

# 2024-2030年中国社区团购 行业深度研究与市场运营趋势报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制  
[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2024-2030年中国社区团购行业深度研究与市场运营趋势报告》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.chinairr.org/report/R09/R0904/202311/17-579888.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

社区团购就是真实居住社区内居民团体的一种购物消费行为，是依托真实社区的一种区域化、小众化、本地化的团购形式，由居丫网2013年6月正式推出，通过社区商铺为周围（社区内）居民提供的团购形式的优惠活动，促进商铺对核心客户的精准化宣传和消费刺激，实现商铺区域知名度和美誉度的迅速提升，对商铺的营销产生重大效果。

产业研究报告网发布的《2024-2030年中国社区团购行业深度研究与市场运营趋势报告》共七章。首先介绍了社区团购行业市场发展环境、社区团购整体运行态势等，接着分析了社区团购行业市场运行的现状，然后介绍了社区团购市场竞争格局。随后，报告对社区团购做了重点企业经营状况分析，最后分析了社区团购行业发展趋势与投资预测。您若想对社区团购产业有个系统的了解或者想投资社区团购行业，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1章:中国社区团购行业发展综述

#### 1.1社区团购行业概述

##### 1.1.1社区团购定义

##### 1.1.2社区团购模式起源

##### 1.1.3社区团购消费场景和消费群体

##### 1.1.4社区团购与其他电商模式关系

##### 1.1.5社区团购的优势分析

#### 1.2社区团购行业发展背景分析

##### 1.2.1需求端一:二三线城市便利店业态高度成熟

##### 1.2.2需求端二:消费分级催生社区团购

##### 1.2.3供应端:供应链等基础设施整体水平提升

##### 1.2.4物流端:城市配送体系得到改善

##### 1.2.5技术端:微信生态改善,流量红利释放

#### 1.3社区团购行业发展的威胁分析

##### 1.3.1行业发展的威胁一:团长招募和管理难

##### 1.3.2行业发展的威胁二:微信群渠道如何常态化

- 1.3.3行业发展的威胁三:供应链管理难度大
- 1.3.4行业发展的威胁四:进入壁垒低竞争激烈
- 1.3.5行业发展的威胁五:本地化特征明显规模化扩张难

## 第2章:中国社区团购行业发展状况分析

### 2.1中国便利店行业发展状况分析

- 2.1.1中国便利店行业发展历程
- 2.1.2中国便利店行业市场规模
- 2.1.3中国便利店行业市场格局
- 2.1.4中国便利店行业发展趋势
- 2.1.5中国便利店行业市场前景

### 2.2中国社区团购行业发展概况分析

- 2.2.1中国社区团购行业发展历程分析
- 2.2.2中国社区团购行业状态描述总结
- 2.2.3中国社区团购行业经济特性分析
- 2.2.4中国社区团购行业发展特点分析
- 2.2.5中国社区团购行业市场规模分析
- 2.2.6中国社区团购产品价格走势分析
- 2.2.7中国社区团购所属行业盈利能力分析

### 2.3中国社区团购行业市场竞争分析

#### 2.3.1中国社区团购行业竞争格局分析

(1)行业竞争层次分析

(2)行业竞争格局分析

#### 2.3.2中国社区团购行业五力模型分析

(1)行业现有竞争者分析

(2)行业潜在进入者威胁

(3)行业替代品威胁分析

(4)行业供应商议价能力分析

(5)行业购买者议价能力分析

(6)行业竞争情况总结

### 2.4中国社区拼团用户画像分析

#### 2.4.1社区拼团用户性别结构分析

- 2.4.2社区拼团用户年龄结构分析
- 2.4.3社区拼团用户婚姻状况分析
- 2.4.4社区拼团用户区域结构分析
- 2.5中国互联网巨头社区团购布局分析
  - 2.5.1阿里系社区团购布局分析
  - 2.5.2京东系社区团购布局分析
  - 2.5.3腾讯系社区团购布局分析
  - 2.5.4百度系社区团购布局分析
- 2.6中国社区团购行业发展潜力分析
  - 2.6.1社区团购所具备的发展潜力
  - 2.6.2社区团购业务未来发展趋势预测
    - (1)专业选手进场
    - (2)产品线扩张
    - (3)管理重心下沉
    - (4)微信流量分化

### 第3章:社区团购行业细分产品市场分析

- 3.1社区团购品类需求结构分析
- 3.2生鲜社区团购市场分析
  - 3.2.1生鲜社区团购的特点分析
  - 3.2.2生鲜社区团购应用需求分析
  - 3.2.3生鲜社区团购市场规模分析
  - 3.2.4生鲜社区团购竞争格局分析
  - 3.2.5生鲜社区团购市场前景预测
- 3.3日用品社区团购市场分析
  - 3.3.1日用品社区团购的特点分析
  - 3.3.2日用品社区团购应用需求分析
  - 3.3.3日用品社区团购市场规模分析
  - 3.3.4日用品社区团购竞争格局分析
  - 3.3.5日用品社区团购市场前景预测
- 3.4快消品社区团购市场分析
  - 3.4.1快消品社区团购的特点分析

- 3.4.2快消品社区团购应用需求分析
- 3.4.3快消品社区团购市场规模分析
- 3.4.4快消品社区团购竞争格局分析
- 3.4.5快消品社区团购市场前景预测

## 第4章:中国社区团购商业模式及精细化运营战略分析

### 4.1社区团购商业模式简介

#### 4.1.1社区团购商业模式介绍

#### 4.1.2社区团购商业模式基本要素

- (1)团长
- (2)工具
- (3)产品
- (4)物流与配送
- (5)供应链和货源

#### 4.1.3社区团购商业模式的特征分析

- (1)定位社区精准流量
- (2)高频生鲜引入
- (3)爆品引流
- (4)团长社群获客成本低
- (5)拼团预售自提
- (6)供应链地位举足轻重
- (7)本地化特征明显

### 4.2社区团购模式关键要素分析

#### 4.2.1社区团购模式关键要素-供应链管理

- (1)供应链来源
- (2)供应链管理

#### 4.2.2社区团购模式关键要素-服务平台

- (1)平台的作用
- (2)平台的运营模式

#### 4.2.3社区团购模式关键要素-获客成本

#### 4.2.4社区团购模式关键要素-社群管理

#### 4.2.5社区团购模式关键要素-信息系统的搭建

- 4.2.6社区团购模式关键因素-配送管理
- 4.3社区团购模式类型分析
  - 4.3.1轻运营模式分析
  - 4.3.2重运营模式分析
- 4.4社区团购平台类型分析
  - 4.4.1快消B2B型社区团购平台
  - 4.4.2零售企业型社区团购平台
  - 4.4.3平台孵化型社区团购平台
  - 4.4.4原生创业型社区团购平台
  - 4.4.5产业链服务企业
- 4.5社区团购生态圈搭建及精细化运营战略分析
  - 4.5.1社区团购生态圈构成的深度思考
  - 4.5.2社区团购精细化运营策略-团长招募与管理
  - 4.5.3社区团购精细化运营策略-流量导入
  - 4.5.4社区团购精细化运营策略-微信群运营技巧
  - 4.5.5社区团购精细化运营策略-卖货技巧
  - 4.5.6社区团购精细化运营策略-仓内运营管理
  - 4.5.7社区团购精细化运营策略-品控质检
  - 4.5.8社区团购精细化运营策略-前置仓与自提点
  - 4.5.9社区团购精细化运营策略-第三方工具平台

## 第5章:中国社区团购行业重点区域发展分析

- 5.1中国社区团购行业区域市场结构分析
- 5.2湖南省社区团购行业发展分析
  - 5.2.1湖南省社区团购行业发展背景分析
  - 5.2.2湖南省社区团购行业需求现状分析
  - 5.2.3湖南省社区团购行业发展现状分析
  - 5.2.4湖南省社区团购行业竞争格局分析
  - 5.2.5湖南省社区团购行业市场前景分析
- 5.3北京市社区团购行业发展分析
  - 5.3.1北京市社区团购行业发展背景分析
  - 5.3.2北京市社区团购行业需求现状分析

- 5.3.3北京市社区团购行业发展现状分析
- 5.3.4北京市社区团购行业竞争格局分析
- 5.3.5北京市社区团购行业市场前景分析
- 5.4江苏省社区团购行业发展分析
- 5.4.1江苏省社区团购行业发展背景分析
- 5.4.2江苏省社区团购行业需求现状分析
- 5.4.3江苏省社区团购行业发展现状分析
- 5.4.4江苏省社区团购行业竞争格局分析
- 5.4.5江苏省社区团购行业市场前景分析
- 5.5广东省社区团购行业发展分析
- 5.5.1广东省社区团购行业发展背景分析
- 5.5.2广东省社区团购行业需求现状分析
- 5.5.3广东省社区团购行业发展现状分析
- 5.5.4广东省社区团购行业竞争格局分析
- 5.5.5广东省社区团购行业市场前景分析
- 5.6上海市社区团购行业发展分析
- 5.6.1上海市社区团购行业发展背景分析
- 5.6.2上海市社区团购行业需求现状分析
- 5.6.3上海市社区团购行业发展现状分析
- 5.6.4上海市社区团购行业竞争格局分析
- 5.6.5上海市社区团购行业市场前景分析

## 第6章:中国社区团购领先企业案例分析

- 6.1社区团购行业企业发展总况
- 6.2社区团购企业优秀案例分析
- 6.2.1你我您
- (1)企业发展简况分析
- (2)企业经营情况分析
- (3)企业商业模式分析
- (4)企业社区团购业务分析
- (5)企业发展优劣势分析
- (6)企业最新发展动向分析



## 6.2.2小区人

- (1)企业发展简况分析
- (2)企业经营情况分析
- (3)企业商业模式分析
- (4)企业社区团购业务分析
- (5)企业发展优劣势分析
- (6)企业最新发展动向分析

## 6.2.3松鼠拼拼

- (1)企业发展简况分析
- (2)企业经营情况分析
- (3)企业商业模式分析
- (4)企业社区团购业务分析
- (5)企业发展优劣势分析
- (6)企业最新发展动向分析

## 6.2.4食享会

- (1)企业发展简况分析
- (2)企业经营情况分析
- (3)企业商业模式分析
- (4)企业社区团购业务分析
- (5)企业发展优劣势分析
- (6)企业最新发展动向分析

## 6.2.5拼好货

- (1)企业发展简况分析
- (2)企业经营情况分析
- (3)企业商业模式分析
- (4)企业社区团购业务分析
- (5)企业发展优劣势分析
- (6)企业最新发展动向分析

## 6.2.6兴盛优选

- (1)企业发展简况分析
- (2)企业经营情况分析
- (3)企业商业模式分析

(4)企业社区团购业务分析

#### 6.2.7考拉精选

(1)企业发展简况分析

(2)企业经营情况分析

(3)企业商业模式分析

(4)企业社区团购业务分析

#### 6.2.8和社群选

(1)企业发展简况分析

(2)企业经营情况分析

(3)企业商业模式分析

(4)企业社区团购业务分析

#### 6.2.9有家铺子

(1)企业发展简况分析

(2)企业经营情况分析

(3)企业商业模式分析

(4)企业社区团购业务分析

### 第7章:社区团购行业前景预测与投资建议( )

#### 7.1社区团购行业发展趋势与前景预测

##### 7.1.1行业发展因素分析

##### 7.1.2行业发展趋势预测

##### 7.1.3行业发展前景预测

#### 7.2社区团购行业投资现状与风险分析

##### 7.2.1行业投资现状分析

##### 7.2.2行业进入壁垒分析

##### 7.2.3行业经营模式分析

##### 7.2.4行业投资风险预警

##### 7.2.5行业兼并重组分析

#### 7.3社区团购行业投资机会与热点分析

##### 7.3.1行业投资价值分析

##### 7.3.2行业投资机会分析

##### (1)产业链投资机会分析

(2)重点区域投资机会分析

(3)细分市场投资机会分析

(4)产业空白点投资机会

7.3.3行业投资热点分析

7.4社区团购行业发展战略与规划分析

7.4.1社区团购行业发展战略研究分析

(1)战略综合规划

(2)技术开发战略

(3)区域战略规划

(4)产业战略规划

(5)营销品牌战略

(6)静战略规划

7.4.2对我国社区团购企业的战略思考

7.4.3中国社区团购行业发展建议分析( )

## 图表目录

图表1:社区团购定义

图表2:中国社区团购发展历程

图表3: 2022年中国社区团购行业状态描述总结

图表4: 2022年中国社区团购行业经济特性分析

图表5: 2022年中国社区团购产品价格分析

图表6:中国社区团购行业竞争层次分析

图表7: 2022年中国社区团购行业市场竞争格局(单位: %)

图表8:中国社区团购行业现有竞争情况

图表9:我国社区团购行业潜在进入者威胁分析

详细请访问: <http://www.chinairr.org/report/R09/R0904/202311/17-579888.html>