

2021-2026年中国社区团购行业市场供需格局及行业前景展望报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国社区团购行业市场供需格局及行业前景展望报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/channel/network/660593.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

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。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。

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 社区团购行业基本概述

1.1社区团购行业基本介绍

1.1.1社区团购的定义

1.1.2社区团购的特点

1.1.3社区团购交易流程

1.1.4社区团购运营步骤

1.2社区团购比较优势分析

1.2.1本质关系分析

1.2.2发展优势比较

第二章 2016-2020年中国社区团购行业发展PEST环境分析

2.1政策环境

2.1.1社交电商行业相关政策

2.1.2商贸物流发展促进政策

2.1.3平台经济发展相关政策

2.1.4电子商务行业法律法规

2.2经济环境

2.2.1宏观经济概况

2.2.2服务业运行状况分析

2.2.3外贸运行情况分析

2.2.4固定资产投资

2.2.5宏观经济展望

2.3社会环境

2.3.1人口规模分析

2.3.2居民收入水平

2.3.3居民消费水平

2.3.4消费市场特征

2.3.5网购交易规模

2.4技术环境

2.4.1小程序的发展

2.4.2 5G+社区团购

2.4.3物流配送技术

2.4.4技术基础分析

第三章 2016-2020年中国社区团购发展行业环境分析

3.1新零售行业发展分析

3.1.1新零售的特点

3.1.2行业发展规模

3.1.3区域分布格局

3.1.4行业竞争格局

3.1.5行业发展热点

3.1.6重点细分市场

3.2生鲜电商行业发展分析

3.2.1行业发展总况

3.2.2行业市场规模

3.2.3行业用户规模

3.2.4行业竞争情况分析

3.2.5企业布局状况分析

3.2.6行业发展痛点

3.3社交电商行业发展分析

3.3.1行业特点分析

3.3.2行业市场规模

3.3.3行业用户规模

3.3.4行业运营模式

3.3.5企业竞争格局

3.3.6行业发展利好

第四章 2016-2020年中国社区团购发展总体分析

4.1中国社区团购发展综述

4.1.1行业发展阶段

4.1.2行业发展契机

4.1.3疫情影响分析

4.1.4核心竞争力分析

4.2 2016-2020年中国社区团购发展情况分析

4.2.1行业市场规模

4.2.2行业市场格局

4.2.3企业竞争格局

4.2.4平台形态变化

4.2.5行业品类结构

4.2.6平台区域分布

4.3中国社区团购的SWOT分析

4.3.1优势分析

4.3.2劣势分析

4.3.3机会分析

4.3.4威胁分析

4.4中国社区团购团长分析

4.4.1团长属性分布

4.4.2团长优劣势分析

4.4.3团长选择与培训

4.4.4团长的拓客方式

4.5中国社区团购发展存在的问题

4.5.1团长管理问题

4.5.2仓储配送问题

4.5.3供应链基础薄弱

4.5.4用户消费黏性低

4.6中国社区团购发展对策分析

4.6.1社区团购未来改进方向

4.6.2社区团购优化机制探讨

4.6.3社区团购可持续发展建议

4.6.4基于SWOT分析的发展策略

第五章 2016-2020年中国社区团购发展模式分析

5.1中国社区团购运营模式分析

5.1.1轻运营模式

5.1.2重运营模式

5.2中国社区团购团长角色模式分析

5.2.1“宝妈+社群”模式

5.2.2“店长+社群”模式

5.3中国社区团购商品供应链模式分析

5.3.1主流模式

5.3.2强企模式

5.3.3前置仓模式

5.4中国社区团行业商业模式分析

5.4.1商业模式演变情况分析

5.4.2商业模式发展挑战

5.4.3商业模式创新建议

第六章 2016-2020年中国社区团购+直播行业发展分析

6.1 2016-2020年中国直播电商所属行业运行分析

6.1.1直播电商发展规模

6.1.2直播电商销售状况分析

6.1.3直播电商市场格局

6.1.4直播电商企业布局

6.1.5直播电商基地布局

6.1.6直播电商发展模式

6.1.7直播电商发展前景

6.2中国社区团购+直播行业发展综况

6.2.1社区团购做直播必要性

6.2.2社区团购做直播的优势

6.2.3社区团购直播业务要点

6.3 2016-2020年中国社区团购+直播行业企业布局分析

6.3.1兴盛优选

6.3.2小步优鲜

6.3.3同城生活

6.3.4十荟团

6.3.5鲜团团

6.4中国社区团购+直播行业发展面临的挑战及对策

6.4.1行业发展面临挑战

6.4.2行业发展对策建议

第七章 2016-2020年中国社区团购消费者行为分析

7.1新零售行业消费者行为分析

7.1.1消费者年龄分布

7.1.2消费者需求偏好

7.1.3消费者价格偏好

7.1.4消费者品牌偏好

7.2社区团购微信小程序用户使用行为分析

7.2.1活跃用户规模

7.2.2用户使用市场

7.2.3用户的留存率

7.2.4疫情影响分析

7.3社区团购消费者行为分析

7.3.1消费者属性分布

7.3.2消费者消费动机

7.3.3消费者品类偏好

7.3.4消费者消费水平

7.3.5消费者关注重点

第八章 中国社区团购市场竞争分析

8.1兴盛优选

8.1.1企业基本概况

8.1.2企业模式特点

8.1.3企业发展情况分析

8.1.4企业竞争优势

8.1.5企业发展展望

8.2同程生活

8.2.1企业基本概况

8.2.2企业模式特点

8.2.3企业发展情况分析

8.2.4企业竞争优势

8.2.5企业发展展望

8.3食享会

8.3.1企业基本概况

8.3.2企业模式特点

8.3.3企业发展情况分析

8.3.4企业竞争优势

8.3.5企业发展展望

8.4十荟团

8.4.1企业基本概况

8.4.2企业模式特点

8.4.3企业发展情况分析

8.4.4企业竞争优势

8.4.5企业发展展望

8.5新势力入局

8.5.1阿里

8.5.2腾讯

8.5.3美团

8.5.4京东

第九章 2016-2020年中国社区团购投融资分析

9.1中国社区团购行业投融资情况分析

9.1.1行业投融资规模

9.1.2企业投融资情况分析

9.1.3市场进入时机分析

9.1.4行业投资价值分析

9.2中国社区团购行业投资风险分析

9.2.1供应链风险

9.2.2物流成本风险

9.2.3运营管理风险

9.3中国社区团购行业投资建议

9.3.1行业投资建议

9.3.2企业生存要点

9.3.3企业竞争策略

第十章 2021-2026年中国社区团购发展趋势与前景预测分析

10.1中国社区团购发展趋势预测

10.1.1企业竞争发展态势（AKLT）

10.1.2用户消费演变趋势预测分析

10.1.3商品品类发展趋势预测分析

10.2中国社区团购行业发展前景展望

10.2.1行业市场空间

10.2.2行业发展展望

10.2.3行业发展前景

10.3 2021-2026年中国社区团购行业预测分析

10.3.1 2021-2026年中国社区团购行业影响因素分析

10.3.2 2021-2026年中国社区团购行业市场规模预测分析

图表目录：

图表 社区团购行业现状调研

图表 社区团购行业产业链调研

图表2016-2020年社区团购所属行业市场容量统计

图表2016-2020年中国社区团购所属行业市场规模状况分析

图表 社区团购所属行业动态

图表2016-2020年中国社区团购所属行业销售收入统计

图表2016-2020年中国社区团购所属行业盈利统计

图表2016-2020年中国社区团购所属行业利润总额

图表2016-2020年中国社区团购所属行业企业数量统计

图表2016-2020年中国社区团购所属行业竞争力分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/network/660593.html>