

2022-2028年中国社区团购 市场深度分析与市场前景预测报告

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

《2022-2028年中国社区团购市场深度分析与市场前景预测报告》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/202205/294526.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

便利店（外文名：Convenience Store），是位于居民区附近的实体店或提供网上购物的虚拟店，指以经营即时性商品或服务为主，以满足便利性需求为第一宗旨，采取自选式购物方式的小型零售店或网上商店。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国社区团购市场深度分析与市场前景预测报告》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：中国社区团购重点企业案例分析

- 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
- (5) 企业发展优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

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
- (5) 企业发展优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

6.2.8 盒社群

- (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

6.2.9 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
- (5) 企业发展优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

6.2.10 友家铺子

- (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
- (5) 企业发展优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

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）竞争战略规划

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3：2020年中国社区团购行业状态描述总结

图表4：2020年中国社区团购行业经济特性分析

图表5：2020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7：2020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

图表10：我国社区团购行业替代品威胁分析更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202205/294526.html>