

中国社区团购行业发展趋势研究与未来投资预测报告（2025-2032年）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国社区团购行业发展趋势研究与未来投资预测报告（2025-2032年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202504/747763.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

前言：

得益于消费者对社区团购模式的接受度提高，以及互联网巨头的入场推动，我国社区团购行业市场规模不断扩大，竞争曾经上演千团大战。不过，随着大厂们“烧钱”入局，社区团购市场“泡沫”逐渐被刺破，美家买菜、食享会、滴滴旗下橙心优选等平台逐步退出市场，大厂零售大变局，2025年我国社区团购行业新的变革与竞争。

1、社区团购是整条供应链运行的模式

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，也是对传统电商、便利店的一个重要补充和差异化的突破，亦或将成为便利店的终结者。

前端供应商通过直送或者委托第三方物流商，将商品配送到品类共享仓，工作人员在品类共享仓里将商品按照团长分拣，然后配送到平行仓。平行仓的工作人员把每个团的产品拉到一个整理箱里，完成合流，向网格站配送，可由网格站自提或由企业进行配送。网格站再向团长进行配送，由团长配送到消费者。当天没有销售完的产品由供应商收回。

社区团购供应链的构成及运行模式

资料来源：观研天下整理

2、我国社区团购行业市场规模不断扩大，竞争曾经上演千团大战

2018年，我国社区团购市场火热，用户规模不断扩大。根据数据显示，2023年，我国社区团购用户数量增长至6.78亿人，同比增长8.3%，交易规模达到3228亿元，同比增长53.71%，甚至2029年有望突破至更高水平。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

同时，全国有超过300家社区团购平台，一边是阿里、拼多多等大厂阵营；另一边则是以兴盛优选、十荟团等为代表的创业公司。根据数据，当时真格基金、高榕资本等知名机构都选择大手笔押注，2018年社区团购融资金额达到40亿元，平均每家获投额度接近1.5亿元。阿里、拼多多等大厂也从2020年开始布局社区团购市场，并开启“抢城大战”。

重点布局区域方面，多多买菜和美团优选覆盖的区域最大，其次是淘菜菜(淘宝买菜)，兴盛优选的业务布局减少至湖南、湖北和江西三个省份。业务情况方面，多多买菜采用低价补贴方式争夺市场份额，已在大部分省市实现扭亏为盈；美团则深耕服务，推出美团明日达超市和闪电仓，提升社区团购的配送服务；淘菜菜重点放在打造高质量商品，直连种植基地构建直采直销网络。

2023年中国社区团购企业业务布局及业务情况

公司简称

社区团购业务占比

总部基地

区域布局

社区团购业务情况

多多买菜

30%

上海

除西藏之外的31个省市区

2023年，除四川、重庆、广东、湘北、杭州以外，目前多多买菜在全国其他区域已实现毛利转正；多多买菜目前将重心落在了供应链上，背靠拼多多超过500万的活跃卖家和拼多多的农产品源头直采的能力，深耕供应链

美团优选

24.50%

广东深圳

覆盖全国约2600个城市

推出美团明日达超市和闪电仓，提高配送时间。美团用超强的覆盖能力，以团长为连接点，进一步提升社区团购的配送服务；美团旗下的美团优选在微信端上线“团买买”小程序，涉及更大规模社区团购

淘菜菜(淘宝买菜)

65%(商业售业务)

浙江·杭州

覆盖全国18个省份，包括辽宁、广东、浙江等地

淘菜菜发布本地菜计划，直连近300个种植基地，通过构建直采直销网络，帮助农户增收的同时，还提升了商品品质，做到了稳价保供

兴盛优选

/

湖南·长沙

湖南、湖北和江西

业务分布于湖南、湖北和江西三省，日订单峰值1200万,湖南省日订单370万件;公司会将更多精力放在核心区域

快团团

/

上海

全国布局

从会员、话费、水果、课程、酒店、美食、酒水、盲盒、美妆、电器、医美、母婴等，万物皆可快团团。

知花知果

/

湖南·长沙

由湖北、湖北、四川、江西等周边省份向全国市场扩张

生鲜农产品O2O社群制配，采用预售制

有井有田

/

北京

全面布局中原地区

食用农产品、保健食品、针纺织品、服装服饰、日用品、文具用品等全品类商品

亲果倾城

/

河南·郑州

西宁

各类新鲜水果、牛奶干果、三餐食材、居家日用等

九百街

/

黑龙江·大庆

以大庆为总部中心，轻扩张模式

食品、日用品、文具、家电等等，社区团购的综合性超市

资料来源：观研天下整理

3、我国社区团购行业“泡沫”逐渐被刺破，多家品牌退出市场

随着大厂们“烧钱”入局，社区团购市场“泡沫”逐渐被刺破。自2020年开始，美家买菜、食享会、滴滴旗下橙心优选等平台逐步退出市场，但社区团购市场竞争依然激烈，并且由于高投入没有带来预期的快速增长和稳定的盈利模式，使得多家大厂开始收缩业务。例如，美团从2024年开始逐步减少社区团购业务的补贴；京喜拼拼则在2022年进行大规模裁员，同时撤出大部分城市；近日，阿里旗下的淘宝买菜也正式宣告退出社区团购赛道，转而聚焦“直发到家”的快递电商模式。

社区团购虽然减少即时配送成本，但仍然有分拣履约、团长佣金、仓储配送等成本，所以要实现“最低价”，企业要“烧钱”补贴。2021年美团新业务全年亏损额分别为384亿元、284亿元、202亿元、73亿元。

4、大厂零售大变局，2025年我国社区团购行业新的变革与竞争

不过，这不意味着阿里要全面撤出社区零售业务。目前，阿里依然保留着相关入口，用户可以直接跳转至产地直发的快递到家模式，尽可能地将其剩余流量的商业价值留在淘宝。京东也在2023年底重启京喜，并在去年底宣布将其升级为“京喜自营”，成为京东产业带业务布局的一部分。

这也说明社区团购大厂们收缩该领域业务，并非认输，而是商业理性的回归。2025年，我国社区团购行业将迎来新的发展机遇，包括个性化的服务、与线下零售的深度融合、拓展新的服务领域等。同时，我国社区团购市场竞争仍将加剧。

因此，社区团购大厂们正不断深化精细化运营的能力，通过提升配送时效、增加商品品类等手段提升用户体验。电商巨头主导的新三团们展现出强大竞争优势的同时，兴盛优选、知花知果等地方团头部玩家仍在寻找业务增长与市场扩张机会。

2025年，通过专业运营提升商品力、完善供应链建设、“数字赋能”重构零售价值链，为用户持续地创造价值将是牌桌上剩余的社区团购玩家决胜的关键点。例如，阿里从去年开始陆续撤出实体零售领域，进一步聚焦零售和AI两大核心，增强了电商平台的生态整合和竞争力；拼多多则继续聚焦农产品供应链，首创的“农地云拼”模式将分散的农业产能和农产品需求在“云端”拼在一起，助力产销直连。

此外，拼多多还积极推动农业上行的战略，提高生产效率，保障农民的权益。拼多多推动的百亿农研项目，设立100亿农业科研专项，致力于推动农业科技进步。

多多买菜众多助农活动与数字供应链搭建概况

时间

活动名称

活动内容

2018年

多多果园

“多多果园”让用户虚拟种植果树。待果实成熟，玩家将收到平台赠送的实物水果。这种互动游戏方式不仅增加了用户乐趣，也有效推动了农产品的团购活动。

2019年

农货节

联合全国各省市上千个地标产区，优选百万品质商家，从供应源头为“多多好年货”保驾护航，助力农产品销售，满足城乡消费者的年货需求。

2019年

两台四网

拼多多通过实施“山村直连小区”策略，结合“两台四网”模式，打造了一个全面的供给网络。这一网络有效连接了供需两端，优化了农产品的流通效率。

2021年

百亿农研

拼多多计划投资100亿元于农业科技专项基金，专注于农业和乡村发展的核心需求。该基金不以盈利为主要目标，而是致力于促进农业科技的发展和普及。

2023年

农云行动

汇聚关键资源，拼多多致力于加速全国100个农产品产区的数字化进程，实现“云端”对接。这一举措旨在构建更具弹性和市场竞争力的数字化农产品供应链。

资料来源：观研天下整理（WYD）

注：上述信息仅作参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国社区团购行业发展趋势研究与未来投资预测报告（2025-2032年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。

本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发 社区团购 的权威数据，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。

本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

目录大纲：

【第一部分 行业定义与监管】

第一章 2020-2024年中国 社区团购 行业发展概述

第一节 社区团购 行业发展情况概述

一、 社区团购 行业相关定义

二、 社区团购 特点分析

三、 社区团购 行业基本情况介绍

四、 社区团购 行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、	社区团购	行业需求主体分析
第二节	中国 社区团购	行业生命周期分析
一、	社区团购	行业生命周期理论概述
二、	社区团购	行业所属的生命周期分析
第三节	社区团购	行业经济指标分析
一、	社区团购	行业的赢利性分析
二、	社区团购	行业的经济周期分析
三、	社区团购	行业附加值的提升空间分析
第二章	中国 社区团购	行业监管分析
第一节	中国 社区团购	行业监管制度分析
一、	行业主要监管体制	
二、	行业准入制度	
第二节	中国 社区团购	行业政策法规
一、	行业主要政策法规	
二、	主要行业标准分析	
第三节	国内监管与政策对 社区团购	行业的影响分析
【第二部分 行业环境与全球市场】		
第三章	2020-2024年中国 社区团购	行业发展环境分析
第一节	中国宏观环境与对 社区团购	行业的影响分析
一、	中国宏观经济环境	
一、	中国宏观经济环境对 社区团购	行业的影响分析
第二节	中国社会环境与对 社区团购	行业的影响分析
第三节	中国对磷矿石易环境与对 社区团购	行业的影响分析
第四节	中国 社区团购	行业投资环境分析
第五节	中国 社区团购	行业技术环境分析
第六节	中国 社区团购	行业进入壁垒分析
一、	社区团购	行业资金壁垒分析
二、	社区团购	行业技术壁垒分析
三、	社区团购	行业人才壁垒分析
四、	社区团购	行业品牌壁垒分析
五、	社区团购	行业其他壁垒分析
第七节	中国 社区团购	行业风险分析
一、	社区团购	行业宏观环境风险
二、	社区团购	行业技术风险
三、	社区团购	行业竞争风险

四、	社区团购	行业其他风险		
第四章	2020-2024年全球	社区团购	行业发展现状分析	
第一节	全球 社区团购		行业发展历程回顾	
第二节	全球 社区团购		行业市场规模与区域分	社区团购 情况
第三节	亚洲 社区团购		行业地区市场分析	
一、	亚洲 社区团购		行业市场现状分析	
二、	亚洲 社区团购		行业市场规模与市场需求分析	
三、	亚洲 社区团购		行业市场前景分析	
第四节	北美 社区团购		行业地区市场分析	
一、	北美 社区团购		行业市场现状分析	
二、	北美 社区团购		行业市场规模与市场需求分析	
三、	北美 社区团购		行业市场前景分析	
第五节	欧洲 社区团购		行业地区市场分析	
一、	欧洲 社区团购		行业市场现状分析	
二、	欧洲 社区团购		行业市场规模与市场需求分析	
三、	欧洲 社区团购		行业市场前景分析	
第六节	2025-2032年全球	社区团购	行业分	社区团购 走势预测
第七节	2025-2032年全球	社区团购	行业市场规模预测	
【第三部分 国内现状与企业案例】				
第五章	中国 社区团购		行业运行情况	
第一节	中国 社区团购		行业发展状况情况介绍	
一、	行业发展历程回顾			
二、	行业创新情况分析			
三、	行业发展特点分析			
第二节	中国 社区团购		行业市场规模分析	
一、	影响中国 社区团购		行业市场规模的因素	
二、	中国 社区团购		行业市场规模	
三、	中国 社区团购		行业市场规模解析	
第三节	中国 社区团购		行业供应情况分析	
一、	中国 社区团购		行业供应规模	
二、	中国 社区团购		行业供应特点	
第四节	中国 社区团购		行业需求情况分析	
一、	中国 社区团购		行业需求规模	
二、	中国 社区团购		行业需求特点	
第五节	中国 社区团购		行业供需平衡分析	

第六节 中国	社区团购	行业存在的问题与解决策略分析
第六章 中国	社区团购	行业产业链及细分市场分析
第一节 中国	社区团购	行业产业链综述
一、	产业链模型原理介绍	
二、	产业链运行机制	
三、	社区团购	行业产业链图解
第二节 中国	社区团购	行业产业链环节分析
一、	上游产业发展现状	
二、	上游产业对 社区团购	行业的影响分析
三、	下游产业发展现状	
四、	下游产业对 社区团购	行业的影响分析
第三节 中国	社区团购	行业细分市场分析
一、	细分市场一	
二、	细分市场二	
第七章 2020-2024年中国	社区团购	行业市场竞争分析
第一节 中国	社区团购	行业竞争现状分析
一、	中国 社区团购	行业竞争格局分析
二、	中国 社区团购	行业主要品牌分析
第二节 中国	社区团购	行业集中度分析
一、	中国 社区团购	行业市场集中度影响因素分析
二、	中国 社区团购	行业市场集中度分析
第三节 中国	社区团购	行业竞争特征分析
一、	企业区域分 社区团购	特征
二、	企业规模分 社区团购	特征
三、	企业所有制分 社区团购	特征
第八章 2020-2024年中国	社区团购	行业模型分析
第一节 中国	社区团购	行业竞争结构分析（波特五力模型）
一、	波特五力模型原理	
二、	供应商议价能力	
三、	购买者议价能力	
四、	新进入者威胁	
五、	替代品威胁	
六、	同业竞争程度	
七、	波特五力模型分析结论	
第二节 中国	社区团购	行业SWOT分析

一、SWOT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国 社区团购

行业SWOT分析结论

第三节 中国 社区团购

行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第九章 2020-2024年中国

社区团购

行业需求特点与动态分析

第一节 中国 社区团购

行业市场动态情况

第二节 中国 社区团购

行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 社区团购

行业成本结构分析

第四节 社区团购

行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国 社区团购

行业价格现状分析

第六节 2025-2032年中国

社区团购

行业价格影响因素与走势预测

第十章 中国 社区团购

行业所属行业运行数据监测

第一节 中国 社区团购

行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国 社区团购

行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国 社区团购

行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十一章 2020-2024年中国

社区团购

行业区域市场现状分析

第一节 中国 社区团购

行业区域市场规模分析

一、影响 社区团购

行业区域市场分 社区团购

的因素

二、中国 社区团购

行业区域市场分 社区团购

第二节 中国华东地区 社区团购

行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区 社区团购

行业市场分析

(1) 华东地区 社区团购

行业市场规模

(2) 华东地区 社区团购

行业市场现状

(3) 华东地区 社区团购

行业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区 社区团购

行业市场分析

(1) 华中地区 社区团购

行业市场规模

(2) 华中地区 社区团购

行业市场现状

(3) 华中地区 社区团购

行业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区 社区团购

行业市场分析

(1) 华南地区 社区团购

行业市场规模

(2) 华南地区 社区团购

行业市场现状

(3) 华南地区 社区团购

行业市场规模预测

第五节 华北地区 社区团购

行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区	社区团购	行业市场分析	
(1) 华北地区	社区团购	行业市场规模	
(2) 华北地区	社区团购	行业市场现状	
(3) 华北地区	社区团购	行业市场规模预测	
第六节 东北地区市场分析			
一、东北地区概述			
二、东北地区经济环境分析			
三、东北地区	社区团购	行业市场分析	
(1) 东北地区	社区团购	行业市场规模	
(2) 东北地区	社区团购	行业市场现状	
(3) 东北地区	社区团购	行业市场规模预测	
第七节 西南地区市场分析			
一、西南地区概述			
二、西南地区经济环境分析			
三、西南地区	社区团购	行业市场分析	
(1) 西南地区	社区团购	行业市场规模	
(2) 西南地区	社区团购	行业市场现状	
(3) 西南地区	社区团购	行业市场规模预测	
第八节 西北地区市场分析			
一、西北地区概述			
二、西北地区经济环境分析			
三、西北地区	社区团购	行业市场分析	
(1) 西北地区	社区团购	行业市场规模	
(2) 西北地区	社区团购	行业市场现状	
(3) 西北地区	社区团购	行业市场规模预测	
第九节 2025-2032年中国	社区团购	行业市场规模区域分	社区团购 预测
第十二章	社区团购	行业企业分析（随数据更新可能有调整）	
第一节 企业一			
一、企业概况			
二、主营产品			
三、运营情况			
1、主要经济指标情况			
2、企业盈利能力分析			
3、企业偿债能力分析			
4、企业运营能力分析			

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业二

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第三节 企业三

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第四节 企业四

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第五节 企业五

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第六节 企业六

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第七节 企业七

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第八节 企业八

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第九节 企业九

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第十节 企业十

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

【第四部分 展望、结论与建议】

第十三章 2025-2032年中国 社区团购 行业发展前景分析与预测

第一节 中国 社区团购 行业未来发展前景分析

一、中国 社区团购 行业市场机会分析

二、中国 社区团购 行业投资增速预测

第二节 中国 社区团购 行业未来发展趋势预测

第三节 中国 社区团购 行业规模发展预测

一、中国 社区团购 行业市场规模预测

二、中国 社区团购 行业市场规模增速预测

三、中国 社区团购 行业产值规模预测

四、中国 社区团购 行业产值增速预测

五、中国 社区团购 行业供需情况预测

第四节 中国 社区团购 行业盈利走势预测

第十四章 中国 社区团购 行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国 社区团购 行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国 社区团购 行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 社区团购 行业品牌营销策略分析

一、 社区团购 行业产品策略

二、 社区团购 行业定价策略

三、 社区团购 行业渠道策略

四、 社区团购 行业推广策略

第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202504/747763.html>