

文章编号:1672-058X(2014)12-0108-03

美团网运营模式研究

漆 莉

(重庆工商大学 电子商务及供应链系统重庆市重点实验室,重庆 400067)

摘 要:分析了美团网的运营模式,针对美团网存在的营销手段单一、人才储备不足、竞争优势难以保持问题,提出了改进措施:加强人才培养;增强创新意识;多元化营销手段。

关键词:团购网站;运营模式;美团网

中图分类号:F724

文献标志码:A

团购网站作为一种新型的网上购物形式,凭借低廉的价格以及及时更新购买人数、产品、服务等特色打动了消费者,特别是在年轻人中,有极高的人气^[1]。国内外很多学者也在研究网络团购,相对于团购网站,团购这个词其实并不陌生,网络团购是在原本团购的形式发展起来的,并给予了全新的面貌,因此网络团购的研究必须从团购开始讨论。团购研究早在 1972 年开始,美国学者 Webster 和 Wind 从政治学的角度,给团购一个形象的定义。TSvetovat 和 HMoulin 从经济学的角度研究,认为团购网站组成一个大的联盟,是买卖双方的一次“赌博”,还分析了买卖双方的一个收益^[2]。Masaki Hyodo, Tokuro Matsuo 等在 2003 年发表了一篇论文,指出网络团购是电子商务快速发展的一种形式,团购网站提供的算法能够在最短的时间里有效锁住这些买家^[3]。Jian Chen 与 Xi long Chen 在 2006 年一篇文章中主要研究了团购中的合作问题,认为团购正在参与方、未参与方和卖方都能通过团购合作获得各自的利益^[4]。国内研究比较晚,钱大可在《浅议网络团购》中,认为网络团购的组织模式主要包括自发团购模式、商业和网络营销团购模式这 3 类^[5];赵玉波、赵林度在《网络团购窜货问题研究》中主要针对网上团购的窜货问题进行研究^[6]。

以上部分研究者的研究情况,为今后的研究提供了很好的参考资料,论文的创新点是分析国内外团购网站的发展和研究现状,进一步了解最新的运营模式,然后针对国外比较出名的团购网站进行模式分析,再对国内的团购网站进行分析,了解国内团购网站存在的问题并提出解决方法。

1 国内外团购网站的运营模式

1.1 国内团购网站

根据 2013 年团 800 统计数据显示,2013 年全年国内团购市场成交额为 358.8 亿元,较 2012 年增长 67.7%,净增 144.9 亿元;参团人数 6.04 亿人次,较 2012 年增长 32.5%,净增 1.48 亿人次;在售团单 571.5 万期,较 2012 年增加 128.7%,净增 321.6 万期。从 2011 年 6 月的 5 058 家团购网站到 2013 年 12 月的 213 家,可见,发展日渐稳定的团购行业也未能解除生存的危机。国内最新团购网站的排名是美团网、大众点评网、窝窝团、拉手网等。根据中国电子商务研究中心监测数据显示,我国网络团购行业的产品发展正在由餐饮业和服务业逐渐向美容健身、化妆品、酒店服务、奢侈品等发展。

国内团购网站的运营模式是通过大规模的广告宣传,吸引消费者的关注,进而通过大打折扣的价格打

收稿日期:2014-03-13;修稿日期:2014-05-30.

* 基金项目:重庆市科技攻关计划项目(CSTC2008AC0043).

作者简介:漆莉(1889-),女,四川内江人,硕士研究生,从事数据挖掘及算法研究.

动消费者,通过提供种类繁多且需求性比较强的团购活动,形成比较固定的访问量,低廉的价格是团购活动得以吸引的关键所在.团购网站将按照消费者的需求团购项目进行分类,方便用户查找,并且将城市细分为多个商圈,方便消费者就近消费,图 1 是国内团购网站的运营模式图解.

1.2 国外团购网站-以 Groupon 为例

国外团购网站没有国内的竞争激烈,总体的团购网站不及国内的十分之一,Groupon 的盈利核心在于收商户 30%~50%的交易佣金,而国内团购网站的盈利模式主要是商家销售产品的佣金、分站加盟、用户没有消费的沉淀资金等.Groupon 网站抓住了大打折扣引发用户购买欲望的心理,且通过最低团购人数,互为推荐购买返还一定金额等方式,有效地实现商家参团的最低团购人数,这样可以提高商家的信誉以及买家对此次团购的信任.

2 美团网的运营模式

2.1 美团网介绍

美团网成立于 2010 年 3 月 4 日,把消费者第一的观念牢记于心中,凭着这一点,美团网在业界一直是口碑最好的团购企业.美团网客户端浏览顺畅、操作简单,并且针对移动终端做了一系列专享功能和体验,为消费者提供超低价格的优质服务.在过去的 2013 年 12 月份,美团网单月交易额再创历史新高,达到 21.57 亿元.至此,美团网全年交易总额达到 160 亿元,并首次实现年度盈利.

2.2 美团网的商业模式

美团网的资产管理界面,包含了核心竞争力、合作伙伴、资源配置、产品服务包括价值主张.客户界面包括了客户关系、目标客户、分销渠道.财务方面包括了成本结构、盈利模式等,如图 2 美团网的商业模式所示.

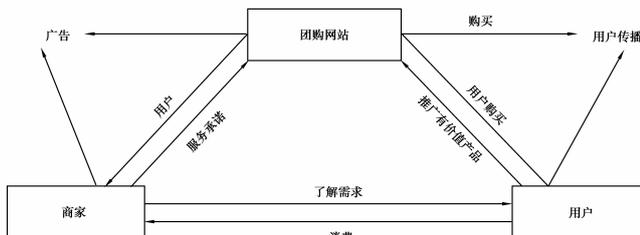


图 1 国内团购网站的运营模式

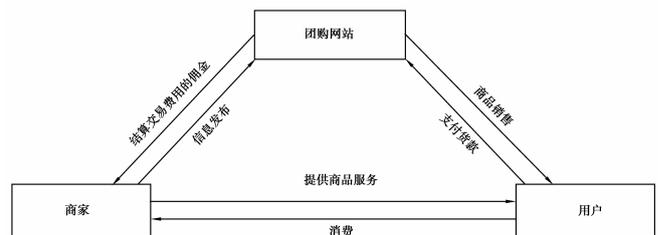


图 2 美团网的商业模式

2.3 盈利模式

(1) 商家佣金.这个是团购网站最常见的盈利模式,美团网通过商家所销售的产品总额进行佣金的收取,或者直接与商家协议做折扣活动,得到佣金的协议金额,或者通过直接获取商品的中间差价盈利.

(2) 消费者沉淀的资金.据美团网 CEO 说,2010 年末消费的资金达到了全部营业额的 5%,某些团购网站的未消耗资金居然高达了四成,很显然成为团购网站收入的一部分.王兴在与媒体在 2011 年发布新闻媒体时会指出,在过去的一年里,团购业在中国出现并迅速发展,但服务中存在的各类诟病也在不断积累,让消费者不满,并影响到了中国团购行业的发展,“其中最为突出的是部分消费者购买的团购券由于种种原因来不及消费,那么这部分钱就白白打了水漂,并成为一些团购网站的牟利之源”.

(3) 广告费.广告收入也成为团购网站未来的一部分收入,如此大的流量成为各个商家打广告的平台之一,带给商家和网站一个很好的平台,有些商品可能不适合在网上进行团购销售,但是与团购的商品有些相似性,那么把这些商品放在网站上能起到很好的促销作用,使商家和网站平台实现双盈利.

3 存在问题及解决方案

3.1 美团网存在的问题

(1) 经营优势难以保持.由于团购网站进出没有障碍,所以很难保持长期的优势,很难形成行业壁垒,如

果网站上的产品没有其他团购网的东西好,那么买家会去其他网站购买,用户的粘着性比较低,这样美团网的市场占有率以及点击率会相对下降,导致客户精准度下降,那么经营优势难以保持。

(2) 营销手段单一.目前美团网运用了一些基本的营销手段,如邮件、短信以及微博等,这些传统的营销手段虽然能够获得一定的利润,但是这也不是长久之计.美团网销售的产品依然还是以美团网自己发掘为主,却不能全部替代消费者实际的偏好。

(3) 人才储备不足.人是一个企业得以发展的核心竞争力,要想长期获得竞争力,就要时刻观察市场的变化,挖掘潜力市场,保证服务器能够稳定的运行,目前美团网还缺乏这种复合型人才。

3.2 解决方案

(1) 注重创新意识的培养.创立不同的团购营销模式,同时为客户提供更好的增值服务,多与商家沟通,对美团网进行技术、产品、营销等创新。

(2) 加强人才培养和招募.通过校园或者网上招聘找到可塑性的人才,找到适合美团网的人才,为公司注入新鲜的活力,加强公司员工的培训,培养高素质、高技能、高服务的人才.美团网招聘的人难免会良莠不齐,需要通过培训来提高团队的执行力,保证政策理解到位,然后对员工的职业生涯进行完善,让员工具有明确的职业定位.这样的培训才能够提高团队的凝聚力和执行力,使美团网发展得更长远。

(3) 营销手段多元化.传统的营销手段已经不能很好地满足消费者偏好,而应该引入意向营销,即消费者可以自己组团,其他消费者看见组团信息后报名,美团根据团购的人数去和商家进行谈判,这样会使打折力度更大.美团要想使营销手段不具有单一传统性,那么就应该实施差异化经营战略,侧重服务类团购项目,注重商家品质和品牌才是网络团购持久发展的营销手段,这样再实行多元化的营销手段,增强客户满意度,为美团网的发展奠定很好的基础。

参考文献:

- [1] 黄辉,何文.适合中小企业的网络营销策略[J].重庆工商大学:自然科学版,2003(5):56-59
- [2] 余德光.Groupon:团购聚合剂[J].商界评论,2010(9):132-135
- [3] MASAKI H, TOKURK M. An Optimal Coalition Formation among Buyer Agent Based on a Genetic Algorithm[J].Lecture Notes in Computer Science,2003(18):759-767
- [4] JIAN CH, XI L CH. Cooperation in Group-Buying Auction[J].Journal of System and Systems Engineering,2006(5):1-8
- [5] 钱大可.浅议网络团购[J].商业时代,2006(2):67-68
- [6] 赵玉波,赵林度.网络团购窜货问题研究[J].物流技术,2011(11):9-11

Research on Operation Model Based on MeiTuan.com

QI Li

(Key Laboratory of E-commerce and Supply Chain System of Chongqing, Chongqing Technology and Business University, Chongqing 400067, China)

Abstract: This paper analyzes the business model of MeiTuan.com, and finally proposes the improving measures such as enhancing talents cultivation, strengthening innovative consciousness and diversified marketing methods according to the problems of MeiTuan.com in single marketing method, insufficient talent reserve, difficult to keep competitive advantage and so on.

Key words: group shopping websites; operation model; MeiTuan.com

责任编辑:田 静
校 对:李翠微