

中国移动团购行业市场形势分析及投资风险研究报告(2026-2031版)

报告简介

移动团购是指以智能手机和平板电脑等移动设备作为网络终端的,以二维码、等移动技术应用为主的网络团购方式。

随着移动团购行业竞争的不断加剧,大型企业间并购整合与资本运作日趋频繁,国内外优秀的移动团购企业愈来愈重视对行业市场的分析研究,特别是对当前市场环境和客户需求趋势变化的深入研究,以期提前占领市场,取得先发优势。正因为如此,一大批优秀品牌迅速崛起,逐渐成为行业中的翘楚。中道泰和利用多种独创的信息处理技术,对移动团购行业市场海量的数据进行采集、整理、加工、分析、传递,为客户提供一揽子信息解决方案和咨询服务,最大限度地降低客户投资风险与经营成本,把握投资机遇,提高企业竞争力。

本报告由中道泰和的资深专家和研究人员通过长期周密的市场调研,参考国家统计局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、行业协会、51行业报告网、全国及海外专业研究机构提供的大量权威资料,并对多位业内资深专家进行深入访谈的基础上,通过与国际同步的市场研究工具、理论和模型撰写而成。全面而准确地为您从行业的整体高度来架构分析体系。让您全面、准确地把握整个移动团购行业的市场走向和发展趋势。

本报告专业!权威!报告根据移动团购行业的发展轨迹及多年的实践经验,对中国移动团购行业的内外部环境、行业发展现状、产业链发展状况、市场供需、竞争格局、标杆企业、发展趋势、机会风险、发展策略与投资建议等进行了分析,并重点分析了我国移动团购行业将面临的机遇与挑战,对移动团购行业未来的发展趋势及前景作出审慎分析与预测。是移动团购企业、学术科研单位、投资企业准确了解行业最新发展动态,把握市场机会,正确制定企业发展战略的必备参考工具,极具参考价值!

报告目录

第一章 移动团购行业发展综述

第一节 移动团购行业概念及分类

一、行业概念

二、行业主要产品分类

三、行业主要商业模式

第二节 移动团购行业特征分析

一、产业链分析

二、移动团购行业在国民经济中的地位

三、移动团购行业生命周期分析

1、行业生命周期理论基础

2、移动团购行业生命周期

第三节 移动团购行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒/退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 中国移动团购所属行业运行环境分析

第一节 移动团购行业政治法律环境分析

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、行业相关发展规划

第二节 移动团购行业经济环境分析

一、国际宏观经济形势分析

二、国内宏观经济形势分析

三、产业宏观经济环境分析

第三节 移动团购行业社会环境分析

一、移动团购产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

三、移动团购产业发展对社会发展的影响

第四节 移动团购行业技术环境分析

一、移动团购技术分析

二、移动团购技术发展水平

三、行业主要技术发展趋势

第三章 中国移动团购所属行业运行分析

第一节 移动团购所属行业发展状况分析

一、移动团购行业发展阶段

二、移动团购行业发展总体概况

三、移动团购行业发展特点分析

第二节 移动团购所属行业发展现状

一、移动团购行业市场规模

二、移动团购行业发展分析

三、移动团购企业发展分析

第三节 区域市场分析

一、区域市场分布总体情况

二、重点省市市场分析

第四节 移动团购细分产品/服务市场分析

一、细分产品/服务特色

二、细分产品/服务市场规模及增速

三、重点细分产品/服务市场前景预测

第五节 移动团购产品/服务价格分析

一、移动团购价格走势

二、影响移动团购价格的关键因素分析

1、成本

2、供需情况

3、关联产品

4、其他

三、2026-2031年移动团购产品/服务价格变化趋势

四、主要移动团购企业价位及价格策略

第四章 中国移动团购所属行业整体运行指标分析

第一节 移动团购所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、人员规模状况分析

三、行业资产规模分析

四、行业市场规模分析

第二节 移动团购所属行业产销情况分析

一、移动团购行业工业总产值

二、移动团购行业工业销售产值

三、移动团购所属行业产销率

第三节 移动团购所属行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第五章 中国移动团购所属行业供需形势分析

第一节 移动团购行业供给分析

一、移动团购行业供给分析

二、2026-2031年移动团购行业供给变化趋势

三、移动团购所属行业区域供给分析

第二节 移动团购行业需求情况

一、移动团购行业需求市场

二、移动团购行业客户结构

三、移动团购行业需求的地区差异

第三节 移动团购市场应用及需求预测

一、移动团购应用市场总体需求分析

1、移动团购应用市场需求特征

2、移动团购应用市场需求总规模

二、2026-2031年移动团购行业领域需求量预测

1、2026-2031年移动团购行业领域需求产品/服务功能预测

2、2026-2031年移动团购行业领域需求产品/服务市场格局预测

三、重点行业移动团购产品/服务需求分析预测

第六章 中国移动团购行业产业结构分析

第一节 移动团购产业结构分析

一、市场细分充分程度分析

二、各细分市场领先企业排名

三、各细分市场占总市场的结构比例

四、领先企业的结构分析(所有制结构)

第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第三节 产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国移动团购行业参与国际竞争的战略市场定位

四、产业结构调整方向分析

第七章 中国移动团购行业产业链分析

第一节 移动团购行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

第二节 移动团购上游行业分析

一、移动团购产品成本构成

二、上游行业发展现状

三、2026-2031年上游行业发展趋势

四、上游供给对移动团购行业的影响

第三节 移动团购下游行业分析

一、移动团购下游行业分布

二、下游行业发展现状

三、2026-2031年下游行业发展趋势

四、下游需求对移动团购行业的影响

第八章 中国移动团购行业渠道分析及策略

第一节 移动团购行业渠道分析

一、渠道形式及对比

二、各类渠道对移动团购行业的影响

三、主要移动团购企业渠道策略研究

四、各区域主要代理商情况

第二节 移动团购行业用户分析

一、用户认知程度分析

二、用户需求特点分析

三、用户购买途径分析

第三节 移动团购行业营销策略分析

一、中国移动团购营销概况

二、移动团购营销策略探讨

三、移动团购营销发展趋势

第九章 中国移动团购行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、移动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、移动团购行业企业间竞争格局分析

三、移动团购行业集中度分析

四、移动团购行业swot分析

第二节 移动团购行业竞争格局综述

一、移动团购行业竞争概况

1、中国移动团购行业竞争格局

2、移动团购行业未来竞争格局和特点

3、移动团购市场进入及竞争对手分析

二、中国移动团购行业竞争力分析

1、中国移动团购行业竞争力剖析

2、中国移动团购企业市场竞争的优势

3、国内移动团购企业竞争能力提升途径

三、移动团购市场竞争策略分析

第十章 中国移动团购主要企业发展概述

第一节 好团网北京站

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、发展规划

第二节 好团网

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、发展规划

第三节 n多团

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、发展规划

第四节 聚划算

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、发展规划

第五节 拉手网

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、发展规划

第六节 携程

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、发展规划

第七节 折800

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、发展规划

第十一章 2026-2031年中国移动团购行业投资前景分析

第一节 移动团购市场发展前景

一、移动团购市场发展潜力

二、移动团购市场发展前景展望

三、移动团购细分行业发展前景分析

第二节 移动团购市场发展趋势预测

一、移动团购行业发展趋势

二、移动团购市场规模预测

三、移动团购行业应用趋势预测

四、2026-2031年细分市场发展趋势预测

第三节 移动团购行业供需预测

一、移动团购行业供给预测

二、移动团购行业需求预测

三、移动团购供需平衡预测

第四节 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

第十二章 2026-2031年中国移动团购行业投资风险预警

第一节 移动团购风险评级模型

一、行业定位

二、宏观环境

三、财务状况

四、需求空间

五、供给约束

六、行业风险评级的结论

第二节 移动团购行业发展中存在的问题

第三节 针对移动团购不同企业的投资建议

一、移动团购总体投资建议

二、大型企业投资建议

三、中小型企业投资建议

第四节 移动团购投资风险提示

一、政策和体制风险

二、技术发展风险

三、市场竞争风险

四、经营管理风险

第十三章 2026-2031年中国移动团购行业发展策略分析

第一节 移动团购企业发展战略规划背景意义

一、企业转型升级的需要

二、企业强做大做的需要

三、企业可持续发展需要

第二节 移动团购企业战略规划制定依据

一、国家产业政策

二、行业发展规律

三、企业资源与能力

四、可预期的战略定位

第三节 移动团购企业战略规划策略分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、竞争战略规划

第四节 移动团购企业重点客户战略实施

一、重点客户战略的必要性

二、重点客户的鉴别与确定

三、重点客户的开发与培育

第十四章 研究结论及发展建议

第一节 移动团购行业研究结论及建议

第二节 移动团购子行业研究结论及建议

第三节 中道泰和移动团购行业发展建议

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：移动团购行业生命周期

图表：移动团购行业产业链结构

图表：2021-2026年中国移动团购行业市场规模

图表：2021-2026年中国移动团购市场占全球份额比较

图表：2021-2026年中国移动团购行业重要数据指标比较

图表：2021-2026年中国移动团购行业集中度

图表：2021-2026年中国移动团购行业销售收入

图表：2021-2026年中国移动团购行业利润总额

图表：2021-2026年中国移动团购行业资产总计

图表：2021-2026年中国移动团购行业负债总计

图表：2021-2026年中国移动团购行业总资产利润率分析

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Emai : kf@51baogao.cn

报告编号：173526

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20200703/173526.shtml>

在线订购：[点击这里](#)