

2013 年（上）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、领团网

联合编制：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：二〇一三年八月二十一日

2013 年（上）中国网络团购市场数据监测报告

目录

报告核心数据摘要.....	4
一、报告概要.....	5
（一）报告背景.....	5
（二）报告特色.....	5
（三）调查目的.....	6
（四）调查方法.....	6
（五）报告执行.....	6
（六）报告声明.....	7
（七）报告时间.....	7
（八）相关链接.....	7
二、2013 年（上）中国网络团购市场行业特征.....	8
特征一：马太效应增强，团购行业稳步进入 40 亿元时代.....	8
特征二：团购行业整合继续，动态趋稳.....	8
特征三：移动团购超速 PC 团购.....	9
特征四：团购重新赢得资本青睐.....	9
三、2013 年（上）中国网络团购网站数量趋势.....	10
3.1 2013 年（上）网络团购网站规模数据.....	10
3.2 2013 年（上）网络团购用户规模数据.....	12
3.3 2013 年（上）网络团购交易规模数据.....	13
3.4 2013 年（上）网络团购类型交易规模数据.....	14
四、2013 年（上）中国网络团购网站分类.....	15
五、2013 年（上）中国网络团购网站市场份额分析.....	16
六、2013 年中国网络团购市场趋势分析.....	17
趋势一：PC 团购市场进入稳定期.....	17
趋势二：团购将会走向社会化团购.....	17
趋势三：团购折扣力度将有所减弱.....	17
七、2013 年（上）团购行业十大事件.....	18
八、2013 年（上）中国网络团购用户投诉情况监测.....	21
8.1 2013 年（上）中国网络团购问题结症.....	21
8.2 2013 年（上）中国网络团购十大被投诉网站.....	22
九、2013 年(上)团购行业动态数据监测.....	23
十、联系我们.....	33
（一）编委会.....	33
（二）关于我们.....	35
（三）研究报告.....	37
（四）关于《中国互联网金融发展报告（2013）》约稿函.....	41
（五）会员服务.....	44

报告编委会

报告审定：

中国电子商务研究中心 主任、研究员

中国诚信网络团购联盟 秘书长 曹 磊

（专家专栏：http://100ec.cn/detail_man--313.html）

主 编：

中国电子商务研究中心 助理分析师 庞敏丽

副主编：

中国电子商务研究中心特约研究员、领团网 CEO 王启亨

（专家专栏：http://www.100ec.cn/detail_man--278.html）

编 委：

中国电子商务研究中心 助理分析师 姚建芳

（联系报告编委会：<http://www.100ec.cn/research/>）

报告鸣谢

值此《2013 年（上）中国网络团购市场数据监测报告》顺利发布之际，我们对为本报告编撰过程中，受访，提供数据、案例和观点等材料的各网络团购及有关电商企业、政府部门、行业协会对我们调研的支持，表示由衷感谢！（兹不一一列举）

报告核心数据摘要

8月21日,据中国电子商务研究中心(100EC.CN)、领团网、中国诚信网络团购联盟联合发布的《2013 年(上)中国网络团购市场数据监测报告》显示,2013 上半年,团购市场(含团购平台)成交规模达到了 **238.98** 亿元,同比增长 **63%**。与 2012 年下半年的 **202.31** 亿元相比,环比增加 **18%**。

1、企业规模: 数据显示,截至 2013 年 6 月底,全国团购网站累计诞生总数高达 **6218** 家,其中已经关闭 **4670** 家,淘汰率已达 **75%**,即四分之三的团购网站已经关闭,目前运营中的团购网站共 **1548** 家,同比下降 **51.78%**。

2、用户规模: 数据显示,2013 上半年,我国团购市场参团人数呈现“V 型”走势,在春节所在的 2 月形成了低谷,之后参团人数迅速恢复,6 月底团购网民数量超过 **1** 亿。2013 上半年团购用户日均覆盖人数保持在 3700 万人左右,同比增加 25.99%。

3、用户特征: 数据显示,约 **50%** 的团购用户为企事业单位白领;年龄在 25 岁和 29 岁之间的团购用户占比为 **45%**;所有用户中以本科学历用户占比最高,达到 **40%**。

4、交易规模: 数据显示,2013 上半年,团购市场(含团购平台)成交规模达到了 **238.98** 亿元,同比增长 **63%**。与 2012 年下半年的 **202.31** 亿元相比,环比增加 **18%**。

5、市场份额: 数据显示,在全国 **238.98** 亿元的市场份额中,团购网站贡献了 **148** 亿元,占据 **62%** 的市场份额,市场份额增加了 **4** 个百分点;团购平台贡献了 **91** 亿元,占据了其余 **38%** 的份额。排名前十的独立团购网站占据了全国团购市场 **48%** 的份额,比 2012 年提升了 **2** 个百分点,马太效应进一步增强。

6、融资数据: 数据显示,2010 年至今团购行业共发生 45 起投资事件,获投总金额约为 8.09 亿美元。其中,2013 年则仅有 2 笔投资,金额为 8992 万美元。

7、产品品类: 数据显示,2013 年团购行业的产品品类发展更加多元化,折扣深度有所减弱。实物类与服务类团购的市场份额相对稳定。对比而言,独立团购网更注重本地服务细分品类的拓展,而团购平台则在不断丰富完善实物团购品类。

2013 年（上）中国网络团购市场数据监测报告

一、报告概要

（一）报告背景

2010 年团购诞生之初，因其新颖、简单、快速的盈利模式迅速赢得广泛关注和高速发展。2011 年团购行业迎来竞争白热化的一年，年中逐渐步入洗牌期。2012 年团购行业洗牌加速，并购重组之风盛行；同时团购平台规模初现，和团购门户、团购网站共同构建起团购行业生态圈。

2013 上半年，随着团购行业整合速度的加快，马太效应进一步增强。经过三年半时间的发展，四分之三的团购网已倒闭或转行。2013 年上半年，团购网站诞生率持续走低。

根据中国电子商务研究中心和领团网联合监测数据显示，截止到 2013 年 6 月底，全国还在正常运营中的团购网站 **1548** 家。排名前十的独立团购网站占据了全国团购市场 **48%** 的份额，比 2012 年提升了 **2** 个百分点。

在行业“整风”运动中，大量缺乏后续资本支持、转型失败或诚信缺失、运作不规范的团购网站被淘汰出局。

同时，在经历了同质化的折扣大战之后，团购行业的整合并购还将持续，由于移动和支付的方便性和便捷性，团购将会走向社会化团购，即形成由少数几家团购平台和团购门户做支撑平台的全国团购网站和商家共同参与的社会化团购大格局。

（二）报告特色

——**全面性：** 报告对目前国内团购网站，分别从数量规模、用户规模、交易规模、市场份额等角度切入，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网站及团购相关的电子商务服务商，重点关注目前较为领先且具备潜质的网络团购网站：高朋网、

美团网、拉手网、糯米网、满座网、嘀嗒团、窝窝团、聚划算、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，携手第三方网络团购导航类平台——领团网，以及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，三家联合编著。

——**客观性：**基于客观监测、调研、统计数据基础上，展开分析、评论。

（三）调查目的

本报告通过 2013 上半年对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、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。

（四）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。

（五）报告执行

本报告由中国电子商务研究中心联合中国团购导航网站领团网与中国诚信网络团购联盟，通过对 2013 上半年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，本报告历经数月所得。

（六）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注册认证，难以进行完全的其进行监测，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。

（七）报告时间

- 调查监测阶段：2013 年 01 月-2013 年 06 月
- 数据统计阶段：2013 年 06 月-2013 年 07 月
- 报告成文阶段：2013 年 07 月-2013 年 08 月
- 报告发布时间：2013 年 08 月 21 日

（八）相关链接

- 中国电子商务研究中心： www.100ec.cn
- 领团网： www.lingtuan.com
- 中国诚信网络团购联盟： <http://www.100ec.cn/zt/tg/>

二、2013 年（上）中国网络团购市场行业特征

2010 年团购诞生之初，因其新颖、简单、快速的盈利模式迅速赢得广泛关注和高速发展。2011 年团购行业迎来竞争白热化的一年，年中逐渐步入洗牌期。2012 年团购行业洗牌加速，并购重组之风盛行；同时团购平台规模初现，和团购门户、团购网站共同构建起团购行业生态圈。

2013 年团购行业进入稳定发展阶段，行业整合持续波及至大型团购网站。国内几家大型团购网站纷纷宣布实现盈利。同时移动团购迅猛崛起为行业注入新的活力。

特征一：马太效应增强，团购行业稳步进入 40 亿元时代

2012 年上半年，团购开始朝理性健康方向发展。团购网站一方面停止最初疯狂的攻城拔寨与高薪挖墙角等行为，另一方面努力提升团购服务质量，如推出消保计划、“过期退”等售后服务，回归理性竞争，重现团购本质。

屡被冠以“蛮荒混乱”指责的团购以 **21.2%** 的增长率登顶增速最快网络应用，团购网民数量也从去年底的 **8327** 万增至 **1.01** 亿。2013 年春节之后，全国团购交易额连续 4 月超过 **40** 亿元，团购行业稳步迈入“40 亿元时代”，大型独立团购网站的市场份额逼近 **50%**（相对于团购平台和中小团购网站），马太效应进一步显现。

特征二：团购行业整合继续，动态趋稳

进入 2013 年，团购行业继续整合，且波及到大型团购网站。腾讯旗下的 QQ 团购、F 团、高朋网三家合并成“新高朋网”重新上路。新团宝网关闭，美团网站收购猛买网。曾在第二阵营中的千品网、聚齐网流量持续下滑，跌出第二梯队。（详见：从聚齐网资金链断裂、透视中国行业路在何方？[【点击查看】](#)）

截止至 2013 年上半年团购，全国共诞生团购网站 **6218** 家，其中 **4670** 家团购网站被淘汰出局。2013 年上半年，团购网站诞生率与死亡率也连创新低，动态趋稳。

特征三：移动团购超速 PC 团购

团购行业一个好的迹象是 PC 团购用户和流量在 2013 上半年仍然可以保持增长态势。与此同时，移动团购随着移动互联网的迅速崛起高速发展，增长势头远超 PC 团购。

2013 年上半年 APP 安装下载量及用户流量有效的推动了服务团购交易额的增加，这使得团购的 O2O 属性更加明显。智能手机使服务类团购反超实物商品类团购，为团购 O2O 行业带来新的生机。（详见：《2012-2013 年度中国社交移动电子商务市场报告》[【报告下载】](#)）

特征四：团购重新赢得资本青睐

团购鼻祖 Groupon 的股价在 2012 年探底 **2.6** 美元之后，于 2013 年上半年飙升 **300%** 多，6 月 30 日的收盘价为达到了 **7.69** 美元，重新赢得了资本的青睐。

国内团购行业也度过了艰难的“寒冬期”，2013 年上半年陆续有美团、窝窝团等宣布实现盈利。团购作为闭环 O2O 中现金流最充沛的模式与移动互联网的结合也正在重新赢得资本的青睐。（详见：《2012 年度中国电子商务投融资市场数据监测报告》[【报告下载】](#)）

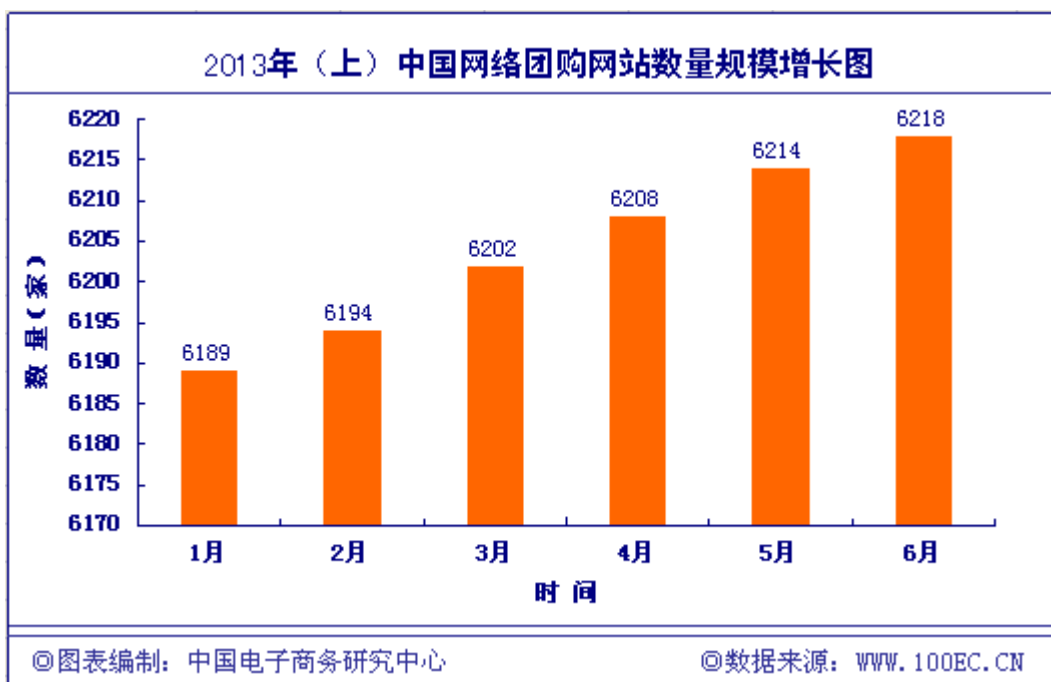
三、2013 年（上）中国网络团购网站数量趋势

3.1 2013 年（上）网络团购网站规模数据

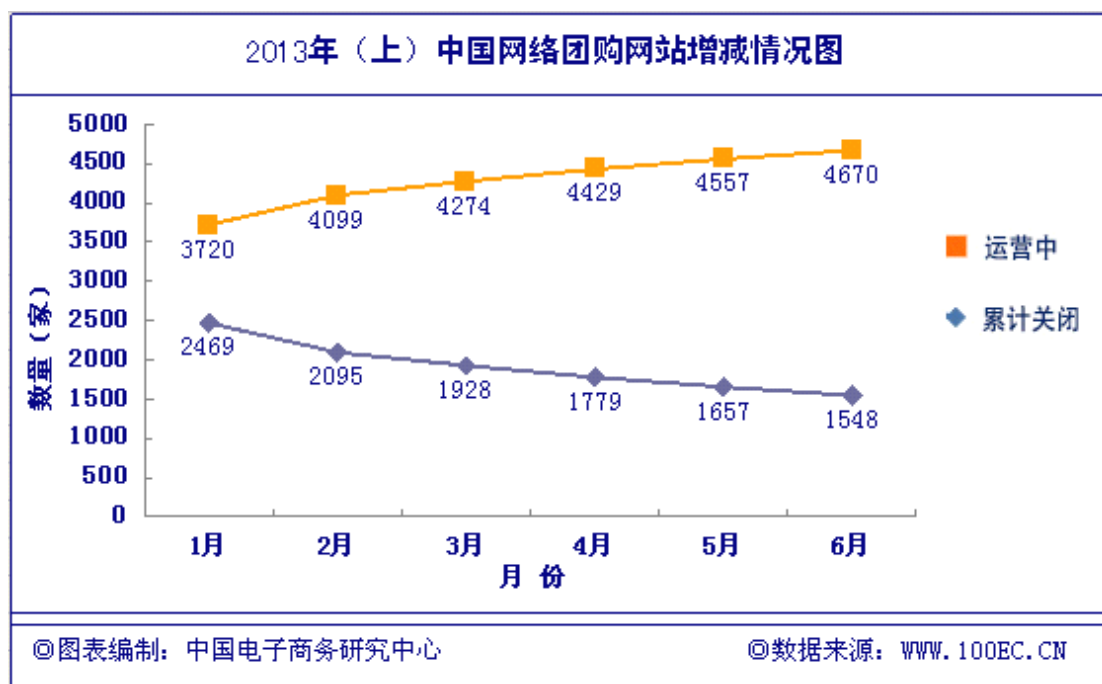
数据显示，2013 年上半年，团购网站诞生率持续走低。截止到 2013 年 6 月底，全国还在正常运营中的团购网站 **1548** 家。2012 年同期，全国团购网站尚运营中 **3210** 家，2013 年中国团购网站尚在运营数量同比下降 **51.78%**。

截至 2013 年 6 月 30 日，全国团购网站诞生总数高达 **6218** 家，累计关闭 **4670** 家，死亡率达 **75%**，运营中 **1548** 家，已快回落到 2010 年 Q3 的 **1490** 家左右。

中国电子商务研究中心特约研究员、领团网 CEO 王启亨认为，目前，团购行业能够平稳健康发展除资本的再次“回眸”以外，与行业自身整合加速去同质化有很大的关系。在行业“整风”运动中，大量缺乏后续资本支持、转型失败或诚信缺失、运作不规范的团购网站被淘汰出局。（详见：《2012 年度中国电子商务投融资市场数据监测报告》[【报告下载】](#)）



与此同时，团购网站平均诞生率和平均复活率出现双降的趋势。2013 年上半年，新诞生团购网站 **41** 家，关闭网站 **1168** 家，创团购兴起三年半以来新低。其中，Q2 诞生 **16** 家，与 Q1 诞生的 **25** 家相比，环比下降 **36%**。

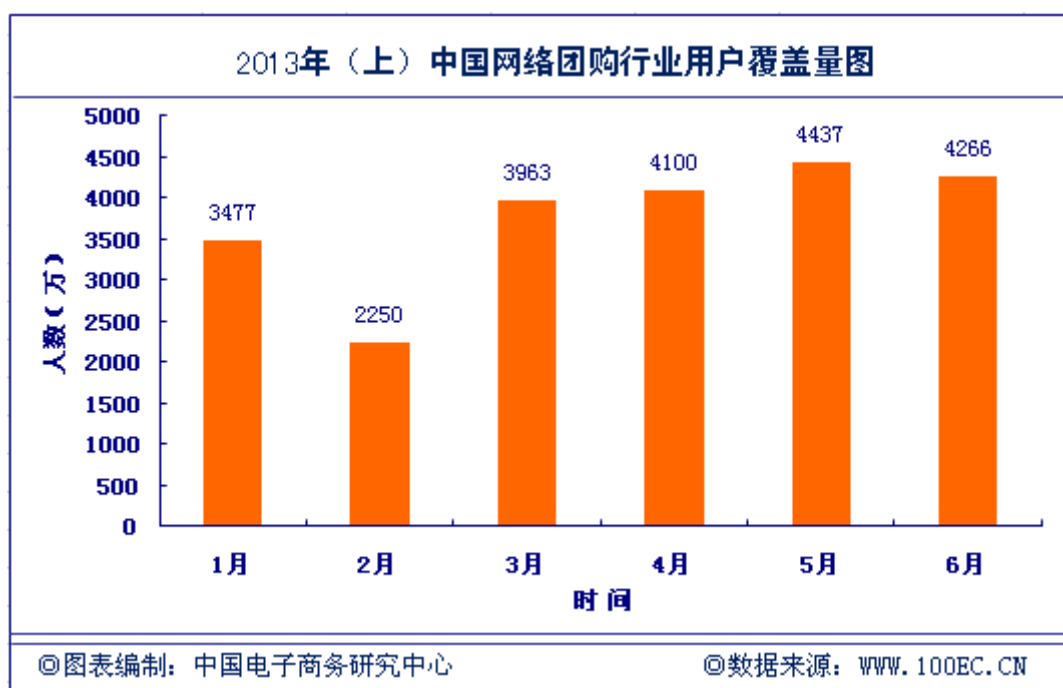


对此，中国电子商务研究中心特约研究员、领团网 CEO 王启亨表示：未来这一局面将持续一段时间，未来团购市场能够生存的综合性大型团购网站不超过 5 家，团购平台和专业团购门户将得到成长，其他中小团购网站需差异化、地域化求生存，并完成与团购平台和团购导航的紧密对接。

3.2 2013 年（上）网络团购用户规模数据

2013 年上半年，我国网络团购网站日均覆盖人数成“倒 V 型”。2013 年 Q1，由于受 2 月春节长假的影响，2 月日均覆盖人群较 1 月锐减，之后 3 月大幅反弹直到 4 月份开始出现小幅下滑。Q2 的平均日渐覆盖人数在 **3900** 万人上下。

2013 年上半年中国网络团购行业用户日均覆盖量数据显示：1 月 **3477** 万人，2 月 **2250** 万人，3 月 **3963** 万人，4 月 **4100** 万人，5 月 **4437** 万人，6 月 **4266** 万人。2013 上半年累计团购用户数量已经突破 **1** 亿关口，日均覆盖人数保持在 3700 万人左右，同比增加 25.99%。



由以上数据可以看出，团购用户覆盖率受节假日、季节等因素影响较大。从整体来看，2013 年上半年用户增量明显，Q2 覆盖用户数量无较大起伏。

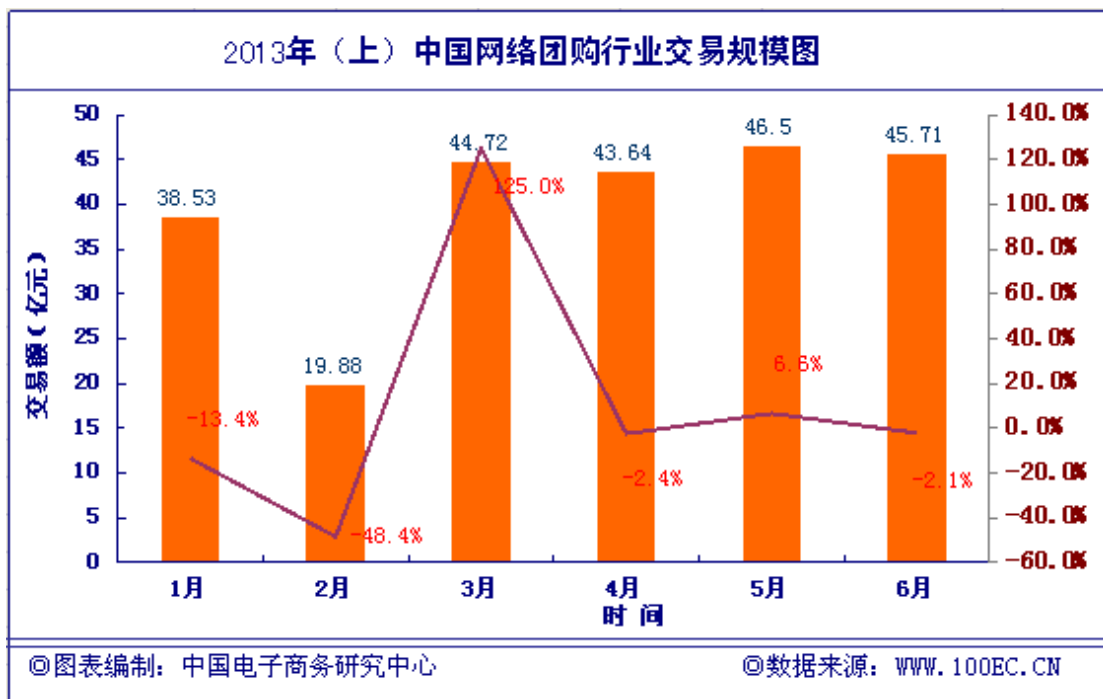
中国电子商务研究中心助理分析师庞敏丽表示，这说明 PC 团购市场用户覆盖人群已经基本趋于稳定，移动团购成为行业下一用户增长点。

2013 年，团购更渗透到我们生活中的吃喝玩乐。同时，用户对待团购消费也更加理性。但是团购依然实惠，善于使用团购导航的用户通过完善的比价和维权机制来保证自己的每单团购都能做到基本满意。目前这一批用户是团购行业的基石，通过核心用户群传播口碑，用社会化网络拓展新用户是每个团购网站需要做好的事情。

3.3 2013 年（上）网络团购交易规模数据

数据显示，2013 年上半年全国团购市场交易额累计达 **238.98** 亿元（含团购平台），与 2012 年同期的 **146.5** 亿元相比，同比上涨 **63%**。与 2012 年下半年的 **202.31** 亿元相比，环比增加 **18%**。

对此，中国电子商务研究中心认为，移动团购推动 2013 年的团购行业进入了一个迅猛发展时期，下半年的团购市场交易额将再创新高。



2013 年上半年跟 2012 年下半年相比，网络团购市场交易额环比上涨 **18%**。由于团购交易额的 **86%** 来自大型独立团购网站与团购平台，大多数中小团购网站数量的减少对团购交易额的影响较小。

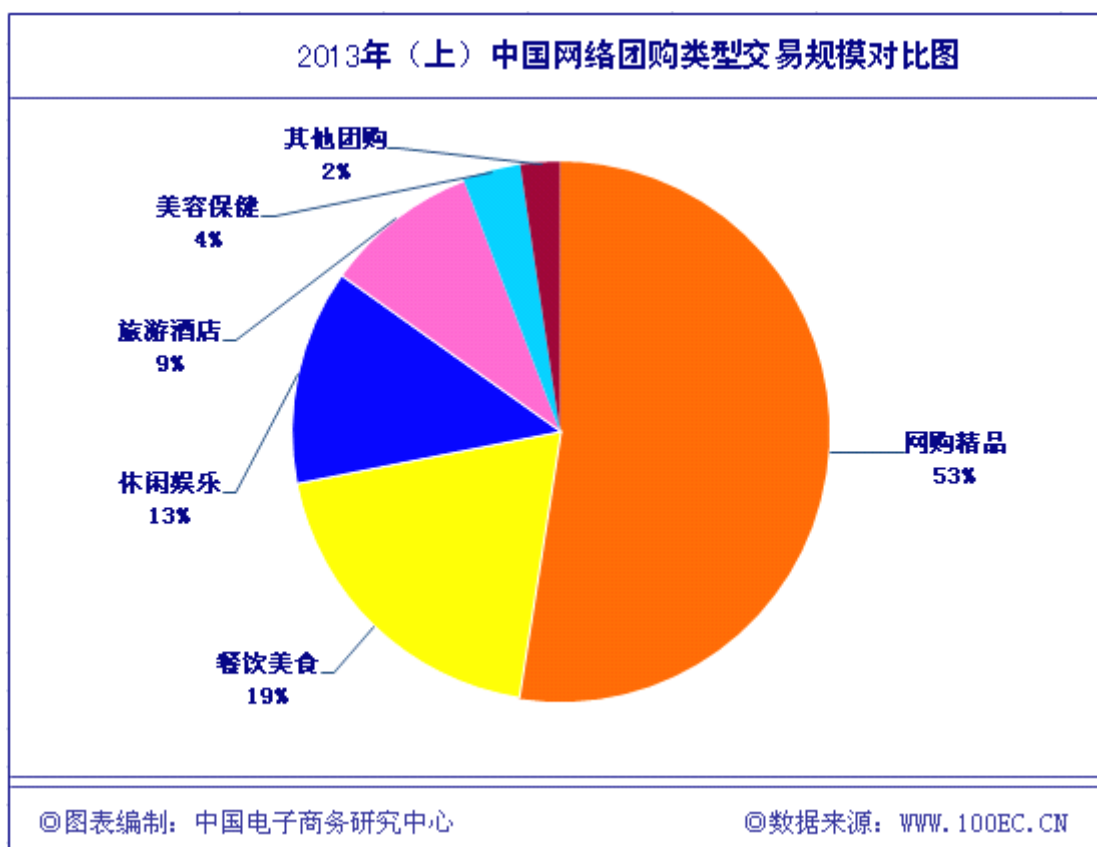
此外，随着季节、节假日等因素影响，团购交易额也会出现小幅波动。但移动团购助力，本地生活服务团购交易额却一直保持稳步增长，直至反超实物商品类团购。

3.4 2013 年（上）网络团购类型交易规模数据

数据显示，2013 年上半年整体数据来看，以餐饮美食、休闲娱乐、旅游酒店、美容保健为主的服务团购市场交易额之和为 **113.67** 亿元，占市场比为 **48%**；

以食品饮料、服装配饰、居家生活为主的实物商品类团购交易额达 **125.33** 亿元，占市场比为 **52%**。

数据显示，从 2013 年 2 月过后移动团购人气上涨明显，有效推动服务团购发展反超实物商品类团购。



随着团购行业迎来移动团购新的增长点，团购重新受到资本的青睐。对此，中国电子商务研究中心特约研究员、领团网 CEO 王启亨认为：2013 年中国网络团购市场交易额将超过去年，有望达到 **300** 亿元。团购网站数量的减少不会影响交易额的上升，相反，市场份额将被合理划分，缓解其他团购网站的市场竞争压力。制约团购体量的不是资本是团购网站提供的服务。

四、2013 年（上）中国网络团购网站分类

经过三年半时间的发展，四分之三的团购网已倒闭或转行，剩余的 **1548** 家运营中团购网。目前形成十大独立团购网占据团购市场大半江山，聚划算、京东团购、58 团购等团购三大团购平台三足鼎立，垂直细分领域中小团购网赢得自己生存空间的格局。

2013（上）中国网络团购网站分类表

分类	代表企业
B2C 自建的团购平台	淘宝聚划算、京东团购等
分类信息网站开设的团购平台	58 团购
门户网站自建的团购网站	网易团长网、新浪团等
社交网站旗下团购网站	如人人网的糯米网等
独立的团购网站	拉手网、美团、窝窝团、满座网等
垂直细分领域团购网站	聚美优品、知我网等
团购导航类网站	如领团网、团 800
行业网站自建的团购网站	如腾讯网旗下的高朋网、慧聪网旗下的慧聪团等
传统媒体旗下的团购网站	《都市快报》的快抱网、《钱江晚报》的窝里快购
国外团购网站在中国的业务扩展	高朋网
银行旗下团购平台	招行的聚便宜
搜索引擎旗下团购导航	百度团购、360 团购、谷歌 offers 等
央企下设团购频道	中粮集团的我买网

◎图表编制：中国电子商务研究中心

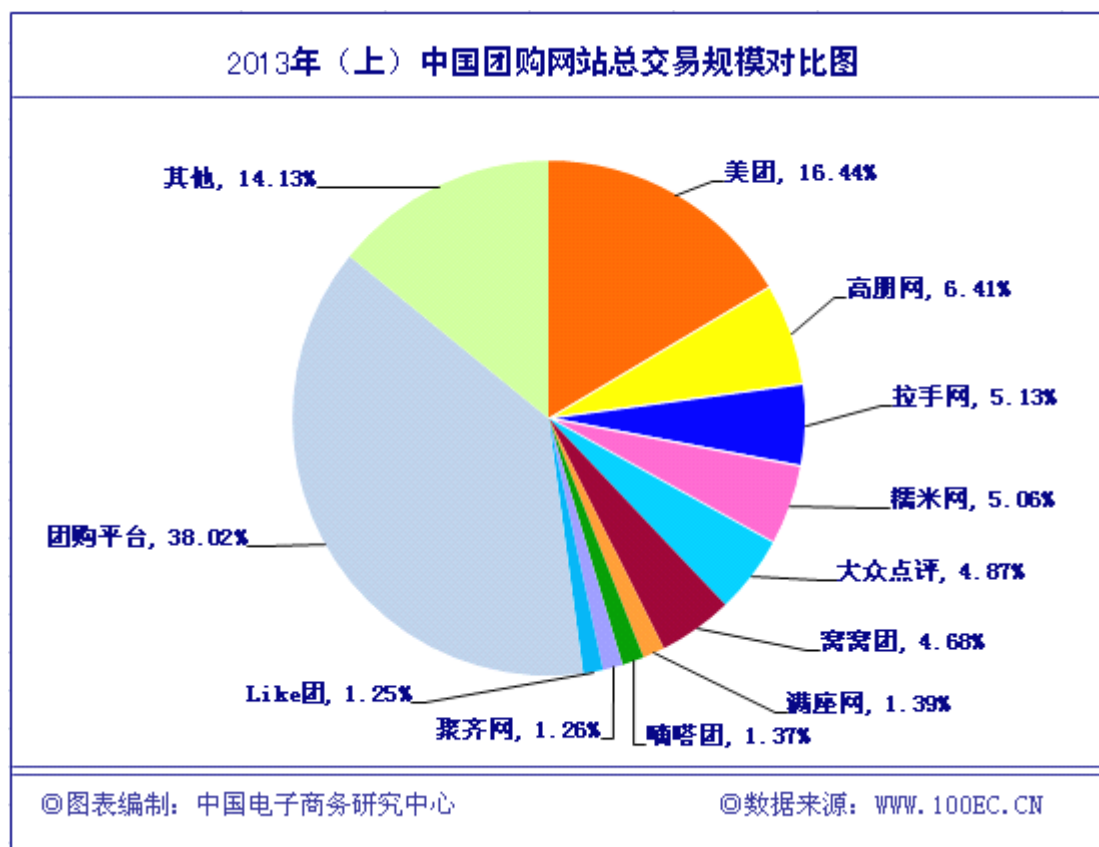
◎数据来源：WWW.100EC.CN

五、2013 年（上）中国网络团购网站市场份额分析

2013 上半年，随着团购行业整合速度的加快，马太效应进一步增强。排名前十的独立团购网站占据了全国团购市场 **48%** 的份额，比 2012 年提升了 **2** 个百分点。团购平台（聚划算、京东团购、58 团购）以 **90.85** 亿元交易额占去 **38%** 的市场份额。一千多家中小团购网站贡献了剩下的 **14%** 的市场份额。

独立团购网站中，美团持续发力以 **39.3** 亿元位居独立团购网第一，合并后的高朋网以 **15.33** 亿元位居独立网站第二，糯米网在 6 月加入“电商促销战局”人气有短暂上升，有超拉手网之势。曾居二线的千品网网站流量持续下滑，跌出大型团购网站行列，Like 团、喜团网等后来居上。

中国电子商务研究中心助理分析师庞敏丽表示，随着大型团购网站移动团购的迅速发展，并不具备移动团购发展优势的中小团购网站还会有更多阵地失守。



六、2013 年中国网络团购市场趋势分析

2013 年上半年，以美团网为首的一线独立团购网站排名基本稳定，美团网与其他五家团购网站有较大差距，成为毫无争议的第一大独立团购网站。合并后的高朋网表现良好，以 7% 的市场比重排名第二。拉手网、糯米网两大对手交易额相差较小，都在争夺第三的位置。此外，同属十强网站中的前六大团购网站与后四大团购网站分化严重，排名第六位的窝窝团与排名第七位的满座网差值 7.87 亿元。

趋势一：PC 团购市场进入稳定期

2013 年上半年，追求盈利成为团购行业的共识。同时，缺少资本依托的团购行业整合洗牌加速，新团宝网再次关闭，曾稳居二线团购网站行列的千品网被曝出大幅裁员，千品网和聚齐网网站流量持续下滑，后逐渐被 Like 团、喜团网所超越，跌出二线行列。

中国电子商务研究中心助理分析师庞敏丽表示，目前来看 PC 团购市场进入稳定发展时期，但团购行业整合还在持续进行，与掌握团购行业近半数团购市场的大型团购网站相比，一些缺乏后续资本支持、转型失败或诚信缺失、运作不规范的团购网站继续被淘汰出局。

趋势二：团购将会走向社会化团购

团购行业的整合并购还将持续，由于移动和支付的方便性和便捷性，团购将会走向社会化团购，形成由少数几家团购平台和团购门户做支撑平台的全国团购网站和商家共同参与的社会化团购大格局。（详见：《2012-2013 年度中国社交移动电子商务市场报告》[【报告下载】](#)）

趋势三：团购折扣力度将有所减弱

在经历了同质化的折扣大战之后，团购行业的折扣力度有所减弱，但比起普通优惠券，团购的折扣力度仍然是深受网民的喜爱。随着移动团购的兴起，免预约的本地生活团购越来越多。

团购有效期也将从短期向更加长期，方便用户消费的方向发展。商家将更加主动地联系团购平台参加到社会化团购中，优惠券和团购交替使用会是本地商家今后的营销法则。

七、2013 年（上）团购行业十大事件

团购从 2010 年出现，经过了两年的洗牌整合，2013 年团购行业的发展更加的理性。虽然团购今年没有了前两年那么多的光鲜，但团购作为一种新型的消费方式，对于很多消费者来说，团购已经成为一种刚需。

2013 上半年移动团购成为行业的亮点和增长点，布局移动互联网将成为团购网站新的发力点。预计 2013 年团购交易额将达到 **600** 亿元，移动团购交易额将占总营收的 **30%**。

中国电子商务研究中心特约研究员、领团网 CEO 王启亨表示，2013 上半年，团购行业处于见底反弹的回升阶段。从年初 24 券的倒闭产生的低谷、到高朋网三团合一的行业深度整合、再到窝窝团开始盈利、美团网提出千亿元的目标，与此同时 Groupon 股价在上半年一路飙涨，我们见证了团购行业在 2013 年上半年的 V 型反转。

以下中国电子商务研究中心(100EC.CN)统计“**2013 年（上）团购行业十大事件**”

1. 2012 年国内移动团购规模激增 27 倍

1 月 7 日，据支付宝透露，截至 2012 年 12 月 31 日，来自移动端的生活服务团购交易（不含聚划算）同比上一年激增 **27** 倍，移动业务占总体交易的占比已超过 **15%**。

2. 团购网站 24 券正式关闭

1 月 11 日，团购网站 24 券目前已正式关站，原因是创投矛盾激化资金链断裂，网站地址显示“无法找到服务器”。

3. 高朋网与 F 团 QQ 团正式合并 三团合一由高朋网独家运营

1 月 15 日，高朋网、F 团、QQ 团正式三网合一，原 F 团将不会存在，域名直接点击跳转至高朋网，QQ 团页面将会与高朋一致，域名更换 gaopeng.qq.com，由高朋网独家运营。

4. 窝窝团:1 月实现持续盈利

2 月 5 日，窝窝团继去年 12 月实现规模性盈利之后，1 月份营业收入再创新高，实现持

续盈利，打响 2013 年持续盈利目标的第一炮。

5. 美团网 2012 销售额 55.5 亿 2015 年欲实现 1000 亿

2 月 24 日，根据美团网创始人王兴昨天的演讲，2012 年，美团网销售规模已经达到 55.5 亿元。2013 年和 2015 年销售额目标分别是 188 亿元和 **1000** 亿元。

6. 团购网站鼻祖 Groupon 解聘 CEO 梅森

3 月 1 日，Groupon 宣布解聘现任 CEO 安德鲁·梅森（Andrew Mason），并开始寻找其替任者。梅森是现代网络团购 2.0 模式的缔造者，但其管理庞大跨国公司的经验尚且不足。

7. 拉手网前 CEO 吴波再度“复出”

3 月 13 日，拉手网前 CEO 吴波再度“复出”。吴波此次推出了国内首家 O2O 快时尚连锁品牌“美加乐”。

8. 糯米与拉手并购密谈搁浅

5 月 28 日，据媒体报道，糯米网和拉手网的并购案暂时搁浅，主因双方对于并购估值和股权分配问题存在分歧。

9. 团宝网因经营问题再度面临倒闭风险

6 月 21 日，重新上线不到半年的团宝网或许因经营问题再次倒闭。记者发现，去年 12 月以“开放平台”概念重新上线的团宝网，其双域名均已无法访问。

10. 2013 上半年 Groupon 股价飙升近 60%

6 月 31 日，全球团购风向标 Groupon 收盘价为 **7.69** 美元，在短短的半年时间里 Groupon 的股价由 2012 年 12 月 31 日的 **4.86** 美元，飙升近 **60%**。在发布了该公司截至 6 月 31 日的 2013 年 Q2 财报之后，股价更是突破 **10** 美元关口。Groupon 是全球唯一的一家上市团购网站，其 Q2 业绩超过分析师预期，表明团购模式及其演进模式得到了资本市场的认可。

2013年（上）团购行业十大事件

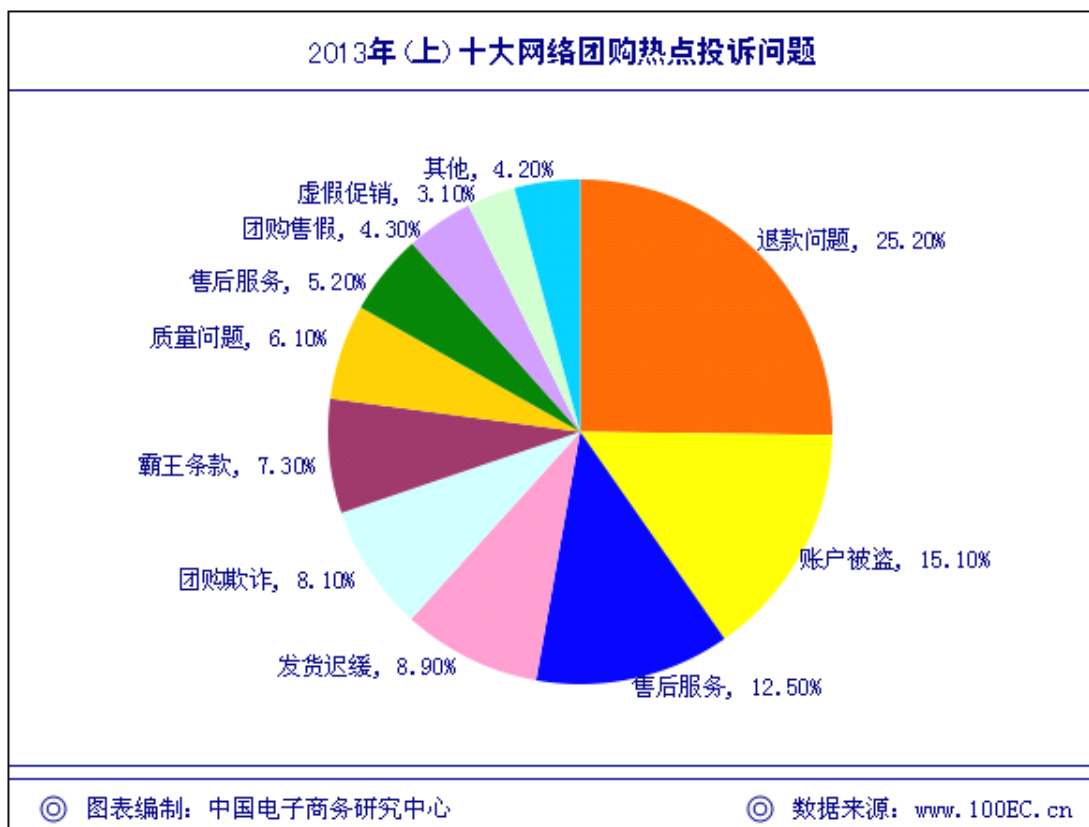


八、2013 年（上）中国网络团购用户投诉情况监测

8.1 2013 年（上）中国网络团购问题结症

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示，退款问题、账户被盗、售后服务、发货迟缓、团购欺诈、霸王条款、质量问题、售后服务、团购售假、虚假促销，成为网络团购的诟病，是网友投诉最多的问题结症。

数据表明：退款问题、账户被盗、售后服务问题较为严峻，广大团购企业与消费者需引起重视。



8.2 2013 年（上）中国网络团购十大被投诉网站

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示，2013 年（上），在全国团购网站投诉占比中，糯米网最高为 16.90%，位列第一，随后依次为拉手网 14%，窝窝团 11%，美团网 9.30%，聚美优品 8.10%，聚齐网 6.40%，爱丽团购 5.80%，高朋团 5.20%，like 团 2.90%，58 团购 2.30%。

2013 年（上）中国网络团购十大被投诉网站					
网站名称	类型	主要投诉问题	投诉热度	投诉占比	网站反馈率
	综合	退款问题	★★★★★	16.90%	90%
	综合	账户被盗	★★★★☆	14.00%	10%
	综合	账户被盗	★★★★☆	11.00%	80%
	综合	退款问题	★★★★	9.30%	35%
	综合	团购售假	★★★★	8.10%	85%
	综合	团购欺诈	★★★★☆	6.40%	5%
	综合	团购欺诈	★★★	5.80%	0%
	综合	售后服务	★★★	5.20%	5%
	综合	团购欺诈	★★☆	2.90%	0%
	综合	客户服务	★★	2.30%	10%
◎ 图表编制：中国电子商务研究中心			◎ 数据来源：www.100EC.cn		

中国电子商务研究中心助理分析师、国内知名网购维权专家姚建芳分析，电商网站投诉率高的原因有以下几方面：

第一，大型团购网站用户投诉相对集中，在前十位用户热点投诉网站中全国排名前十的团购网站占 7 席，团购行业洗牌仍在进行中。

第二，团购行业欺诈现象严重，部分团购网站只收款不发货，引发大量用户投诉。

第三，团购网站安全保障尚需加强，用户账户被盗现状屡现，其中拉手网、窝窝团较为严重。

第四，团购网站用户服务意识普遍不强，多数团购网站不重视用户投诉反馈，导致用户重复投诉现象频繁。

九、2013 年(上)团购行业动态数据监测

1 月份:

1 月 4 日，近来雅虎的市场份额不断下滑，传雅虎 CEO 巴茨希望收购 Groupon 网站进军团购领域，借此推动公司发展。

1 月 4 日，美团网副总裁王慧文表示，美团网已经实现了全面盈利。

1 月 4 日，领团网 CEO 王启亨表示，在团购网站进军移动互联网时一定要避免一个重大的误区，那就是只重视手机客户端，而忽略了团购网站的手机版。

1 月 5 日，阿里巴巴集团聚划算事业群在杭州举行的“C2B 定制研讨峰会”上对外宣布，启动 C2B（消费者驱动）战略，推出大规模定制产品平台--聚定制。

1 月 7 日，京东商城宣布升级团购业务战略，在未来发展阶段将团购业务分拆开来独立运作，负责人为副总裁张守川。

1 月 8 日，支付宝数据显示，截至 2012 年 12 月 31 日，来自移动端的生活服务团购交易（不含聚划算）同比上一年激增 **27** 倍，移动业务占总体交易的占比已超过 **15%**。

1 月 11 日，团购网站 24 券目前已正式关站，网站地址无法打开。

1 月 12 日，基于地理位置的优惠挖掘应用 Glassmap 已被 Groupon 收购。

1 月 15 日，高朋网、F 团、QQ 团正式三网合并，原 F 团将不会存在，域名直接点击跳转至高朋网，QQ 团页面将会与高朋一致，域名更换 gaopeng.qq.com，由高朋网独家运营。

1 月 17 日，Groupon 面向企业推出了一个新工具，名为“商家影响报告”(Merchant Impact Report)，参与 Groupon 团购的企业可查看自身团购交易，获取关于用户的分析，并进行利润评估计算。

1 月 17 日，领团网发布 2012 年《12 月全国团购市场统计报告》。数据显示，12 月全国团购市场成交额为 **44.48** 亿元，环比增 **9.2%**，同比涨 **27%**。

1 月 21 日，24 券 CEO 杜一楠自省发文谈创业失败。

1 月 22 日，领团网发布《2012 年度全国团购网站普查数据公报》，截止 2012 年底，全国共诞生团购网站 6177 家，累计关闭 3482 家，运营中的 2695 家团购网站正在 675 座城市和城镇里为消费者提供团购服务。

1 月 22 日，宁波市工商局最新发布的《关于加强网络团购监管工作的若干意见》（以下简称《意见》）规定，从即日起，在宁波地区经营团购的网站，必须办理工商登记注册领取营业执照，同时还必须在网站上亮出营业执照进行明示。

1 月 22 日，Groupon 取消至少是暂时取消了所有正在或将要进行的与枪械有关的促销活动。

1 月 29 日，领团网发布《2012 年度团购行业市场统计报告》

1 月 29 日，继 24 券宣布关闭后，本地生活服务类电商千品网又爆出大幅裁员降薪。

1 月 31 日，国美在线的团购业务也被独立出来，重新命名为“国美团”。

1 月 31 日，亚马逊向美国监管机构提交的一份文件显示，美第二大团购网 LivingSocial 尽管在 2012 年的年营收同比翻了一倍多，但其净亏损却进一步扩大。

2 月份：

2 月 1 日，优惠信息服务商维络城已收购团购网站嘀嗒团。

2 月 4 日，高朋网开始发起以爱国为前提的护渔行动，主要针对钓鱼岛附近海域的海鲜海产品发起 C2B 反向团购，呼吁全民参与护渔行动。

2 月 4 日，维络城与嘀嗒团合并被证实各自原有业务不变。

2 月 4 日，美团网正在秘密改进主站，美团网今年会将移动互联网领域作为发展的重点。

2 月 5 日，窝窝团继去年 12 月实现规模性盈利之后，1 月份营业收入再创新高，实现持续盈利，打响 2013 年持续盈利目标的第一炮。

2 月 6 日，面对 24 券的失败，24 券前 CEO 杜一楠表示，24 券当时缺少的是自我造血功能。

2 月 14 日，百度指数分析发现，团购的用户关注度和媒体关注度出现双双下滑。

2 月 14 日，Groupon 的全新电子商务服务有望拓展至美国更多城市，从而进一步提升该公司营收。受此利好消息提振，Groupon 股价涨幅创两个月以来新高。

2 月 16 日，春节长假前后电商和团购网站的访问流量呈“V”型走势，最低点在 2 月 9 日，即除夕当天。

2 月 18 日，团购走出了明显的 V 型反转，预期团购的搜索量还会继续增加，团购的用户关注度远高于网购。

2 月 20 日，拉手网投资人金沙江创投朱啸虎透露，拉手网为了迎接新一年的挑战，新年团队方面也在合理调配，团队人员销售、研发等也在后续补充中。与此同时，拉手网在未来发展道路上不排除并购其他网站的计划，并且也一周有其他资方与拉手接触，只要有利于拉手发展的并购并非不可。

2 月 21 日，LivingSocial 首席执行官蒂姆奥肖尼斯在员工备忘录中提及，公司新一轮注资已完成，并从现有投资者受众获得了 **1.1** 亿美元的投资。

2 月 23 日，美团网创始人王兴表示，2012 年，美团网销售规模已经达到 **55.5** 亿元。2013 年和 2015 年销售额目标分别是 **188** 亿元和 **1000** 亿元。

2 月 27 日，百度团购已于 2 月初上线，目前只开设北京地区团购业务，后续商家合作及推广将陆续展开。

2 月 28 日，Groupon 发布其截至 12 月 31 日的 2012 财年 Q4 及全年未经审计财报。Groupon 财报显示，Q4 营收为 **6.383** 亿美元，上年同期为 **4.922** 亿美元，同比增长 **29.7%**；净亏损为 **8108.9** 万美元，上年同期净亏损为 **6537.9** 万美元，亏损面同比扩大 **24%**。

2 月 28 日，领团网发布 2013 年《1 月全国团购市场统计报告》。数据显示，1 月全国团购市场迎接开门红，成交额达 **38.53** 亿元，同比上涨 **129%**。

3 月份：

3 月 1 日，Groupon 宣布，解聘现任 CEO 安德鲁·梅森（Andrew Mason），并开始寻找其替任者。

3 月 2 日，Groupon 周五股价收盘大幅上涨近 **13%**，原因是分析师称，该公司解聘前 CEO 安德鲁·梅森(Andrew Mason)之举将为其带来重大机会。

3 月 4 日，糯米网推出“糯米优选”自有品牌，包括优质棉巾、优选床品、高档棉袜、精品内衣和收纳箱等五大类商品。

3 月 5 日，继 Groupon 解聘首席执行官安德鲁·梅森（Andrew Mason）推动公司股价出现反弹之后，该公司股价在周一再度上涨 **6.27%**。梅森也因祸得福，个人身价因此而增加了 **3400** 万美元。

3 月 6 日，Groupon 首席财务官贾森·查尔德（Jason Child）周二表示，公司的发展轨迹是正确的，寻觅新的首席执行官，并不意味着 Groupon 将来会改变自己的业务模式。

3 月 7 日，美第一团购网站 Groupon 董事会计划从公司外部寻找 CEO 人选。

3 月 7 日，微信平台（高朋网微团购）上第一次售卖关于微信营销的第一本书《玩转微信实用攻略》，上线仅几个小时就卖出 **500** 多本。

3 月 11 日，人人发布的财报显示出旗下团购网站糯米网部分经营数据。2012 年 Q4 净营收为 **540** 万美元；整财年净营收为 **1610** 万美元，同比增长 **149.6%**。另外根据计算，糯米网 2012 年 Q4 亏损 **560** 万美元，环比有所收窄，而全年亏损达 **2730** 万美元。

3 月 13 日，拉手网前 CEO 吴波再度“复出”。吴波此次推出了国内首家 O2O 快时尚连锁品牌“美加乐”。

3 月 15 日，Groupon 由于未经许可使用电子邮件讯息轰炸消费者，已经在澳大利亚受到了象征性的惩罚。

3 月 16 日，团购鼻祖 Groupon 大股东、美盛资本管理公司董事长比尔·米勒（Bill Miller）

周五表示，Groupon 拥有“巨大”增长机遇。受此消息影响，Groupon 股价周五大涨 **6.1%**，创两周来的最大涨幅。

3 月 18 日，领团网最新上线了的 App 手机客户端，主要涵盖今日团购、本地穿越、附近团购、团购点评、商家系统、团购网站大全、我的团购及浏览记录等八个方面。

3 月 18 日，拉手网投资方表示，友团实现盈利对于整个团购业来说是好事，不过拉手网不追求短期盈利。

3 月 19 日，Groupon 解雇创始人安德鲁·梅森后，正努力的提升着自己在华尔街的形象，而其子公司——网络零售商 Groupon Goods 也积极的推出新服务，实现网上下订单，店内取货。

3 月 25 日，领团网发布《2013 年 2 月全国团购市场统计报告》。领团网数据显示，2 月全国团购市场成交额 **19.88** 亿元，环比下降 **48.4%**。

3 月 30 日，美第二大团购网站联合创始人亚伦·巴塔利昂（Aaron Batalion）表示，将从公司离职。

4 月份：

4 月 2 日，瑞银(UBS)分析师给予 Groupon “卖出”初评，目标价 **4.4** 美元，Groupon 因此股价大跌 **7%**，至 **5.54** 美元。

4 月 6 日，毕业于 500 Startups 的美食团购 B2B 网站 Chewse 近日宣布获得 **100** 万美元的种子轮融资，该网站主要解决办公白领们上班时的吃饭问题。

4 月 8 日，阿里巴巴集团宣布，面向中国香港和中国台湾的聚划算海外（Juhuasuan Overseas）网站已上线。

4 月 11 日，美国财经网站 24/7 Wall St 近日评选出了国际 9 大信誉受损品牌，其中包括团购鼻祖 Groupon。

4 月 12 日，泰德·莱昂西斯表示，目前 Groupon 的订单有 40%来自于移动端，这个数

据将继续增长。

4 月 16 日，许昌等地公司部门依照国家工商总局《关于加强网络团购经营活动管理的意见》的有关规定，对本地“无证”团购网站下达了责令改正通知书，责令其于 20 天内依法办理营业执照。

4 月 17 日，因认为窝窝团上销售的“阳光呷哺”团购火锅套餐与自己提供的服务和产品相似,故呷哺呷哺餐饮有限公司认为二者属于共同侵权,并将窝窝团信息技术有限公司、石家庄呷哺餐饮有限公司诉至法院,索赔 **82** 万余元。

4 月 19 日，美国网站 eBizMBA 以每月 UV（独立访客）、Alexa 排名及 eBizMBA 排名等为标准,发布了新一期美国最受欢迎优惠券网站排行榜,团购网站 Groupon 和 LivingSocial 位居前两名，他们的每月 UV 分别高达 **1450** 万和 **1390** 万。

4 月 20 日，雅虎最近宣布关闭包括团购服务在内的 **6** 个产品。

4 月 20 日，8 时 2 分在四川省雅安市芦山县(北纬 30.3 度，东经 103.0 度)发生 7.0 级地震，震源深度 13 千米，包括成都在内的周边地区震感强烈。地震发生后，电商团购网站也纷纷作出反应，积极救灾。

4 月 21 日，在创始人梅森辞职之后，Groupon 似乎出现了一些转机。在经历了痛苦的市值缩水之后，Groupon 如今的股价已经有所反弹，累计上涨了 **40.4%**。

4 月 22 日，团购网站满座网新版旅游频道正式上线，是满座网在旅游团购市场的再次深度尝试。

4 月 24 日，聚划算推出黄金团购活动，仅 1 秒钟，1000 根金条、130 根足金手链就被抢光。短短 20 多分钟，团购活动支付宝金额就超过 **525** 万元。

4 月 26 日，微软集团周四美国发布全新本地交易聚合 Bing Offers。

4 月 26 日，领团网发布《2013 年第一季度团购网站普查公报》。据领团网统计，2013 年 Q1 新诞生团购网站 **25** 家，复活 **25** 家，关闭 **792** 家。自团购元年以来，全国团购网站共诞生 **6202** 家，其中 4274 家团购网站在激烈的竞争中被淘汰出局，淘汰率达 **68.9%**。目前尚

在运营中的团购网共 **1928** 家。

4 月 27 日，Groupon 日前发布了新升级的 APP，改善了搜索功能，同时也更新了 iPhone 应用程序，并启用了可支持 10 英寸平板电脑的安卓应用程序。

4 月 27 日，LivingSocial 给员工发布了内部备忘录，声称该网站的电脑系统遭到黑客攻击。LivingSocial 向员工发布了一封邮件称：“我们服务器上部分用户的数据库遭到未经授权的进入。”

4 月 27 日，LivingSocial 今年 Q1 营收为 1.35 亿美元，同比增长 **23%**，净亏损 5 千万美元，去年同期净利润为 **1.56** 亿美元。该公司主要投资方之一亚马逊在向美国证券交易委员会(SEC)提交的文件中披露了这些数据。

5 月份：

5 月 2 日，据拉手网安徽区域工作人员透露，拉手网原服务事业部副总经理张斌斌等将离职，再次掀起团购网站涌动的暗潮。

5 月 2 日，美团网产品经理沈鹏通过新浪微博对外披露，称美团网单月交易额突破 9 亿元。

5 月 5 日，美国第一大团购网 Groupon 旗下的 Groupon Goods 业务负责人费萨尔·马苏德(Faisal Masud)已经决定离职。

5 月 7 日，聚划算上线一个新的频道整点聚，该频道不竞拍、不收佣金，不入仓、不 QC(质量控制)、不收保证金。每天只有 **51** 个坑位。

5 月 9 日，Groupon 发布 2013 财年 Q1 财报。报告显示，Q1 营收为 **6.014** 亿美元，比去年同期的 **5.593** 亿美元增长 **8%**；归属于普通股股东的净亏损为 **400** 万美元，去年同期归属于普通股股东的净亏损为 **1170** 万美元。Q1 净亏损同比收窄。

5 月 12 日，美国的团购导航网站 Yipit 创始人费尼希鄂斯·维肯蒂在博客上分享了 Yipit 的成功经验，他表示，在 Yipit 成立初期，因为没时间做一个团购信息的爬虫，他们就依靠手动输入团购信息来给用户发送邮件。而这一点也成为了 Yipit 能够成功的关键。

5 月 13 日，重庆地税部门再出手责成团购网站办理税务登记证。

5 月 14 日，Groupon 再次扩展其移动支付服务，今日发布了自己的销售终端，该终端是一个 iPad 版本的移动支付服务，主要针对本地商户，其仪表盘可形成和跟踪支付记录。

5 月 14 日，人人公司发布了 2013 年 Q1 财报。据财报显示，旗下团购网站糯米网 Q1 净营收 510 万美元，同比增长 102。

5 月 15 日，团购网站美团开放服务(<https://mos.meituan.com/>)的域名曝光，引起业界广泛的关注。美团开放服务以提供云主机服务为主。云主机服务是指服务商向网站客户提供运行网站所需的 CPU、磁盘、内存和带宽等资源，网站购买了这些资源后，就可在服务商的服务器上运行自己的网站。

5 月 16 日，Groupon 联席 CEO 埃里克·莱夫科夫斯基及泰德·莱昂西斯在接受美国科技博客 BusinessInside 采访时表示，Groupon 最终年营收将达到 **1000** 亿美元。

5 月 17 日，Groupon 前 CEO 安德鲁·梅森（Andrew Mason）周四在博客上发布更新称，他将转至旧金山创办一家新公司。

5 月 20 日，美团网已于近日完成新一轮改版，首页加入了全部分类导航，从页面上来看已更加接近商城模式。

5 月 21 日，京东定位于品牌特卖的京东闪团业务正式上线。

5 月 23 日，Twitter 开始测试新型广告产品，外观与美国团购网站 Groupon 的每日促销信息相类似。

5 月 24 日，前维棉网 CEO 林伟日前已加盟京东，出任实物团购部总监，向京东副总裁兼团购事业部总经理张守川汇报。

5 月 27 日，领团网发布 2013 年《4 月中国团购市场统计报告》。领团网数据显示，4 月全国团购市场销售规模累计达 **43.64** 亿元，环比下降 **2.4%**，同比上涨 **63.2%**。

5 月 28 日，据媒体报道，糯米网和拉手网的并购案暂时搁浅，主因双方对于并购估值

和股权分配问题存在分歧。

5 月 29 日，团购网站 Groupon 台湾地区遭黑客入侵，大约十分之一的用户(约 38 万人)的帐号、密码可能被盗。

5 月 29 日，财政服务巨头 American Express 与团购鼻祖 Groupon 联合宣布，牵头为欧洲移动支付服务公司 SumUp 提供了一笔融资，目前融资金额尚未披露。

5 月 30 日，美团网称单月交易额突破 **10** 亿元。

6 月份：

6 月 5 日，糯米网率先打响团购行业第一炮，正式拉开“糯米三周年团购最强音”大型促销活动的序幕。

6 月 13 日，拉手网投资人朱啸虎接受媒体采访时表示，灰色利益链已经成为团购毒瘤，并且成为团购网站上市的最大的阻碍之一。

6 月 13 日，团购网站聚划算将在 6 月 18 日后将展开新一轮活动招募，以“一聚成名”“聚定制”和“品牌生日会”三连击的方式，开启 2013 年聚划算的新玩法。

6 月 16 日，德意志银行分析师周五认为，Groupon 移动应用使用量的不断增加将提升该公司营收，并将 Groupon 股票评级上调至“买入”。受此消息影响，Groupon 股价周五大涨 **12%**。

6 月 18 日，领团网发布《2013 年 5 月中国团购市场统计报告》。领团网数据显示，5 月全国团购市场交易额累计达 **46.7** 亿元，环比上涨 **7%**，同比则大涨 **70.3%**。

6 月 18 日，大众点评官网及 App 在今日晚间出现异常。官网在打开后出现故障并跳转至天猫的“6.18”大促页面，而大众点评 App 也在同一时间无法刷新。

6 月 20 日，美团购网站 Groupon 宣布，为了发展印度市场的业务，Groupon 印度公司将集中精力专注于健康、饮食及旅游领域。

6 月 21 日，重新上线不到半年的团宝网或许因经营问题再次倒闭。去年 12 月以“开放平台”概念重新上线的团宝网，其双域名均已无法访问。

6 月 24 日，国内知名团购网站拉手网举行媒体开放日，通过邀请电商专家及媒体记者就国内团购格局举行了探讨与分享。

6 月 25 日，微软公司透露，其流行的 Daily Deals 线上团购服务——LivingSocial——刚刚推出了 Windows Phone 8 的正式版本。

十、联系我们

（一）编委会

报告审定



曹磊

中国诚信网络团购联盟秘书长、浙江大学 EMBA 客座教授、中国电子商务专家库专家、中国互联网协会优秀教官、中国电子商务协会网络整合营销研究中心特聘专家、《浙江省电子商务“十二五”规划》编制组专家、国家《网络商品与服务交易管理条例》起草小组副组长

【研究领域】重点研究关注全球电子商务宏观发展趋势与主流电商企业，国内部分主要包括：行业发展特征与趋势、代表性商业模式、第三方电子商务平台服务、中小企业电子商务应用、网络零售与网络团购发展、新兴网络融资与移动电子商务领域等，以及电子商务配套产业链等延伸领域。

【专家专栏】http://www.100ec.cn/detail_man--313.html

【联系电话】0571-87756579

【E-mail】CaoLei@NetSun.com

【个人微博】<http://weibo.com/u/2738383473>

主 编



庞敏丽

中国电子商务研究中心 助理分析师

研究团购、O2O、网络营销、网络广告、口碑营销、社会化媒体营销、数字营销等领域，以及电子书的研究分析。

【联系电话】0571-87759023

【E-mail】020@NetSun.com

副主编



中国电子商务研究中心特约研究员、领团网 CEO

中国团购发展指导中心执委

北京大学与美国 Northwestern University 双硕士，亚杰商会会员，社会化团购与 O2O 的中国首倡者。曾主持过历届团购行业大会，被誉为中国团购导航第一人。

王启亨

【联系电话】010—82612060

【E-mail】henry@lingtuan.com

（专家专栏：http://www.100ec.cn/detail_man--278.html）

编 委



中国电子商务研究中心 网络零售部助理分析师

主持开展中国电子商务法律求助服务平台相关法律求助、法律报告调研、法律法规研究、电商律专家认证等相关工作；以及主持开展中国电子商务投诉与维权公共服务平台涉及网络购物、网络团购、物流快递、网络支付、消费欺诈等电子商务消费过程的投诉受理、维权协调、消费提示、数据分析、案例研究。

姚建芳

【联系电话】：0571-87397953

【E-mail】：yjf8936@NetSun.com

（二）关于我们

※中国电子商务研究中心

中国电子商务研究中心（www.100EC.cn），是我国最早创办、也是目前唯一一家以研究、传播与服务电子商务的第三方行业专业研究机构。中心发布的电子商务报告屡获包括国家统计局、商务部、工信部、发改委、国新办在内的多部委引用和认可，并引起党中央、国务院数次高度重视与批示。

通过多年积累，目前中国电子商务研究中心不仅拥有“权威的机构品牌资源”和“专业的研究分析资源”，还整合了“广泛的社会传播资源”、“精准的百万用户资源”、“庞大的中高端人脉资源”（建立了涵盖近 5000 企业的“中国电子商务中高层人脉数据库”），以及近 500 家、1000 名记者的关注电商的中国电商媒体记者公共服务平台等全国范围内行业资源。

中心现有各类全职工作人员近 30 人，拥有 100 余位兼职国内知名专业分析师、特约国内最权威电商研究专家、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、行业协会与咨询机构等达成各类合作伙伴关系。

中心数据

- 平均每天有 **80 至 100 万人/次**（PV），访问我们的电商门户网站（100EC.CN）
- 平均每年有 **5,000 余家**海内外媒体，超过 **10 万** 篇新闻报道中引用我们的数据、报告、分析、榜单等，是媒体曝光度最高的电商信息服务机构
- 从中央到地方，超过 **20 家** 各级政府机构与我们结为合作伙伴
- 超过 **50 家** 公司在海内外上市及投融资时使用了我们的数据和分析
- 平均每年，超过 **1 万人** 参加我们主办或协办的各类电商论坛、沙龙活动
- 国内 **上百家** 券商/投行/机构在投资研究中参考我们的数据和信息
- 有超过 **1000 多家** 电商、**10000 多家** 中小企业、网商依靠我们的信息、服务和解决方案不同程度提升了他们的经营业绩。……

中心荣誉

- 全国人大，以及国家统计局、发改委、国新办、商务部、工信部、教育部、工商总局等多部委，电子商务数据指定报送单位
- “中国诚信网络团购联盟” 会长单位
- 《浙江省电子商务产业“十二五”发展规划》 编制单位
- 我国首部电商监管立法：《网络商品交易及服务监管条例》 副组长编写单位
- 六部委联合打击“中国网络传销调查专项行动” 推动单位
- 中国电子商务市场经济数据 定期发布单位

※领团网  领团 团购导航
lingtuan.com

领团网（lingtuan.com），是由北京领团科技有限责任公司创立的专业团购导航网站。领团网数据中心是中国权威的团购行业数据发布统计中心。领团网收录全国 1500 家 团购网站及其团购信息，并进行分类整理，为团购消费者提供方便快捷的团购导航、搜索、比较、点评、维权 服务，是众多团购爱好者的首选。为团购消费者提供方便快捷的团购消费一站式体验，并提供可靠的团购监管体系。领团网的服务宗旨是：“团购生活，我来领航。”

领团网荣誉：2010 中国优秀团购导航网站；2010 中国团购网站创新奖获得者；2010 最关心客户利益团购网站；2011 中国最具潜力团购导航网站；2011 中国最具投资潜力电子商务之星。

※中国诚信网络团购联盟



2010 年 9 月 19 日，“中国诚信网络团购联盟”在我国首个团购行业首个峰会——“2010 中国网络团购行业高层研讨会”上，由中国电子商务研究中心携手全国各地的百余家知名团购网站联合发起。目前，联盟为我国团购行业唯一行业性、民间性、服务性的第三方机构。

联盟在服务新生行业、帮扶企业成长、树立良好诚信公众形象，继而推动我国整个团购行业诚信体系建设作出了重要贡献，获得了行业内欢迎与认可。



（三）研究报告

“2012-2013 年度中国电子商务系列专题调研报告”征订启动

◎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

》》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》 [专题](#)
- 1.1.2 《2012-2013 年度中国社交移动电子商务市场报告》 [专题](#)
- 1.1.3 《2012-2013 年度中国行业电子商务网站调研报告》
- 1.1.4 《2012-2013 年度中国 B2B 行业网站运营实战报告》
- 1.1.5 《2012-2013 年度中国移动电子商务行业调研报告》
- 1.1.6 《2012-2013 年度中国网民电子商务行为调研报告》
- 1.1.7 《2012-2013 年度中国电子商务人才调研报告》
- 1.1.8 《2012-2013 年度中国电子商务产业园区调研报告》
- 1.1.9 《2012-2013 年度中国电子商务信用评估调研报告》
- 1.1.10 《2011-2012 年度中国大宗商品电子交易市场调研报告》 [专题](#)
- 1.1.11 《2012 年度**市网络经济(电子商务)发展调研报告》
- 1.1.12 《2012-2013 年度中国电子商务法律问题调研报告》
- 1.1.13 《2012-2013 年度中国物流电子商务研究报告》
- 1.1.14 《2012-2013 年度中国城市电子商务发展调研报告》
- 1.1.15 《2012-2013 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 《2012-2013 年度中国中小企业电子商务应用调研报告》
- 1.2.2 《2012-2013 年度中国中小企业移动电子商务调研报告》
- 1.2.3 《2012-2013 年度中国中小企业电子商务搜索调研报告》

- 1.2.4 《2012-2013 年度全球买家网络采购行为调研报告》
- 1.2.5 《2012-2013 年度中国小额外贸电子商务调研报告》
- 1.2.6 《2012-2013 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 《2012-2013 年度中国电子商务用户体验调研报告》
- 1.3.2 《2012-2013 年度中国网络零售市场调研报告》
- 1.3.3 《2012-2013 年度中国数字商品电子商务调研报告》
- 1.3.4 《2012-2013 年度中国时尚百货业电子商务调研报告》
- 1.3.5 《2012-2013 年度中国奢侈品行业电子商务调研报告》
- 1.3.6 《2012-2013 年度中国 3D 购物调研报告》
- 1.3.7 《2012-2013 年度中国返利购物调研报告》
- 1.3.8 《2012-2013 年度中国导航购物调研报告》
- 1.3.9 《2012-2013 年度中国海外代购调查报告》
- 1.3.10 《2012-2013 年度中国传统品牌电子商务调研报告》
- 1.3.11 《2012-2013 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 《2012-2013 年度中国服装行业电子商务调研报告》
- 1.4.2 《2012-2013 年度中国茶叶行业电子商务调研报告》
- 1.4.3 《2012-2013 年度中国化妆品行业电子商务调研报告》
- 1.4.4 《2012-2013 年度中国鞋/箱包行业电子商务调研报告》
- 1.4.5 《2012-2013 年度中国 3C 数码行业电子商务调研报告》
- 1.4.6 《2012-2013 年度中国家电行业电子商务调研报告》
- 1.4.7 《2012-2013 年度中国房地产行业电子商务调研报告》
- 1.4.8 《2012-2013 年度中国汽车行业电子商务调研报告》
- 1.4.9 《2012-2013 年度中国医药行业电子商务调研报告》
- 1.4.10 《2012-2013 年度中国母婴行业电子商务调研报告》
- 1.4.11 《2012-2013 年度中国玩具/礼品行业电子商务调研报告》
- 1.4.12 《2012-2013 年度中国钢铁行业电子商务调研报告》
- 1.4.13 《2012-2013 年度中国酒水行业电子商务调研报告》
- 1.4.14 《2012-2013 年度中国食品行业电子商务调研报告》
- 1.4.15 《2012-2013 年度中国保健品行业电子商务调研报告》
- 1.4.16 《2012-2013 年度中国眼镜电子商务调研报告》
- 1.4.17 《2012-2013 年度中国农业电子商务调研报告》
- 1.4.17 《2012-2013 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 《2012 年度中国电子商务投融资市场数据监测报告》专题
- 1.5.2 《2012-2013 年度中国电子商务市场投融资调研报告》
- 1.5.3 《2012-2013 年度中国第三方支付行业调研报告》
- 1.5.4 《2012-2013 年度中国创业型电子商务项目投资评估报告》
- 1.5.5 《2012-2013 年度中国上市公司电子商务调研报告》
- 1.5.6 《2012-2013 年度中国中小企业金融服务市场调研报告》
- 1.5.7 《2012-2013 年度中国 B2B 网络贷款市场调研报告》
- 1.5.8 《2012-2013 年度中国银行业网络商城市场调研报告》
- 1.5.9 《2012-2013 年度中国保险业电子商务市场调研报告》
- 1.5.10 《2012-2013 年度中国基金业电子商务市场调研报告》
-

1.6 O2O 领域:

- 1.6.1 《2012-2013 年度中国 O2O 市场调研报告》
- 1.6.2 《2012-2013 年度中国网络团购市场调查报告》
- 1.6.3 《2012-2013 年度中国在线旅游市场调研报告》
- 1.6.4 《2012-2013 年度中国在线票务市场调研报告》
- 1.6.5 《2012-2013 年度中国家居电子商务市场调研报告》
-

1.7 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 《2012-2013 年度中国中小企业网络营销调研报告》
- 1.7.3 《2012-2013 年度中国中小企业网络营销实战报告》
- 1.7.4 《2012-2013 年度中国中小企业 SaaS 应用调研报告》
- 1.7.5 《2012-2013 年度中国中小企业微博营销调研报告》
-

》部分免费报告下载（下载地址：<http://www.100ec.cn/zt/2010bgdz/>）:

- 2.1 《2012 年度中国电子商务市场数据监测报告》
- 2.2 《2012 年度中国电子商务用户体验与投诉监测报告》
- 2.3 《2012 年度中国网络零售市场数据监测报告》
- 2.4 《2012 年度中国网络团购市场数据监测报告》
- 2.5 《2011-2012 中国电子商务法律报告》
- 2.6 《2012 年 Q3 中国电子商务市场系列数据报告》
- 2.7 《2012 年 Q3 中国电子商务市场数据监测报告》
- 2.8 《2012 年 Q3 中国网络团购市场数据监测报告》
- 2.9 《2012 年 Q3 中国网络零售市场数据监测报告》
- 2.10 《2012 年 Q3 中国电子商务用户体验与投诉监测报告》

- 2.11 《2012 年 Q3 中国电子商务市场投融资数据监测报告》
- 2.12 《2012 年(上)中国电子商务市场数据监测报告》
- 2.13 《2012 年(上)中国网络团购市场数据监测报告》
- 2.14 《2012 年(上)中国电子商务用户体验与投诉监测报告》
- 2.15 《2012 年(上)中国网络零售市场数据监测报告》
- 2.16 《2012 年(上)中国电子商务市场投融资数据监测报告》
- 2.17 《2012 年(上)中国 B2B 电子商务市场数据监测报告》
- 2.18 《2012 中国电子商务人才状况调查报告》
- 2.19 《2011 年度中国 B2C 电子商务市场调查报告》

》》 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>
- ☞ 网络经济综合课题研究 <http://www.100ec.cn/list--34--1.html>

》》 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（费用：0.5-5 万元/份）；
- 3、**委托定制**：委托或联合中心编制课题某项调研报告（费用：2-10 万元/份）；
- 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（费用：5-20 万元/份，鉴于部分行业报告排他性，赞助名额有限，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：



（四）关于《中国互联网金融发展报告（2013）》约稿函

中国电子商务研究中心

China e-Business Research Center

关于《中国互联网金融发展报告（2013）》 约 稿 函

各有关单位、专家：

2013 年，“互联网金融”成为继物联网、大数据、云计算、移动互联网之后，又一经济社会广泛关注的焦点领域。

互联网金融不仅对我国现有金融体系造成一定的冲击，更是现有金融体系的有益补充。**第一**，促进了传统银行业的转型，弥补传统银行在资金处理效率、信息流整合等方面的不足。**第二**，为保险、基金、理财产品等提供了销售、推广的新渠道。**第三**，促使电子商务行业，与传统金融业充分融合，探索新的服务模式与盈利模式。**第四**，对于广大中小企业而言，不仅更便捷地拓宽融资渠道，还大大降低了融资门槛，提升了资金使用效率。**第五**，对广大网民而言，将更好借助电商平台开展互联网金融领域的信息消费、扩大内需。

为此，中国电子商务研究中心将决定编辑出版《中国互联网金融发展报告（2013）》，并通过各大电商平台、实体书店面向国内外同步发行。报告核心目标群体为：金融业（银行/证券/保险/理财/P2P）、VC/PE 行业、互联网行业、政府/协会、研究机构、大专院校等单位与有关人士。

《报告》将全面记载我国互联网金融发展至今的总体情况，及各种代表模式，注重反映互联网金融中的热点、难点、重点和焦点问题，注重突出案例、数据、商业模式、典型应用等。

《报告》有望成为全国首份，也是年内唯一一份公开出版的互联网金融这一全新领域的开篇巨著。《报告》既为我国互联网金融行业相关企业探索提供实践指引，又为该领域理论研究探讨交流提供平台。

中国电子商务研究中心是我国目前最具行业影响力的电子商务行业性研究机构。近年来，由中心发布的各项电子商务数据报告屡获包括国家统计局、发改委、商务部、工信部、央行、工商总局等在内的多部委引用，以及作为上千家电商企业、VC/PE 等有关机构的决策参考依据，并成功为多家上市公司 IPO 提供数据与核心观点支撑。

为更全面、系统、专业地编著本报告，中心本着“开放共赢”的理念，特向全国有关单位、专家、政府协会等人士征稿。具体如下：

一、报告规划：

- 综述篇：概念与特征、形式与本质、内涵与外延、背景与前景、理论与实践。
- 行业篇：P2P 网贷，网络担保，网络支付，电商在线供应链金融，网销保险、基金，上市公司概念股，众筹模式，虚拟货币，信用卡商城等各细分领域（重点）。
- 论文篇：上述领域的学术论文，理论、模型研究，报告，数据分析，调查成果。
- 案例篇：从上述行业篇各细分领域中筛选典型企业或产品案例。
- 海外篇：海外互联网金融发展现状、成功模式、分析研究、成功案例。
- 预测篇：互联网金融给金融业、电商业、传统企业等带来的风险、挑战及对策。
- 政策篇：海内外互联网金融相关法律法规、政策文件、监管建议等。

二、格式要求：

- 1、主题：来稿要求紧密围绕“互联网金融”展开，可以聚焦其中一点展开，包括但不限于以上内容。
- 2、要求：具有详实的数据、图表，立意新颖，观点明确，内容充实，论证严密，语言精炼，资料可靠，能充分反映互联网金融某细分领域发展。
- 3、引用：文章中引用部分需注明参考文献及数据来源。
- 4、字数：原则上在 4000 字—10000 字间。
- 5、格式：正文（宋体、五号、首行缩进 2 个字符、段前段后距 1 行、行距固定值 18 磅）；小标题（黑体、小四、首行缩进 2 个字符、段前段后距 1 行、行距固定值 18 磅）。
- 6、时间：请于 2013 年 9 月 15 日前将稿件发至中国电子商务研究中心邮箱。
- 7、备注：稿件后请详细加注撰稿人单位、部门、职务、地址、邮编、电话、传真、电子邮件等联系方式。另，请附不少于 200 字的个人简介。

征文入选者将入选报告编委、受邀出席新书首发仪式——暨互联网金融研讨会、入选“中国互联网金融产业联盟”（筹）理事、聘请为“中国电子商务研究中心特约研究员”并颁发聘请证书、开辟专家专栏、推荐全国媒体采访等，并将第一时间获赠图书。

三、联系我们：

联系地址：杭州市莫干山路 187 号易盛大厦 10 楼中国电子商务研究中心《中国互联网金融研究报告（2013）》编委会

联系人：庞敏丽

编辑部电话：0571-87759023 传真：0571-85337328

编辑部邮箱：020@netsun.com 详情访问中心官网：www.100EC.cn

此致

敬礼！



（五）会员服务

为更好服务电商行业，中国电子商务研究中心及下属国内领先的电商门户平台，应各电商企业与有关机构之需，特隆重推出《行业会员服务》套餐，以更好将中心资源服务电商行业。（详见：www.100ec.cn/zt/yhzc）

开放服务 B2B、B2C、C2C、支付、团购、O2O、OTA、P2P、移动电商、电商服务商（网络营销、物流快递、软件系统、教育培训、金融服务、法律咨询、互联网）、企业、有关行业机构、单位。以下为服务回报：

1、荣誉认证

【企业认证】由中心统一发放“中国电子商务研究中心会员单位”会员铜牌与电子标识，并允许用于企业自身形象宣传与业务推广。

【专家聘请】会员企业一名高管入选“中国电子商务研究中心特约研究员”，颁发《聘请证书》，并允许以此名义公开发表观点、开展有关合法工作与对外活动，开设专栏在“中国电子商务研究中心专家库公共服务平台”，并在中心相关频道首页展示，树立个人专业权威、奠定行业地位。

2、品牌宣传

【稿件发布】有权在电商门户网站 www.100EC.cn 发布企业自身商业报道，稿件甲方企业提供，中心负责发布与置顶推荐。

【企业专题】制作企业形象或事件报道专题一个，集中展示品牌，并在中心网站有关广告位置予以推荐。

【高管访谈】制作企业高管人物专访图文报道一次，并在中心网站首页重点位置予以推荐宣传。

3、研究报告

【中心点评】享受中心分析师在每年接到的上千次媒体采访中，择机推荐与好评，允许企业在新闻稿、网站介绍、宣传册、PPT 等资料中，援引中心分析师点评合理用于自身企业。

【行业报告】第一时间内，免费或优惠获得中心编制的电子商务行业研究、数据报告等一手调研材料。

4、推广展示

【导航推广】被中心网站、购物导航 Boogle.cn、B2B 导航 123.toocle.com 收录，首页重点推荐推广(3 选 1)。

【频道专栏】在中心相关频道首页，收录会员企业，并开设企业报道专栏，长期滚动报道展示。

【线下会议】优先获得中心主办、联合主办、协办的国内各电商主题论坛、研讨会、峰会门票与演讲机会。

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、领团网

联合编制：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：二〇一三年八月二十一日