2023-2029年中国团购行业
前景展望与投资策略报告

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

《2023-2029年中国团购行业前景展望与投资策略报告》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/202309/402760.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

中企顾问网发布的《2023-2029年中国团购行业前景展望与投资策略报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。 报告目录： 第一章 团购相关概述 1.1 团购的定义及特征 1.1.1 团购的定义 1.1.2 团购的形式 1.1.3 团购的特征与本质 1.1.4 团购的好处与优势 1.2 团购的其他介绍 1.2.1 团购流程简介 1.2.2 网络团购产业链构成 1.2.3 社区团购的概念及意义 1.2.4 分级团购的概念与形式 第二章 团购行业分析 2.1 国际团购行业发展概述 2.1.1 国际团购行业的兴起背景 2.1.2 国际主流团购网站的基本介绍 2.1.3 美国团购行业竞争形势日趋激烈 2.1.4 美国团购行业发力高端市场 2.2 中国团购行业发展综述 2.2.1 中国专业团购网兴起的背景剖析 2.2.2 中国网络团购业发展现况 2.2.3 各方资本蜂拥中国团购行业 2.2.4 中国团购业大规模洗牌时机来临 2.2.5 中国团购行业步入全面升级阶段 2.3 中国团购市场发展分析 2.3.1 团购业规模分析 2.3.2 团购业运行特征 2.3.3 团购市场发展热点 2.3.4 团购市场运行现状 2.4 部分城市团购市场的发展 2.4.1 北京市 2.4.2 上海市 2.4.3 天津市 2.4.4 深圳市 2.4.5 武汉市 2.5 团购行业存在的问题及对策分析 2.5.1 中国团购行业存在诸多不规范现象 2.5.2 中国网络团购行业的漏洞及应对建议 2.5.3 促进中国团购业健康发展的对策措施 2.5.4 中国网络团购企业的市场突围策略 2.5.5 我国团购网站的本土化发展道路思考 第三章 团购行业细分市场分析 3.1 旅游团购 3.1.1 中国旅游团购市场发展综述 3.1.2 旅游团购成市场发展热点 3.1.3 旅游团购正式迈入市场化阶段 3.1.4 中国旅游团购面临的困境及发展出路 3.2 酒店团购 3.2.1 团购模式革新酒店业营销思维 3.2.2 中国酒店团购市场发展如火如荼 3.2.3 我国酒店团购市场分析 3.2.4 高铁时代酒店团购将加速增长 3.3 餐饮团购 3.3.1 团购模式给我国餐饮业带来巨大变化 3.3.2 我国餐饮团购业探索引入CRM提升竞争力 3.3.3 我国餐饮团购鱼龙混杂亟待整顿 3.4 礼品团购 3.4.1 团购模式进入我国高端礼品市场 3.4.2 礼品团购的消费者购买行为探究 3.4.3 从客户角度探讨礼品公司的团购方案 3.4.4 终端团购企业的综合营销方案探索 3.5 汽车团购 3.5.1 团购成我国汽车消费新模式 3.5.2 网络团购全面入侵汽车用品市场 3.5.3 汽车电子团购市场前景可期 3.6 其他 3.6.1 动漫团购 3.6.2 家居建材团购 3.6.3 日用五金团购 3.6.4 化妆品

团购 3.6.5 皮革皮草团购 3.6.6 电影票团购 第四章 团购市场消费者调研分析 4.1 团购业网民关注度分析 4.1.1 团购网站关注度 4.1.2 团购产品关注趋势 4.1.3 团购行业关注热点 4.1.4 团购区域关注度 4.2 团购网站顾客满意度调研分析 4.2.1 调研背景简述 4.2.2 消费者构成状况 4.2.3 消费行为状况 4.2.4 顾客满意度评价 4.3 消费者团购调查剖析 4.3.1 区域差异明显 4.3.2 团购动机 4.3.3 团购产品的受欢迎程度 第五章 团购行业的运营管理分析 5.1 团购网站的基本运营模式 5.1.1 生活服务商品类 5.1.2 团购网站导航类 5.1.3 团购平台类 5.2 网络团购的盈利模式分析 5.2.1 商品代售 5.2.2 交易佣金 5.2.3 会员制度 5.2.4 商户服务费 5.2.5 广告费 5.2.6 加盟授权 5.3 团购行业的商业运营模式探讨 5.3.1 从商业运营角度透视团购网的优劣势 5.3.2 我国团购业的商业模式亟需转型 5.3.3 我国团购业第一梯队发展模式出现差异 5.3.4 国内新兴团购网尝试平台化发展模式 5.4 网络团购运营模式的创新研究 5.4.1 专业团购网的运作模式解析 5.4.2 网络团购商业运营模式亟需创新 5.4.3 网络团购新商业模式带来的好处探析 5.5 团购网站的运营策略分析 5.5.1 团购网站面临的风险隐患及应对策略 5.5.2 团购网站进军县级市的可行性与注意事项 5.5.3 生活服务类团购网未来发展建议 第六章 团购市场的竞争分析 6.1 团购行业竞争现状 6.1.1 国际团购网站的竞争力评价 6.1.2 中国团购行业初步形成三大阵营 6.1.3 中国互联网巨头激战团购市场 6.1.4 社交媒体成为境内外团购网站新竞争焦点 6.2 团购市场竞争形势分析 6.2.1 中国团购网站广告大战持续加码 6.2.2 国内团购市场初现寡头竞争格局 6.2.3 我国团购市场迎来第二波竞争高潮 6.3 中国主流团购网站比较分析 6.3.1 糯米网（www.nuomi.com） 6.3.2 58同城团购（58.com） 6.3.3 大众点评（www.dianping.com） 6.3.4 搜狐爱家团（ihome.sohu.com） 6.3.5 拉手网（www.lashou.com） 6.3.6 饿了么（www.ele.me.com） 6.3.7 美团网（www.meituan.com） 第七章 团购市场的营销分析 7.1 团购网站的营销要点 7.1.1 用户体验细节 7.1.2 市场推广力度 7.1.3 “硬”服务需求 7.1.4 服务与售后保障 7.2 团购网站的市场营销现状及策略 7.2.1 团购网的主要推广渠道介绍 7.2.2 团购网站积极开展创意营销成效显著 7.2.3 我国主流团购网站的广告投放特点透析 7.2.4 中国团购网站的市场营销策略探索 7.3 分销商网络团购营销的全方位透视 7.3.1 网络团购给分销商带来严峻挑战 7.3.2 分销商网络团购营销的优点及好处透析 7.3.3 CRM与网络团购营销的整合流程简析 7.3.4 CRM与网络团购营销的整合优势剖析 第八章 国内外重点团购网分析 8.1 Groupon 8.1.1 网站简介 8.1.2 Groupon发展模式解

析 8.1.3 Groupon逐步加快化扩张步伐 8.2 LivingSocial 8.2.1 网站简介 8.2.2 LivingSocial业务模式剖析 8.2.3 LivingSocial启动大规模融资扩张战略 8.3 拉手网 8.3.1 网站简介 8.3.2 拉手网发展模式剖析 8.3.3 拉手网独特的团购服务策略分析 8.4 糯米网 8.4.1 网站简介 8.4.2 糯米网的发展模式与运营策略 8.4.3 糯米网塑造完美消费保障体系 8.5 美团网 8.5.1 网站简介 8.5.2 美团网的发展优势透析 8.5.3 美团网的盈利模式选择 8.6 满座网 8.6.1 网站简介 8.6.2 满座网积极推广零元团购活动 8.6.3 满座网联姻银联商务创新交易模式 8.7 团宝网 8.7.1 网站简介 8.7.2 团宝网的发展模式剖析 8.7.3 团宝网加大广告与平台建设投入 8.8 大众点评网 8.8.1 网站简介 8.8.2 大众点评网的发展模式剖析 8.8.3 大众点评网的运营状况分析 8.9 饿了么网 8.9.1 网站简介 8.9.2 饿了么网的发展模式剖析 8.9.3 饿了么网的运营状况分析 第九章 团购行业发展前景及趋势分析 9.1 团购行业发展前景展望 9.1.1 美国团购行业发展前景预测 9.1.2 中国团购行业发展形势透析 9.1.3 中国团购行业市场交易规模预测 9.1.4 中国团购行业用户总人数预测 9.2 团购行业未来发展趋势预测 9.2.1 网络团购行业发展趋势分析 9.2.2 团购与B2C的融合发展趋势透析 9.2.3 手机团购将成团购行业发展新趋势 略••••完整报告请咨询客服

详细请访问：http://www.cction.com/report/202309/402760.html