

清科观察：团购行业“兴与衰” 资本趋于理性

2012-2-23 清科研究中心 张亚男

团购作为电子商务市场的新型模式，凭借 O2O (online to offline) 概念的兴起，在中国市场着实火了一把。2010 年，中国团购市场风光无限，2011 年，部分团购网站经历裁员潮、倒闭潮、IPO 不畅等困境，团购行业可谓一波未平一波又起。但是，与 2010 年相比，大部分中国团购网站在营收规模、服务质量、产品构成等方面取得了一定的发展。据团 800 最新数据显示，2011 年，中国团购市场全年上线 54 万期团购活动，总销售额超 110 亿元，近 2010 年 5.5 倍。据统计，2011 年全年超过 3 亿人次在团购网站上购买商品或服务，平均每人次消费金额为 35 元，按照全年平均 3.6 折计算，2011 年团购用户共节省 190 多亿元消费性支出，人均每次销售节省约 62 元。另据团 800 数据显示，2011 年，销售规模过亿的团购网站有 7 家，全年团购销售额超过 10 亿元的团购网站共有 4 家，拉手网 16.3 亿元、美团网 14.5 亿元、窝窝团 12.2 亿元和大众点评网 10.1 亿元。十家一线团购网站全年销售规模占中国团购网站总体规模比例达 88%，也着实体现了中国团购市场集中度。

在这样一个快速发展又快速调整的市场中，资本扮演何种角色？为何一度青睐团购市场？理性之后又将如何选择？

资本助推中国团购市场发展

冷静分析，产业潜力、消费者需求、电商蓬勃发展的大环境等均可称为中国团购市场发展的推动因素，当然，资本的推动力量亦不容小觑。据清科研究中心数据显示，2010 年初至 2011 年底，团购行业已经披露的投资事件为 31 起，其中披露投资金额的投资案例为 22 起，投资金额总额为 4.97 亿美金，平均单笔投资金额为 2259 万美金。在获投企业中，我们不难发现众多一线团购企业，如拉手、美团、F 团、24 券、嘀嗒团、窝窝团等，而拉手网从天使投资阶段开始，已经获得泰山天使、麦顿、金沙江等不同投资机构的三轮投资，已披露的累计投资金额总额更是高达 1.36 亿美金。当然，另据一些垂直行业团购新秀及团购服务网站获得投资，如主营化妆品的团购网站亲亲团及米奇网、团购导航网站团 800。

在众多的投资事件背后，我们不乏看到众多行业知名投资机构的身影，如红杉、IDG、经纬、金沙江、清科创投等，这在一定程度上也向同业昭示团购行业的美好前景。

一些较具代表性的团购网站获投情况如下所示：

被投方	时间	投资方	投资金额 (US\$ M)	投资币种	投资轮次
拉手网	2010.07	嘉丰资本、泰山天使投资、金沙江创投	4.25	USD	A
	2010.12	特纳亚投资、西北风险投资、泰山天使投资和金沙江创投	20.67	USD	B
	2011.03	麦顿、金沙江创投、Reinet Investments S.C.A、Remgro	111.00	USD	C
美团	2010.08	红杉	20.00	USD	A
	2011.07	北极光、华登国际、红杉和阿里资本	50.00	USD	B
24 券	2011.02	N/A	N/A	N/A	A
	2011.07	N/A	10.00	USD	B
	2011.11	N/A	10.00	USD	C
备注：另分别于 2009 年 10 月及 2010 年 5 月获得天使投资					
窝窝团	2011.07	鼎晖创投、天佑投资、清科创投、紫荆资本和上海嘉石投资	200.00	USD	A
F 团	2010.06	三井环球投资和瑞穗资本	5.00	USD	A
	2011.03	腾讯	N/A	USD	B
	2011.09	腾讯等	60.00	USD	C

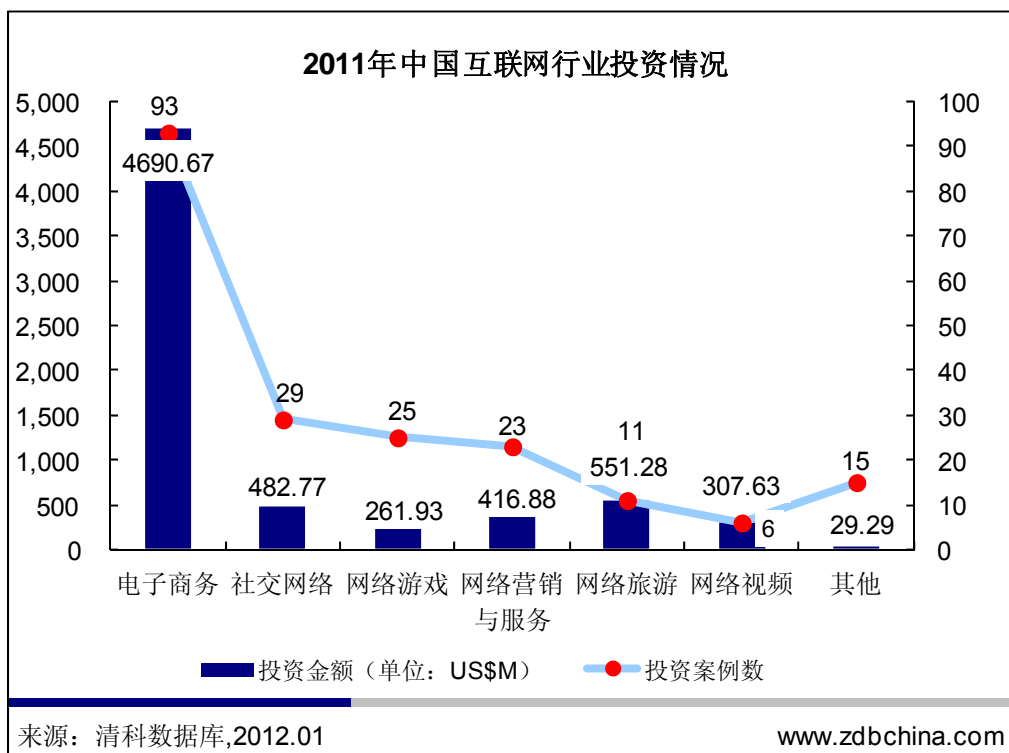
来源：清科数据库，2012.02

www.zdbchina.com

团购寄予于电子商务，得以电商投资热的连带效应

2010 年伊始，团购企业获得资本追捧得益于团购这一新兴概念，但是其深层次的原因还包括中国电子商务市场近两年在资本市场的风生水起。团购寄予其中，必然可凭借水涨船高的连带效应脱颖而出。

据清科研究中心数据显示，2011 年，中国互联网已经披露的投资事件为 202 起，披露金额的案例投资总额为 67.40 亿美金。从投资分布情况来看，尽管在即时通信、网络教育、网上招聘等冷门领域有所落点，但投资事件与投资金额均较少，而资本关注焦点更多集中在电子商务、社交网络、网络游戏、网络营销与服务领域，尤以电子商务表现最为突出，延续 2010 年电商投资热度。2011 年，电子商务行业（包括 B2B、B2C、C2C、团购、支付及电商服务提供商）已经披露的投资事件为 93 起，相比于 2010 年的 65 起投资事件，数量增幅达 43.08%。其披露投资金额案例为 77 起，投资总额高达 46.91 亿美金，遥遥领先于其他细分领域。



相比于其他互联网垂直行业而言，中国电子商务行业投资事件较为密集，主要原因有两点：一是中国互联网从娱乐性应用时代向商务类应用时代过渡，电子商务作为典型的商务应用必然引起众多 VC/PE 的关注；二是从互联网与传统消费领域相结合的角度来看，电子商务是最为密切的领域之一。另外，从世界宏观经济发展的角度来看，全球流动性泛滥的格局从 2009 年愈演愈烈，大部分资金流向发展中国家，流向了资本市场。中国互联网企业，依靠快速增长的中国经济与庞大的用户需求，具有较高的增长率和较为长期的可持续性，必然成为资本追逐的目标。

资本对团购等电子商务投资趋于理性，快速出击转为挑剔落点

尽管从 2011 年全年投资事件案例数及投资金额来看，均创历年新高，但是从 2011 年上半年、下半年投资分布情况来看，下半年电商投资热情明显放缓，披露投资事件 34 起，占全年披露 93 起投资案例的三分之一强，远不及 2011 年上半年投资情况。在中国电商市场发展被看空之后，加之二级市场 IPO 遇冷，资本对于电商的投资更显慎重，逐渐从跑马圈地时代趋于理性。

如果前期资本对于电子商务市场投资属于粗放型的跑马圈地阶段，那现如今资本对电子商务投资更显挑剔与谨慎。目前，投资人在选择电商企业之时，所选的衡量指标较多。首先，从电商经营的产品层面来看，品类选择、市场定位、产品毛利率等均是其考核重要指标；其次，从运营及营销层面来看，注册用户数、活跃用户数、平均客单价、重复购买率、退换货

比率、新老客户比率、每注册用户获取成本、每购买用户获取成本、订单转化率、单日 UV 及 PV、销售额增长比率等均需精准度量；再次，从仓储物流层面来看，库存周转率、平均年每单仓储成本、平均每单物流成本，乃至电子支付比率等均需度量。

从投资人对电商考量的情况来看，不难看出外围参与者对产业精细化发展及转型的迫切要求，团购企业亦如此。

资本不能成为团购行业发展的救命稻草，行业发展还需自救

近半年以来，诸如“团购过冬”、“团购遭遇资本寒流”之说不绝于耳，诚然，资本谨慎落点必然会导致投资事件减少，但是资本的冷静并非产业发展的阻力。清科研究中心分析认为，资本也许在一定程度上会加速产业的发展，甚至过快催熟产业，只是产业发展的外围动力，产业真正发展的内驱动力还是自身修正与完善。在外界环境均已冷静下，我们认为团购行业即将步入自生完善与发展的新篇章。在这一重要的转型期，中国团购企业需考虑以下三方面的问题。

首先，突出自身优势，找准行业定位。目前，中国团购企业主要形成五种竞争格局，分别是独立团购网站、社交网络商家、传统电子商务企业、生活信息类服务企业及传统互联网企业等五类模式。第一，以拉手、美团、窝窝团等为代表的新兴团购网站，以团购形式切入中国电子商务市场，凭借先发优势及良好的市场信誉，占据一定的市场地位。第二，以人人网、开心网为代表的社交网络商家。口碑营销是团购快速结网发展的重要推广手段，而此类社交网站为用户提供了信息实时交互的通道，且信息在用户已有的圈子里面传播的可信度较高，提升信息的可信度。第三，以淘宝、京东商城、卓越为代表的。此类网站可利用已积累的商户、用户资源及现有平台品牌优势，每日推出一类或几类团购商品，一方面提升用户的粘性，另一方面也可以作为商户新颖的推介方式。第四，以大众点评网、饭统网等代表的生活信息服务类企业，这类厂商已经积聚了大量的细分行业分类信息，并与商户建立了良好的联系，是团购模式推广的优势资源。第五，以新浪、腾讯、搜狐为代表的传统互联网企业，这是传统互联网企业业务“大而全”战略必占的细分业务之一。

我们分析认为，五种团购模式各具千秋，优势互补，如果可以利用自有优势探寻差异化的产品或服务，短期内将市场共存。

其次，团购网站尚可谋求垂直细分领域的深度拓展。按时间阶段来看，目前，中国团购市场发展出现两轮推波助澜者，首先是如拉手、美团、满座等团购市场先行者，在夯实团购市场占有率的同时，不断拓展二三级城市市场及团购商品品类，将自身发展成为全品类、多城市的大型团购网站。其次是商品品类垂直型团购网站或者地方性团购网站，从商品品类维度来看，目前，团购市场部分后进者选择在女性用品、儿童用品等市场深度掘金，一些地方性团购网站则选择在区域性市场中拓展业务。中国团购市场的发展趋势，与中国网上零售市场企业的发展趋势较为相似。为此，可以预计，对于垂直团购网站，也将逐渐获得资本市

场青睐，后续发展面临被并购的可能性较高。

再次，精准营销模式需积极探索。2011年是团购网站快速地域布局的一年，也是市场营销推广“广泛撒钱”的一年，可以说，2011年也是团购企业深度依赖资本的一年，群雄混战的团购企业也将在2012年面临市场洗牌。清科研究中心分析认为，随着资本的冷静，烧钱堆用户的时代已经一去不复返，为此，精准广告营销势在必行。在此过程中，将对团购网站的产品、用户等数据分析提出更高的要求。

纵观中国团购市场，尤其是本地团购市场仍存在一定商机，抛开资本等外力影响，潜行内在发展才有前景。

关于清科

[清科集团](#)成立于1999年，是中国领先的创业投资与私募股权投资领域综合服务及投资机构，主要业务涉及：领域内的信息资讯、研究咨询、会议论坛、投资银行服务及直接投资。

服务介绍：

[清科研究中心](#)于2001年创立，研究范围涉及创业投资、私募股权、新股上市、兼并收购以及TMT、传统行业、清洁技术、生技健康等行业市场研究。目前，清科研究中心已成为中国最专业权威的研究机构之一。清科研究中心旗下产品[清科数据库](#)（Zdatabase）是一款覆盖中国创业投资及私募股权投资领域最为全面、精准、及时的数据库，为众多有限合伙人、VC/PE投资机构、政府机构等提供专业的信息服务。

[清科互动](#)平台是目前国内影响力最大的投资人及企业家交流平台，每年参会人数总和逾万人次，拥有国内最强的投资人关系网络。旗下会议论坛品牌包括中国创业投资暨私募股权投资论坛、中国有限合伙人峰会、中国高成长企业家峰会及创业投资俱乐部。

[清科资本](#)是清科集团旗下的投资银行业务，为中国高成长企业提供全方位融资、并购和重组

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_16044

