

百团混战已成过去 合肥或只剩1~2家寡头 手机终端 团购“突围”新引擎?

近日有关拉手网安徽区域员工集体跳槽事件,再次将团购网的“灰色生态”拉到人们的舌尖。

最近三年以来,团购网站在合肥遍地开花,让人们在感叹购物方便的同时,不禁也产生了一丝担忧:这么多团购站点,合肥人的消费能力能支撑得起来吗?不断地整合、洗牌之后,团购市场增长的新动力又在哪儿?

问卷调查

超半数消费者最在意品质和价格

目前的消费者对团购究竟是什么样的心态?他们在团购中最担心的又是什么问题?记者日前发起了一项网络调查。

截至记者发稿时,共收回70份调查问卷。结果显示,六成的消费者在团购时会选择娱乐类商品;同时,62.86%的消费者表

示,在团购时一般会选择计划要买的商品,只有20%的人表示“闲逛时只要看上的就会买”。

总体来说,受调查者对团购网的未来还是比较看好的。参与调查的人中,85.71%的人对团购网持鼓励和乐观态度。但是,在

虚拟的网络中参与团购,担心也是可以理解的:52.86%的人表示商品的质量、价格及真实性是团购网目前存在的最大问题;不过,消费者对团购网后续服务的关注度也在加强,超过三成的受调查者觉得服务不完善是团购网新的最大问题所在。

市场观察

合肥或只剩1~2家团购“寡头”

“最近两三年来,合肥的团购网站经历了热潮期,包括全国性大站和本土的,一哄而上都在做团购。”在合团网做过团购,后来又代理QQ团购合肥站事务的杨书军坦言,目前合肥的团购网站热潮已经过去,行业正在进行下一步整合,而在这个过程中,还会不断有团购网站被淘汰。

而根据杨书军的推断,迫于市场规模的有限,未来合肥可能不再需要几十家团购网站,“竞争到最后,可能只会剩下1~2家‘寡头’。”

美团网合肥站原负责人刘志在接受记者采访时也表示,未来合肥团购市场将处于“721”格局:一个占有七成市场份额的大

站,加上一个两成市场份额和一个一成市场占有率的小站。

本土站点可借亲和力“分羹”。记者统计,目前合肥市场“活得像样”的团购站点名单已不长:美团、拉手、糯米、大众点评……且这些均非本土网站,合肥团购市场已牢牢被外来者把持。

来自国内某大型团购导航网提供的数据显示,今年2月,合肥团购成交额达2859.3万元,成交额位列前五的站点依次为美团网1360.8万元、拉手网604.2万元、大众点评网420.9万元、窝窝团150.5万元、糯米网135.2万元。

大洗牌之后,少有盈利的团购网之间的

拼杀已经演变为资金的博弈。在这种情形之下,合肥本土网站由于遭遇同质化、资金跟不上、营销推广手段单一等问题,频遇发展瓶颈,倒下者众多。

尽管如此,“外来者”的圈地行动并没有结束。糯米网总经理沈博阳曾在博文中表示,会开安徽省芜湖、马鞍山、蚌埠等13个城市的站点。拉手网副总裁司新颖昨天在接受记者采访时也表示,到今年6月,拉手在合肥的人员投入要比去年底增加140%。

对于合肥本土团购站点,司新颖称,可以发挥其与本土商家的亲和力优势,借此与大型团购网合作,取得共赢。

专家观点

效率、服务或是取胜秘诀

胡琛认为,进入“冷静期”后,团购行业面临新一轮整合,也将开始又一次洗牌。这当中不可避免地还会产生市场淘汰。如何成功“突围”也成了眼下各大团购站点的焦点。

在分析团购业的未来发展时,刘志称,现今的团购不可能像以往出现“独家签约”的局面,合肥各大团购站点商户群体大体不差,“后续服务能否跟得上尤为关键。”“比如,消费者投诉能得到最快解决、与商家合作后结账最及时等,都是后续服务的体现。”此外,刘志表示,还包括取消团单的预约制、简化团购消费流程等。

当然,网站的运营效率也是刘志认为能否“打胜仗”的重要一环,“在人员配备、目标消费人群既定的前提下,运营效率的提升或能抢得市场先机。”

司新颖对未来团购市场可能只剩两三家站点并没有异议,但他认为,未来市场的交易额会越来越来。“竞争到最后,站点还是得不断锻炼自己的‘内功’,靠后期的服务能力和服务品质来赢得消费者的口碑。”

实习生 李青鹰 何凡 记者 丁林

破局之举

手机终端或成团购新引擎

对于合肥团购行业的未来,一位不愿透露姓名的知名团购站点负责人表示,7%~10%的毛利率,团购网想赚大钱很困难。“现在打的都是价格战,如果不转型,投资人在烧完钱后,都是死路一条。”他对合肥团购业的未来持悲观态度。

不过,在刘志看来,经历了3年的急速发展,合肥团购市场规模正在形成,也培养了一批“团购大军”。然而在接下来可能面临的新一轮行业洗牌,“各路人马”又将如何应对?

刘志给出的回答是:手机客户端可能是未来团购的新增长业态。他分析称,开发手机APP,可以让消费者随时随地都可以使用团购软件,激发新的增长点;同时,消费者总量的增加,对商家参与团购也是一个激励,“团购或成商家一条新的增收渠

道。”

据记者了解,目前美团等国内多个团购网站开始致力于开拓团购在移动终端(手机)上的应用,纷纷推出自己的手机团购软件。如,糯米网客户端分别在2011年6月和11月推出安卓版和苹果iOS版,最新版本更是添加了二维码扫一扫等功能。而从某大型团购导航网所提供的数据来看,目前手机团购在主流团购站的月成交额中已经接近30%。

但是,消费专家胡琛认为,移动团购市场也面临着成本的瓶颈,对于毛利率不到10%的团购网站来说,使用移动终端的第三方支付所带来的成本,也是一笔不小的开支。杨书军也表示,手机团购在短期内完全可以成为团购市场的新增长点,但并非“长久之计”。

