



2013 团购行业增长可期 移动化开启行业破冰之旅

团购网站招兵买马 行业现复苏迹象

从年初开始,拉手网、满座网、美团网等位列 TOP10 的网站开始了新一轮大规模招聘。据记者了解,拉手网已于年初开始的招聘,规模多达 1176 人,包含销售、客户、技术研发、物流等十余种职位。

据北京商报消息,拉手网相关负责人向记者透露,这是拉手网 IPO 失利后首次大规模招聘,占到总人数的 1/3 多。记者发现,拉手网超过千人的招聘中,有八成以上是销售人员。上述人士表示,拉手网欲通过此次招聘实现销售额的提升,实现规模化盈利。

同时,满座网也启动招聘计划,互联网产品助理经理、移动 App 开发工程师、销售、网站编辑等 100 多个职位空缺。满座网 CEO 冯晓海向记者表示,此次招聘主要在产品、运维方面,销售只有十几个,实行“精兵路线”,与 2011 年“跑马圈地”的扩张有着本质的区别。除此之外,美团网也抛出了“章鱼计划”。

团购企业招兵买马的背后是团购市场的逐渐成熟。

据团 800 统计,今年 1 月全国团购成交额为 23.2 亿元,创历史新高,比去年末同比增长 72%。事实上,团购市场在去年已逐渐回暖,团 800 创始人胡琛认为,春节前团购成交额的增长很大程度上得益于消费者对餐饮和电影的消费增加,“今年 1 月的销售大涨,证明了去年 12 月团购体量重回 20 亿元并非偶然”。

满座网 CEO 冯晓海认为,团购行业连续几个月的平稳增长有两个原因,一是经过三年的发展,市场成熟很多,团购已经吸引了一批固定消费群体,另外,大批团购网站倒闭,市场空间相对增加。但冯晓海强调,团购网站虽然平稳增长但发展速度已落后于整个电商行业。

在团 800 创始人胡琛看来,对于团购业来说,单纯的体量增长已不能说明问题,从跑马圈地、融资到大批倒闭、裁员,体量对于这个行业来说已是浮云。如今对于整个团购而言,体量的可持续增长才是重点。“连续一个季度接连增长,手机移动端的增长占有一定比例。”胡琛认为,判断团购市场是否复苏需要对以上两个方面进行考量。今年 1 月的数据已显示出增长信号,据他透露,目前已知的 2 月统计数据,“相对让人兴奋”。

团购移动化 手机终端增长促团购破局

在多家团购网站宣布盈利后,美团、拉手、窝窝、糯米网等行业第一阵营成员几乎都在近期公布了其移动端收入占比在三成左右的消息。此外,数据显示,去年来自移动端的团购交易额同比增长 27 倍。业界预计,移动端团购成交额将很快赶上 PC 端,拉动整体交易额增速趋缓的现状,移动化将成为团购破局的主战场。

据支付宝近期数据显示,从去年下半年开始,使用移动设备团购生活服务商品的交易进入爆发期,全年移动业务占总体交易的



【编者按】O2O,即 Online To Offline,即将线下商务机会与互联网结合在了一起,让互联网成为线下交易的前台。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。团购就是这样一种 O2O 模式。

从跑马圈地、融资到大批倒闭、裁员,在经过缩减成本、精细化运营等“卧薪尝胆”的举措后,满座、窝窝、美团先后实现盈利。今年一开春,几家大型团购网站开始了新一轮的大规模招聘。

而团 800 的数据检测也显示,用户的团购热情出现复苏,1 月全国团购成交额环比增长 7.5%,创历史新高,为 23.2 亿元。

而手机移动终端的增长,强劲地支撑了团购业务的增长。数据显示,去年来自移动端的团购交易额同比增长 27 倍。业界预计,移动端团购成交额将很快赶上 PC 端,移动化将成为团购破局的主战场。

占比已超过 15%,来自移动端的生活服务团购交易比上一年激增 27 倍。

北京商报记者登录各大团购网站发现,目前排名前十中有 9 家推出了手机客户端,6 家上线了 Pad 客户端。据美团网 CEO 王兴透露,目前其移动支付占比已经超过了三成,预计年内能达到 50%。大众点评移动端流量超 60%,月浏览量 14 亿。此外,今年 1 月宣布持续盈利的窝窝团也透露,其移动端业务收入占整体收入的 20%。同时,该数字在拉手网方面为 25%。

窝窝商城董事长兼 CEO 徐茂栋坦言将重点发力移动端,他透露今年公司将集中在移动化、商城化、深度区域化等七大战略,其中移动化是整个公司近期的核心战略之一。

相比于电商移动化,带有强烈位置属性的团购行业更是移动互联网的天然载体。胡琛认为:“团购移动化不仅为团购网站增加了一个盈利点,同时也让消费者能够按需团购。以前,消费者都是看到便宜就团,现在是到了某个地方拿手机看附近的团购后再团。”



相关数据显示,有 72% 的用户利用移动终端查看地图信息、有 64% 的用户会参观使用移动终端,而餐饮和位置正是团购向网民提供的关键信息。对此,胡琛预测,各家团购网站将在免预约、手机订位、回访跟踪等方面继续优化。

值得注意的是,在这一点上糯米网已经开始尝试。据了解,糯米网推出消费免预约服务,网民在购买此类团购服务后,无需事先致电商家预约即可直接进店消费,随时随地享受团购服务的便利与优惠。

据介绍,在糯米网的移动客户端中,“免预约”的团购服务已经用明显标识标出。对此,糯米网副总裁孙海蒂表示,团购消费无需预约让服务类团购强烈的地理位置属性更好地顺应了移动互联网时代人们随时化和随地化的消费特征。以糯米网北京站为例,无需预约的团购已经占到了所有服务类团购的 20% 左右。

目前,糯米网已有接近 20% 的订单来自于移动终端,预计未来将有一半来自移动端。除了消费“免预约”服务,最新推出的糯米网客户端还添加了“二维码”扫描功能。

对于各家在移动端方面的尝试,胡琛认为,“毫无疑问,移动互联网之争将成为今年团购行业竞争的焦点”。

做商品? 做生活服务? 赢利之剑高悬

在团购兴起的前两年,团购网站热衷于疯狂扩张和跑马圈地,对团购模式的真正价值认识并不深入,首要表现就是团购品类中服务和网购类产品混杂,直接拉低了毛利率。更可怕的是当初发展中,企业为了获得融资,将团购定位于电商。在电商概念支配下,品类及规模与国外团购产生了非常大的不同。

从 2012 年开始,一些团购网站开始在生活服务类商品上发力。

2012 年 12 月,糯米网 CEO 沈博阳表示,从本地商家角度来讲,团购是一个非常精准的按效果付费的广告模式。这之前团购网站认为团购是电商平台的看法产生了巨大的变化。团 800 联合创始人胡琛的研究与此看法略有不同,“团购有两层属性,从网购类产品而言,团购就是电商;而从生活类产品去看,团购类似于广告营销平台。”

一些团购网站终于在 2012 年开始在生活服务类商品上发力。据团 800 的数据显示,2012 年本地服务产品销售总额 192.4 亿元,占总成交额的 89.9%;首要表现类产品销售额仅



一线的企业对团购的认识更加清晰,而团购在打开了本地生活服务这一巨大市场后,也被赋予了无限的想象力。但是在团购网站在无限机遇的空间中成长的同时,赢利仍然是高悬在各团购网站头上的一把剑,未来难言轻松。

手机终端随买随用 专家指点团购网如何卖得更好

胡琛认为,2013 年手机团购价值将呈现。很多团购网站去年都在玩命挖手机团队,今年在手机上又会变成一个百花齐放局面。

团购网站都想着 2013 年比 2012 年卖得更好,可是怎么卖得更好?

胡琛认为,那就是给用户更多选择,更多关系,把地面商户都扔到页面上来,这是第一步。第一步棋下完后团购网站发现,有限流量给商家都做不好,每个商户能分到的用户关注度和兴趣就会下滑,商家的东西都不好出售。

这个时候团购网站要承诺商户,今天卖完后不下线,明天接着卖,只能顺应地延长售卖时间。去年秋天的时候团 800 测试过一次,每个团单在线时间是 34 天,而 2010 年的时候几乎都是今天不买,明天就没了,很快就没有了,最长的是几天。

这时有一个问题,团购站把商家订单都放上去,毛利比以前一样小,就挣不到钱,便开始涨价,每个团单从 3.6 折涨到 3.9 折,每个团单在线时间很长,卖到 5 折到 7 折。像窝窝商城套餐可能折扣是 6 折,比如俏江南原价 500 的餐,现在卖 298,算一算是 6 折。

如果团购网站折扣卖得很便宜,商家也不同意,最终协商的结果是匀速着来,稍微便宜一点,但卖的时间更长。

这几步走完了后发生一个变化,消费者突然发现用手机的价值比之前大。团购站和商户开始变化,消费者的变化在于既然购买的东西价格不再有吸引力,不需要当天买了。

而且这些折扣好像一直都在,为什么今天要买,这产生的一个结果是基本上消费者在 PC 上不会第二次想起这些团购券。就像很多销售一样,如果当天不让用户签约,再找用户时可能就会遭遇拒绝。

所以在 PC 上这件事就变得很可怕。当消费者今天不买,想起来时手边没有电脑,手机价值就开始呈现。手机可以随时随地获得优惠,可以再次唤醒用户对团购需求。这些变化使得手机团购会变成很重要的一项业务。对团购站来说手机可能有效消化掉首页的团购单子,也是 PC 流量达到尽头后又一个机会。

移动互联网对于团购网站机会还在于,在 PC 上,如果不与大的流量入口网站合作,团购量就少了很多,团购网站必须合作。但在手机上团购网站只要用 App 的各种推广工具,后面就是团购网站自己可以努力打拼的事情。

2012 年底,根据各家公开的信息,整个移动上的贡献美团流量超过 30%,大众点评网、窝窝团和糯米来自手机端的销售额也都超过 20%。团购网站对移动互联网有着前所未有的兴奋。

这又有风险,团购网站觉得这是救命稻草,今年在手机上又会变成一个百花齐放,好几家都在玩命地挖手机团队,2013 年团购行业关键词将是手机团购。按需购买,随时买将会是潮流。团购站今年一定会把随买随用这件事情解决掉,会跟很多商户讲,要接受这些用户冲进来的时刚买完就能用,必须把用户接纳下来。这样原来的团购网站就变成 O2O 了。

当手机团购走到随买随用时,本质跟优惠券商一样,比传统优惠券商的好处是,钱在团购上先支付,就不怕商户。这个时候美团、

窝窝团不会觉得就是只卖团购的,就是到商家提供各种营销服务、各种优惠服务的一员,想用这个服务,先支付钱。

消费维权多道坎 TOP5 投诉平均解决率为 95%

据团 800 资讯,在 2 月 15 日-3 月 1 日期间,列入团 800 统计观测的团购站为 13 家,累计收到消费者提交的团购消费投诉 138 条,经消费者确认并得到网站妥善解决的为 119 条,整体解决率为 86.2%。

在宣布秘密改进主站架构后,美团网“购物车”、“地铁筛选功能”等新应用相继上线,糯米网在餐饮类团购领域推出消费免预约服务,团购网站服务质量的竞争不断升级。本期,TOP5 网站的平均解决率达 95.1%,高于行业 86.2% 的平均水平,大众点评网、满座网、美团网解决率为 100%。

统计数据显示,在消费者提交的团购消费投诉中,服务类投诉占 59.2%,直接针对网站的投诉为 24.5%,商品类投诉 14.3%,另外有 2% 的投诉是关于线下商家突然“失踪”问题的。在服务类投诉中,餐饮、娱乐等本地服务类团购占大头,占据投诉总量的 93.1%。作者名为“金兔宝宝”的网友在团 800 论坛团购投诉区发帖称,今年 1 月 31 日,她在网上团购了 5 家星巴克咖啡券,再三催促之下,2 月 20 日才收到货,可到星巴克咖啡厅消费时,却被告知是假票,星巴克门店表示从未与团购网站进行合作。

“网络团购确实存在不少隐患,消费者要留心。”苏州市消保委投诉部主任刘国楚告诉记者,一些商家与团购网站合作,目的是为了拉动人气,一旦人气上去了,就可能出现服务缩水、区别对待团购顾客等一系列问题。然而,一旦团购出现纠纷,消费者想要维权有点难。在网络团购的过程中,相关的消费凭证比较少,而消费者要维权,就承担着举证责任,此时就会遇到举证困难。另外,异地团购更要小心。“商家如果在异地,消费者维权就得来回跑,维权成本太高,大部分消费者往往因此放弃维权。”

江苏苏州丰云律师事务所律师鲁云亮表示,团购中,消费者与团购平台之间形成了合同关系,而团购平台又与商家之间有合同关系,针对一些涉及团购平台的消费纠纷,消费者需要向团购平台主张权利,再由团购平台向商家去主张,这样一来,维权就多了一道坎。而且,目前并没有明确的法律法规约束团购。(本报综合报道)

