



中国团购网站“乱象丛生”的五大现状

清科研究中心 分析师 张亚男

2010 年是中国团购市场疯狂发展的一年，各方企业蜂拥而至抢滩市场，加之资本助力，2010 年团购市场可谓“血雨腥风”，其中不乏中国互联网企业巨头。2010 年中后期，业界人士纷纷对中国团购市场表示担忧，并大胆预测，中国团购市场中 90% 以上的企业将面临消亡。不过，时至今日，据不完全统计，截止到 2011 年 3 月，中国团购网站仍多达 3600 家，月增长速度接近 30%。一些新的团购网站仍然如雨后春笋般出现，团购市场是“欣欣向荣”还是“乱象丛生”？现状如何？

现状一：中国团购市场仍呈现快速发展的良好势头，企业数量仍急速攀升

自 2010 年 1 月，中国第一家团购网站“满座网”上线之后，美团网、拉手网、糯米网等团购网站相继上线，一时间，形成了团购网站遍地开花的局面。据 CNNIC 的数据不完全统计，截止到 2011 年 3 月，中国团购网站已经多达 3600 余家，月增长速度接近 30%。尽管中国电子商务消费市场及 O2O 模式存在较大的生长空间，但是目前，团购商品品类特色品类较少、团购商品服务质量缺失等问题对于吸引及留住消费者存在巨大的障碍。清科研究中心预计，随着市场竞争的不断加剧，部分中小型团购网站将面临淘汰，部分区域型团购网站将可能被并购。

现状二：中国团购市场竞争者归为五种力量，各具千秋

目前，中国团购企业主要形成五种竞争力量，分别是独立团购网站、社交网络商家、传统电子商务企业、生活信息类服务企业及传统互联网企业等五类模式。第一，以美团、酷团、满座网为代表的新兴团购网站，以团购形式切入中国电子商务市场，凭借先发优势及良好的市场信誉，占据一定的市场地位。第二，以人人网、开心网为代表的社交网络商家。口碑营销是团购快速结网发展的重要推广手段，而此类社交网站为用户提供了信息实时交互的通道，且信息在用户已有的圈子里面传播的可信度较高，提升信息的可信度。第三，以淘宝、京东商城、卓越为代表的。此类网站可利用已积累的商户、用户资源及现有平台品牌优势，每日推出一类或几类团购商品，一方面提升用户的粘性，另一方面也可以作为商户新颖的推介方式。第四，以大众点评网、饭统网等代表的生活信息服务类企业，这类厂商已经积聚了大量的细分行业分类信息，并与商户建立了良好的联系，是团购模式推广的优势资源。第五，以新浪、腾讯、搜狐为代表的传统互联网企业，这是传统互联网企业业务“大而全”战略必占的细分业务之一。

清科研究中心分析认为，五种团购模式各具千秋，优势互补，如果可以利用自有优势探

寻差异化的产品或服务，短期内将市场共存。

现状三：中国团购企业综合化与垂直化并行发展

清科研究中心分析认为，按时间阶段来看，目前，中国团购市场发展出现两轮推波助澜者，首先是如拉手、美团、满座等团购市场先行者，在夯实团购市场占有率的同时，不断拓展二三级城市市场及团购商品品类，将自身发展成为全品类、多城市的大型团购网站。其次是商品品类垂直型团购网站或者地方性团购网站，从商品品类维度来看，目前，团购市场部分后进者选择在女性用品、儿童用品等市场深度掘金，一些地方性团购网站则选择在区域性市场中拓展业务。中国团购市场的发展趋势，与中国网上零售市场企业的发展趋势较为相似。为此，可以预计，对于垂直团购网站，也将逐渐获得资本市场青睐，后续发展面临被并购的可能性较高。

现状四：北京、上海、深圳等一线城市是团购业务发展最快的城市，但二线城市团购业务发展较快

据团 800 导航网站数据显示，2011 年 3 月，中国团购网站中，以交易额为权衡指标，北京、上海、广州、深圳四大一线城市仍是团购业务发展较好的城市，但是随着团购网站二线城市的深度拓展，一些二线城市南京、天津、武汉等也取得了良好的市场表现。这在一定程度上也体现了团购网站的区域拓展情况与区域人群购买力是休戚相关的。

图表 1 部分典型城市团购网站发展情况一览表

地区名称	市场发展情况
北京	1、据团 800 数据显示，截止到 2011 年 3 月底，北京具有一定规模的团购网站共 582 家，较具的实力的团购网站开始在全国范围布局； 2、据团 800 数据显示，北京地区领先的团购企业分别为 58 团购、美团网、拉手网、搜狐爱家团、大众点评网、F 团、糯米网、24 券、满座网、嘀嗒团、窝窝团； 3、主流团购网站销售额差距不大，市场交易额占比集中在 8%-14%之间，付独立第三方团购网站发展迅速； 4、团购商品品类多元化，除原有的娱乐休闲、餐饮、食品等品类外，婚庆、旅游、购房等团购品类逐渐出现，拉升了北京团购市场单品团购单价。
上海	1、据团 800 不完全数据显示，上海地区团购成交单数、交易额等仅次于北京，位居全国第二； 2、据团 800 数据显示，2010 年 1-2 月，上海本地交易额超过千万元的团购网站达到 4 家，大众点评网位居首位。且同期数据显示，本地团购网站排名前六位的网站，上海与北京相同，分别为大众点评网、美团、糯米、拉手网、58 团购、满座六家，这在一定程度上也说明一线城市团购网站格局已经形成； 3、同期数据显示，餐饮美食是上海地区团购的主要商品类别。
广州	1、据团 800 数据显示，2011 年 3 月，全国性团购网站广州分站与具备一定规模的广州

地区名称	市场发展情况
	本地团购网站共计 188 家，其中美团网、满座网、24 券、F 团等全国性网站市场交易额较为领先； 2、本地团购网站虽然不能跻身团购市场前十位，但是惠客团、切客团市场表现较好； 3、餐饮美食对广州团购市场的贡献较大，此外，婚纱摄影团、儿童摄影团、温泉度假等商品较受欢迎。
深圳	1、深圳团购市场发展较快，位居全国一线团购市场阵营； 2、据团 800 数据显示，2011 年 3 月，美团、拉手位居深圳团购市场一、二位，大众点评网、QQ 团购位居三、四位，预计 QQ 团购网凭借其本地企业优势，未来上升空间较大； 3、深圳本地团购网站苦瓜团市场表现较好； 4、餐饮美食与休闲娱乐类团购商品交易额基本持平，电影票团购商品较受消费者欢迎。
南京	1、南京团购市场是全国发展最快的城市之一； 2、据团 800 数据显示，2011 年 3 月，拉手网、大众点评网、F 团、美团网、58 团购分别位列南京团购网站交易额前五位； 3、本地团购网站现代快报快团位居团购市场交易额第七位，市场表现较好； 4、餐饮美食、生活服务类商品较受南京消费者欢迎。
天津	1、据团 800 数据显示，2011 年 3 月，天津团购市场交易额位居全国第六位，市场发展较快； 2、天津团购市场被全国性团购网站所垄断，交易额排名较为靠前的团购网站分别为美团网、大众点评网、糯米团、58 团购、拉手网、24 券、嘀嗒团、F 团、QQ 团购、窝窝团等； 3、餐饮美食类商品较受消费者欢迎。
武汉	1、据 800 数据显示，2011 年 3 月，拉手、美团团购交易额分别位列武汉团购市场一、二位； 2、近期，武汉团购市场发展速度放缓； 3、本地团购网站跟我团市场表现较好。
厦门	1、据团 800 数据显示，2011 年 3 月，拉手网交易额位居厦门团购市场之首，其次是 QQ 团购，两者交易额占市场 60%； 2、本地团购网站日团网、夏团表现较为突出，交易额分别位居三、四位； 3、酒店住宿团购在厦门较受欢迎，这在一定程度说明，旅游城市的酒店住宿团购市场较具发展前景。
重庆	1、据团 800 数据显示，2011 年 3 月，拉手网、24 券、窝窝团交易额分别位居重庆各团购网站一、二、三位，美团网成长较快； 2、本地团购网站美廉网市场表现较好，交易额位居各团购网站第 7 名。
成都	1、据团 800 数据显示，2011 年 3 月，成都团购市场发展较快； 2、同据数据显示，24 券、QQ 团购、美团、拉手、58 团购等全国性团购网站交易额占绝对份额； 3、本地团购网站春熙团表现较好； 4、除餐饮美食外，摄影团购也较受消费者欢迎。
西安	1、团购网站交易情况较为均匀，美团、拉手领先优势不明显；

地区名称	市场发展情况
	2、本地团购网站发展较快，如热度团，这在一定程度上说明本地团购网站是具有一定的生存空间的； 3、美食餐饮仍是团购的主要商品品类。
沈阳	1、据团 800 数据显示，2011 年 3 月，沈阳地区团购商品平均折扣为 3.6 折，略高于全国平均水准，尤其是餐饮团购平均折扣达 4.7 折，较高于全国平均水平； 2、同期数据显示，58 团购、满座网、拉手网、美团网四家团购网站占据沈阳市场 72.4% 的份额，一定程度上说明本地团购网站的生命力不足； 3、01 团购是沈阳本地团购网站中表现较好的团购网站，同期交易额占沈阳团购企业总体排名第五位。
合肥	1、据团 800 数据显示，2011 年 3 月，拉手网交易额位居合肥团购市场榜首，领先优势较为明显； 2、用户对商品品类需求较为多样化，不仅仅集中于餐饮美食，美容美发美甲、养生保健、摄影写真等都取得了消费者的追捧。

来源：团 800,清科研究中心分析并整理,2011.05

www.zdbchina.com

现状五：休闲娱乐与食品餐饮是中国消费者团购的主要产品

据 CNNIC 的数据显示，2010 年网络团购主要以休闲娱乐及食品餐饮为主，占比分别为 27%及 24.5%。从商品细分情况来看，化妆品、餐饮及 KTV/演出/酒吧占比超半壁江山。清科研究中心预计，随着中国团购企业市场竞争的加剧，中国主流团购网站将逐渐寻求新的团购商品或者服务，健身、教育、医疗等团购服务占比将逐渐提升。

2011 年是团购网站快速地域布局的一年，也是市场营销推广“广泛撒钱”的一年，可以说，2011 年也是团购企业深度依赖资本的一年，群雄混战的团购企业也将在 2011 年面临市场洗牌。

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_16285

