

从热闹到降温，社区团购将何去何从

超半数团长“离职”、佣金跳水，但多数从业者仍看好行业前景



“一分钱抢鸡蛋”“九毛九买苹果”……曾经站在“聚光灯”下的社区团购，已悄然降温。五年间，从资本烈火烹油的“黄金时代”逐渐转向订单下降、佣金大跳水、大牌黯然离场……社区团购正在经历新一轮洗牌。

►一处社区团购点的货架上摆满商品等待顾客来取。

文/片 管悦 济南报道

不少人看着火热加入 没多久就退出了

7月4日上午10点，团长徐宁正在清点各个供应商送来的产品，按照团购清单，依次给顾客装好。徐宁的店位于济南东站附近，周围新建小区众多，水果蔬菜等生活必需品的需求量也大。

三年前，从事服装生意的徐宁接触到社区团购，觉得这门生意时间比较自由，就专职干起了团购。不少团长和徐宁一样，都是时间比较充足的自由职业者、退休人员或者宝妈。

徐宁刚入行的时候，也是社区团购的“黄金时代”，其门店周边一公里内有上百家自提点。不少小吃店、理发店、快递站、车库……摇身一变，都成了社区团购根据地。

“这一行门槛低，不少人看着火热加入进来，没多久就退出了。”徐宁说，团购是个挺繁琐的工作，赚的就是操心钱，能坚持下来的往往都能成一定规模。

徐宁刚入行没多久，她所合作的平台就被合并了。从此，她慢慢建立起了自有“供应链”。采购商奔波于全国多个蔬菜瓜果、海鲜、冷冻品等种植、生产基地，拍摄视频、邮寄样品供徐宁等团长选购，达到一定数量后开团、直采、运输。此模式下，利润还算可观。

时间长了，她和不少回头客成了朋友，已坐拥五个微信团购大群。有人在别处购买了好货品还会推荐过来，让其采购开团。

不过，每个平台的开团情况也有所差异，有的每天都开团，有的则是隔天开。在记者采访的半天时间内，徐宁已成交了八十单。正常情况下，她日均百单以上，营业额约6000元。“我只能算中等规模，规模大的一天能卖一万多元。”

提起这几年社区团购的变化，徐宁感受颇深。“以前疯抢的低价产品，现在已经‘不香了’。”徐宁感觉到，群里活跃度明显降低了，很多人会先咨询产品味道如何，再决定下单。

在徐宁看来，顾客不再因为低价而盲目选购，反而更倾向于选择品质好、新鲜、口感佳的优质产品。除了蔬菜瓜果外，鸡翅、包子、烤肠这类冷冻半成品、大虾、鱿鱼等新鲜海货也变成了热门产品。“顾客消费越来越理性，客单价也提升了，二十块钱左右



的产品更好卖。”

下单方法因此有了新变化，除了平台下单和微信群接龙外，相继开发出了垂直报单、快团团等团购专用小程序，更方便统计、下单和收款。

忙活一天赚一百二 “比以前挣得少了”

社区团购的变化，同样也在影响着团长石佳。

7月3日下午3点，在济南市花园东路一家菜鸟驿站里，店长石佳正在将冷冻和冷藏货品分别放入冰柜中。

在济南，一家自提点同时为四五个平台服务并不稀奇。巅峰时期，石佳的店里同时开通了美团优选、多多买菜、兴盛优选、十荟团等六个团购平台。“订单比前两年少了得一半，平台也少了。”石佳说，平台经过市场筛选后，目前以拼多多、美团、淘宝和小熊为主流。

在石佳印象里，三四年前，靠秒杀、优惠券和各平台工作人员的疯狂地推，社区团购吸引了不少人下单，微信群一个接一个满员。“每天货架都是满满当当，凌晨还有人下单，日销售额过万元的团长不在少数。”

正如所有的风口一样，社区团购也难逃轮回。过去几年间，社区团购赛道几经洗牌，同程生活、食享会、十荟团、兴盛优选、滴滴优选和京喜拼拼在一轮又一轮竞争中哑然退场。“幸存者”——美团、拼多多、阿里也开始收缩业务版图，调整市场布局。

“比以前挣得少了，卖一单七块钱的商品，才赚几毛钱。”石佳坦言，起初由于大规模的资本补贴，美团、兴盛、淘菜菜、京喜拼拼等平台的佣金高达10%，甚至更高。佣金加上拉新奖励，最多的时候一个月赚了两万元。

现如今，美团优选的佣金已降至3%，多多买菜更是从15%大跳水到1%-2%。“费时费力赚钱少，成了不少团长的苦楚。”济南西部一团长刘静给记者算了一笔账，自己店内每天订单好的情况下约有4000元，按照3%的佣金算，忙活一天最多赚120元。

看似无门槛的团长，其实并不轻松。配送人员将货物送达后，团长要检查货品好坏、依次分拣、打包，等待消费者上门自取。在刘静店里每天至少有超过100件货品，光分拣、打包就要接近俩小时。“一般等到晚上十点，有的菜如果第二天再来拿，就不新鲜了。”

刘静起初选择干团购是想给

自己的超市引流，但经过一段时间体验后，她发现来提货的顾客并不会“顺路”消费，于是产生了退出的想法。

昔日明星产品 未来该何去何从

“虽然便宜，但看不见摸不着，经常会‘踩雷’。”走访过程中，不少受访者表示，社区团购生鲜产品质量参差不齐，退货流程也麻烦。

因此，消费者在购买生鲜倾向于选择线下渠道，饮料、方便面等休闲食品在社区团购销售中占据了较大的份额。

还有消费者发现，平台上的单品种类也在减少，从几千个减到几百个甚至几十个。有些优惠商品点开，也显示暂时无货状态。“很多超市都开始线上直播，零食折扣店优惠力度也不小。”在徐宁看来，抖音小时达、大型商超布局外卖等新型零售模式正在分社区团购的“大蛋糕”。

据统计，2023年社区团购的零售规模约为8365.1亿元，用户规模也从2017年的2.12亿人增长至2023年的8.45亿人。预计到2025年，中国社区团购市场规模将达到3.5万亿元。

这也从侧面证明了，社区团购仍然是一座值得深挖的“金矿”。美团、阿里、京东等互联网巨头开始“逆流而上”，通过深度整合与升级，提升配送时效、优化商品种类等精细化运营布局，提升用户消费体验。

时至今日，社区团购已经成为一部分用户日常购物的成熟线上渠道，那未来又该何去何从？“团长是前期扩张的关键，供应链能力决定长远发展。”中国百货商业协会CCAGM相关专家认为，在选品采购方面，应该从开端把控产品品质，建立完整的生鲜产业链；掌握优质的产品资源。在仓配物流方面，可采用智能监控系统，提升冷链物流配送效率，更好地管理把控生鲜产品质量，强化网格仓质量管理、售后服务和冻品冷藏。

同时，团长提货点未来也必定向标准化程度高、可快速复制的提货模式发展，如终端自提冷柜等。

“客户间口碑相传比什么广告都靠谱。”在徐宁、石佳等团长看来，只要认真做好产品和服务，未来社区团购这条赛道仍旧大有可为。（文中徐宁、石佳、刘静均为化名）

盛夏七月，济南市章丘区白云湖街道辛丰村村民迎来一年中最忙碌最幸福的时刻。气温回升，地面湿润，正是金蝉出洞的最佳时机。夜幕降临，村民们拿着手电筒和容器，走进果园，开始享受起“捉金蝉，捡金钱”的乐趣。

文/片 毕建军 济南报道

苹果树下养金蝉 一晚能捉千余只

7月3日傍晚，辛丰村村民

刘先博来到了他的苹果园，一个手电筒、一个塑料桶，开启了一天中最忙碌的时刻。入伏前后20天是金蝉破土的爆发期。“金蝉喜欢高温高湿的环境，今天这种闷热天算是它们最喜欢的，只要积水下去，金蝉就出来了。”刘先博说。

桶里灌上水，打开手电筒，刘先博弯下腰，蹲下身子，一头埋进苹果树下。一只、两只……很快金蝉就已装了小半桶，刘先博娴熟地“打扫战场”。为了方便捉，他提前在树干半腰处缠好了胶带，这样，金蝉只能到达胶带位置以下。“既防止了它们爬上树梢，而且还能成堆地捉。”刘先博说。

“金蝉的生物钟很准确，白天不出，晚上八九点就全都出来了。”刘先博告诉记者，遇到下雨天天气闷热，金蝉会提前大约半个小时出土。

“晚上10点以后，开始蜕皮变蝉，就不容易卖了。”刘先博养殖金蝉已有七八年时间，说起有关金蝉的知识，他便打开了话匣子。

大约半个小时，刘先博桶里的金蝉已经满了。“收获了254只金蝉，这些数量还不算多，多的一晚上能捉一千多只。”他介绍，每年一亩地的金蝉收入能有四千多元，种了7亩地，一年收入三万多元。

晚上七点半，天还没黑，村民董先生家的柳树林前已经聚集起不少人，大家都在等待天黑。“我国女之前没捉过金蝉，她一直和我说不期待。”济南市区的张女士特意带着孩子来到辛丰村，母女二人打算在此一同体验捉金蝉的快乐。

游客、收购商络绎不绝 来捉金蝉得提前预订

晚8点，天渐渐黑了，一只又一只金蝉从土里冒了出来，缓缓爬上树干。有的树干上同时聚集着七八只金蝉。

“树上都缠了透明的塑料胶带，这些金蝉只能在树根处徘徊。爬得最高的蝉，也不过离地六七十厘米。”村民董先生介绍。

“这片柳树林种了五年了，第二年的时候撒上了金蝉苗，从去年开始已经有金蝉陆续出洞了。”董先生说，现在一晚上能出两千多只，每天晚上会预约三四拨游客进园捉金蝉。

“下周三可以过来，没有门票，自己捉的话，1.5元一只。”董先生在电话里回答游客，入园捕捉预订排到了一周以后，“大老远过来，得让客人逮个尽兴，每家基本都能捉五六百只带回去”。

晚上9点，离村委会不远处，来自济南城区、周边乡镇、滨州等地的车辆停在道路两边，等着收购金蝉。“村民们不需要担心自己的金蝉卖不出去，往往是这头刚捉完，那头就能接着卖出去，一晚上全卖光了。”董先生说。

“辛丰村一千三百多口人，基本上家家户户都种苹果树，养殖金蝉。”辛丰村党支部书记董道新说，村子在发展

苹果种植的基础上也在发展林下经济，金蝉产业让村民的收入得到了明显提高。

“2010年，村民开始金蝉养殖；2020年，村里靠金蝉收入就能达到400万元。当时，全国开展金蝉养殖产业的地方比较少。”董道新说。

“下一步我们还要培养金蝉花，营养价值非常高。另外，把蝉蜕打成粉进行销售，价值还会增加。”谈到辛丰村金蝉产业的未来，董道新信心满满。

记者夜探济南章丘『金蝉村』

一晚能捉千余只，收入接近两千元



金蝉集中在胶带以下的树干，很容易捉。