

O2O概念或者说模式发展到今天，已经相当成熟，O2O模式来源于美国，国内创业者的典型做法就是看美国出现了O2O项目，然后复制到中国，但并不是所有都是适合的。下面[新零售电商系统开发-多用户商城系统开发- b2b2c商城系统-易族智汇javashop【官网】](#)

整理美国O2O项目在中国复制不成功的案例有什么，希望能帮到您。



#### 四、在线团购

成立于2008年11月的团购鼻祖Groupon在美国取得了初步成功后，2010年初该模式被迅速复制到中国，数千家团购网站在一年内纷纷成立，到2011年年初时团购行业已经变成红海市场，疯狂的广告战和价格战使中国团购行业的整体毛利率降低到不足5%，2011年下半年后资本市场趋冷，原先期望上市的拉手网和窝窝团纷纷折戟。自2012年以来，团购逐渐回归理性，经过优胜劣汰留下来的少数几家团购网站整体发展还不错，但无论从各方面来看依然十分苦逼。虽然谈不上是完全失败，但短期内中国团购行业要出现独立上市公司的机会不大。

#### 五、餐饮社交

美国餐饮社交网站Grubwithus成立于2010年8月，在2011年5月获得160万美元的天使投资，2012年5月获得500万美元的A轮融资。Grubwithus用饭局把陌生人聚到一起，让他们在餐馆享受美食，并帮他们结交到新朋友。Grubwithus根据预设的价格与商家协商好座位、菜单及账单，用餐者平均分摊账单费用，Grubwithus会在餐费的基础上增加20%的小费，以此来作为组织活动的提成。Grubwithus主

要在芝加哥、洛杉矶、纽约和旧金山等地运营，用户数量有较大的增长。Grubwith us在中国的学徒包括24桌、拼桌网、趣高网、拼客网等，但目前都已经停止运营或停止更新。

## 六、位置购物

美国位置购物应用shopkick成立于2009年6月，2010年8月上线了第一个移动应用，该应用基于当前位置，核心是真实签到，其通过自主开发了硬件识别系统ShopkickSignal可以实现精准的室内定位，消费者走进商店真实签到就能获得积分，能够在线下商户直接兑换商品或优惠。和Foursquare不同，Shopkick不关注社交，而是致力于提升线上和线下、商家和顾客之间的价值传递。Shopkick在美国受到了消费者和商户的欢迎，已经融到了二轮共2000万美元的投资。国内和Shopkick类似的应用是逛店宝，但并未像美国同行那样快速发展起来。

综上所述，可以大致的了解到美国O2O项目在中国复制不成功的案例有什么，想要了解更多O2O方面的内容，可以持续关注易族智汇javashopO2O栏目。

郑重声明：本文版权归原作者所有，转载文章仅为传播更多信息之目的，如作者信息标记有误，请第一时间联系我们修改或删除，多谢。