



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,送货并不够及时。“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,最近又有了一个多多买菜,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,他最早接触到社区团购也是在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,这其中超市、菜鸟驿站、小饭馆等等,店主们在做着原本主业的同时兼起了社区团购这份“副业”。

“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近10个团长,业主开玩笑说‘都能按照楼层区分进行团购了’。”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平台招募团长,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,她当时做的是一家名叫“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,有的一天同时开好几个团。”赵赵介绍道。

张翔在历山北路一家连锁超市工作,如今他管理着一个数量近200人的微信群,群名是“美团优选超市名变成了‘美团兴盛十荟橙心’”,一开始只有一家(平台),后来越来越多,我们自己店里也有送货业务,快忙不过来了。”

和个人名义申请的团长不同,忙于本职工作的张翔很少在团购群里发促销信息,大多数时候超市只是作为存放蔬菜、日用品等的自提点,“有时我们也会给客人推荐下产品,但随着平台越来越多,主要还是靠大家自己选择了。”

很多参与过团购的人都想知道,自己买的蔬菜水果是从哪里运来的。张翔说,蔬菜的产地大多是寿光,水果以南方居多,其他的加工食品、日用品则从物流点直接送货。

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、

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、字节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都拓展出不小的市场。

“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类,如专卖冻品海鲜、熟食、零食、水果等等,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,抢到更多用户,在社区团购市场待的时间更长,还真不好说。”

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处负责人刘子瑶说,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方面。据观察,各大团购平台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场价便宜,“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,也比超市里便宜一两块钱。”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



平台上展示的商品(上图)与顾客收到的货品外观差异挺大。

平台上购买的大闸蟹和大葱,“大闸蟹跟拇指差不多大,说好的去叶大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还,另外,社区团购的以销定采模式,与让客户去选择是无法相比的。”

团长增多订单额降低 开一次团利润或不足百元

和“团长”赵赵、芳芳相同,很多想在社区团购市场上分得一杯羹的团长们在感受到社区团购带来商机的同时,也感受到其中的压力。

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

低等情况,有时候开一次团利润可能还不足100元。“开团、接货、发货,也很费精力,才赚这么一点,有时候就不愿意开团了。”赵赵表示,这种说法也得到了芳芳的证实,她说自己现在做得最多的也是单品团购,质量有保证,利润有保证,业主也认可。

“社区团购的下游与团长之间是不够紧密的合作关系。”刘子瑶说,一个团长手里以前有一两个社区团购平台,现在最多发展到十几个,这造成团长的忠诚度不稳定,服务水平也不够平均,另外社群里面社交程度也不够,可能会出现信任危机和活跃度较低的现象。

采访中,多位团长也提到各大平台用价格战抢占市场和用户的现象,比如很多平台上推出了9毛9一斤的橙子,1毛钱一斤的蔬菜等,但这些特价商品基本上是一些最基础商品或者是品相相对次一些的产品,也成为售后最多的商品。

社区团购会不断演变 未来与菜市场并存发展

社区团购改变了市场规则,商品从原本的层层中间商经手转变为从源头直达消费者,减少了成本提高了效率,也对线下的传统农贸市场、超市带来一定冲击,甚至有观点认为,社区团购会代替菜市场 and 超市。

“超市和菜市场的消费体验是难以代替的,和社区团购有很大区别。”刘子瑶认为,两者未来的发展状态应该是并存,而不是互相取代。但社区团购引领了一种新消费观念的出现,可能会推动传统市场进行升级换代,例如创新服务方式等。

“未来的社区团购进化要快于菜市场 and 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。这种模式应该也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物品,在下班前网上下单之后,由骑手直接将菜或者日用品放在箱子里,客户下班回到家里之后可以随手取到,“这可能是下一步社区团购发展的方向,毕竟这样才是真正的方便快捷。”

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……甚至包括几乎没有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“电数宝”电商大数据库显示,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?还有人认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、店仓一体的生鲜超市。

社区团购利润率的提升,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、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!