



社区卖菜「百团混战」

[编者按]

一分钱的黄瓜、9毛9的苹果、一块钱的柚子……当下，社区团购在济南又掀起新一轮高潮，各大互联网平台纷纷抢占市场，越来越多的团购平台让消费者应接不暇。社区团购为何吸引巨头争相涌入？生鲜等货品从哪来，食品质量如何保障？疯狂烧钱补贴过后，这些平台谁将胜出……近日，齐鲁晚报·齐鲁壹点记者对目前社区团购的发展状态进行了调查。

一座楼上将近10个“团长”

济南社区团购火爆，上百家平台入驻抢市场

文/片 齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 于悦 王倩

一次开团卖出1000多根玉米

12月9日，看着一包包装好的1000多根玉米被邻居们陆续领走，济南凤栖第小区的社区团购团长赵赵总算能够坐下来歇会，从当天玉米送到家里之后，她一刻也没闲着，光按照订单装袋就操作了大半天。

这是一周以来，作为社区团长的赵赵开的第一单团购单，其实周末也有社区团购要开团，但她放弃了，没开团，“周末是大平台的团购，现在赚钱太少了，都不愿意开了。”赵赵表示。

如今正是社区团购遍地开花，抢占市场之时，每一个社区内都会有几个大平台入驻。货品齐全、价格低廉、家门口取货……社区团购受到越来越多人的关注，有的社区仿佛一夜之间就多出了几十个社区团购群。

社区团购并非新鲜事物，三四年前，住在旅游路某小区的市民刘女士就开始接触到社区团购，“当时小区附近没有大型的菜市场，买菜很不方便，有邻居把我拉到一个团购群里，起初只是买水果，后来发展到蔬菜、百货应有尽有，卖的东西全，还都比市场上便宜。”

刘女士称，当时的团购模式是当天下单，隔天送达，送货并不及时，“现在可以团购的平台更多了，像是美团优选、橙心优选，后来又加了十荟团，最近又有了一多多买菜，一般都是当天下单次日下午4点取货，感觉今年社区团购发展挺快的。”

赵赵表示，大概是从去年下半年开始，社区团购慢慢多了起来，而今年疫情期间由于外出买菜不方便，社区团购迎来暴涨期。

济南市电子商务协会秘书处负责人刘子瑶介绍，他最早接触社区团购也是在2016年前后，“经过这几年的发展，社区团购已经形成了一种较为完备的模式，即通过‘团长+社群’来进行业务推广，实现私域的引流，另外，通过‘以销定采’模式来压缩和控制成本与损耗，通过集中配送、用户自提等一系列手段降低成本，这种操作模式基本已经定型。”

一个小区里社区团长有几十个

“我们小区现在至少有七个团购群。”在王静居住的小清河南路一小区里，每天都有送货车往返在几个团购提货点，这其中有的是个人的，都是通过小程序来下单。”赵赵称，当时社区团购处于刚起步阶段，一般情况下3—5天开一次团，对于上班的她来说，基本上保持着一周开一次团的频率，商品也大多是生活必需品，经过她在小区业主群里推广，很快拥有了很多用户。

“我说了你可能不信，我们小区光我知道的就有滴滴、拼多多、美团等平台，小区里社区团长有几十个，最夸张的是一个楼上竟然有将近10个团长，业主开玩笑说‘都能按照楼层分区进行团购了’。”赵赵说，同一楼上的这些团长中，有的是一个社区团购平台的，有的则服务于不同的社区团购平台，但最终大家争抢的也就是一座楼上这几百户业主。

赵赵所说的这种情况并不是个例，在济南天桥区仁丰前街一小区，只在美团优选社区团购平台上，小区里就有11名团长，有的团长是在家的全职妈妈，有的是兼职的上班族，有的则是在小区周边开店的店主。

“最早开始做团长时，有地域保护，一般一个平台在一个小区只选择一名团长，现在社区团购平台争抢市场，都放开了，不可避免地出现一个社区里多个团长同时存在的情况。”

“在这家小区做社区团长的芳芳介绍，做了两年多社区团长之后，她感觉还不错，作为全职在家看娃的宝妈，社区团购不但让她增加了收入，还认识了很多邻居，所以在每一次团购时，她都会根据自己的购物经验和客户反馈，给更多邻居提供参考，哪些产品是‘踩雷产品’，哪些产品值得回购。正因如此，她也获得越来越多邻居的信任。每一次开团，芳芳的订单都不少。

随着她做的社区团购平台越来越多，芳芳由原来的每周开团1—2次，到现在的每周开团四五次，她说社区团购成了主业，在家带娃成了兼职。

今年5月开始，从滴滴到美团，再到拼多多，多家全国知名的互联网企业宣布进军社区团购，瞄准社区的流量池。

如今，社区团购俨然成了继网约车、共享单车、外卖之后的又一个风口。据粗略估算，近年来济南市场上出现过的团购平台有上百家，有的居民小区一栋楼上居然将近十个团长。

“

社区里团购平台扎堆。



三五天开一次团到每天多个团

算起来，赵赵是济南比较早从事社区团购业务的，五年前，她在小区里看到有社区团购招募团长，时间比较自由的她抱着试试看的想法干起了这一行。“最早时，市场上没有大平台，基本上都是一些小平台在做，有的是个人的，都是通过小程序来下单。”赵赵称，当时社区团购处于刚起步阶段，一般情况下3—5天开一次团，对于上班的她来说，基本上保持着一周开一次团的频率，商品也大多是生活必需品，经过她在小区业主群里推广，很快拥有了很多用户。

“我记得当时开一次团有100多单，一次团购总额在1万元左右。”赵赵说，她当时做的是一个名叫“青青果园”的社区团购，品类以水果为主，价格要比市场价格有优势，还有一些菜市场不太常见的热带水果，这家平台最初发展还不错，她粗略估算一个月平均下来开团5—6次。当然，这个数字压根儿没办法跟现在的社区团购相比。“如今做得好的团长，基本上一天一开团，有的前一天同时开好几个团。

“团长的东西真挺便宜，但质量就不太统一了。”刘女士说，她所团购的东西以食品居多，她发现包装类的饼干、饮料等质量与市场上没有差别，但生鲜蔬菜却容易“踩雷”。在朋友圈，刘女士晒出了她从某团购

小熊乐、芙蓉兴盛，全国性品牌如美团优选、多多买菜、十荟团等。

今年下半年，各大互联网巨头纷纷入局社区团购，掀起战火。5月份滴滴成立了“橙心优选”，7月美团优选上线；8月，拼多多的“多多买菜”上线；9月份，阿里巴巴组建了盒马优选事业部；11月份传出京东、节字跳动都计划进军社区团购。

目前已出现的全国性社区团购平台在济南拓展出不小的市场。

“社区团购领域的扩大，是引来众多平台抢占市场的原因之一。”刘子瑶说，其实社区团购在2018年就已出现过一次“大战”，例如十荟团、你我您、松鼠拼拼、考拉精选等，伴随着激烈的竞争，如今其中一些已经淡出人们的视线。

谁将在这场“大战”中胜出

在刚刚结束的团购中，赵赵团购的1000多根玉米并不是来自哪个平台，而是作为社区团长的她开拓出来的新业务，就是跟一些商贸公司合作，在社区里团购单品和爆品。

“现在团得最火的就是果冻橙、脐橙、砂糖橘、玉米等单品。你能相信吗，卖得好的时候，一个团长开一次团能卖1000多斤果冻橙，少的也能卖六七百斤。”赵赵说，这样的单品团购方式主要是团长跟商贸公司之间的合作，一般是商贸公司从原产地拉货，然后再由各团长分别拉回。对于商贸公司来说，不压货；对于团长来说，提前开团，按照订单拉货，也能充分保证利润。

社区团购中，除了全品类的综合性平台，另外还有垂直领域的许多平台聚焦着单一品种，如专卖冻品海鲜、熟食、零食、水果等，其销售模式也与前者相同，它们的发展同样迅速。

目前各大平台争相烧钱培养市场，营造出一派繁荣景象。但市场只有这么大，最终谁将在这场“大战”中胜出？做了5年社区团购团长的赵赵说，“对于各家平台来说，短时间做高订单量并不难，但最终谁能胜出，抢占到更多用户，在社区团购市场待的时间更长，还真不好说。”

互联网巨头纷纷布局团购

“近年来济南市场上出现过的团购平台有上百家。”刘子瑶说，本土品牌如百米汇吃、

收到的大闸蟹跟拇指差不多大

物美比价廉更重要，社区团购模式有待完善

社区团购在互联网巨头不断加入的背景下迎来爆发式增长，只济南市场上就有上百家平台同台竞争，这也对传统业态造成一定冲击，但对消费者而言，比价廉更重要的还是物美，社区团购未来的发展，还有赖于其商业模式的不断探索和完善。



文/片 齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 于悦 王倩

大闸蟹跟拇指差不多大 说好的去叶葱叶子老长

“社区团购是都市快节奏生活和懒人经济下的产物。”济南市电子商务协会秘书长刘子瑶说，快节奏的生活让人们无暇去市场挑选商品，这是社区团购兴起的一大原因。“但之前社区团购的‘圈层’是比较密闭和固定的，消费者也主要是年轻上班族，受今年的疫情影响，社区团购的消费群体扩大了许多，像老年人也开始学习团购。”

社区团购被更多的人接受，无接触下的安全购物是影响因素之一，价格优势也是很重要的一方面。据观察，各大团购平台会针对首次消费推出超低价格的产品，例如一分钱一斤的蔬菜水果。其他产品也往往会比市面价便宜，“我买到过九毛九一斤的芋头，现在市场上基本都在两块多钱一斤；两升的可乐卖四块九，也比超市便宜一两块钱。”常参加社区团购的市民刘女士说。

“团购的东西真挺便宜，但质量就不太统一了。”刘女士说，她所团购的东西以食品居多，她发现包装类的饼干、饮料等质量与市场上没有差别，但生鲜蔬菜却容易“踩雷”。

在朋友圈，刘女士晒出了她从某团购

平台上购买的大闸蟹和大葱，“大闸蟹跟大拇指差不多大，说好的去叶葱都带着长长的叶子，算下来比市场上还贵。这种还是得去市场上挑选比较好。”

在享受便利和实惠的同时，消费者对质量的要求也不会降低，当社区团购产品出现质量问题该如何应对？记者咨询了几个自提点的“团长”，对方都称一旦遇到问题可以直接向他们反映，由他们反馈给平台处理。“根据问题大小，可以选择退换货。”

“社区团购目前还存在一些不稳定因素。”刘子瑶说，例如上游供应链管理、产品品质、配送效率，无法精准满足消费者需求。“售后服务不仅是赔付那么简单，如果售后比较滞后，可能会耽误消费者的使用，反之实体超市就可以当场体验和即时退货。另外，社区团购的以销定采模式，与顾客去选择是无法相比的。”

“未来的社区团购进化要快于菜市场和超市，转型更快。”刘子瑶认为，作为社区团购的团长也应该更加职业化，成为平台下一支有凝聚力的团队。

说到社区团购的发展方向，做了多年团长的赵赵也有着自己理性的分析。

赵赵说，在他们团长中，一直流传有“下一步，社区团购网站会抛弃团长，由骑手直接配送到用户手中的说法。这种模式

应该是很多人更为喜欢的，省去了去团长处提货的问题。”赵赵说，现在这个阶段，相当于团长在帮助这些社区团购平台打市场，即便如此，赵赵还是愿意承担团长这个角色，她说，在这个过程中，说不定能找到更好的运营方式和门路。

赵赵说，她感觉社区团购会越来越繁荣，将来客户家门口或者单元楼门口会有一个菜箱之类的产品，在下班前网上上下单之后，由骑手直接将菜或者日用品放在箱子里，客户下班回到家之后可以随手取到，“这可能是下一步社区团购发展的方向，毕竟这样才是真正方便快捷。”

据了解，团长与社区平台之间合作，获利方式就是根据团购额获得一定比例的利润，每一次团购返利在5%—10%之间，由于现在团长增多、每位团长单次订单额降

相关新闻

200多家社区团购企业 争抢千亿元“蛋糕”

诞生于2014年社区生鲜团购突然成为互联网巨头、传统商超争抢的超级风口。阿里巴巴、京东、美团、拼多多、沃尔玛、百果园……甚至包括几乎没做过零售业务的滴滴出行都相继入局。据不完全统计，国内目前有200多家社区团购企业。有机构预测，到2022年，市场规模有望达千亿元级别。

据网经社“电数据”电商大数据显示，从2019年1月至2020年11月26日，国内社区团购类电商领域共发生26起投融资事件，共计融资超117亿元。

眼下“社区团购”各个品牌的融资大战、车辆地面圈地和补贴营销，和此前疯狂烧钱的团购大战、网约车大战如出一辙，这也引起了一些担忧。前期补贴烧钱迅速扩大规模，后期形成寡头市场，消费者是否真能从中受益？还有人为中小菜贩的处境担忧：如果不能形成良好的生态，留下的只会是一地鸡毛。

11日，网传阿里马云、美团王兴、拼多多黄峥等均表示，将退出社区团购业务，不过目前已经被证实该消息为谣言。记者体验多个社区团购业务产品发现均正常使用。

社区团购为何吸引巨头争相涌入？根据安信证券的分析数据，在团长扣点5%的前提下，社区团购的利润率可以达到10%—15%，远高于农贸市场（菜市场）、前置仓模式的生鲜电商、仓食合一的生鲜率。

社区团购利润的提升，受益于社区团购免除了商品到货后的配送、库存和仓储的成本。大公司大举进入社区团购的原因即在于此。

网经社电子商务研究中心网络零售部主任、高级分析师莫岱青向记者表示，从去年开始，生鲜电商频频倒下，众多生鲜电商平台在产品种类、服务体验以及配送方面的特点并不突出，并且始终处于烧钱培养市场的消费习性的阶段，这种没有形成核心竞争力的模式，无法持久延续。对善于营销运营的平台来说，短时间做高订单量并不难，构建稳定的供应链、做好选品和物流才是真功夫。

据《广州日报》

海参 海参 卖好海参



抢购时间：12月15日—25日 咨询电话：1333-5020-177
抢购地址：山东新闻大厦一楼大厅任氏海参店（泺源大街6号）

买海参就选任氏海参

大棚养殖海参

市场价：1300元/斤

活动价：1100元/斤

长岛海参

1880元/斤

活动价：4880元3斤

大连海参

2380元/斤

活动价：5380元3斤

野生大连海参

2880元/斤

活动价：6880元3斤

即食六排刺参：380元/斤 买3斤送3斤

买海参就送茶叶 买海参就送大礼包！