

# 全城热恋 团购大战高烧不退

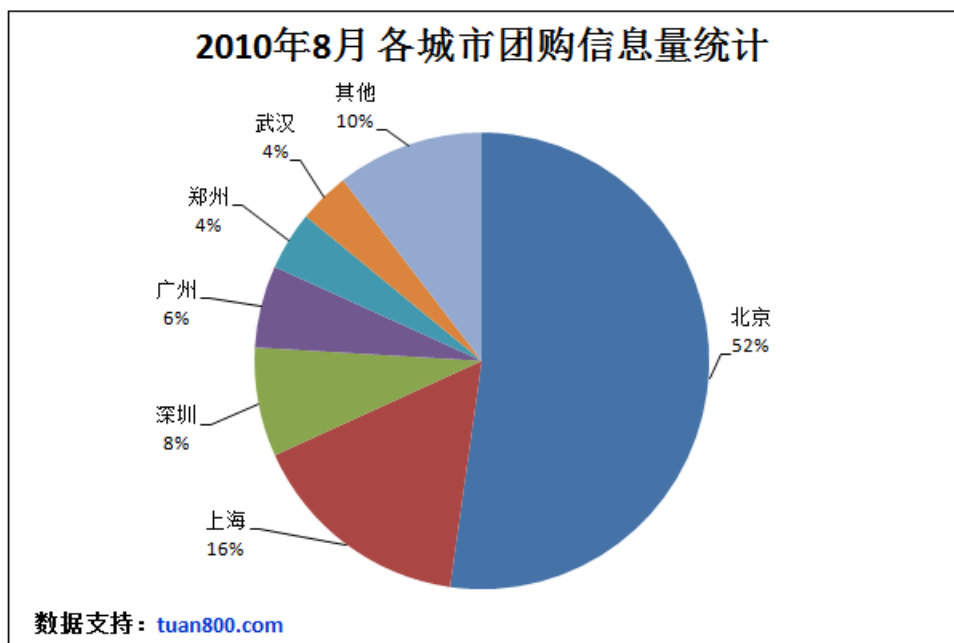
## ——2010年8月国内团购网站不完全统计报告

今年夏天……您团购了没？如果您仍然对团购这个词不甚了解，请把鼠标挪至屏幕右上角，然后点击小红叉。就算不怎么上网，您总会看电视和报纸吧？要知道，在过去的3个月里就连 CCTV 都对团购做了不下3次的专题报道，更不用说全国这大大小小的新闻网站和报纸了。让我们用个今昔对比来描绘一下团购的普及程度吧：几个月前，您举着手机上的确认短信鬼鬼祟祟地走进餐厅，而现在你会发现整个大厅三分之二的桌上都摆着和你一样的一扎酸梅汤和两斤烤鱼，人人脸上都洋溢着捡到金子般奇怪的笑容……是的，正如服务员小妹大吼的——“又来了一桌团购的！”

欢迎不知道团购的您回到地球，你真的需要补课了。（[点此补习2010年上半年团购网站报告](#)）在这个夏天有更多的朋友已经沦为“团购控”了，我们和团购网站一起成长，吃了牛排涮了火锅，还看了好几场有爆米花和冰淇淋的电影……在步入初秋的9月，让我们一起回顾一下2010年中文互联网上最为炙热的团购市场暑期档吧！

### 观察一：全国都在团团转——北京领衔，上海成熟，大城市全面铺开

我们从团800所收录的上千家网站8月份团购活动信息中，随机抽取3000条各城市的本地团购活动为样本，和前六个月的统计结果一样，北京仍然独占鳌头，占到了总数的52%；排名第二的上海增长迅猛，上半年还只是北京的四分之一，而现在已接近三分之一，占到了总数的16%，足见上海的团购市场也日趋成熟。同时，团购之风南吹，在深圳、广州、郑州、武汉等城市都有数百条团购信息，团购在各大城市全面铺开，进入培育期。如果冲动的您仍然在打算做一个团购站，我们建议您避开过度竞争的北京和上海，在其它城市找找机会。实际上，很多知名团购网站已经在这么做了，像F团、拉手、爱帮团、窝窝团等都已经深圳、广州等南方城市开通了分站。



要是大部分城市都在“热恋”团购了，那对于想创业做团购的人来说还有机会吗？呃，我们想说的是，这世界存在沃尔玛和家乐福，但不妨碍小区周围有 7-11 这样的便利店，甚至是传统的烟酒食品小卖部。如果您把团购当作网站或者社区的一个新模块，发挥它本身的独特营销能力，相信仍然是可以给您的用户带来附加值的。据我们观察，在北京已经出现了专门针对天通苑居住区的团购网站，这带来很大的想象空间……人们不禁要问，会不会即将出现回龙观团购网、通州团购网呢？

鉴于北京团购活动数量突出地位不变，本文下面的分析内容仍旧以北京地区的 8 月团购交易为对象，这样与之前的统计报告横向比较也更具参考价值。

## 观察二：秒杀网购变团购——网购实物型海量涌入，消费者犀利识破

直接使用[团购网站大全团 800](http://tuan800.com)的五大分类来看 8 月份的团购活动，发现排序和上半年有了明显变化：**网购精品>生活娱乐>美食天下>美容美发>其他团购**。网购产品从之前的第三位跃升首位，可见此类内容的丰富程度。实际上，把一个曾经在淘宝店铺上“秒杀网购”的货品变身成“团购热品”操作异常简单，就是把图片和文字挪到团购网站发布系统里就可以了。但是“如此包装”能逃得过消费者的火眼金睛吗？看看下面的数据就有答案了。

活动分类	活动发起数量	活动分类	活动成交金额
网购精品	2438	美食天下	2045.7万元
生活娱乐	1325	生活娱乐	1355.7万元
美食天下	1036	美容美发	532.2万元
美容美发	457	网购精品	482.4万元
其他团购	114	其他团购	236.6万元

数据支持: [tuan800.com](http://tuan800.com)

从活动数量和成交额的对比来看，虽然常言说“买的不如卖的精”，但不要过分低估当下消费者的智商。其实淘宝和支付宝系统对中国网民起到了极大的科普教育作用，如何甄别假货并用好评差评来威慑不法商户，如何使用支付宝担保收款保护自己的权益，网购用户已经非常清楚了。只是在团购行业里，目前为止都是先打钱过去再消费再收货，难免会让消费者在临门一脚时产生疑虑了。从成交额来看，网购精品落到了很后面。我们建议，团购网站如果坚持做线上的网购精品，就需要在物流、货源和客服上有足够的实力来和大批类淘宝型的转型店铺竞争，而团购更为广阔的发展空间更在如何协助传统的地面商家做好营销服务上。

### 观察三：团购电影票最火爆——餐饮之外的最新必杀技

除了团购网站的百花齐放，商家们也是你方唱罢我登场，甚至发生过一周内同一商家在几个团购网站上先后亮相的局面。除了餐饮商户的此起彼伏外，电影票在8月的团购商品喜爱度中表现得相当突出，例如美团推出的48元横店电影城双人套票一经推出便被一抢而空。而“双人电影票加爆米花和冰淇淋”的套餐组合鼻祖恐怕还是得追溯到6月底那次15万人的糯米团购。大多数情况下，影院本身的投资规模保证了用户观影体验的质量稳定，唯一的抱怨也就是排队换票的等待时间了。不管怎么样，团购网站对于今年暑期电影的票房起到了很大的贡献。让我们期待冯小刚在未来的某个电影节上，因《唐山大地震》获得最佳导演奖时，能说一句感谢华谊兄弟和团购电影票的网民们！

网站名称	开售日期	原价	现价	成交单
团聚网	8月2日	210元	80元	251个
美团网	8月2日	150元	38元	10000个
美团网	8月2日	150元	48元	28000个
猛买网	8月6日	150元	38元	1440个
阿丫团	8月8日	77元	140元	533个
团购王	8月11日	80元	35元	1400个
猛买网	8月12日	180元	59元	387个
酷团网	8月16日	160元	70元	146个
拉手网	8月18日	80元	33元	1571个

数据支持：[tuan800.com](http://tuan800.com)

按照经济学专家和教授们的词汇，团购电影票是个“刚需”，你可能吃不惯牛排或者羊肉，但年轻网民们对爆米花和电影大片应该没什么抵触。就像杀毒软件每个月都会一惊一乍地说什么关键词近日成为木马传播重灾区，电影票团购这种强烈的吸引力当然也会招致团购行业里的“木马”现身。近日有家叫鼓劲网的网站跟着电影票团购热潮，推出一个假的星美国际影城团购活动，许多网民下单后才纷纷发现上当了。在这里我们也提醒团购用户们，虽然电影票很吸引人，但最好还是先看看团购导航站上的用户点评以及该网站的历史团购记录，并事先和电影院电话查证确认一下。（团 800 并未收录这样的野站，但如果您拨打的影院电话就是某骗子团购网站上提供的号码，那我也没有更好的办法阻止你了……）

#### 观察四：冲动是魔鬼！——团购转让八月份增加迅猛

在全国团购继续火爆的同时，团购老用户们开始产生疲劳也是无可争议的事实。笔者观察每天活跃在团 800 用户论坛“二手团购”板块的会员，少则几十人，多则上百人，并且每日都会有新的转售信息发布，8 月内该专区的二手转让贴数量激增至 1441 个，占据了整个论坛用户发帖量的 42%。转让的内容以餐饮美食居多，也涉及到部分美容美体和休闲娱乐方面的团购券。甚至有一些转让相对最初的团购价格还有一定程度的折扣优惠，比如原价 2599 的婚纱摄影，一位消费者以 299 元团购到后没有使用，而后以 279 元转让，相当于又便宜了 20 元钱。因此，团购论坛的二手团购区、团购转让区成为很多“团购控”的二次淘宝地。

团购转让成为解决消费者冲动消费的新途径，但即便有了舒解之道消费者还是应该更为慎重而理性的进行团购消费。部分团购网站已经注意到这个问题，像淘宝“聚划算”最近推出的 SMART 汽车团购，就为消费者提供了下定金后 3 天的反悔期，毕竟汽车这种大宗商品在二手区转让也不是那么容易的。

## 观察五：糯米美团依然领先——“富二代”型团购网站涌入前十

下面让我们看一张最为直接粗暴的数据统计表——八月份各大团购网站的销售收入排行榜。需要指出的是，表中的销售金额依然是按照各网站每日公布的成交单数和活动单笔现价相乘再逐日累加得到的，而各家公布的成交单数无法核实认证。不过这前十名都已经算团购行业的知名网站了，相信在成交单数真实性上会更为严谨，图表排名仅供大家参考。

排名 Rank	团购网站 Site Name	网址 URL	销售收入 (人民币)
No. 1	糯米网	nuomi.com	1,002.7万元
No. 2	美团网	meituan.com	553.6万元
No. 3	58团购	tuan.58.com	379.8万元
No. 4	拉手网	lashou.com	324.7万元
No. 5	搜狐爱家团	tuan.sohu.com	297.4万元
No. 6	满座团	manzuo.com	260.2万元
No. 7	F团爱赴团	ftuan.com	256.4万元
No. 8	24券	www.24quan.com	247.1万元
No. 9	饭统饭团	tuan.fantong.com	242.9万元
No. 10	爱帮团	aibangtuan.com	234.9万元

数据支持：[tuan800.com](http://tuan800.com)

糯米网凭借背靠千橡集团强大的人人网 SNS 社区蝉联销售收入榜首，超出第二名将近一倍。正所谓“人红是非多”，糯米网的快速膨胀也引发了更大范围的公众关注。八月末发生的“团购游戏币商家跑路”事件，让大家突然意识到原来团购客们在遇到不良商家时是那么的无力。糯米网在事件发生后快速做出了全额赔付的公开承诺，为消除消费者心中的负面印象做出了努力。从这个案例我们也可以看到，团购网站同时面临消费者和商家两方面的压力风险。除了吸引消费者去下单购买外，如何和商家合作时确保消费者的权益其实是一个需要花更多精力的问题。

如果仔细排查前十名中各家团购网站的来历，会发现有一半都是所谓的“富二代”型团购网站。糯米团-人人网，58团-58同城、搜狐爱家团-搜狐、饭统饭团-饭统网、爱帮团-爱帮网……这些颇有资历的“互联网老面孔”们纷纷推出的新团购网站，就像富二代的公子哥儿们，资金雄厚又颇有行业背景，一旦发力就能迅速将原有用户转化为各自的团购用户。这批“富二代”型团购网站的涌入，使团购网站间的竞争从单纯的产品服务转化为资源竞争。就像团购行业内的一位专家所概括的：在 2010 年这场团购大潮中，有人穿着泳

裤、有人拿着救生圈、更有人是带着一艘船跳下来的……当大浪褪去的时候，只有那些目标坚定、孤独但又有独门泳技的渡海者们才能确保自己的泳裤还在身上。

###

### 关于团 800 网

团 800 网（[www.tuan800.com](http://www.tuan800.com)）是国内目前最大的独立团购导航网站，自 2010 年 6 月初推出以来迅速得到全国团购网民的喜爱。目前，团 800 网已经收录了国内近千家团购网站的每日团购信息，为用户提供团购导航以及聚合式的内容列表，方便用户比较选择出最为称心的团购活动，节省了逐个访问团购网站的时间。同时，与一般的团购导航网站不同，团 800 网还增加了团购点评、团购到期提醒、团购地图、二手转让等多项辅助功能，进一步丰富了团购导航网站的产品功能，也使之成为了网民进行团购前的一个首选入口。从全球知名第三方流量统计网站 Alexa 的数据来看，团 800 网在推出后的几个月内访问量迅猛增长，已成为独立团购导航网站中的领先者，并保持着高速发展。

欢迎您通过如下方式和我们保持联系：

团 800 官方博客：[www.tuan800.com/blog](http://www.tuan800.com/blog)

团 800 新浪微博：[t.sina.com/tuan800](http://t.sina.com/tuan800)

团 800 网易微博：[t.163.com/tuan800](http://t.163.com/tuan800)

团 800 用户论坛：[bbs.tuan800.com](http://bbs.tuan800.com)