

2013-2018年中国团购市场 分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2013-2018年中国团购市场分析与投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/chuanmei1310/R91894SUNW.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2013-10-14

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2013-2018年中国团购市场分析与投资前景研究报告》共九章。首先介绍了团购相关概述、中国团购市场运行环境等，接着分析了中国团购市场发展的现状，然后介绍了中国团购重点区域市场运行形势。随后，报告对中国团购重点企业经营状况分析，最后分析了中国团购行业发展趋势与投资预测。您若想对团购产业有个系统的了解或者想投资团购行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

团购作为一种新兴的电子商务模式，通过消费者自行组团、专业团购网站、商家组织团购等形式，提升用户与商家的议价能力，并极大程度地获得商品让利，引起消费者及业内厂商、甚至是资本市场关注。近年来，风头正劲的移动互联网成为团购网站对接的新平台，团购网站和团购导航的客户端凭借便捷效应获得越来越多消费者的青睐。

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 2012-2013年团购行业分析

2.1 2012-2013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 2011年中国团购行业运营数据分析
- 2.4 2012年中国团购行业运营数据分析
- 2.5 2013年中国团购行业运营数据分析
- 2.6 2012-2013年部分城市团购市场的发展
 - 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

第三章 2012-2013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 2012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 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013年团购市场竞争形势分析

6.3 中国主流团购网站比较分析

6.3.1 糯米网 (www.nuomi.com)

6.3.2 58同城团购 (58.com)

6.3.3 大众点评 (www.dianping.com)

6.3.4 搜狐爱家团 (ihome.sohu.com)

6.3.5 拉手网 (www.lashou.com)

第七章 2012-2013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 团购网站的市场营销现状及策略

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 中国团购网站的市场营销策略探索

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 2012-2013年国内外重点团购网分析

8.1 Groupon

8.1.1 网站简介

8.1.2 竞争力分析

8.2 LivingSocial

8.2.1 网站简介

8.2.2 竞争力分析

8.3 拉手网

- 8.3.1 网站简介
- 8.3.2 竞争力分析
- 8.4 糯米网
 - 8.4.1 网站简介
 - 8.4.2 竞争力分析
- 8.5 美团网
 - 8.5.1 网站简介
 - 8.5.2 竞争力分析
- 8.6 满座网
 - 8.6.1 网站简介
 - 8.6.2 竞争力分析
- 8.7 团宝网
 - 8.7.1 网站简介
 - 8.7.2 竞争力分析
- 8.8 大众点评网
 - 8.8.1 网站简介
 - 8.8.2 竞争力分析

第九章 2013-2018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 2013-2018年中国团购行业市场交易规模预测
 - 9.1.4 2013-2018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：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）
图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）
图表：进出口总额（亿美元）
图表：广义货币（M2）增长速度（%）
图表：居民消费价格同比上涨情况
图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）
图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）
图表：农村居民人均收入实际增长速度
图表：人口及其自然增长率变化情况
图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）
图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）
图表：2013年中国GDP增长预测
图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测
图表：略……

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/chuanmei1310/R91894SUNW.html>