业中百控股集团股份有限公司经营业务分析 279

图表：2011-2012年按产品中百控股集团股份有限公司经营业务分析 280

图表：2011-2012年按地区中百控股集团股份有限公司经营业务分析 280

图表：2011-2012年中百控股集团股份有限公司偿债能力分析 280

图表：2011-2012年中百控股集团股份有限公司资本结构分析 281

图表：2011-2012年中百控股集团股份有限公司经营效率分析 281

图表：2011-2012年中百控股集团股份有限公司获利能力分析 282

图表：2011-2012年中百控股集团股份有限公司发展能力分析 282

图表：2011-2012年中百控股集团股份有限公司现金流量分析 283

图表：2011-2012年中百控股集团股份有限公司投资收益分析 283

图表：2011-2012年中百控股集团股份有限公司资产负债简表 284

图表：2011-2012年中百控股集团股份有限公司利润分配简表 284

图表：2011-2012年中百控股集团股份有限公司现金流量简表 285

图表：2011-2012年按行业北京王府井百货股份有限公司经营业务分析 289

图表：2011-2012年按地区北京王府井百货股份有限公司经营业务分析 289

图表：2011-2012年北京王府井百货股份有限公司偿债能力分析 289

图表：2011-2012年北京王府井百货股份有限公司资本结构分析 290

图表：2011-2012年北京王府井百货股份有限公司经营效率分析 290

图表：2011-2012年北京王府井百货股份有限公司获利能力分析 291

图表：2011-2012年北京王府井百货股份有限公司发展能力分析 291

图表：2011-2012年北京王府井百货股份有限公司现金流量分析 292

图表：2011-2012年北京王府井百货股份有限公司投资收益分析 292

图表：2011-2012年北京王府井百货股份有限公司资产负债简表 293

图表：2011-2012年北京王府井百货股份有限公司利润分配简表 293

图表：2011-2012年北京王府井百货股份有限公司现金流量简表 294

图表：2011-2012年按行业北京首商集团股份有限公司经营业务分析 296

图表：2011-2012年按地区北京首商集团股份有限公司经营业务分析 297

图表：2011-2012年北京首商集团股份有限公司偿债能力分析 297

图表：2011-2012年北京首商集团股份有限公司资本结构分析 297

图表：2011-2012年北京首商集团股份有限公司经营效率分析 298

图表：2011-2012年北京首商集团股份有限公司获利能力分析 298

图表：2011-2012年北京首商集团股份有限公司发展能力分析 299

图表：2011-2012年北京首商集团股份有限公司现金流量分析 299

图表：2011-2012年北京首商集团股份有限公司投资收益分析 300

图表：2011-2012年北京首商集团股份有限公司资产负债简表 300

图表：2011-2012年北京首商集团股份有限公司利润分配简表 301

图表：2011-2012年北京首商集团股份有限公司现金流量简表 301

图表：2011-2012年按行业浙江中国轻纺城集团股份有限公司经营业务分析 305

图表：2011-2012年按产品浙江中国轻纺城集团股份有限公司经营业务分析 305

图表：2011-2012年按地区浙江中国轻纺城集团股份有限公司经营业务分析 306

图表：2011-2012年浙江中国轻纺城集团股份有限公司偿债能力分析 306
图表：2011-2012年浙江中国轻纺城集团股份有限公司资本结构分析 306
图表：2011-2012年浙江中国轻纺城集团股份有限公司经营效率分析 307
图表：2011-2012年浙江中国轻纺城集团股份有限公司发展能力分析 307
图表：2011-2012年浙江中国轻纺城集团股份有限公司现金流量分析 308
图表：2011-2012年浙江中国轻纺城集团股份有限公司投资收益分析 308
图表：2011-2012年浙江中国轻纺城集团股份有限公司资产负债简表 308
图表：2011-2012年浙江中国轻纺城集团股份有限公司利润分配简表 309
图表：2011-2012年浙江中国轻纺城集团股份有限公司现金流量简表 309
图表：网络团购风险图 337
图表：网络团购项目风险管理模型 356
图表：网络团购风险控制对策分析 356
略.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/218063.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）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专业提供投资咨询报告、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。