

现身三年,势头大起大落

团购过山车驶入低谷

团购(group purchase)就是团体购物,指认识或不认识的消费者联合起来,加大与商家的谈判能力,以求得最优价格的一种购物方式。团购作为一种新兴的电子商务模式,通过消费者自行组团、专业团购网站、商家组织团购等形式,提升用户与商家的议价能力,并极大程度地获得商品让利,引起消费者及业内厂商、甚至是资本市场关注。

出现:2010年团购网“满座网”上线

当Groupon在美国风生水起的时候,受这种模式启发,2010年1月16日,国内首家Groupon模式团购网站“满座网”上线,开通了北京、上海、青岛等三大城市分站。正是这个外观、运营模式甚至域名都明显有模仿痕迹的网站正式拉开了中国团购元年序幕。

紧接着被人称为“创业永动机”的王兴,萌发

了创建团购网站的念头。同年3月4日,王兴的美团网刚一上线,立即引起广泛关注。5月4日,美团网第二站上海站上线,两天后武汉站上线;随后7月26日,西安站上线;8月2日,广州站上线。美团网的推出加速了Groupon模式在中国遍地开花,一时间团购网站风起云涌,大量涌现,最终演变为“百团大战”、“千团大战”。

发展:狂热半年多后渐衰

2010年年底至2011年上半年是团购网站最狂热的表演时间,团购站总数剧增,媒体关注及风投热捧,大型团购网站急剧扩张烧钱火拼广告,“团购就上XX网!”的雷同口号遍布于城市的每个角落,各地也雨后春笋般涌现出众多地方型中小团购站。国内团购市场2011年全年共上线54万

期团购活动,销售额总量超过110亿元,相当于2010年的5.5倍,超过3亿人次在团购网站购买了商品或服务。2011年9月份的确出现了大批团购网站消失的现象,10月至12月网站总数持续下跌至3000多家。但随后12月份团购15.8亿元的销售总额又给团购网带来了希望。

现状:高峰过后一路走衰

团购导航网站团800近日发布《2012年上半年团购统计报告》,数据显示,截至2012年6月底国内团购网站数量约为2976家,较上月再度减少20家,比去年同期减少1895家,降38.9%。数据显示,团购网站发展的高峰在2011年9月,共计5058家,已消失了2082家团购网

站,比高峰时减少41.16%。“2011年8月份,团购网站曾超过5000家,但高峰过后,便是行业过度竞争所带来的一路走衰。”团800联合创始人胡琛说,目前,许多团购网站毛利率极低,与商家分成不足10%。“大型团购有VC支撑,小的无粮只能死掉。”

原因:三大死穴造成疲态

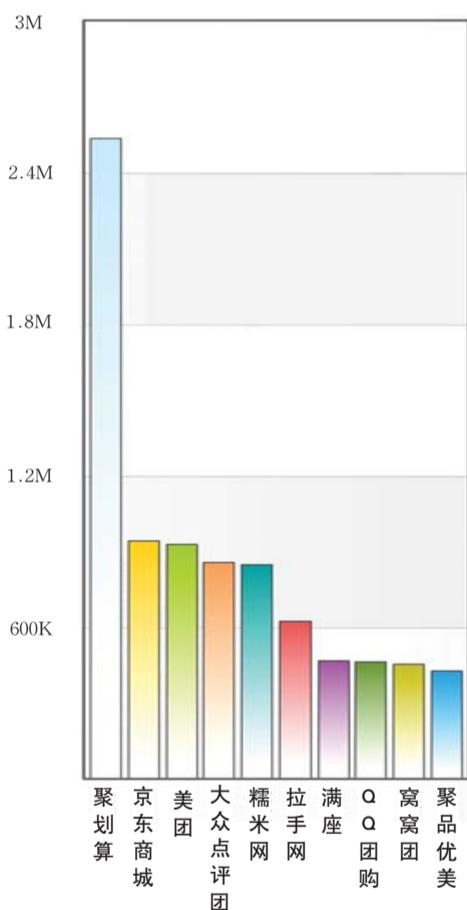
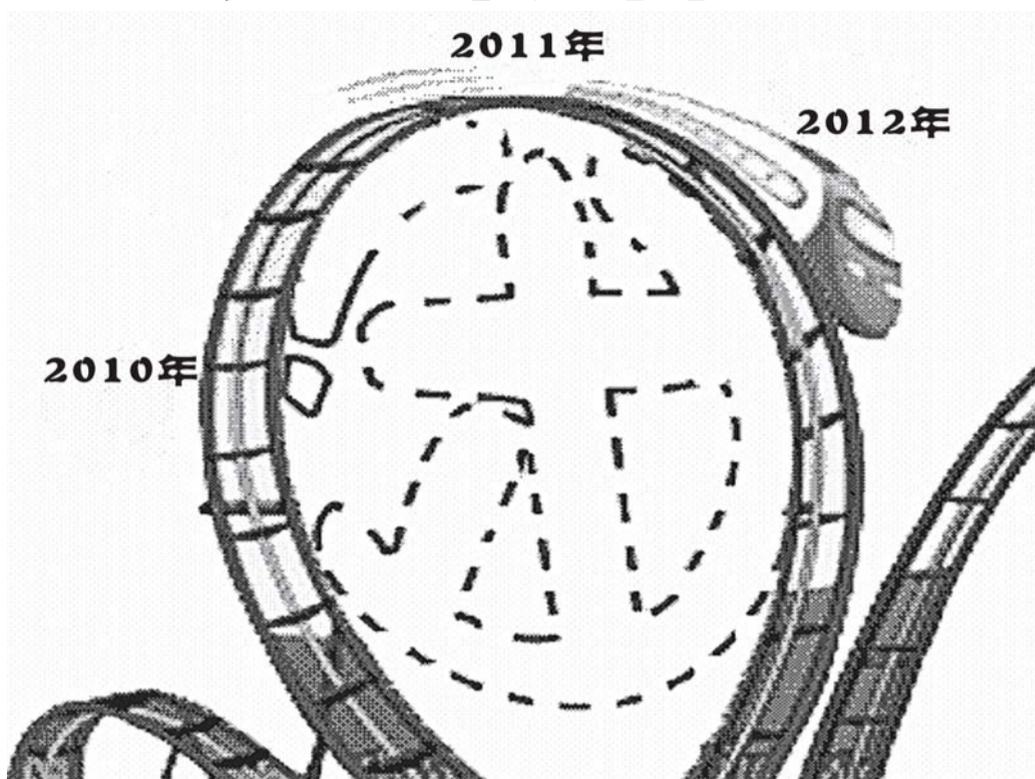
对于团购网站虚假繁荣之后疲态尽显,业内人士分析造成这种情况的三个“死穴”:

其一,把上市当目的。上市是融资手段,但团购网站不能以“融资和烧钱”作为发展的常态。Groupon模式在上市之后,也存在着巨大的亏损风险。对于国内几千家团购网站来说,真正有机会上市的可能仅有1-2家,因此练好内功寻找更大的发展空间,是生存发展的根本。

其二,某些国内团购网站急功近利,过度营销,过度扩张,加上激

烈的竞争、同质化严重等问题,高折扣促销,价格战成为常态,但在配套服务和交付等方面用费不到。如此竞争,给消费者留下的第一印象是,团购价格便宜,服务无保证,严重地损害了行业的整体形象。

其三,一味模仿抄袭。目前国内团购模式基本拷贝Groupon,本土化创新不足。随着对规模的需求,不少团购网站开始转型B2C,变成实物类商城,变成淘宝、京东、当当和凡客,但又不具备后者在仓储、物流等方面的资源和经验。



网络团购大事记

2008年11月,团购鼻祖Groupon在美国芝加哥成立。
 2010年1月,中国第一家团购网站满座网上线。
 2010年3月,美团网、24券、团美网等团购网站上线。
 2010年6月,门户网站开始涉足团购市场,搜狐爱家团、腾讯、新浪的团购频道陆续上线。
 2010年12月,中国团购网站数量超过2000家。
 2011年2月,24券网正式完成新一轮融资,获得千万级美元注资。
 2011年3月,高朋团购上线。美团网获得红杉资本千万美元投资,开始实行“过期退”业务。拉手网投入了千万余元用于同城物流配送体系,目标覆盖400多个城市。
 2011年6月,Groupon提交IPO申请。满座网宣布完成第二轮超5000万美元融资。
 2011年7月,阿里巴巴投资美团,美团宣布B轮融资5000万美金全部到账。
 2011年9月,团购收缩战线,一度风风火火的团购广告逐渐在各大楼宇中消失,团购向精细化营销转型。
 2011年11月,拉手赴美IPO,启动上市流程。高朋网因涉售假手表遭消费者集体维权。淘宝聚划算发起团购的卡西欧手表被查出是假货。
 2012年6月,国内超大型团购网站美团网公布了最新销售数据,其6月份销售额达4.4亿元,较5月增长15.8%,美团网率先跨入了“4亿时代”,在团购行业遥遥领先。
 2012年6月26日,中国腾讯控股有限公司与世界领先的团购提供商Groupon宣布,中国团购网站F团与高朋网将合并为一家全新公司。
 2012年7月19日继聚划算与京东商城开放团购平台,F团与高朋网合并组建新公司之后,58同城也于近期开放了自己的平台,并于近日接纳了国内本地服务商城千品网。

最新动态

团购业历经多轮洗牌

业内分析三足鼎立为期不远

国内团购业在短短两年时间内便经历了宛如过山车的起起落落。业内人士分析称,团购业面临多轮洗牌后,三足鼎立的局面为期不远。

F团与高朋合并重组

近日,F团与高朋方面向记者证实,F团与高朋已经完成合并重组,原F团CEO林宁出任新公司网罗天下的CEO。对于新公司成立之后的首要任务,“网罗天下”的CEO林宁表示:“未来整个公司将一直聚焦在O2O领域做本地生活电子商务这门生意。”

而在此之前,团购业内整合频频:美团网和聚划算合作,拉手网牵手京东商城、窝窝团结盟赶集网,加上如今F团和高朋合作,业界资深人士表示,团购网站强强联合已成为大势所趋,洗牌的时代真正来临,历

经多轮洗牌之后,团购业最终将呈现三足鼎立的“寡头”局面。

由于F团、高朋背后拥有共同投资方——腾讯,因此,这次的合并并在业界看来,腾讯是真正的幕后推手,但F团方面对此给予了否认。对于F团和高朋网的合并原因,腾讯电商控股公司首席执行官吴宵光在接受媒体采访时则强调:“新公司是为了结合F团和高朋网双方的优势,更好地服务中国团购市场的消费者。”

对于双方合并重组的前景,中国电子商务研究中心分析师吴雪飞认为,F团和高朋网对用户和商家资源的定位不同,可以起到优势互补的效果,业务模式有望起到1+1>2的效果。

团购业进入第二轮淘汰赛

互联网行业的所有细分应用领域,似乎都无法逃脱一个传统规律,

即坚持到最后并实现盈利的网站,不会超过三家。门户网站、视频网站、社交网站皆是如此。

如今,不管是美团网与聚划算合作,还是拉手网牵手京东商城、窝窝团结盟赶集网,抑或是这次F团与高朋的重组,不可否认,团购业“千团大战”时单打独斗的时代已经一去不返,整合已经成为了团购业的主旋律。

团800联合创始人胡琛认为,由于资本背后的推手,团购这场“游戏”早已将中小网站“清”出了主赛场,团购行业的洗牌已经加速,并且已经进入持续整合兼并的第二轮淘汰赛阶段。

业界关注的是,此轮并购整合大潮之后,团购业是否亦将最终呈现三足鼎立的“寡头”局面,而最终胜出的几家团购巨头又将是谁? (信息时报)