

中国团购行业市场深度调研及前景趋势与投资发展研究报告(2026-2031版)

报告简介

团购，英文名是Group

purchase，指的是一种购物方式，其中认识或不认识的消费者联合起来，通过集体行动来加大与商家的谈判能力，以求得最优价格。这种模式的原理基于薄利多销，商家可以提供低于零售价格的团购折扣，以及单独购买时无法享受到的优质服务。

团购的兴起主要得益于电子商务的发展和互联网的普及。通过在线平台或移动应用，消费者可以轻松参与各种团购活动，选择心仪的商品或服务，并与其他消费者形成团购团队。当团购达到一定人数或数量时，平台会通知消费者团购成功，并安排统一交付或提供服务。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，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、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、国内外相关报刊杂志的基础信息、行业研究单位等公布和提供的大量资料以及对行业内企业调研访察所获得的大量第一手数据，对我国团购市场的发展状况、供需状况、竞争格局、赢利水平、发展趋势等进行了分析。报告重点分析了团购企业的研发、产销、战略、经营状况等。报告还对团购市场风险进行了预测，为团购生产厂家、流通企业以及零售商提供了新的投资机会和可借鉴的操作模式，对欲在团购行业从事资本运作的经济实体等单位准确了解目前中国团购行业发展动态，把握企业定位和发展方向有重要参考价值。

报告目录

第一章 团购行业相关概述

第一节 团购行业定义及特点

一、团购行业的定义

二、团购行业产品特点

第二节 团购行业的分类

第三节 团购行业发展成熟度分析

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

三、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 2021-2026年团购行业总体发展状况

第一节 团购行业特性分析

第二节 团购产业特征与行业重要性

第三节 2021-2026年团购行业发展分析

一、2021-2026年团购行业发展态势分析

二、2021-2026年团购行业发展特点分析

三、2026-2031年区域产业布局与产业转移

第四节 2021-2026年团购行业财务能力分析

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

第三章 中国团购市场规模分析

第一节 2021-2026年中国团购市场规模分析

第二节 2021-2026年中国团购区域结构分析

第三节 2021-2026年中国团购区域市场规模

一、2021-2026年东北地区市场规模分析

二、2021-2026年华北地区市场规模分析

三、2021-2026年华东地区市场规模分析

四、2021-2026年华中地区市场规模分析

五、2021-2026年华南地区市场规模分析

六、2021-2026年西部地区市场规模分析

第四节 2026-2031年中国团购市场规模预测

第四章 中国团购运行现状分析

第一节 中国团购行业发展状况分析

一、中国团购行业发展阶段

二、中国团购行业发展总体概况

三、中国团购行业发展特点分析

四、中国团购行业商业模式分析

第二节 2021-2026年团购行业发展现状

一、2021-2026年中国团购行业市场规模

二、2021-2026年中国团购行业发展分析

第三节 2021-2026年团购市场情况分析

第四节 中国团购市场供需分析

一、2021-2026年中国团购行业供给情况

1、中国团购行业供给分析

2、重点企业供给及占有份额

二、2021-2026年中国团购行业需求情况

1、团购行业需求市场

2、团购行业客户结构

3、团购行业需求的地区差异

三、2021-2026年中国团购行业供需平衡分析

第五节 中国团购市场价格走势分析

一、团购市场定价机制组成

二、团购市场价格影响因素

三、2021-2026年团购价格走势分析

四、2026-2031年团购价格走势预测

第五章 团购行业竞争力优势分析

第一节 团购行业竞争力优势分析

一、行业地位分析

二、行业整体竞争力评价

三、行业竞争力评价结果分析

四、竞争优势评价及构建建议

第二节 中国团购行业竞争力分析

一、中国团购行业竞争力剖析

二、中国团购企业市场竞争的优势

三、国内团购企业竞争能力提升途径

第三节 团购行业swot分析

一、优势分析

二、劣势分析

三、机会分析

四、威胁分析

第六章 2026-2031年团购行业市场竞争策略分析

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

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、区域集中度分析

3、集中度变化趋势

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、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

第三节 团购企业竞争策略分析

一、提高团购企业核心竞争力的对策

二、影响团购企业核心竞争力的因素及提升途径

三、提高团购企业竞争力的策略

第七章 2026-2031年团购行业重点企业发展形势分析

第一节 美团

一、企业概况

二、企业优劣势分析

三、2021-2026年经营状况分析

四、2026-2031年发展战略规划

第二节 百度糯米

一、企业概况

二、企业优劣势分析

三、2021-2026年经营状况分析

四、2026-2031年发展战略规划

第三节 大众点评

一、企业概况

二、企业优劣势分析

三、2021-2026年经营状况分析

四、2026-2031年发展战略规划

第四节 淘宝聚划算

一、企业概况

二、企业优劣势分析

三、2021-2026年经营状况分析

四、2026-2031年发展战略规划

第五节 聚美优品

一、企业概况

二、企业优劣势分析

三、2021-2026年经营状况分析

四、2026-2031年发展战略规划

第六节 携程

一、企业概况

二、企业优劣势分析

三、2021-2026年经营状况分析

四、2026-2031年发展战略规划

第七节 折800

一、企业概况

二、企业优劣势分析

三、2021-2026年经营状况分析

四、2026-2031年发展战略规划

第八节 拼多多

一、企业概况

二、企业优劣势分析

三、2021-2026年经营状况分析

四、2026-2031年发展战略规划

第九节 58团购

一、企业概况

二、企业优劣势分析

三、2021-2026年经营状况分析

四、2026-2031年发展战略规划

第十节 拉手网

一、企业概况

二、企业优劣势分析

三、2021-2026年经营状况分析

四、2026-2031年发展战略规划

第八章 2026-2031年团购行业投资前景展望

第一节 团购行业2026-2031年投资机会分析

一、团购投资项目分析

二、可以投资的模式

三、2026-2031年团购投资机会

第二节 2026-2031年团购行业发展预测分析

- 一、2026-2031年团购发展分析
- 二、2026-2031年团购行业技术开发方向
- 三、总体行业2026-2031年整体规划及预测

第三节 未来市场发展趋势

- 一、产业集中度趋势分析
- 二、2026-2031年行业发展趋势

第九章 2026-2031年团购行业投资价值评估分析

第一节 团购行业投资特性分析

- 一、进入壁垒分析
- 二、盈利因素分析
- 三、盈利模式分析

第二节 2026-2031年团购行业发展的影响因素

- 一、有利因素
- 二、不利因素

第三节 2026-2031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

第四节 2026-2031年中国团购行业投资收益预测

一、预测理论依据

二、2026-2031年中国团购行业总产值预测

三、2026-2031年中国团购行业销售收入预测

四、2026-2031年中国团购行业利润总额预测

五、2026-2031年中国团购行业总资产预测

第十章 2026-2031年团购行业发展趋势及投资风险分析

第一节 2021-2026年团购存在的问题

第二节 2026-2031年发展预测分析

一、2026-2031年团购发展方向分析

二、2026-2031年团购行业发展规模预测

三、2026-2031年团购行业发展趋势预测

第三节 2026-2031年团购行业投资风险分析

一、竞争风险分析

二、市场风险分析

三、管理风险分析

四、投资风险分析

第十一章 2026-2031年团购行业投资战略研究

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 对中国团购品牌的战略思考

一、品牌的重要性

二、实施品牌战略的意义

三、企业品牌的现状分析

四、中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、团购行业投资战略

二、2026-2031年团购行业投资战略

三、2026-2031年细分行业投资战略

第十二章 研究结论及投资建议

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 团购行业2026-2031年投资建议

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：2021-2026年全球团购行业市场规模

图表：2021-2026年中国团购行业市场规模

图表：2021-2026年团购行业重要数据指标比较

图表：2021-2026年中国团购市场占全球份额比较

图表：2021-2026年团购行业销售收入

图表：2021-2026年团购行业利润总额

图表：2021-2026年团购行业资产总计

图表：2021-2026年团购行业负债总计

图表：2021-2026年团购行业竞争力分析

图表：2021-2026年团购市场价格走势

图表：2021-2026年团购行业主营业务收入

图表：2021-2026年团购行业主营业务成本

图表：2021-2026年团购行业销售费用分析

图表：2021-2026年团购行业管理费用分析

图表：2021-2026年团购行业财务费用分析

图表：2021-2026年团购行业销售毛利率分析

图表：2021-2026年团购行业销售利润率分析

图表：2021-2026年团购行业成本费用利润率分析

把握投资 决策经营！

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

报告编号：565453

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20240424/565453.shtml>

在线订购：[点击这里](#)