

# 2021年中国社区团购市场规模、人均消费、融资规模及用户规模分析

产品名称	2021年中国社区团购市场规模、人均消费、融资规模及用户规模分析
公司名称	东莞市微三云大数据科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	广东省东莞市松山湖园区瑞和路1号2栋301室
联系电话	14776427336 14776427336

## 产品详情

### 一、社区团购产业概述

#### 1、商业模式

社区团购本质上是一种S2B2C模式，即平台（S）整合商家，对接“团长”（b）分销给各个消费者（C）的过程，社区团购将B2B的供应链模式应用于B2C领域，通过“预售”、“团购”和“自提”，降低损耗，拥有更低的租金、物流和末端配送成本，在终端体现为商品的“高性价比”与时效的“次日达”两大特性。

社区团购商业模式示意图

## 2、对比分类

对比“一小时送达”的前置仓模式，社区团购用户在平台下单后，网格仓按团分拣商品并配送到团长，用户第二天到团长处自提商品。两种模式本质的区别是履约成本不同，使得同一商品在前置仓的价格明显高于社区团购，究其原因是供应链及仓储模式不同所致。

### 前置仓模式与社区团购对比

## 二、社区团购政策背景

社区团购政策由趋严走向规范。以2020年12月22市场监管总局出台“九不准”规定开始，政府开始严监管社区团购的发展，其间明确提出“禁止平台负毛利”销售的监管措施。然后西安、重庆等地方政府陆续开始开展指导会，落实中央对社区团购的监管。21Q4政策走向规范社区团购阶段，既要保护有效市场竞争，又要发挥其助力数字农业、促进乡村振兴的作用。

## 社区团购政策由趋严走向规范

### 三、社区团购产业现状

#### 1、市场规模

2020年受疫情催化，同时阿里、拼多多、美团、滴滴等互联网巨头加速入局，推动行业高速发展。数据显示2021年我国社区团购仍保持60%以上的增速规模，达1205.1亿元。随着政策逐步由监管趋向规范，加之全球经济下行，人民消费能力有所下降，我国社区团购仍有较大扩张空间。

2016-2021年中国社区团购市场规模及增长率

资料来源：网经社，华经产业研究院整理

#### 2、人均消费

就社区团购人均消费额变动情况而言，数据显示，随着社区团购用户渗透率持续提升，较高的性价比优势导致用户粘性持续提升，社区团购人均消费额从2018年的25.37元增长至2021年186.55元，随着未来产业持续向好，用户习惯逐步养成，人均消费额仍将保持高速增长趋势。

#### 2018-2021年中国社区团购人均消费额变动情况

### 3、融资规模

就我国社区团购融资金额变动情况而言，18年以来，随着电商产业整体快速扩张，社区团购景气度持续提升，尤其是2020年以来互联网巨头入局，凭借低成本优势持续融资，带动社区团购规模产业景气度持续高涨。

#### 2014-2021年中国社区团购融资金额走势图

### 四、社交电商竞争格局

## 1、市场集中度

2021年以来政府监管叫停行业恶性价格战，叠加疫情冲击，靠巨额补贴实现规模扩张的模式不再可行，同城生活、十荟团、橙心优选等公司退出，行业竞争格局优化，形成多多买菜、美团优选双寡头格局。2020年8月拼多多推出多多买菜业务，截至2022年4月多多买菜市场份额占比达到42%。

2022年4月中国社区团购平台市场份额占比

## 2、经营状况

社区团购发展较快，市场格局变动较快，2020年及以前兴盛优选占据全国主要市场，占比超4成，随着美团优选和多多买菜资金投入抢占市场份额，加之政府处罚影响，2021年逐步出现美团优选和多多买菜双寡头格局，就整年经营状况而言，美团优选整体表现强于多多买菜，但都未达到预计目标，而淘菜菜整体表现更是差强人意，仅完成GMV目标的六分之一左右。

2021年主要社区团购平台GMV完成情况对比

## 五、社交电商影响因素

### 1、用户规模

社区团购主打性价比，用户规模加速扩张。与传统商超、新兴新零售等主流渠道不同，社区团购渠道并非针对单个消费者，而是针对以社区为单位的团体消费者，配送效率较低，但价格相对优惠。新冠疫情爆发后，经济活动承压，消费者收入受到影响，社区团购渠道受到消费者青睐。2021年社区团购渠道用户规模达到6.5亿人，同比2020年增长37%，增速有所回升。

#### 2016-2021年中国社区团购用户规模及增长率

### 2、小店需求

根据《2020-2021年零售小店报告》数据，26.7%的小店从社区团购平台订过货，B端批发业务毛利虽低，但销量大而稳定，C端和B端业务互补，可提高订单密集度以降低履约成本。

资料来源：2020-2021年零售小店报告，华经产业研究院整理

### 六、社区团购发展趋势

社区团购是真实居住社区内居民团体的一种互联网线上线下购物消费行为，是依托真实社区的一种区域化、小众化、本地化、网络化的团购形式。相较线下消费，方便省时、送货上门是其主要优势；相较线上消费，社区团购模式对需求更为聚焦，互动性更强，且节省挑选成本。随着政策监管趋严，社区团购补贴放缓，市场加速出清，行业趋于良性发展。各平台更加聚焦于供应链及基础设施优化完善，履约链路精细化经营，软件算法辅助降低管理成本。降本提效，提升产品力及服务力是行业长青的关键。