

2021-2027年中国团购市场 深度评估与战略咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国团购市场深度评估与战略咨询报告》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.cction.com/report/202108/235991.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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。

二、说明、目录、图表目录

相较于传统电商和现有团购模式，目前社区拼团综合成本更低，提供的商品更满足低线市场对性价比的追求。随着社交消费时代的到来，越来越多的人开始追求通过消费来建立人际关系，各类社交应用也通过分享行为极大地刺激和推动着消费增长。至2019年底，社区团购在二三线城市兴起。一线城市中，北京和广东出现团购平台较多，经公开资料统计，扣除服务型公司后，主流平台共有40家，其中二三线占比65%。2019年主流社区团购平台地区分布统计

中企顾问网发布的《2021-2027年中国团购市场深度评估与战略咨询报告》共十三章。首先介绍了中国团购行业市场发展环境、团购整体运行态势等，接着分析了中国团购行业市场运行的现状，然后介绍了团购市场竞争格局。随后，报告对团购做了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中国团购行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一章 团购行业概述

第一节 团购定义

第二节 团购行业发展历程

第三节 团购分类情况

第四节 团购产业链分析

一、产业链模型介绍

二、团购产业链模型分析

第二章 我国团购行业发展现状

第一节 我国团购行业发展现状

一、团购行业品牌发展现状

二、团购行业消费市场现状2019年主流社区团购二三线城市占比

三、团购市场消费层次分析

四、我国团购市场走向分析

第二节 2014-2019年团购行业发展情况分析

一、2019年团购行业发展特点分析

二、2019年团购行业发展情况

第三节 2019年团购行业运行分析

一、2019年团购行业产销运行分析

二、2019年团购行业利润情况分析

三、2019年团购行业发展周期分析

四、2021-2027年团购行业发展机遇分析

五、2021-2027年团购行业利润增速预测

第四节 对中国团购市场的分析及思考

一、团购市场特点

二、团购市场分析

三、团购市场变化的方向

四、中国团购产业发展的新思路

五、对中国团购产业发展的思考

第三章 2019年中国团购市场运行态势剖析

第一节 2019年中国团购市场动态分析

一、团购行业新动态

二、团购主要品牌动态

三、团购行业消费者需求新动态

第二节 2019年中国团购市场运营格局分析

一、市场供给情况分析

二、市场需求情况分析

三、影响市场供需的因素分析

第三节 2019年中国团购市场价格分析

一、热销品牌产品价格走势分析

二、影响价格的主要因素分析

第四章 团购行业经济运行分析

第一节 2019年团购行业主要经济指标分析

一、2019年团购行业主要经济指标分析

二、2019年团购行业主要经济指标分析

第二节 2019年我国团购行业绩效分析

一、2019年行业产销能力

二、2019年行业规模情况

三、2019年行业盈利能力

四、2019年行业经营发展能力

五、2019年行业偿债能力分析

第五章 中国团购行业消费市场分析

第一节 团购市场消费需求分析

一、团购市场的消费需求变化

二、团购行业的需求情况分析

三、2019年团购品牌市场消费需求分析

第二节 团购消费市场状况分析

一、团购行业消费特点

二、团购行业消费分析

三、团购行业消费结构分析

四、团购行业消费的市场变化

五、团购市场的消费方向

第三节 团购行业产品的品牌市场调查

一、消费者对行业品牌认知度宏观调查

二、消费者对行业产品的品牌偏好调查

三、消费者对行业品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、团购行业品牌忠诚度调查

六、团购行业品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第六章 我国团购行业市场调查分析

第一节 2019年我国团购行业市场宏观分析

一、主要观点

二、市场结构分析

三、整体市场关注度

第二节 2019年中国团购行业市场微观分析

一、品牌关注度格局

二、产品关注度调查

三、不同价位关注度

第七章 团购行业上下游产业分析

第一节 上游产业分析

一、发展现状

二、发展趋势预测

三、市场现状分析

四、行业竞争状况及其对团购行业的意义

第二节 下游产业分析

一、发展现状

二、发展趋势预测

三、市场现状分析

四、行业新动态及其对团购行业的影响

五、行业竞争状况及其对团购行业的意义

第七章 2019年中国团购行业供需情况及集中度分析

第一节 团购行业发展状况

一、团购行业市场供给分析

二、团购行业市场需求分析

三、团购行业市场规模分析

第二节 团购行业集中度分析

一、行业市场区域分布情况

二、行业市场集中度情况

三、行业企业集中度分析

第八章 团购行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力分析

五、客户议价能力分析

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 中国团购行业竞争格局综述

一、2019年团购行业集中度

二、2019年团购行业竞争程度

三、2019年团购企业与品牌数量

四、2019年团购行业竞争格局分析

第四节 2014-2019年团购行业竞争格局分析

一、2014-2019年国内外团购行业竞争分析

二、2014-2019年我国团购市场竞争分析

第九章 团购企业竞争策略分析

第一节 团购市场竞争策略分析

一、2019年团购市场增长潜力分析

二、2019年团购主要潜力品种分析

三、现有团购市场竞争策略分析

四、潜力团购竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 团购企业竞争策略分析

一、2021-2027年我国团购市场竞争趋势

二、2021-2027年团购行业竞争格局展望

三、2021-2027年团购行业竞争策略分析

第三节 团购行业发展机会分析

第四节 团购行业发展风险分析

第十章 重点团购企业竞争分析

第一节 北京三快科技有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第二节 百度网络技术有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略略

第三节 上海汉涛信息咨询有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第四节 阿里巴巴集团控股有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第五节 上海寻梦信息技术有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第六节 北京创锐文化传媒有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第十一章 2021-2027年团购行业发展预测

第一节 未来团购需求与消费预测

- 一、2021-2027年团购产品消费预测
- 二、2021-2027年团购市场规模预测
- 三、2021-2027年团购行业总产值预测
- 四、2021-2027年团购行业销售收入预测
- 五、2021-2027年团购行业总资产预测

第二节 2021-2027年中国团购行业供需预测

- 一、2021-2027年中国团购供给预测
- 二、2021-2027年中国团购产量预测
- 三、2021-2027年中国团购需求预测
- 四、2021-2027年中国团购供需平衡预测
- 五、2021-2027年中国团购产品价格预测

第三节 影响团购行业发展的主要因素

- 一、2021-2027年影响团购行业运行的有利因素分析
- 二、2021-2027年影响团购行业运行的稳定因素分析
- 三、2021-2027年影响团购行业运行的不利因素分析
- 四、2021-2027年我国团购行业发展面临的挑战分析
- 五、2021-2027年我国团购行业发展面临的机遇分析

第四节 团购行业投资风险及控制策略分析

- 一、2021-2027年团购行业市场风险及控制策略
- 二、2021-2027年团购行业政策风险及控制策略
- 三、2021-2027年团购行业经营风险及控制策略
- 四、2021-2027年团购行业技术风险及控制策略
- 五、2021-2027年团购行业同业竞争风险及控制策略
- 六、2021-2027年团购行业其他风险及控制策略

第十二章 团购行业发展趋势分析

第一节 我国团购行业前景与机遇分析

- 一、我国团购行业发展前景
- 二、我国团购发展机遇分析
- 三、2019年团购行业的发展机遇分析

第二节 2021-2027年中国团购市场趋势分析

- 一、2019年团购市场趋势总结

- 二、2019年团购行业发展趋势分析
- 三、2021-2027年团购市场发展空间
- 四、2021-2027年团购产业政策趋向
- 五、2021-2027年团购行业技术革新趋势
- 六、2021-2027年团购价格走势分析
- 七、2021-2027年国际环境对团购行业的影响

第十三章 团购行业发展趋势与投资建议

第一节 团购市场发展潜力分析()

- 一、市场空间广阔
- 二、竞争格局变化
- 三、高科技应用带来新生机

第二节 团购行业发展趋势分析

- 一、品牌格局趋势
- 二、渠道分布趋势
- 三、消费趋势分析

第三节 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

第四节 对我国团购品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、团购实施品牌战略的意义
- 三、团购企业品牌的现状分析()
- 四、我国团购企业的品牌战略

图表目录：

图表：团购产业链分析

图表：国际团购市场规模
图表：国际团购生命周期
图表：中国GDP增长情况
图表：中国CPI增长情况
图表：中国人口数及其构成
图表：中国工业增加值及其增长速度
图表：中国城镇居民可支配收入情况
图表：2017-2019年我国团购行业产销情况
图表：2017-2019年我国团购行业利润总额及增长情况
图表：2017-2019年我国团购行业利润总额及增长对比
图表：2017-2019年我国团购行业需求及增长情况
图表：2017-2019年我国团购行业需求及增长对比
图表：2017-2019年我国团购行业销售成本及增长情况
图表：2017-2019年我国团购行业销售成本及增长对比
图表：2017-2019年我国团购行业管理费用及增长情况
图表：2017-2019年我国团购行业管理费用及增长对比
图表：2017-2019年我国团购行业销售收入及增长情况
图表：2017-2019年我国团购行业销售收入及增长对比
图表：2017-2019年我国团购行业销售毛利率及增长情况
图表：2017-2019年我国团购行业销售毛利率及增长对比
图表：2017-2019年我国团购行业资产负债率及增长对比
图表：2021-2027年我国团购行业资产预测图
图表：2021-2027年我国团购行业需求预测图
图表：2021-2027年我国团购行业利润总额预测
图表：2021-2027年我国团购行业市场规模预测
图表：2021-2027年我国团购行业销售收入预测
更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202108/235991.html>