

抖音牵手同程，加快社区团购布局

产品名称	抖音牵手同程，加快社区团购布局
公司名称	海口美兰抖琦琦文化传媒工作室
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	【电话烦、手机号同微】
联系电话	18897981244 19979808844

产品详情

核心导读：

- 1、 抖音为同程生活开启快捷通道？
- 2、 合作释放什么信号？
- 3、 未来动作？

质量提升，品牌赋能，线上线下深度融合，构建城市新零售生态，赋能实体经济，助力乡村振兴，实现共同富裕。

同程入驻抖音

抖音作为当下最火短视频软件，用户日活已经突破6亿，日活人均时长也引人注意，根据官方数据统计，每个用户平均每天要在抖音上要花98分钟刷视频、看直播。用户覆盖人群基数大，停留时间长，自带巨大流量红利。

同程生活从2018年在苏州成立正式运营，建立可复制团购经营模式后，便开始往无锡、常州等周边城市辐射，开拓华东地区。2019年，同程生活收购广州千鲜汇，开辟华南市场。2020年，同程生活千鲜汇有数百家实体店遍布珠三角地区，覆盖全国几十个城市及县域，完成B+2.3亿融资，而后又将湖南考拉精选、苏州邻邻壹收之麾下。进入2021年，同程除几次新拓城之外，并无新动作。

而如今生鲜零售商赛道如此火爆，抖音想将自身流量变现也实属正常，但其目前无自建生鲜供应链、也无自营零售经验，想大范围直接下场难度可谓不小。同时业内人士分析指出，抖音用户群体主要是青少年群体，这个群体是适合外卖与本地生活服务的，比如健身、餐饮到店、旅游、零食等，与消费鲜菜品家庭用户有一定差距，此次抖音选择与同程生活合作，正是看重同程较为成熟仓储供应链体系，是其加快本地生活布局的重要一步。

在苏州建仓起步的同程生活，对当地市场的各方面了解都较为深入，抖音目前仅为同程开辟苏州、南通同城页面通道，此次双方在资源利用上较为保守。对此，业内人士指出，谨慎合作的好处是，若前期合作反响良好，同程生活或许是找到了让企业焕新的动机，抖音也借此为电商之路拓宽了渠道。若暂时“水土不服”，也可在可控范围内即时调整。

同程生活与抖音合作，是双方在资源利用上较为保守。业内人士指出，谨慎合作的好处是，若前期合作反响良好，同程生活或许是找到了让企业焕新的动机，抖音也借此为电商之路拓宽了渠道。若暂时“水土不服”，也可在可控范围内即时调整。

同时，康泽宇还强调了对于现阶段的抖音电商来说，GMV不是第一指标。完善平台对商家的基础服务能力，为用户提供极致的购买保障、客服体验才是现阶段抖音电商的重中之重，其一再强调“只有高GMV不是抖音电商，能提供优价好物才是抖音电商。”

这似乎也在释放一种信号，抖音如果要做社区团购，会差异化经营，努力跳出低价竞争怪圈。而同程2020年6月融资之后，就提出将完善升级供应链与基础建设。目前从同程生活小程序看来，其商品sku过万种，其价格跨度基本可以满足各类消费人群，后期可塑性较强。

此外，今年1月19日，抖音支付已在抖音APP内正式上线，在抖音APP内购物结算时，除了支付宝和微信支付外，又添加了“抖音支付”的入口。官方发布的数据显示，2021年央视春晚期间，抖音H包总互动数达703亿，抖音春晚直播间累计观看人次12.21亿，H包互动总数和直播间累计观看人次远超去年快手的业绩。完成支付通道的构建，意味着抖音已完成本地生活电商最基础的底层设计之一，为未来铺好管道。

同时，业内人士指出，面对快手、微信视频等疯狂抢夺市场份额，未来抖音对创作者要求会更高，具体会表现视频内容、商品本身质量、价格合理区间，方方面面都会给更加苛刻。好的内容创作者、直播间，都要打造“品牌旗舰店”、“专卖店”、“精品店”。抖音为商家带来了更大的市场和机会，商家也要保证自己的商品足够价优物好。

争夺之战

将自己擅长的领域做到极致已经实属不易，就像淘宝天猫拼多多京东的网购场景；携程的旅游住宿场景；美团的餐饮消费场景（到店+外卖）；滴滴的打车场景；微信QQ做社交场景；抖音在消遣类短视频场景已成王者，但再试图扩展商业版图，不是光靠资本就可砸出来。纵使强大到如腾讯尝试做短视频，可腾讯微视广告投放无数，收效甚微；支付宝想做社交，反响寥寥无几。

不过字节跳动确实是一个有潜力的公司，无论是之前的抖音支付，还是此番与同程生活的合作，都是其试图对标腾讯、阿里、美团等巨头的手段。零售灵活化，场景化，为民众生活带来趣味性与多样性是大势所趋。归根结底，抖音自己的兴趣电商也好，与同程合作社区团购也好，其本质都是在带货。把“货

”做好，流量自然涌入，GMV自然提高。

但凡人能想象到的事，必定有人能将它实现。本地生活争夺之战，互联网大佬一个都不会缺席。