

2012年Q3中国网络团购市场数据 监测报告



发布机构：中国电子商务研究中心

报告编制：中国电子商务研究中心、
中国诚信网络团购联盟

报告发布：中国电子商务之都·杭州

发布时间：二〇一二年十一月一日

2012年Q3中国网络团购市场数据监测报告

目录

一、核心数据	4
二、报告概述	5
2.1 报告背景	5
2.2 报告特色	6
2.3 调查目的	6
2.4 调查方法	6
2.5 报告执行	6
2.6 报告声明	7
2.7 报告时间	7
2.8 相关链接	7
三、行业数据	8
3.1 网站数量：2012年Q3中国团购网站数量平稳下滑	8
3.2 市场交易额：2012年Q3中国网络团购市场交易额走势平稳	9
3.3 交易额TOP10：2012年Q3团购网站交易额TOP10	10
3.4 投诉数据：2012年Q3网络团购十大热点被投诉榜单	11
四、行业热点	12
五、趋势预测	13
趋势一：将有大批团购网站向O2O模式转型	13
趋势二：大型综合性团购网站面临关闭或整合	13
趋势三：垂直细分领域的团购网站以“差异化”寻求生存空间	13
趋势四：团购网站将走向社区化	14
趋势五：手机客户端会成为团购网站标配	14
趋势六：2013年团购将进入社会化O2O时代	14
趋势七：团购行业将进入规范化监管阶段	14
趋势八：团购行业未来短期将面临融资难	15
六、行业大事记	16
七、名词解释	23
八、关于我们	24
8.1 机构简介	24
8.2 研究报告	24
8.3 联系分析师	31

报告主编

吴雪飞

中国电子商务研究中心

网络团购与网络经济部 分析师

报告鸣谢

值此《2012年Q3中国网络团购市场数据监测报告》（简版）成功出炉并顺利发布之际，我们对为本报告编撰过程中，提供数据、案例和观点的各电子商务有关部门、各团购网站，团购导航网站领团网以及广大网络团购用户对我们调研的支持，表示由衷感谢！（兹不一一列举）

一、核心数据

中国电子商务研究中心发布的《2012年Q3中国网络团购市场数据监测报告》公布了2012年第三季度中国网络团购行业的主要数据，其核心数据摘要如下：

1、2012年Q3中国团购网站数量

2012年三季度，我国正常运营的团购网站数量呈现出平稳下滑的趋势，与上半年的“稳步上升”形成反差。从前第三季度的团购网站数量发展趋势来看，呈“倒V形”。

根据中国电子商务研究中心监测，7月份运营中的团购网站数量为**3010**家，8月份为**2950**家，9月份为**2880**家。

2、2012年Q3中国网络团购市场交易额

2012年三季度，我国网络团购市场交易总额达到**86.13亿元**，相较上季度有所上升。其中，7月的团购交易额为**27.69亿元**，8月为**27.58亿元**，9月为**30.86亿元**。从三季度三个月的交易额来看，增幅并不明显。预计，2012年网络团购交易额有望达**320亿元**。

3、2012年Q3团购网站交易额TOP10

中国电子商务研究中心据第三方团购导航网站领团网监测数据显示，2012年三季度，我国团购网站交易额TOP10的网站分别为：聚划算、美团网、糯米网、大众点评网、拉手网、QQ团购、窝窝团、满座网、千品网、F团。我们发现：这一新的格局相较2012年上半年有不小的变化，预计未来还将发生进一步的显著动荡与改变。

在Q3具体成交额中，聚划算以**34.08亿元**的交易额位居第一、遥遥领先；美团网以**13.31亿元**，位居第二；糯米网为**5.276亿元**居第三，且与前市场两名差距较大；大众点评网以**5.159亿元**，屈居第四；拉手网以**3.962亿元**居第五，下滑明显；QQ团购为**3.75亿元**，仅占第六；窝窝团为**2.916亿元**，居第七；满座网为**1.924亿元**，居第八；千品网为**1.735亿元**，居第九；F团为**1.188亿元**，居行业第十名。

4、2012年Q3网络团购十大热点被投诉榜单

糯米网、爱丽团购网、高朋网、拉手网、聚齐网、窝窝团、F团、like团、58团购、嘀嗒团成为2012年第三季度“十大网络团购热点被投诉企业”。

二、报告概述

2.1 报告背景

2012年第三季度，我国团购网站数量持续“稳步下滑”。据中国电子商务研究中心监测获悉，7月份活跃中的团购网站数量为3010家，8月份为2950家，9月份为2880家。从团购网站数量上看，呈下降趋势，但是网络团购行业交易额却是稳步上升。三季度每月团购交易额都略有增长，但是增幅不明显。

2012年第三季度，资金链仍然是困扰团购行业的主要问题。24券创投关系陷入僵局，使自己资金困境加剧；拉手网继裁员之后，也被曝出CEO吴波离职的信息。58同城也缩减了其团购团队。团购网站高管的离职是裁员现象的升级，加剧了行业洗牌。

移动互联网为团购网站带来的利益日益增多。大众点评网的点评团、拉手网、美团网、糯米网、窝窝团等都在移动终端领域进行了战略布局。经过一段时间的酝酿，目前移动终端带来的交易额所占比例逐渐上升。以APP为代表的移动终端将是团购网站下一个争夺点。

团购网站为了获得未定流量，入驻其他平台成趋势。迫于资金问题，团购网站缩减了营销成本，于是开始积极拓宽其他的营销渠道。除了布局移动终端外，很多团购网站开始入驻大型平台，如京东商城、聚划算，爱帮网等希望借助知名度较高的平台，来为团购网站带来更多流量。

2012年三季度，用户对团购网站的投诉情况有增无减。这一方面说明团购网站的问题日益凸显，同时也表明用户维权意识逐渐增强，且工商部门的相关政策为用户维权，提供了有力依据。另据中国电子商务投诉与维权公共服务平台(<http://www.100ec.cn/zt/315/>)监测数据显示，目前，团购网站的投诉解决率也有所提高。

然而，也有不少团购网站在提升用户体验、内部管理方面作了改进。如部分行业领先的团购网站推出了“随时退”服务，消费者购买的美团券，在未消费的情况下可以随时申请退款；已经专门成立物流服务客户投诉小组，首推“客服绿色专线”；窝窝团公司管理层研究决定，也已于近日正式组建廉正部。

2.2 报告特色

——**全面性**：报告对目前国内团购企业，分别从企业规模、市场规模、营销模式、盈利模式等角度切入，进行全面调研、解剖与分析；

——**专业性**：针对团购企业开展广泛深入调研，主要调查的对象是中国网络团购企业及团购相关的服务商，重点监测网络团购网站：拉手网、美团网、糯米网、满座网、F团、24券、团宝网、窝窝团、高朋网、嘀嗒团、聚划算、QQ团购、京东团购，以及网络团购导航类典型平台：领团网、团800等。

——**权威性**：由我国电子商务第三方行业研究机构——中国电子商务研究中心，携手国内唯一全国性网络团购行业组织——中国诚信网络团购联盟（<http://www.100ec.cn/zt/tg/>）联合编制。

——**客观性**：基于自行调研采集与第三方平台客观监测、调研、统计的数据基础上，展开分析、研究。

2.3 调查目的

本报告通过2012第三季度对中国网络团购行业的数据监测、行业分析，掌握了网络团购行业在我国的发展状况。

报告旨在为国内网络团购领域的业内人士，以及相关专家学者、投融资机构、新闻媒体、政府监管部门等，提供一份对国内网络团购行业整体的运行状况与数据的参考资料。

2.4 调查方法

中国电子商务研究中心秉承科学严谨的市场研究方法设计，通过行业监测、企业问卷调查与深度访谈获取一手资料，利用产业链各环节深访信息的交叉验证，提高数据与信息准确性。

同时，中心通过严谨的研究与信息数据进行交叉核实，尽可能确保数据与信息的可靠性、客观性与前瞻性。

2.5 报告执行

本报告由中国电子商务研究中心联合中国诚信网络团购联盟，通过对2012年三季度我

国网络团购行业的数据监测、行业调查与深度总结（因条件限制，本报告涉及行业数据暂不包括港澳台地区），以及行业呈现出来的特征及趋势等进行了分析所得。

2.6 报告声明

由于网络团购行业存在监管难的现象，很多新兴和倒闭的团购网站未经过任何工商注册，难以进行全面的监测统计，难免有疏漏之处。

本报告提供给个人或单位仅为参考研究资料，不构成投资等任何建议，由此带来的投资风险本中心不承担法律责任。

2.7 报告时间

- 调查监测阶段：2012年07月-2012年09月
- 数据统计阶段：2012年07月-2012年09月
- 报告成文阶段：2012年09月-2012年10月
- 报告发布时间：2012年11月01日

2.8 相关链接

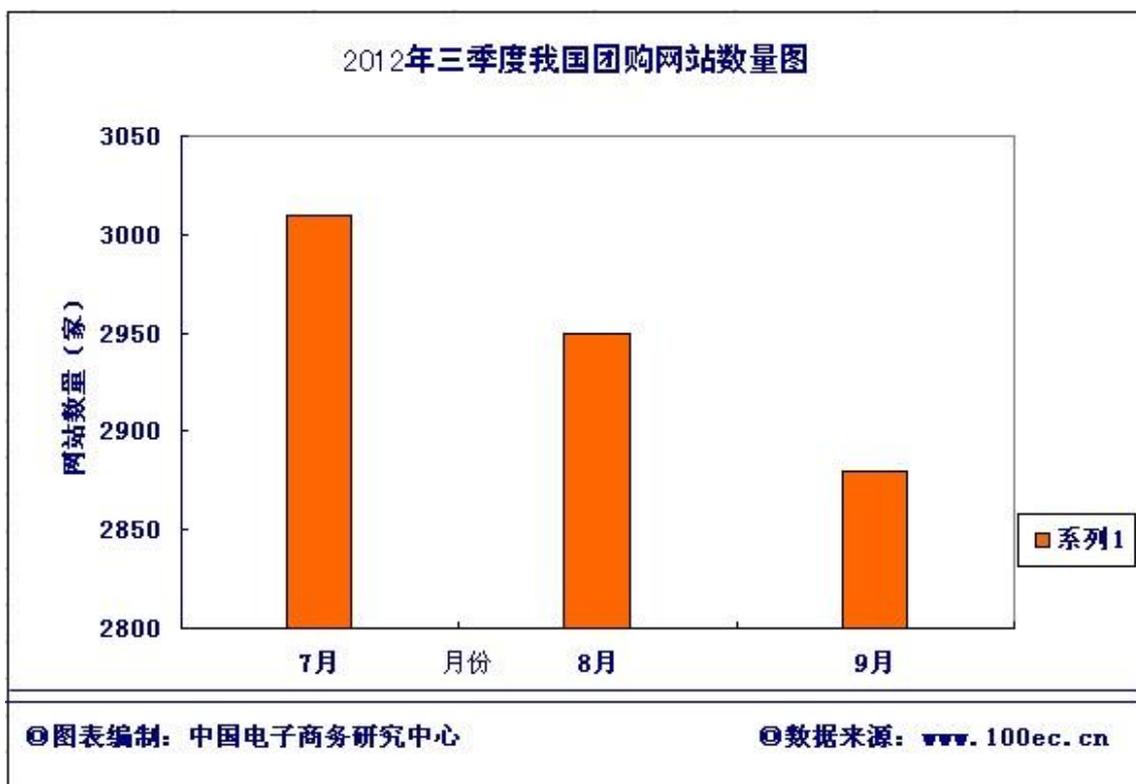
- 中国电子商务研究中心：www.100ec.cn
- 中国诚信网络团购联盟：<http://www.100ec.cn/zl/tg/>
- 中国电子商务投诉与维权公共服务平台：<http://www.100ec.cn/zl/315>

三、行业数据

3.1 2012年Q3中国团购网站数量平稳下滑

2012年三季度，我国正常运营的团购网站数量呈现出平稳下滑的趋势，与上半年的“稳步上升”形成反差。从前三季度的团购网站数量发展趋势来看，呈“倒V形”结构。

根据中国电子商务研究中心监测，7月份运营中的团购网站数量为**3010家**，8月份为**2950家**，9月份为**2880家**。



中国电子商务研究中心分析师吴雪飞认为，呈现这一趋势的主要原因有：（1）网络团购行业洗牌使得大部分团购网站困难加剧，资金、盈利、转型、营销等各方面压力加大。（2）经营困境使得团购网站内部矛盾突出。三季度团购网站内部整顿由裁员撤站上升到了高级管理层，不少团购网站出现高管离职的现象。（3）工商的监管在规范行业的同时，也遏制了一些违规网站的发展。

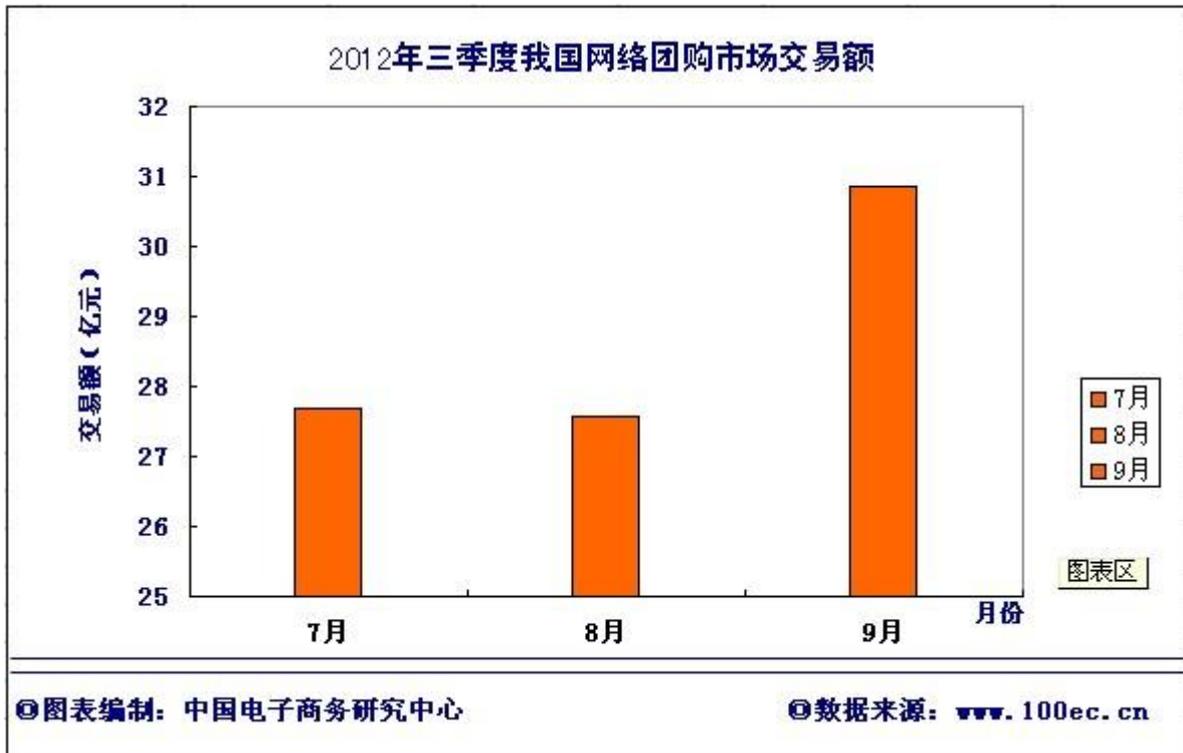
对此，中国电子商务研究中心预测：团购行业洗牌将会日益“白热化”，团购网站数量还将持续下滑。而几家大型团购网站如拉手网、聚划算、美团网、F团、团宝网、24券、满座网、糯米网等在行业内的最终排名仍有悬念。

3.2 2012年Q3中国网络团购市场交易额走势平稳

2012年三季度，我国网络团购市场交易总额达到 **86.13 亿元**，相较上季度有所上升。

其中，7月的团购交易额为 **27.69 亿元**，8月为 **27.58 亿元**，9月为 **30.86 亿元**。

从三季度三个月的交易额来看，增幅并不明显。



中国电子商务研究中心分析师吴雪飞认为，呈现这一趋势的主要原因有：9月份受中秋、国庆双节影响，团购出现短暂的在线消费高潮，所以交易额有所上升；受团购网站负面信息等因素影响，团购交易额涨幅不明显。

中国电子商务研究中心预测：未来团购交易额将继续保持稳定，直到行业格局稳定，才会有较大变化。预计，今年2012年我国网络团购交易额有望达到 **320 亿元**。

3.3 2012年Q3团购网站交易额TOP10

中国电子商务研究中心据第三方团购导航网站领团网监测数据显示，2012年三季度，我国团购网站交易额TOP10的网站分别为：聚划算、美团网、糯米网、大众点评网、拉手网、QQ团购、窝窝团、满座网、千品网、F团。我们发现：这一新的格局相较2012年上半年有不小的变化，预计未来还将发生进一步的显著动荡与改变。

在Q3具体成交额中，聚划算以**34.08亿元**的交易额位居第一、遥遥领先；美团网以**13.31亿元**，位居第二；糯米网为**5.276亿元**居第三，且与前市场两名差距较大；大众点评网以**5.159亿元**，屈居第四；拉手网以**3.962亿元**居第五，下滑明显；QQ团购为**3.75亿元**，仅占第六；窝窝团为**2.916亿元**，居第七；满座网为**1.924亿元**，居第八；千品网为**1.735亿元**，居第九；F团为**1.188亿元**，居行业第十名。

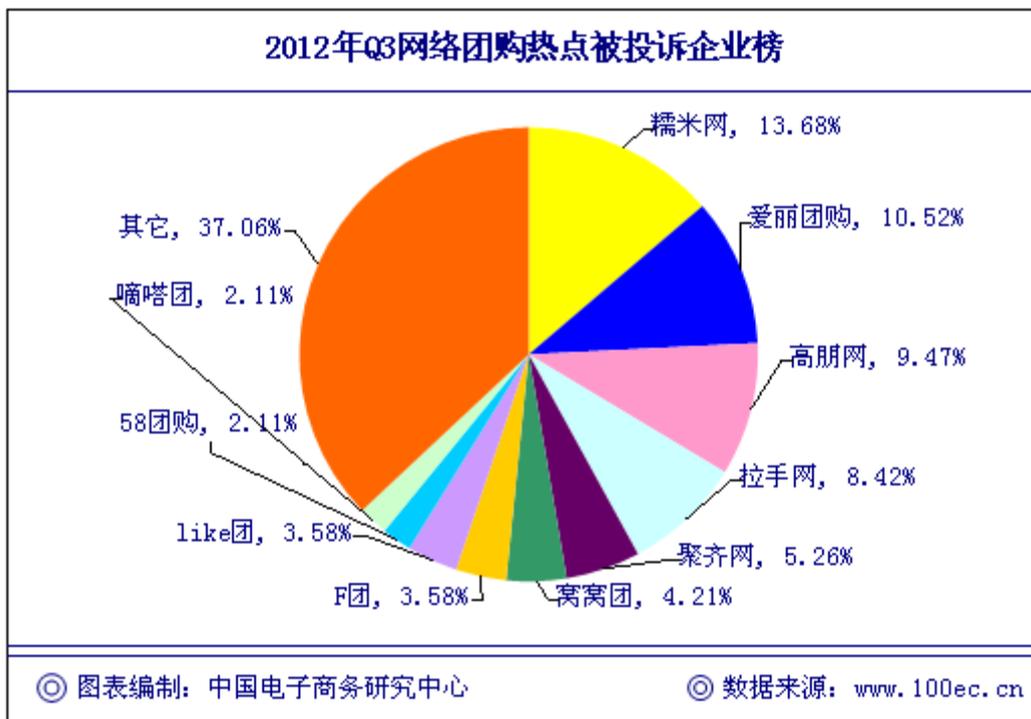


此外，监测数据还表明：团购前十五强贡献了中国团购市场90%的交易额。由于尚无一家盈利，目前的团购十五强即将面临严重的分化。

中国电子商务研究中心预测，未来，排名前十的团购网站将占据越来越大的市场份额，而且团购网站间的差距将进一步拉大；行业内的洗牌仍将继续，大型团购网站同样面临生死存亡的考验；裁员、撤站以及高层换血等情况仍将存在。

3.4 2012年Q3网络团购十大热点被投诉榜单

在投诉领域，拉手网、窝窝团、糯米网、高朋网等国内几家大型团购网站仍然是团购用户的主要投诉对象，而一些以爱丽团购为典型的中小型团购网站由于服务质量、诚信等问题，也遭到全国团购用户的大量投诉。详见下图：



数据显示：糯米网、爱丽团购网、高朋网、拉手网、聚齐网、窝窝团、F团、like团、58团购、嘀嗒团成为2012年第三季度“十大网络团购热点被投诉企业”。

分析点评：用户账户安全成为团购网站近来继退款问题、服务缩水、发货迟缓等问题后的新的热点投诉问题。其中拉手网、糯米网、窝窝团、F团均被用户爆料出现账户资金安全问题。此外，爱丽团购网、like团在第三季度的投诉量较大，主要为不发货，涉嫌欺诈。

2012年三季度，用户对团购网站的投诉情况有增无减。这一方面说明团购网站的问题日益凸显，同时也表明用户维权意识逐渐增强，且工商部门的相关政策为用户维权，提供了有力依据。根据中国电子商务投诉与维权公共服务平台 (<http://www.100ec.cn/zt/315/>) 监测数据显示，目前，团购网站的投诉解决率也有小幅提高。

中心建议：团购网站需加强安全监管，保障用户信息、资金安全。同时，相关部门应当加强团购市场的监管，严厉打击一些不诚信的团购网站。

四、行业热点

2012年三季度，我国团购网站问题多于成绩，知名团购网站纷纷爆出负面信息，给行业造成不良影响。以下为中国电子商务研究中心监测的三季度团购行业热点事件：

热点一：聚划算内部出现腐败

7月5日，阿里巴巴集团向媒体发布声明称，原聚划算总经理阎利珉因“涉嫌非国家工作人员受贿罪”被杭州警方刑事拘留。

热点二：F团、高朋网合并

8月1日，F团宣布原实体公司“北京卡拉互动科技有限公司”正式变更为“北京网罗天下生活科技有限公司”，F团与高朋两个平台纳入其中。

热点三：拉手网CEO被传离职

8月6日，微博传出吴波离职消息，作为拉手网的创始人，吴波离职被分析人士猜测为“对赌失败”，原因是不得不取消的IPO计划。

热点四：58团购大幅裁员

8月9日，58同城团购全国团队裁员数百人，有消息称其团购负责人、副总裁徐贵鹏也即将离职。

热点五：大众点评融资6000万美元

8月10日，大众点评网近日已完成新一轮融资6000万美元。

热点六：团购网站纷纷提升服务

9月7日，美团网在业内首家推出了“随时退”服务；糯米网已经专门成立物流服务客户投诉小组；窝窝团正式组建廉正部。

热点七：拉手网高管被传离职

9月6日，拉手网内部传出消息，西北大区经理王楠，以及拉手网东三省大区、湖南站、天津站各自的3名负责人日前相继离职。

热点八：团购网纷纷支持“保钓”

9月16日，针对“钓鱼岛事件”，在中国电子商务研究中心率先发起的国内电商民间版对日“经济制裁”行动（专题：<http://www.100ec.cn/zt/drzc/>）倡导下，不少团购网站纷纷响应，不少在首页打出“捍卫领土完整”的抗议条幅，支持祖国“保钓”。

热点九：苏宁推团购频道

9月23日，苏宁易购执行副总裁李斌透露，9月底正式推出全国性团购频道。

热点十：24券创投关系陷僵局

9月23日，24券投资方在内部表示将代表资方停止对24券注资，网站随后陷入停运。

五、趋势预测

2011年，网络团购在中国的发展暴露出了许多问题，但是也在摸索中前进。2012年，预计团购网站将继续转型升级，个别企业已经逐渐找到自己的清晰盈利方式。团购探路之后，O2O模式会在中国得到很好的发展。团购也将与优惠券、SNS、LBS相结合，增加用户粘性。但是，在融资方面团购网站仍将经历一段低迷期。

以下为中国电子商务研究中心为您带来的团购行业八点行业发展趋势预测：

趋势一：将有大批团购网站向O2O模式转型

作为O2O模式的先行者，网络团购在2010和2011年在中国盛极一时。线上订购、线下消费是O2O的主要模式，是指消费者在线上订购商品，再到线下实体店进行消费的购物模式。

目前，网络零售行业以B2C模式为主，企业已经越来越趋向同质化，竞争极其惨烈。O2O模式的出现，不仅拓宽电子商务的发展方向与市场空间，由线上走向线上、线下融合，由规模化走向多元化。在团购面临生死存亡的考验时，向O2O转型将是一条捷径，但“千团大战”也会非常惨烈。

趋势二：2012年末团购网站面临裁撤、停运、倒闭或转型

市场竞争、用户疲软、产品同质化、售后服务、监管强化跟不上等诸多因素，加上国内外资本环境恶化，我们预计在2012年末会有大批团购网站裁撤、停运、倒闭，或转型。

据中国电子商务研究中心和领团网监测数据预测，2012年下半年团购网站数数量将会继续减少，倒闭数量还会继续远远大于网站新诞生数量。

趋势三：垂直细分团购网以“差异化”寻求生存空间

团购行业的很大一个问题就是缺乏差异。在“千团大战”的局面下出现了“马太效应”，除了资金实力较强的少数几家知名团购企业外，大多数实力相当，模式、产品相同的团购企业在竞争中难以破局。

在2012年这个团购洗牌年，中小团购企业选择剑走偏锋，从垂直细分领域找到自己的席之地是个不错的选择。这样既避免了与其他企业正面交锋，又可以留住一批精准的用户群，使企业能尽可能长远发展。

趋势四：团购网站融合SNS 将走向社区化

用户粘度差一直是令团购网站头疼的问题。在激烈的市场竞争下，能够留住忠实用户群体的团购网自然能在竞争中脱颖而出。自从社交网站开心人、人人网加入团购大军以来，他们凭借上亿的固定用户群体，可以为自身的团购产品起到口碑相传的推广效果，这是单纯团购网站所不能及的。

趋势五：APP手机客户端会成为团购网站“标配”

中国互联网络信息中心统计报告显示，截至2011年底，中国网民数达到5.13亿，使用手机上网的网民所占比例上升至69.3%，规模达到3.56亿。

无疑，移动互联网的发展势头已大大超过传统互联网。未来电子商务也将借助移动互联网获得更好的发展。Appstore在中国的风靡，也给了团购网站与移动互联网对接的新平台。相比之下团购导航的客户端比如领团网客户端，聚合了全部商家和团购更加方便了消费者。

趋势六：2013年团购将进入“社会化时代”

无论是本地生活服务还是生产厂商都是地方的，区域性的。团购只代表社会化的初级阶段，团购的高级阶段是团需，线上聚合需求到线下消费，或者指导线下的生产。未来的团购一定不会被一家或几家巨无霸公司垄断，而是社会化合作的格局。原因在于O2O分布在线下的各处，不是几家公司用跨区域的操作就可以完成好的。

线下的环节将会交给无数个本地的运营商来做，而线上的平台将会具备SOLOMO和O2O的特征与类团购网站的中介来对接。商家和消费者也会比今日更加主动，团购和优惠券的结合将会是未来O2O的特点。

趋势七：团购行业将进入规范化监管阶段

网络团购因为行业准入门槛低，发展十分迅速。仅半年时间就由百余家发展到千余家。过快的发展导致行业暴露出很多问题，也因此引起了有关部门的注意。缺乏规范化的管理，使得很多团购企业存在侥幸心理，甚至打擦边球，给消费者带来很多不便。

国家工商总局有关部门曾先后两次派人到中国电子商务研究中心就网络团购问题进行调研，意在制定一个有针对性的管理规范。目前，《关于加强网络团购经营活动管理的意见》已经出台，这标志着此前无序发展的网络团购行业，将逐步纳入进入法制化阶段。

步入 2012 年，国家工商管理总局委托中国电子商务研究中心协同浙江省工商管理总局共同调研起草《网络商品交易及服务监管条例》（国务院二类立法项目，立法调研课题转头网站链接：<http://www.100ec.cn/zt/wllf/>），旨在解决包括网络团购在内的网络经济监管中存在的种种新问题。中国电子商务研究中心主任、中国诚信网络团购联盟秘书长曹磊，携国内知名电子商务法律专家、中国电子商务研究中心特约研究员张延来律师，以及中心多名分析师等，受邀加入立法起草小组成员，全程参与本次立法调研与起草，积极配合我国首部网络经济（电子商务）监管立法。

而近期工商部门收紧了跨地区团购网站的落地注册的监管，节间促进了大型团购网站的加速分化。撤销分站、专注资源优势区域，将会是不少大型团购网的选择，这也有助于降低工商注册带来的各项费用和牵扯的精力，规避不可预测的法律与监管风险。

趋势八：团购行业未来短期将面临融资难

中国电子商务研究中心认为，未来短期内我国网络团购行业仍难摆脱融资难的问题。对此，中国电子商务研究中心分析师吴雪飞指出，得出这一结论主要基于以下原因：

（1）目前网络团购行业估值较高，行业存在泡沫，这就给获得下一轮融资抬高了门槛。

（2）目前仍没有团购网站独立上市的案例，唯一一家上市的糯米网都是被千橡公司与人人网打包上市的；并且，从目前的财报来看，糯米网仍处于亏损状态。这也使得国内外资本市场与投资人渐失去信心。

（3）网络团购行业的领先者还未出现，团购网站的绝对竞争力没有显现。

（4）盈利难题也是制约网络团购行业融资的重要因素。拉手网公布的财报显示，拉手网 2011 年上半年亏损达到了 3.91 亿元，为同期净收入的 6.8 倍。原定于去年年底的 IPO 计划暂缓搁置。

六、2012年Q3中国网络团购行业大事记

7月3日,艺龙旅行网在其官方微博上向携程旅行公开宣战,首次正面回应携程团购价格战,称携程破坏价格体系。

7月4日,团购鼻祖 Groupon 联合创始人兼董事长勒夫科斯基(Eric Lefkofsky)通过博客宣布,将退出公司日常管理,专注风险投资业务。

7月3日,美团网公布6月份的销售数据,当月销售额为4.4亿元,其中本地服务团购的销售额为4.22亿元,占比约96%。

7月5日,阿里巴巴集团向媒体发来官方声明称,原聚划算总经理阎利珉因“涉嫌非国家工作人员受贿罪”被杭州警方刑事拘留,案件调查正在进行中。(详见:《原聚划算总经理阎利珉涉嫌受贿被警方刑拘》<http://www.100ec.cn/detail--6046090.html>)

7月6日,团购网站 Groupon 宣布将在新加坡市中心开设首家实体零售店, Groupon 新加坡公司首席执行官 Karl Chong 表示,该商店可以让购物者快速兑换所购买的商品,同时也可以作为了解顾客需求的途径。

7月8日,国内团购行业五大网站与支付宝联合推出手机团购活动,用户在美团网、大众点评网等5家团购网站的手机客户端下单,均可以使用支付宝,并获得集分宝等奖品,此举表明团购的重心正在向手机转移。(详见:《团购重心向手机转移 多家团购网与支付宝对接》<http://www.100ec.cn/detail--6046021.html>)

7月9日,全球最大的中文旅行网站去哪儿网宣布,将投资3000万美元打造旅游智能化服务平台,并向所有旅游在线供应商免费开放其旅游服务平台,打造高服务品质的旅游搜索引擎。(详见:《去哪儿网将投3000万美元 打造旅游智能服务平台》<http://www.100ec.cn/detail--6046594.html>)

7月9日,本地生活消费平台大众点评发布首份移动生活报告,报告显示,目前来自大众点评移动终端的日常浏览量已经超过来自PC端的日常浏览量。大众点评PC端依然在稳步增长,但相比较而言,移动端的增长更具爆发性。

7月11日,济南市工商局通报了今年上半年济南网购申诉、举报情况,上半年广受关注的“济南拉手网”事件有了新进展,目前该网站已经被屏蔽。(详见:《“济南拉手网”遭175次投诉 目前已经被屏蔽》www.100ec.cn/detail--6047005.html)

7月13日, Groupon 称该公司旗下印度网站已经移除了美国鹰(American Eagle Outfitters)和 Abercrombie & Fitch 零售商的至少两项服装团购交易,原因是其无权出售这些产品。

7月13日,相对于六月份数额达过百亿人民币的电商促销大战而言,在线旅游网站的促销金额也许并不能吸引太多人的眼球,但是携程的大手笔“挑拨”却让这个垂直电商领域

价格战进入了“一触即发”的境地。(详见:《在线旅游 32 亿玩过家家 “去携口水大战” 打到法庭》<http://www.100ec.cn/detail--6047369.html>)

7月16日,淘宝网新推“返利模式”,或加速团购行业洗牌。

7月17日,嘀嗒团在与京东团购完成技术和运营对接,正式入驻京东商城团购频道后,嘀嗒团将接通当当网开放平台,与此同时,也将和其他知名电商网站陆续合作。(详见:《嘀嗒团即将入驻当当成为首个战略合作团购网站》<http://www.100ec.cn/detail--6047895.html>)

7月17日消息,领团网发布的2012上半年《全国团购网站普查数据公报》显示,到今年6月底为止,在自团购兴起的两年多以来,已有48%的团购网站相继倒闭或转型。(详见:《两年近3千团购网站被淘汰 下半年团购洗牌继续》<http://www.100ec.cn/detail--6047992.html>)

7月18日,继拉手网、满座网和嘀嗒团之后,本地服务商城千品网也将入驻京东商城。(详见:《新电商投靠平台寻流量 四家O2O网站入驻京东》www.100ec.cn/detail--6048034.html)

7月21日,继苹果与唯冠iPad商标案尘埃落定后,国内知名的团购网站拉手网也因商标问题陷入一场风波。(详见:《“lashou”商标被抢注拉手网蹈“苹果”覆辙?》<http://www.100ec.cn/detail--6048629.html>)

7月22日,依托平台类电商的大流量拓展销售渠道成为团购行业发展的趋势。国内本地服务商城千品网与58同城达成合作,正式入驻58团购平台。这是58同城开放平台后,入驻的首家提供本地服务的商城。

7月24日,支付宝、分众传媒、聚划算联合宣布开启战略合作,联手进军O2O市场。业内分析认为,随着手机首次跃居中国网民第一大上网终端,基于移动互联网技术的线上线下业务融合正在提速。

7月27日,儿童摄影店一夜间“人间蒸发”,商家因与团购网站的经济纠纷而拒绝服务……今年上半年,有关摄影的网上团购成为新的行业投诉热点。(详见:《24券团购网宁波站跑路 消费者陷摄影团“逃跑门”》www.100ec.cn/detail--6049628.html)

7月30日,团购网站经过两年多的洗牌,千团大战的混乱已经落下了帷幕,桌面端的团购市场正在从狂欢到理性。截至2012年5月31日,在监测体系中关注的40家团购品牌中,仅17家品牌推出了手机客户端,比例不到一半。(详见:《百团大战开辟新战场:转向手机客户端》www.100ec.cn/detail--6049912.html)

7月31日,导航网站团800发布了《2012年上半年团购统计报告》,为业内主流团购网站们提供了一份半年期的“体检参考”。

8月1日,美团网CEO王兴公开晒美团网最新的运营成绩单,数据显示:美团网7月单

月销售额已突破5亿元人民币。

8月1日，F团宣布原实体公司“北京卡拉互动科技有限公司”正式变更为“北京网罗天下生活科技有限公司”，F团与高朋两个平台纳入其中。新公司的英文名GROUPNET，并发布新的LOGO。

8月2日，数字营销公司Blue Calypso已对Groupon发起专利侵权指控，称其侵犯了前者的两项P2P营销技术专利。

8月6日，微博今日传出吴波将要离职的消息，作为拉手网的创始人，吴波离职被分析人士猜测为“对赌失败”，原因是不得不取消的IPO计划。而另据消息人士透露，投资方已经接盘拉手，吴波已经被架空。

8月7日，日前，北京检验检疫局对某团购网站无入境检验检疫证明、销售进口橄榄油一案进行行政处罚。

8月7日，由中国电子商务研究中心与中国诚信网络团购联盟(www.100ec.cn/zt/tg/)联合主办的“中国电子商务投诉与维权公共服务平台”(www.100ec.cn/zt/315/)接到方先生对拉手网的投诉。

8月8日，人人公司今日公布截至6月30日2012年第二季度未经审计财报，财报中同时公布，旗下团购服务网站糯米网第二季度净营业收入为360万美元，去除营业费用和经营支出后，糯米网第二季度净亏损为700万美元。

8月9日，在当当网入驻腾讯电商平台QQ网购后，其就和腾讯结下缘分。昨日，当当网新版首页上线，其团购业务也正式浮出水面。腾讯系的F团和高朋网成为首批入驻其开放平台的团购网站。

8月9日，继拉手网被曝出CEO吴波辞职消息后，24券COO彭雷也被传离职。团购行业继重组、整合等热点后，“高管离职”成为又一热点，这也是24券公司在调整过后，被曝出的又一重大新闻。

8月9日，继5、6月份传出58同城资金链紧张的传闻之后，近日又有知情人士披露，58同城团购全国团队日前开始裁员，涉及数百人，其团购负责人、副总裁徐贵鹏也将离职。

8月9日，由中国电子商务研究中心与中国诚信网络团购联盟(www.100ec.cn/zt/tg/)联合主办的“中国电子商务投诉与维权公共服务平台”(http://www.100ec.cn/zt/315/)接到赵小姐对糯米网的投诉称没有消费的团购券不能退款。

8月10日，大众点评网近日已完成新一轮融资6000万美元，低于C轮1亿美元，该消息目前已得到大众点评网证实。(详见：《大众点评网D轮融资6000万美元自称估值10亿美元》)

8月11日，有消息称，24券COO兼创业合伙人彭雷离职，24券CEO杜一楠在接受网易

科技专访时表示，彭雷因为家庭原因离开管理层团队，目前仍在24券负责部分业务创新工作。

8月14日，有消息称：拉手网创始人吴波目前已离开CEO职位，其在公司内部已被架空。拉手网发表声明否认传言。

8月14日，中国电子商务研究中心、中国诚信网络团购联盟发布《二〇一二年(上)中国网络团购市场数据监测报告》(报告下载：www.100ec.cn/zt/2010bgdz/)。

8月15日，香港消委会表示，今年香港前7个月接获2259宗网上团购投诉，比去年同期急升29倍。(详见：《香港团购投诉前七个月升29倍》www.100ec.cn/detail--6052779.html)

8月16日，艺术品开始涉足团购引起业界热议。

8月17日，有网友在微博上投诉携程正在进行的团购促销活动，却存在背后加价行为。(详见：《团购下单却遇加价携程5亿美元促销再引质疑》www.100ec.cn/detail--6053049.html)

8月17日，由中国电子商务研究中心与比购宝(Boogle.cn)联合主办的“中国电子商务投诉与维权公共服务平台”(www.100ec.cn/zt/315/)接到网友对爱丽团购的投诉称其涉嫌卖山寨机。(详见：《团购爱丽团购手机发现是山寨机子》www.100ec.cn/detail--6053173.html)

8月18日，团800网站近日发布的《2012年上半年团购统计报告》显示，截至今年6月底，国内团购网站数量为2976家。

8月19日，电视剧市场出现一种新的购剧模式——“团购”。一些剧被放在网上公开叫卖，明码标价，第一批团购的剧，价格多为2万一集。

8月22日，电视剧市场中，出现了一种新的购剧模式“团购”。(详见：《团购行业新现象：电视剧两万一集也团购》www.100ec.cn/detail--6053560.html)

8月22日，烟台市工商局芝罘分局在市区范围内开展为期一个月的“网络团购整治月”活动，进一步净化网络市场环境。

8月23日，七夕节当天，团购网站纷纷推出“情人节”专场，所有团购产品类型中化妆品是主力。

8月24日，上品折扣与支付宝宣布达成基于O2O的战略合作，并联合推出商场O2O购物服务，支持消费者以手机支付宝拍摄商品二维码的方式在商场购物。

8月24日，大众点评推出独立的团购客户端“点评团购”。

8月28日，广东省经信委推动成立了“广东省电子商务标准化技术委员会”，着手制定

电子商务标准化规划, 规划中将加强有关网络团购的标准化建设, 促进网络团购规范化发展。

8月28日, 千品网CEO赵鹏通发内部邮件辟谣称, 千品网与58同城为战略合作伙伴, 并未挖角对方员工。

8月29日, 大众点评上线团购独立客户端。

8月29日由中国电子商务研究中心与中国诚信网络团购联盟(www.100ec.cn/zt/tg/)联合主办的“中国电子商务投诉与维权公共服务平台”(www.100ec.cn/zt/315/)接到毛小姐对拉手网的投诉称拉手网用户账户被盗余额流向蜘蛛网。

8月30日, 美团网将于近日正式启动2013年校园招聘, 面向全国大学生招聘技术产品类职位。

8月30日, 阿里巴巴集团旗下聚划算事业群公布了2012年上半年数据。聚划算上半年交易额同比增171%, 达68.7亿元。(详见:《聚划算上半年交易额68.7亿同比增171%》www.100ec.cn/detail--6055202.html)

8月30日, 爱帮网开放战略延伸至团购领域, 拉手网等国内主流团购网站与爱帮网达成战略合作, 以利润分成模式入驻爱帮网团购开放平台。(详见:《爱帮网团购平台开放: 拉手网等网站入驻》www.100ec.cn/detail--6055234.html)

8月31日, 用户投诉淘宝聚划算上团购的摄影套餐不仅多次预约被商家拒绝, 最终影楼竟不见踪影。

8月31日, 蒋女士在糯米团团购了两张红鬃马体检中心的团购券, 但是在准备体检的前一天, 红鬃马体检中心突然通知体检取消, 和糯米团的合作也取消。

9月7日, 美团网在业内首家推出了“随时退”服务, 消费者购买的美团券, 在未消费的情况下可以随时申请退款。

9月5日, 人人网CEO陈一舟在接受外媒采访时表示, 公司正寻求收购, 但是收购对象“难以抉择”, 公司尤其会考虑收购团购或移动游戏业务。

9月6日, 团800日前公布统计数据称, 仅一年多时间, 中国团购网站的总数量又回到了2011年初的规模。

9月6日, 拉手网内部传出消息, 西北大区经理王楠, 以及拉手网东三省大区、湖南站、天津站各自的3名负责人日前相继离职。(详见:《内部人士称拉手网四区域经理离职》www.100ec.cn/detail--6056293.html)

9月7日, 美团网在业内首家推出了“随时退”服务, 消费者购买的美团券, 在未消费的情况下可以随时申请退款。(详见:《美团网推出“随时退”服务: 团购彻底无风险》www.100ec.cn/detail--6056362.html)

9月7日，糯米网已经专门成立物流服务客户投诉小组，在客服电话自助语音中特别设立物流服务专线。

9月7日，窝窝团公司管理层研究决定，也已于近日正式组建廉正部。

9月7日，腾讯电商控股公司生活服务电商部总经理戴志康透露，腾讯目前正在大力发展“微信会员卡”这一业务，希望借此实现O2O中的SNS这一想法。

9月8日，据聚划算内部人士透露，聚划算平日订单转化率高达6.7%。（详见：《聚划算或推“退一赔一”政策》www.100ec.cn/detail--6056523.html）

9月8日，网络团购市场在经过连续3个月低迷后，7月份逆势上涨，当月销售额直逼20亿元大关。

9月9日，阳澄湖大闸蟹网上打出低至两折的团购价，引来实体店蟹商惊呼“亏本”、“造假”。

9月9日，西安7月份团购成交额首次突破5000万元大关，达到5373.4万元，同比增长138.3%。

9月11日，“中国电子商务投诉与维权公共服务平台”（www.100ec.cn/zt/315/）接到苏小姐对拉手网的投诉称其过期不退款。（详见：《退款问题成投诉热点拉手网处理不力被投诉》www.100ec.cn/detail--6057652.html）

9月12日，“中国电子商务投诉与维权公共服务平台”（www.100ec.cn/zt/315/）接到王小姐对窝窝团的投诉称其账户余额被盗。（详见：《多家团购网账户余额被盗窝窝团未能幸免》www.100ec.cn/detail--6057653.html）

9月12日，杭州九汛贸易有限公司（以下简称九汛）的业务负责人杨嘉向《每日经济新闻》透露，窝窝团自5月开始推迟付款，截至8月31日，窝窝团共拖欠九汛公司货款总计93462.1元。（详见：《窝窝团陷欠款罗生门：团购行业资金链告急》www.100ec.cn/detail--6057146.html）

9月14日，糯米网新版iphone客户端上线不到一天，收获了500多条一星差评。

9月14日，糯米网近日自建检测中心，对商品质量和商家的质控能力进行认证并标注相应标识，并为消费者提供“假一赔一”和“7天无理由退换货服务”。

9月14日，为规避竞拍时间过长、秒杀频出的情况，聚划算重新评估现在有关“竞拍时间”的相应规则，并作出缩短竞拍时间为1小时。（详见：《聚划算缩短竞拍时间避免秒杀频出》www.100ec.cn/detail--6057578.html）

9月14日，拉手网被爆有4名区域经理先后离职。（详见：《消息称拉手网4区域经理离职团购网陷多事之秋》www.100ec.cn/detail--6057338.html）

9月15日，团购网站满座网开通钓鱼岛分站，保卫钓鱼岛。

9月16日，针对“钓鱼岛事件”，不少团购网站在首页打出“捍卫领土完整，和平解决争端”的抗议条幅，支持“保钓”。

9月16日，领团网公布团购热搜榜，电影票仅次于女装之后排名第二，总搜索量为1510次。

9月18日，几家本地知名网站上，不断有网友爆料团购遭遇退款难问题。

9月19日，团购导航网站团800公布了《2012年8月中国团购市场统计报告》。

9月19日，“中国电子商务投诉与维权公共服务平台”(www.100ec.cn/zt/315/)接到网友对嘀嗒团和旺客团的投诉称账户余额被盗。

9月21日，艾瑞咨询最新统计数据显示，上半年中国母婴网络购物市场交易规模超过200亿元，预计全年将达到610亿元，约占中国网络购物市场的4.3%。

9月21日，领团网发布《2012年8月全国团购市场统计报告》。(详见：《8月团购交易额27.58亿元中国团购路向何方》www.100ec.cn/detail--6058839.html)

9月23日，24券投资方在内部表示将代表资方停止对24券注资。这是国内最新一起团购网站与资方发生冲突的案例。(详见：《团购再现资本危机24券CEO解除资方代表职位》www.100ec.cn/detail--6059070.html)

9月24日，苏宁易购将推出团购频道。

9月25日，化妆品电商聚美优品终止了部分品牌商的合作，转而研发自有品牌。(详见：《聚美优品自有品牌策略激进过河拆桥》www.100ec.cn/detail--6059401.html)

9月26日，800的最新统计数据显示，双节之前餐饮类的团购销售额达到了1.5亿元。

9月26日，有业内人士微博爆料称，美团网近期在秘密进行大幅裁员。(详见：《美团网被曝全国大幅度裁员团购行业陷多事之秋》www.100ec.cn/detail--6059634.html)

9月28日，美团网副总裁王慧文表示，有关美团网的裁员信息，是糯米网在造谣。

9月28日，继入驻京东团购、当当网等团购平台之后，独立团购网嘀嗒团在昨日与58团购对接成功。

9月30日，聚划算公布了“淘宝双十一大促”聚划算部分的招商规则，所有参与聚划算双十一的店铺都需缴纳活动费用8万元和10万元的保证金。

七、名词解释

网络团购：

团购即为一个团队向商家采购，国际通称 B2T(Business To Team)，是继 B2B，B2C，C2C 后的又一电子商务模式。

所谓网络团购，是指一定数量的消费者通过互联网渠道组织成团，以折扣购买同一种商品。这种电子商务模式可以称为 C2B(Consumer to Business)，和传统的 B2C、C2C 电子商务模式有所不同，需要将消费者聚合才能形成交易，所以需要即时通讯 (Instant Messaging) 和社交网络 (SNS) 作支持。

O2O：

O2O 即 Online To Offline，也即将线下商务的机会与互联网结合在了一起，通过线上查询、下单、支付与线下消费结合，让互联网成为线下交易的前台。中国电子商务研究中心认为：这样线下服务就可以用线上来揽客，消费者可以用线上来筛选服务，还有成交可以在线结算，很快达到规模。该模式最重要的特点是：推广效果可查，每笔交易可跟踪。

团购导航：

团购导航，即团购导航平台，类似于网址大全，也是团购信息即时展示平台。团购导航是将各个团购网站网址和商品信息汇聚到自己的网站上，集中地为消费者呈现出来。团购导航汇聚了全国各地的团购网站，对其进行分类，将五花八门的团购网站按照地域、类别等进行整理，方便了消费者搜索。

SOLOMO：

即 Social (社交的)、Local (本地的)、Mobile (移动的)，社交本地移动，即社交加本地化加移动，它代表着未来互联网发展的趋势。

八、关于我们

8.1 机构简介

中国电子商务研究中心 (China e-Business Research Center), 于 2006 年底在“中国电子商务之都”杭州创办, 是我国最早创办、也是目前唯一一家以研究与服务电子商务为己任的第三方行业研究机构。

近年来, 由中心发布的各项电子商务数据报告屡获包括全国两会、国家统计局、发改委、国新办、商务部、工信部、工商总局在内的多部委引用和认可。中心每年还通过有关“内部渠道”, 不定期向中央发送内参, 引起数位中常委高度重视与批示, 并下发有关部委予以实施。

秉承一贯的专业性、科学性、权威性、中立性、前瞻性原则, 中心每年度编制数十部各类调研报告, 用于战略规划、政府调研、投资创业、并购 IPO、科研教学、市场调查、汇报引用、数据分析、申报项目、课题研究、竞争者情报、政府咨询等诸多领域。

中心在全国各电商企业、各级政府有关部门、各地方行业协会、各大高校, 各大新闻媒体支持下, 取得了迅猛发展, 行业内影响力与用户数与日俱增, 并开发了多项紧密围绕电子商务为核心的各项专业服务, 深受行业内外欢迎。

目前, 中国电子商务研究中心正全力打造“中国首家电子商务产业链综合服务行业机构”, 并面向 B2B、B2C、C2C、中小企业、网店卖家、网购用户、推出更多基于电子商务的纵深化增值服务, 以更好满足用户对此需求。

通过多年在电商领域的积累, 目前中心不仅拥有权威的机构品牌资源、专业的研究分析资源、庞大的电商数据库资源, 而且整合了广泛的社会传播资源、精准的百万用户资源等全国范围内的电子商务行业资源。

此外, 中国电子商务研究中心现有各类全职工作人员 20 余人, 拥有 100 余位兼职国内知名专业分析师、特约研究专家、院校专家教授、知名企业 CEO、顶尖实战专家, 并与包括中国社科院在内的数十家高等院校、科研机构、行业协会机构等达成各类合作关系。

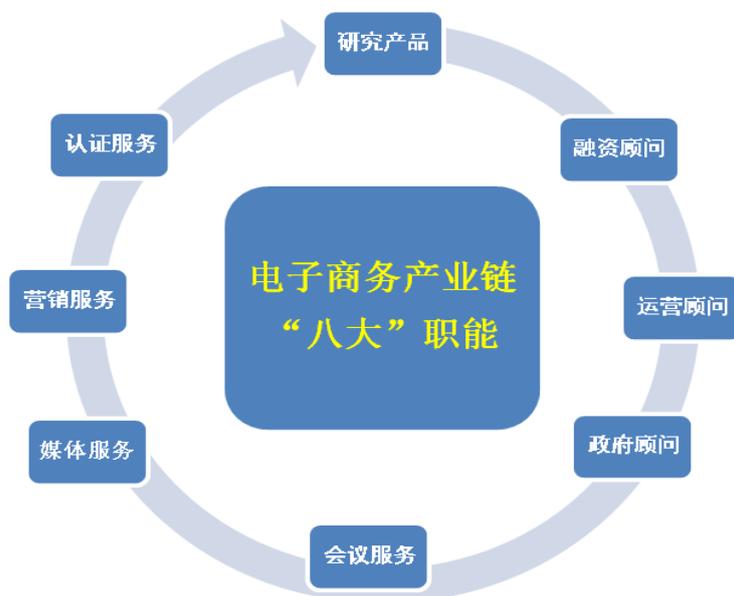
每年编制并公开发布电子商务主题的专业研究报告近百份, 并接受企业定

制各项报告，承接政府部门、行业协会与企业委托的课题研究、项目申报等专业研究工作，并拥有最新研发的国内领先的电子商务行业数据监测分析系统。

其中，研究中心官方网站（www.100EC.cn）是我国百万电子商务业界人士与服务企业与产业链关联企业、千万电子商务应用大中小企业、亿万网购用户群体，以及电子商务有关师生、专家、媒体和行业有关部门，第一时间了解我国电子商务动态、掌握电子商务应用技巧、获悉国内外电子商务最新趋势与研究成果的首选平台，每日吸引了来自全球百余万电子商务用户访问。

中心还建立了“中国重点电子商务网站数据监测平台”、“中国电子商务专家库公共服务平台”、“中国电子商务投诉与维权公共服务平台”、“中国电子商务投融资顾问公共服务平台”、中国电子商务人才与培训公共服务平台、中国电子商务投融资公共服务平台等等在内的十余项行业公共基础服务平台。

因此，无论是业界影响力与公信力、专业研究水平，还是资源整合能力、品牌推广能力，中心在国内均处于领先地位。中心也是“中国诚信网络团购联盟”（www.100ec.cn/zl/tg）组织发起单位。



有基于此，中心面向“电子商务链”环节的B2C、B2B、团购网、移动电商、服务商和网商等企业等核心用户群体，推出基于电商产业链的专业化解决方案，包括：报告定制、举办会议评选、法规规划编制、教材科研、招商引资、咨询顾问、投融资对接、项目评测论证等。（详见：<http://www.100ec.cn/zl/cpfw/>）

8.2 研究报告

“2011-2012年度中国电子商务系列专题调研报告”征订

◎报告特色：专业性、科学性、权威性、中立性、前瞻性……

◎报告用途：投资/创业、并购/IPO、市场调查、汇报引用、数据分析、申报项目、课题研究、竞争者情报、品牌提升、战略咨询……

报告研究资源

- 【合作伙伴】：由数十家国内专业电商院校、科研机构、行业协会与咨询机构等组成
- 【研究专家】：100余位国内一流知名专业分析师、特约研究员组成的杰出专家团队
- 【企业资源】：全国首创含超过5000家主要电子商务服务商的企业数据库系统
- 【用户资源】：通过网站联盟、中心网站辐射2000万家中小企业、5千万网购用户
- 【传播资源】：逾500家媒体注册为中心“特约记者”，第一时间密切关注报告
- 【人脉资源】：近1万名行业精英人士注册加入“中国电子商务中高层俱乐部”

报告影响力

- 【国家影响力】：屡获包括商务部、工信部、发改委、国新办在内的多部委引用
- 【行业影响力】：屡获国家、省、市各级互联网协会、电子商务协会等认可引述
- 【企业影响力】：累计10余万家电子商务及相关企业长期订阅、并引用报告数据
- 【用户影响力】：累计5000多万应用电商的中小企业、网络购物用户长期阅读
- 【媒体影响力】：累计不少于600家新闻媒体与1000家门户、新闻网站纷纷转载
- 【网络影响力】：累计不少于14,000,000篇网络稿转载报告观点、数据与评论等
- 【投资者影响力】：至少1亿股民、500家以上VC/PE作为重要投资参考依据

1、付费报告购买/预订：

1.1 电子商务领域：

- 1.1.1 《2011-2012年度全球电子商务研究报告》
- 1.1.2 《2011-2012年度中国行业电子商务网站调研报告》
- 1.1.3 《2011-2012年度中国B2B行业网站运营实战报告》
- 1.1.4 《2011-2012年度中国移动电子商务行业调研报告》
- 1.1.5 《2011-2012年度中国网民电子商务行为调研报告》
- 1.1.6 《2011-2012年度中国电子商务人才调研报告》
- 1.1.7 《2011-2012年度中国电子商务产业园区调研报告》
- 1.1.8 《2011-2012年度中国电子商务信用评估调研报告》
- 1.1.9 《2011-2012年度中国大宗商品电子交易市场调研报告》
- 1.1.10 《2011年度**市网络经济(电子商务)发展调研报告》
- 1.1.11 《2011-2012年度中国电子商务法律问题调研报告》
- 1.1.12 《2011-2012年度中国物流电子商务研究报告》
- 1.1.13 《2011-2012年度中国城市电子商务发展调研报告》
- 1.1.14 《2011-2012年度中国电子商务政策法规调研报告》
- ……

1.2 企业电商领域：

- 1.2.1 《2011-2012年度中国中小企业电子商务应用调研报告》
- 1.2.2 《2011-2012年度中国中小企业移动电子商务调研报告》
- 1.2.3 《2011-2012年度中国中小企业电子商务搜索调研报告》
- 1.2.4 《2011-2012年度全球买家网络采购行为调研报告》
- 1.2.5 《2011-2012年度中国小额外贸电子商务调研报告》
- 1.2.6 《2011-2012年度中国外贸企业电子商务实战调研报告》
-
- 1.3 网络零售领域：
 - 1.3.1 《2011-2012年度中国电子商务用户体验调研报告》
 - 1.3.2 《2011-2012年度中国网络零售市场调研报告》
 - 1.3.3 《2011-2012年度中国数字商品电子商务调研报告》
 - 1.3.4 《2011-2012年度中国时尚百货业电子商务调研报告》
 - 1.3.5 《2011-2012年度中国奢侈品行业电子商务调研报告》
 - 1.3.6 《2011-2012年度中国3D购物调研报告》
 - 1.3.7 《2011-2012年度中国返利购物调研报告》
 - 1.3.8 《2011-2012年度中国导航购物调研报告》
 - 1.3.9 《2011-2012年度中国海外代购调查报告》
 - 1.3.10 《2011-2012年度中国传统品牌电子商务调研报告》
 - 1.3.11 《2011-2012年度中国移动应用商店用户调研报告》
 -
- 1.4 行业电商领域：
 - 1.4.1 《2011-2012年度中国服装行业电子商务调研报告》
 - 1.4.2 《2011-2012年度中国茶叶行业电子商务调研报告》
 - 1.4.3 《2011-2012年度中国化妆品行业电子商务调研报告》
 - 1.4.4 《2011-2012年度中国鞋/箱包行业电子商务调研报告》
 - 1.4.5 《2011-2012年度中国3C数码行业电子商务调研报告》
 - 1.4.6 《2011-2012年度中国家电行业电子商务调研报告》
 - 1.4.7 《2011-2012年度中国房地产行业电子商务调研报告》
 - 1.4.8 《2011-2012年度中国汽车行业电子商务调研报告》

- 1.4.9 《2011-2012年度中国医药行业电子商务调研报告》
- 1.4.10 《2011-2012年度中国母婴行业电子商务调研报告》
- 1.4.11 《2011-2012年度中国玩具/礼品行业电子商务调研报告》
- 1.4.12 《2011-2012年度中国钢铁行业电子商务调研报告》
- 1.4.13 《2011-2012年度中国酒水行业电子商务调研报告》
- 1.4.14 《2011-2012年度中国食品行业电子商务调研报告》
- 1.4.15 《2011-2012年度中国保健品行业电子商务调研报告》
- 1.4.16 《2011-2012年度中国眼镜电子商务调研报告》
- 1.4.17 《2011-2012年度中国农业电子商务调研报告》
- 1.4.17 《2011-2012年中国教育培训业电子商务调研报告》
-
- 1.5 金融投资领域:
 - 1.5.1 《2011-2012年度中国电子商务市场投融资调研报告》
 - 1.5.2 《2011-2012年度中国第三方支付行业调研报告》
 - 1.5.3 《2011-2012年度中国创业型电子商务项目投资评估报告》
 - 1.5.4 《2011-2012年度中国上市公司电子商务调研报告》
 - 1.5.5 《2011-2012年度中国中小企业金融服务市场调研报告》
 - 1.5.6 《2011-2012年度中国B2B网络贷款市场调研报告》
 - 1.5.7 《2011-2012年度中国银行业网络商城市场调研报告》
 - 1.5.8 《2011-2012年度中国保险业电子商务市场调研报告》
 - 1.5.9 《2011-2012年度中国基金业电子商务市场调研报告》
 -
- 1.5020 领域:
 - 1.6.1 《2011-2012年度中国O2O市场调研报告》
 - 1.6.2 《2011-2012年度中国网络团购市场调查报告》
 - 1.6.3 《2011-2012年度中国在线旅游市场调研报告》
 - 1.6.4 《2011-2012年度中国在线票务市场调研报告》
 - 1.6.5 《2011-2012年度中国家居电子商务市场调研报告》
 -

1.6 新媒体营销领域:

- 1.7.1 《全球社会化媒体营销行业研究报告》
- 1.7.2 《2011-2012 年度中国中小企业网络营销调研报告》
- 1.7.3 《2011-2012 年度中国中小企业网络营销实战报告》
- 1.7.4 《2011-2012 年度中国中小企业 SaaS 应用调研报告》
- 1.7.5 《2011-2012 年度中国中小企业微博营销调研报告》
-

2、部分免费报告下载:

- 2.1 《2011 年度中国电子商务市场数据监测报告》
- 2.2 《2011 年度中国电子商务用户体验与投诉监测报告》
- 2.3 《2010 年度中国行业电子商务网站调查报告》
- 2.4 《2010 年度中国电子商务市场数据监测报告》
- 2.5 《中国大宗商品电子交易市场研究报告（简版）》
- 2.6 《2010 年中国网络团购调查报告》（[专题](#)）
- 2.7 《2010 年度中国网络传销调查报告》（[专题](#)）
- 2.8 《第三方电子商务企业网络融资服务模式研究报告》
- 2.9 《2010 年(上)中国电子商务市场数据监测报告》
- 2.10 《2009-2010 年全球买家网络采购的行为调查报告》（[专题](#)）
- 2.11 《2010 中国电子商务 100 位 CEO 调查报告》
- 2.12 《1997-2009：中国电子商务十二年调查报告》（[专题](#)）
- 2.13 《〈网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法〉解读报告》
- 2.14 《〈非金融机构支付服务管理办法〉解读报告》
- 2.15 《2010 我国电子商务政策解读与预测研究报告》
- 2.16 《广电总局整治电视购物行业政策解读与对策分析报告》
- 2.17 《我国境内资本市场媒体宣传功能研究报告》
- 2.18 《中国互联网外资控制调查报告(2009 版)》
- 2.19 《中国电子商务行业物流系统建设需求研究报告》

() 下载地址: <http://www.100ec.cn/zt/2010bgdz/> ()

》》 更多免费电子商务研究报告在线查询:

- ☞ 电商综合与 B2B 课题研究: <http://www.100ec.cn/list--24--1.html>
- ☞ B2C/团购/快递支付课题研究: <http://www.100ec.cn/list--33--1.html>
- ☞ 网络营销/SEO 课题研究: <http://www.100ec.cn/list--32--1.html>
- ☞ 网络经济综合课题研究 <http://www.100ec.cn/list--34--1.html>

3、报告说明:

- 1、上述课题会随行业变化有所调整, 请以实际编制为准, 若有其他选题可与我们联系;
- 2、报告订购: 指购买本中心编制的各项非公开付费报告产品;
- 3、委托定制: 委托或联合中心编制课题某项调研报告;
- 4、报告赞助: 指赞助中心年度既定报告编制计划, 在不影响报告客观中立性前提下, 给予企业多项增值回报服务, 鉴于名额有限, 敬请提前预约;
- 5、数据定制: 委托中心调研、出具或公开发布某细分市场占有率、行业排名等数据;
- 6、欢迎各有关政府、协会、企事业单位、机构等来函、来电咨询洽谈;
- 7、咨询电话: 0571-87756579, 88228186, 85337328 (传真);
- 8、中心地址: 杭州市西湖区莫干山路 187 号 10F (邮编: 310012);
- 9、特别提示: 发布信息若非上述地址与联系电话, 均为仿冒本中心, 欢迎举报。
- 10、以下为本中心报告/数据委托定制服务流程图:



8.3 联系分析师

吴雪飞：

中国电子商务研究中心 分析师
网络团购与网络经济部 主任
中国诚信网络团购联盟 秘书处助理

• 研究领域：重点监测与研究：新兴网络团购、O2O、网络信誉、网络诚信等领域，以及“网络传销”。

• TEL：0571-85337326

• E-mail:wxfl@netsun.com

• 官方网站：<http://www.100ec.cn/>

》》联系更多分析师：<http://www.100ec.cn/research/>

编制机构：中国电子商务研究中心

中国诚信网络团购联盟

发布时间：2012年11月01日