

新闻背景

近日,国内最大的独立团购导航网站团800发布了《2012年上半年团购统计报告》,提供了一份主流团购网站的半年“体检参考”。详细数据显示,截止6月底国内团购网站数量约计2976家,较上月再度减少20家。

国内团购市场共计开团为20.6万期,成交额约16.7亿元,购买人次约3683.8万。与年初业界预测全年200亿元的全年目标相比,上半年98亿元的总成交额只能说是勉强跑完半程。而团购站们从今年7月开始纷纷悄然转

型,通过延长售卖时间,提高套餐价格等方法,将团购带入更为广阔的本地生活优惠领域,行业逐渐进入“泛团购时代”。

据团800连续数据统计,与去年同期数据比较,今年上半年国内团购成交

额约增长184%,购买人次增长154%,开团期数增幅最大达647%,团购本身的商业价值也得以验证。但同时令人担忧的是,消费者对团购的激情确实在逐渐褪去。专家指出,除了购买人次和每单成交额上的衰退外,团购价

格的悄然上浮,也是消费者对团购不再疯狂的又一个背后的秘密。

如今,团购网站的气势已大不如从前,然而曾经那些狂热的“团友”们又是如何看待团购网站大起大落的命运呢?

团购活力已显疲态

“泛团购时代”狂热渐成浮云

本报记者 于飞

◇餐饮旺季不待见 团影票一直很火

团购网站最火爆的时候,真可谓“没有什么是不可以团购的”,但是随着团购网站出现一系列的问题后,很多类型的团购也逐渐销声匿迹了。不过,仍有不少餐饮和影院的团购还是很硬挺。

近日,记者走访了几家在团购网站上发起活动的餐馆。工作人员告诉记者,他们发起的团购活动,几乎是没有盈利的,这样做的目的主要是为了宣传自己,让“团友”在网上看到自己的店铺,可以跟朋友一起过来尝试一下,吃得好,说不定以后就是常客了。不过,

夏季的餐饮行业普遍比较忙,也不太有精力来组织团购活动,搞一次活动费时费力,利润还很薄。

而影院对于团购倒是挺热衷,还是经常发起团购活动,而且团购价格的确实惠很多,而“团友”在网上团购的电影票跟到店购买的电影票所享受的服务基本是一样的,价格便宜很多,消费质量也不受影响,不像其他团购那样有诸多让消费者不满意的状况,服务态度不好或者是消费品的数量太少等问题基本不存在。

南大街一家影院的工作人

员告诉记者,他们经常搞团购活动,但也时不时地会跟团购网站发生冲突,有一次团购网站在没有跟影院达成协议之前,就在网上挂出了团购信息,很多“团友”在网上团了电影票,拿着网站发送的验证码便来影院看电影。这样的情况,“团友”大呼冤枉,影院也很郁闷,因为“团友”不明白内情,反倒与影城的工作人员发生冲突。所以影院的工作人员说,也很希望团购网站能给彼此带来好处的同时,可以更加规范化地经营,这样才是长期发展之路。

◇团自助餐最合适 娱乐活动还不错

从事广告行业的孙女士也是一位资深的“团友”,但是她认为自己属于比较理性的消费者,通过对团购网站的研究,孙女士觉得在团购网站上团购自助餐或是休闲娱乐活动还是不错的。

孙女士告诉记者,她也是经常跟朋友聚餐,在网上团购一个,大家都去尝尝鲜,很多不错的小店因为以前不知道,都没有尝试过,但是通过团购网站知道了更多的美食。仔细

算下来,费用也是比较优惠的。特别是自助餐厅,团购网站上的价格是实打实的优惠。

另外,孙女士说,团购网站上一些休闲娱乐的方式,像是健身、桑拿、足疗等平时一般不会尝试,但是团购网站上会有很优惠的价格,二十几块钱,商家也不图赚钱,可能只是为了宣传,所以“团友”就可以借此机会去尝试新事物。不过,孙女士说,团购有一个弊端,就是消费有时间限制,一

旦付款,如果没有在规定时间内到店里消费,那么货款也不退后,这使很多“团友”的消费行为受到了限制,而且比较火爆的团购还要提前预约,比较麻烦。

对于一些化妆品、衣服、鞋子还有生活用品,孙女士表示很不感冒。因为这些东西的团购跟网购没有太大的区别,流程都差不多,而且自己算一算,团购的价格也不一定比网购便宜多少。

●团购产品特点

- 1、具有较高的品牌知名度。
- 2、占有较大的市场份额。
- 3、一般都曾经多次获奖。
- 4、属于行业龙头或业内领先者。
- 5、服务体系完善,售后服务好。
- 6、产品质量稳定,经得起时间检验。
- 7、能提供完整的企业和产品信息,包括执照、准产证、合格证、检验报告、获奖证明等。

●适合团购的人群

- 1、买东西不会选择,总是留下遗憾的朋友。
- 2、担心个体消费,在售后得不到应有的保障的朋友。
- 3、担心购买到假冒伪劣产品的朋友。
- 4、准备、马上或已经开始装修的工薪阶层。
- 5、不了解市场价格,不懂得选材,或不喜逛市场的朋友。
- 6、不大砍价、不喜欢砍价、不屑于砍价的朋友。
- 7、对自己和亲人的健康有强烈责任心,必须购买符合环保标准产品的朋友。

资深“团友”说团购经历

艾女士,25岁,公司职员→

刚开始的确有实惠

在团购网站刚刚起步的时候,为了能够赢得信誉,招揽更多的人气,团购网站在选择商家,发起团购活动的时候,确实能感觉到他们的用心之处,仔细浏览各家的团购信息,确实能得

到不少的实惠。我刚迷恋上团购的时候,团购确实给我带来了许多的乐趣,当时经常说的一句话就是“团购更优惠”,什么东西都想团购,朋友也经常在一起团购一个饭局,聚

在一起其乐融融。只是,最近团购经常有不愉快的经历,比如团购网站上的团购信息与商家不符,商家服务态度不好等问题,所以对团购的热情也就慢慢淡了下来。

马女士,34岁,部门主管→

几次团购都不开心

团购火起来后,我才开始接触团购,但是在网上团购了几次都不满意,以后对团购再也不感兴趣了。有一次,我在团购网上团了一桌来请朋友吃,在网上看着菜品种类很多,满心欢喜地跟朋友到了火锅店,服务员上了菜后,发现每一

种菜品的数量都太少,原来所说的“两人管饱”的广告语,根本就不可信。因为我们是团购客户后,服务员的热情也减退了不少,要求给锅底加汤的时候,服务员也是慢吞吞的,整个吃饭的过程,生了一肚子的闷气。还有一次,团购的一张

KTV的欢唱券,兴致勃勃地跟朋友到了KTV,可是KTV的服务态度很不好,给的包房音响效果不好,再三要求之下服务员才给换了包房。但是团购网站上说的饮料食品,KTV也没提供,最后大家又是乘兴而来败兴而归。



团购网站倒闭潮持续:

9个月消失2082家

团购网站数量再降

根据团购导航网站发布的《2012年上半年团购统计报告》。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%。

据团800数据,与去年上半年平均每期团购成交额为3.7万元相比,今年上半年仅为1.4万元,团购单品的“吸金力”下降不少。按每期团购取平均值的话,去年上半年平均每期团购有973人次购买,今年上半年则仅为327人次。

“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联合创始人胡琛告诉记者,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。”

团购价格上浮

报告还指出,随购买人次、每单成交额的衰退,团购价格却在悄然上浮。不少网友评论称,以前自助餐团购价在29元左右,现在已经普遍涨到35元以上。

团购网站从今年7月开始通过延长售卖时间、提高套餐价格等方式“谋求转型”。今年早些时候,美团网就明显延长了货品售卖时间。不过美团网市场部总监左潇昨日称,上述方式是为给消费者购物思考留有空间,并非“转型”。

糯米网市场营销副总裁孙海带则表示,目前有些团购网站确实存在此类现象,主要原因是团购行业的深度洗牌及日趋理性。但他认为,“千团大战”并不存在。“在我看来,真正的拿到融资的,能被老百姓记住的团购网站,从来没有超过10家。”他认为,接下来全国性大型团购网站之间的资本层面的整合并购才是值得关注的。

餐饮电影票热卖

据团800统计,餐饮电影票均属于最为热门的团购产品。整个上半年餐饮团购的成交额达40多亿元,占到总体销售额的四成,其中自助餐、地方菜和火锅烧烤均超过8亿元。

而电影票团购在今年继续发力,据了解,国家广电总局电影资金办公布的2012年上半年国内电影的整体票房是77亿元,而团800数据显示,上半年团购电影票成交额高达8亿元,团购为票房贡献超过10%。