|  |
| --- |
| [中国网络团购行业现状分析与发展前景研究报告（2025年版）](https://www.20087.com/M_QiTa/76/WangLuoTuanGouChanYeXianZhuangYuFaZhanQianJing.html) |



#### [中国市场调研网](https://www.20087.com/)

[www.20087.com](https://www.20087.com/)

一、基本信息

|  |  |
| --- | --- |
| 名称： | [中国网络团购行业现状分析与发展前景研究报告（2025年版）](https://www.20087.com/M_QiTa/76/WangLuoTuanGouChanYeXianZhuangYuFaZhanQianJing.html) |
| 报告编号： | 1656076　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：9200 元　　纸介＋电子版：9500 元 |
| 优惠价： | 电子版：8200 元　　纸介＋电子版：8500 元　　可提供增值税专用发票 |
| 咨询电话： | 400 612 8668、010-66181099、010-66182099、010-66183099 |
| Email： | Kf@20087.com |
| 在线阅读： | [<https://www.20087.com/M_QiTa/76/WangLuoTuanGouChanYeXianZhuangYuFaZhanQianJing.html>](https://www.20087.com/2/95/ZhiNengXiWanJiShiChangQianJingYuCe.html) |
| 温馨提示： | 订购英文、日文等版本报告，请拨打订购咨询电话或发邮件咨询。 |

二、内容简介

　　网络团购是一种电子商务模式，近年来随着移动互联网的普及和消费者对性价比追求的增强，已成为零售业中不可或缺的一部分。网络团购平台通过聚集大量消费者的购买力量，向商家谈判获得折扣，为用户提供低于市场价格的商品或服务。近年来，随着大数据和人工智能技术的应用，团购平台能够更精准地分析用户需求，提供个性化推荐，提升用户体验。  
　　未来，网络团购将更加注重个性化和社交化。一方面，通过深度学习和用户行为分析，团购平台将能够提供更加个性化的产品和服务，满足不同消费者群体的特定需求。另一方面，社交功能的强化将使团购成为一种社交活动，消费者可以通过分享和推荐获得额外优惠，增强用户之间的互动和平台的粘性。此外，线上线下融合的O2O模式将进一步发展，团购平台将与实体店铺合作，提供更便捷的购物体验。  
　　《[中国网络团购行业现状分析与发展前景研究报告（2025年版）](https://www.20087.com/M_QiTa/76/WangLuoTuanGouChanYeXianZhuangYuFaZhanQianJing.html)》依托多年行业监测数据，结合网络团购行业现状与未来前景，系统分析了网络团购市场需求、市场规模、产业链结构、价格机制及细分市场特征。报告对网络团购市场前景进行了客观评估，预测了网络团购行业发展趋势，并详细解读了品牌竞争格局、市场集中度及重点企业的运营表现。此外，报告通过SWOT分析识别了网络团购行业机遇与潜在风险，为投资者和决策者提供了科学、规范的战略建议，助力把握网络团购行业的投资方向与发展机会。  
  
第一部分 产业环境透视  
第一章 网络团购行业发展综述  
　　第一节 网络团购行业定义及分类  
　　　　一、行业定义  
　　　　二、行业主要分类  
　　　　三、行业特性  
　　第二节 网络团购行业统计标准  
　　　　一、统计部门和统计口径  
　　　　二、行业主要统计方法介绍  
　　　　三、行业涵盖数据种类介绍  
　　第三节 最近3-5年中国网络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 网络团购行业市场环境及影响分析（PEST）  
　　第一节 网络团购行业政治法律环境（P）  
　　　　一、行业主要政策法规  
　　　　二、政策环境对行业的影响  
　　第二节 行业经济环境分析（E）  
　　　　一、宏观经济形势分析  
　　　　二、宏观经济环境对行业的影响分析  
　　第三节 行业社会环境分析（S）  
　　　　一、网络团购产业社会环境  
　　　　二、社会环境对行业的影响  
　　　　三、网络团购产业发展对社会发展的影响  
　　第四节 行业技术环境分析（T）  
　　　　一、网络团购技术分析  
　　　　二、行业主要技术发展趋势  
　　　　三、技术环境对行业的影响  
  
第二部分 行业深度分析  
第三章 我国网络团购行业运行现状分析  
　　第一节 中国网络团购行业发展状况  
　　　　一、国外网络团购行业发展分析  
　　　　　　1、年全球团购市场运行分析  
　　　　　　2、年美国团购市场分析  
　　　　　　3、日本团购网站市场竞争分析  
　　　　　　4、外资团购企业在华竞争动向  
　　　　　　5、国内外团购网站差别分析  
　　　　　　6、美国Groupon网站案例分析  
　　　　二、国内网络团购行业发展分析  
　　　　　　1、网络团购行业发展状况  
　　　　　　2、网络团购行业搜索情况分析  
　　第二节 中国网络团购行业用户研究  
　　　　一、中国网络购物用户群体研究  
　　　　　　1、网络购物用户特征分析  
　　　　　　2、网民网络购物行为研究  
　　　　二、中国网络团购用户群体研究  
　　　　　　1、中国网络团购用户规模  
　　　　　　2、中国网络团购用户状况分析  
　　　　三、网络团购行为模式及发展策略  
　　　　　　1、消费者行为模式分析  
　　　　　　2、组织者行为模式分析  
　　　　　　3、经营者行为模式分析  
　　　　　　4、网络非稳定型团购特征分析  
　　　　四、网络团购用户满意度分析  
　　　　　　1、网络团购用户满意情况  
　　　　　　2、未来网络团购意向分析  
　　　　　　3、网络团购用户职业特征  
　　　　　　4、团购信息分享意愿分析  
　　　　　　5、参加网络团购决策模式  
　　　　　　6、团购网络用户忠诚度分析  
　　　　　　7、用户期望未来团购项目分析  
　　　　五、网络团购行业信用分析  
　　　　　　1、信用评价方法  
　　　　　　2、网络团购行业整体信用得分  
　　　　　　3、网络团购企业信用差距分析  
　　　　　　4、网络团购企业主要诚信问题  
　　　　　　5、团购行业信用低下原因分析  
  
第三部分 市场全景调研  
第四章 我国网络团购细分市场分析及预测  
　　第一节 餐饮酒水类产品团购现状及前景分析  
　　　　一、餐饮类产品团购  
　　　　　　1、餐饮企业电子商务现状分析  
　　　　　　2、餐饮企业团购特殊性分析  
　　　　　　3、团购/餐饮企业互动发展分析  
　　　　　　4、餐饮团购市场运行情况  
　　　　　　5、网络团购对餐饮行业利好分析  
　　　　　　6、餐饮团购行业发展问题分析  
　　　　二、酒水类产品团购现状及前景分析  
　　　　　　1、酒类产品网络团购优劣势分析  
　　　　　　2、酒水网络团购注意事项分析  
　　第二节 美容保健类产品团购现状及前景分析  
　　　　一、化妆品团购市场现状分析  
　　　　二、化妆品行业团购特殊环境分析  
　　　　三、化妆品电子商务销售模式分析  
　　　　四、垂直类化妆品团购网站劣势分析  
　　　　　　1、从消费者层面看  
　　　　　　2、从网站运营层面看  
　　　　　　3、从化妆品品牌层面看  
　　　　五、美容院网络团购新营销模式分析  
　　　　　　1、美容院参加网络团购原因分析  
　　　　　　2、美容院网络团购利润分布情况  
　　　　　　3、美容院加盟网站团购步骤分析  
　　第三节 休闲娱乐类产品团购现状及前景分析  
　　　　一、电影票团购市场运行情况  
　　　　　　1、票房贡献率  
　　　　　　2、团购营销方式运用  
　　　　　　3、电影票团购劣势分析  
　　　　二、摄影团购市场运行情况  
　　　　三、话剧团购市场现状分析  
　　第四节 精品购物类产品团购现状及前景分析  
　　　　一、文化市场产品团购情况  
　　　　二、奢侈品市场团购现状分析  
　　　　三、高端服饰产品网络团购情况  
  
第四部分 竞争格局分析  
第五章 2025-2031年网络团购行业竞争形势  
　　第一节 行业总体市场竞争状况分析  
　　　　一、网络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、网络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、网络团购行业集中度分析  
　　　　　　1、市场集中度分析  
　　　　　　2、企业集中度分析  
　　　　　　3、区域集中度分析  
　　　　　　4、各子行业集中度  
　　　　　　5、集中度变化趋势  
　　　　四、网络团购行业SWOT分析  
　　　　　　1、网络团购行业优势分析  
　　　　　　2、网络团购行业劣势分析  
　　　　　　3、网络团购行业机会分析  
　　　　　　4、网络团购行业威胁分析  
　　第二节 中国网络团购行业竞争格局综述  
　　　　一、网络团购行业竞争概况  
　　　　　　1、中国网络团购行业品牌竞争格局  
　　　　　　2、网络团购业未来竞争格局和特点  
　　　　　　3、网络团购市场进入及竞争对手分析  
　　　　二、中国网络团购行业竞争力分析  
　　　　　　1、我国网络团购行业竞争力剖析  
　　　　　　2、我国网络团购企业市场竞争的优势  
　　　　　　3、民企与外企比较分析  
　　　　　　4、国内网络团购企业竞争能力提升途径  
　　　　三、网络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  
　　　　　　5、重点企业综合竞争力对比分析  
　　第三节 网络团购行业竞争格局分析  
　　　　一、国内外网络团购竞争分析  
　　　　二、我国网络团购市场竞争分析  
　　　　三、我国网络团购市场集中度分析  
　　　　四、国内主要网络团购企业动向  
　　　　五、国内网络团购企业拟在建项目分析  
　　第四节 网络团购行业并购重组分析  
　　　　一、行业并购重组现状及其重要影响  
　　　　二、跨国公司在华投资兼并与重组分析  
　　　　三、本土企业投资兼并与重组分析  
　　　　四、企业升级途径及并购重组风险分析  
　　　　五、行业投资兼并与重组趋势分析  
  
第六章 2025-2031年网络团购行业领先网站经营形势分析  
　　第一节 搜狐爱家团  
　　　　一、网站简介  
　　　　二、网站会员规模  
　　　　三、网站团购业务分析  
　　　　四、网站服务模式  
　　　　五、网络营销策略  
　　　　六、网站认证情况  
　　　　七、网站经营SWOT分析  
　　　　八、网站最新发展动向  
　　第二节 人人网糯米团  
　　　　一、网站简介  
　　　　二、网站会员规模  
　　　　三、网站团购业务分析  
　　　　四、网站服务模式  
　　　　五、网络营销策略  
　　　　六、网站认证情况  
　　　　七、网站经营SWOT分析  
　　　　八、网站最新发展动向  
　　第三节 主力团  
　　　　一、网站简介  
　　　　二、网站会员规模  
　　　　三、网站团购业务分析  
　　　　四、网站服务模式  
　　　　五、网络营销策略  
　　　　六、网站认证情况  
　　　　七、网站经营SWOT分析  
　　　　八、网站最新发展动向  
　　第四节 聚美优品  
　　　　一、网站简介  
　　　　二、网站会员规模  
　　　　三、网站团购业务分析  
　　　　四、网站服务模式  
　　　　五、网络营销策略  
　　　　六、网站认证情况  
　　　　七、网站经营SWOT分析  
　　　　八、网站最新发展动向  
　　第五节 大众点评团  
　　　　一、网站简介  
　　　　二、网站会员规模  
　　　　三、网站团购业务分析  
　　　　四、网站服务模式  
　　　　五、网络营销策略  
　　　　六、网站认证情况  
　　　　七、网站经营SWOT分析  
　　　　八、网站最新发展动向  
　　第六节 拉手网  
　　　　一、网站简介  
　　　　二、网站会员规模  
　　　　三、网站团购业务分析  
　　　　四、网站服务模式  
　　　　五、网络营销策略  
　　　　六、网站认证情况  
　　　　七、网站经营SWOT分析  
　　　　八、网站最新发展动向  
　　第七节 美团网  
　　　　一、网站简介  
　　　　二、网站会员规模  
　　　　三、网站团购业务分析  
　　　　四、网站服务模式  
　　　　五、网络营销策略  
　　　　六、网站认证情况  
　　　　七、网站经营SWOT分析  
　　　　八、网站最新发展动向  
　　第八节 窝窝团  
　　　　一、网站简介  
　　　　二、网站会员规模  
　　　　三、网站团购业务分析  
　　　　四、网站服务模式  
　　　　五、网络营销策略  
　　　　六、网站认证情况  
　　　　七、网站经营SWOT分析  
　　　　八、网站最新发展动向  
　　第九节 中国团购在线  
　　　　一、网站简介  
　　　　二、网站会员规模  
　　　　三、网站团购业务分析  
　　　　四、网站服务模式  
　　　　五、网络营销策略  
　　　　六、网站认证情况  
　　　　七、网站经营SWOT分析  
　　　　八、网站最新发展动向  
　　第十节 团购导航网  
　　　　一、网站简介  
　　　　二、网站会员规模  
　　　　三、网站团购业务分析  
　　　　四、网站服务模式  
　　　　五、网络营销策略  
　　　　六、网站认证情况  
　　　　七、网站经营SWOT分析  
　　　　八、网站最新发展动向  
  
第五部分 发展前景展望  
第七章 2025-2031年网络团购行业前景及投资价值  
　　第一节 网络团购行业五年规划现状及未来预测  
　　　　一、“十五五”期间网络团购行业运行情况  
　　　　二、“十五五”期间网络团购行业发展成果  
　　　　三、网络团购行业“十五五”发展方向预测  
　　第二节 2025-2031年网络团购市场发展前景  
　　　　一、2025-2031年网络团购市场发展潜力  
　　　　二、2025-2031年网络团购市场发展前景展望  
　　　　三、2025-2031年网络团购细分行业发展前景分析  
　　第三节 2025-2031年网络团购市场发展趋势预测  
　　　　一、2025-2031年网络团购行业发展趋势  
　　　　二、2025-2031年网络团购市场规模预测  
　　　　三、2025-2031年网络团购行业应用趋势预测  
　　　　四、2025-2031年细分市场发展趋势预测  
　　第四节 2025-2031年中国网络团购行业供需预测  
　　　　一、2025-2031年中国网络团购行业供给预测  
　　　　二、2025-2031年中国网络团购行业需求预测  
　　　　三、2025-2031年中国网络团购行业供需平衡预测  
　　第五节 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  
　　第六节 网络团购行业投资特性分析  
　　　　一、网络团购行业进入壁垒分析  
　　　　二、网络团购行业盈利因素分析  
　　　　三、网络团购行业盈利模式分析  
　　第七节 2025-2031年网络团购行业发展的影响因素  
　　　　一、有利因素  
　　　　二、不利因素  
　　第八节 2025-2031年网络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  
  
第八章 2025-2031年网络团购行业投资机会与风险防范  
　　第一节 网络团购行业投融资情况  
　　　　一、行业资金渠道分析  
　　　　二、固定资产投资分析  
　　　　三、兼并重组情况分析  
　　　　四、网络团购行业投资现状分析  
　　第二节 2025-2031年网络团购行业投资机会  
　　　　一、产业链投资机会  
　　　　二、细分市场投资机会  
　　　　三、重点区域投资机会  
　　　　四、网络团购行业投资机遇  
　　第三节 2025-2031年网络团购行业投资风险及防范  
　　　　一、政策风险及防范  
　　　　二、技术风险及防范  
　　　　三、供求风险及防范  
　　　　四、宏观经济波动风险及防范  
　　　　五、关联产业风险及防范  
　　　　六、产品结构风险及防范  
　　　　七、其他风险及防范  
　　第四节 中国网络团购行业投资建议  
　　　　一、网络团购行业未来发展方向  
　　　　二、网络团购行业主要投资建议  
　　　　三、中国网络团购企业融资分析  
  
第六部分 发展战略研究  
第九章 网络团购行业发展战略研究  
　　第一节 网络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 对我国网络团购品牌的战略思考  
　　　　一、网络团购品牌的重要性  
　　　　二、网络团购实施品牌战略的意义  
　　　　三、网络团购企业品牌的现状分析  
　　　　四、我国网络团购企业的品牌战略  
　　　　五、网络团购品牌战略管理的策略  
　　第三节 网络团购经营策略分析  
　　　　一、网络团购市场细分策略  
　　　　二、网络团购市场创新策略  
　　　　三、品牌定位与品类规划  
　　　　四、网络团购新产品差异化战略  
　　第四节 网络团购行业投资战略研究  
　　　　一、2025-2031年网络团购行业投资战略  
　　　　二、2025-2031年细分行业投资战略  
  
第十章 研究结论及发展建议  
　　第一节 网络团购行业研究结论及建议  
　　第二节 网络团购关联行业研究结论及建议  
　　第三节 中-智林 网络团购行业发展建议  
　　　　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 网络团购行业生命周期  
　　图表 网络团购行业产业链结构  
　　图表 2020-2025年全球网络团购行业市场规模  
　　图表 2020-2025年中国网络团购行业市场规模  
　　图表 2020-2025年网络团购行业重要数据指标比较  
　　图表 2020-2025年中国网络团购市场占全球份额比较  
　　图表 2020-2025年网络团购行业销售收入  
　　图表 2020-2025年网络团购行业利润总额  
　　图表 2020-2025年网络团购行业资产总计  
　　图表 2020-2025年网络团购行业负债总计  
　　图表 2020-2025年网络团购行业竞争力分析  
　　图表 2020-2025年网络团购市场价格走势  
　　图表 2020-2025年网络团购行业主营业务收入  
　　图表 2020-2025年网络团购行业主营业务成本  
　　图表 2020-2025年网络团购行业销售费用分析  
　　图表 2020-2025年网络团购行业管理费用分析  
　　图表 2020-2025年网络团购行业财务费用分析  
　　图表 2020-2025年网络团购行业销售毛利率分析  
　　图表 2020-2025年网络团购行业销售利润率分析  
　　图表 2020-2025年网络团购行业成本费用利润率分析  
　　图表 2020-2025年网络团购行业总资产利润率分析  
　　图表 2025-2031年中国网络团购行业供给预测  
　　图表 2025-2031年中国网络团购行业需求预测  
　　图表 2025-2031年中国网络团购行业供需平衡预测  
略……

了解《[中国网络团购行业现状分析与发展前景研究报告（2025年版）](https://www.20087.com/M_QiTa/76/WangLuoTuanGouChanYeXianZhuangYuFaZhanQianJing.html)》，报告编号：1656076，

请致电：400-612-8668、010-66181099、66182099、66183099，

Email邮箱：[Kf@20087.com](mailto:Kf@20087.com)

详细介绍：<https://www.20087.com/M_QiTa/76/WangLuoTuanGouChanYeXianZhuangYuFaZhanQianJing.html>

热点：如何团购、网络团购是借助互联网将具有、团购平台、网络团购属于什么消费、中国团购在线网

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！