

10个鸡蛋1块钱、一袋子菜9毛……

互联网巨头纷纷烧钱杀入“社区团购”

人民日报评论：别只惦记着几捆白菜、几斤水果的流量……

农贸市场的菜摊上摆放着西红柿、土豆、莲菜等，市民一边选菜一边讨价还价；三轮车上放满了葱，上面写着每斤5.5元；一位大婶正在摊位上挑选着青菜……这是不少市民对菜市场的印象。

但从今年秋季以来，卖菜市场情况悄然发生变化，众多互联网巨头携巨资跑步进入卖菜市场，杀手锏很简单：便宜，以远远低于成本的价格卖菜。

互联网大佬携巨资杀入“社区团购”，竞争白热化

“社区团购”的“一哥”是诞生于湖南长沙的兴盛优选，在短短两年时间，便已经在全国“攻城拔寨”。目前业务遍布14个省份。数据显示，兴盛优选2019年全年GMV(一定时间段内的成交总额，多用于电商行业)突破100亿元，同比增长1250%。在2020年年初时，疫情突袭，“社区团购”的市场需求更旺，而兴盛优选的估值也被大幅提高。

一家诞生于四川成都的联联周边游，在今年也风生水起，以人拉人的模式快速扩张，其经营的核心依然是“社区团购”。

后院着火，美团的王兴坐不住了，兴盛优选的大军已经压上，美团最引以为荣的护城河开始感受到压力。

7月7日，美团宣布成立“优选事业部”，大举开进菜市场。

今年6月，滴滴推出“社区团购”品牌“橙心优选”，创始人程维公开宣布：“橙心优选投入不设上限，全力拿下第一名！”

8月，下沉市场的“流量王”拼多多“社区团购”项目“多多买菜”上线；

9月，阿里巴巴成立盒马优选事业部，CEO张勇亲自下场加入“社区团购”；

今日头条也想分一杯羹，10月上线“今日优选”，成立电商一级部门；

11月最后一天，阿里巴巴携六路资本，两亿美元重仓菜市场团购平台十荟团。

11月30日，刘强东在高管会上正式宣布：成立京东优选，亲自带队下场，打好“社区团购”这一仗。

为了抢夺这个庞大的市场，12月11日晚间京东完成了曲线救国的“偷袭”，宣布以7亿美元战略投资“社区团购”龙头——兴盛优选。

在关于“社区团购”的研报分析中，天风证券商贸零售行业首席分析师刘章明团队认为，“社区团购”在商业模式的创新点主要包含三点：团长制、集采集配和预售制，该三点分别带来了三个成本的降低：流量成本、履约成本、生鲜损耗。

2020年年初以来社区团购竞争加剧，一方面资本密集注入该赛道，各传统创业公司扩张跃跃欲试；另一方面各大互联网巨头加速抢占该赛道，各平台加大力度进行团长、运营人才招聘，多家公司将“社区团购”业务提升至战略高度。

“社区团购”的市场究竟有多大？竟然迎来中国互联网巨头们争相拼杀？

平台的团长就经常到我的店里来，邀请我加入他们的平台，让一起做推广，并给予一定的补贴。我详细了解后，感觉平台在做赔本生意，这种模式在我们乡村小镇不具有持续性，我就果断放弃了。”

“没有想到的是，现在我们镇上做平台代理的人越来越多，也有好几个小超市加入了平台。现在我的生意受到了明显的影响，原来每天可以销售四五千元，现在也就是1000多元。”徐老板说。

“这种模式在城市或许可以持续下去，但是我坚信这种模式在乡下小镇难以持续，因为，平台最终是要赚钱，不可能永远补贴下去，可是我们这些最底层的小商户可以扛，哪怕一个月赚500元，也能扛下去。反正，我在自己家里开超市，又不要租金。”

官媒评论给烧钱大战降温，互联网企业反垄断问题已到节点

12月11日，人民日报官方评论“社区团购”称，别只惦记着几捆白菜、几斤水果的流量，科技创新的星辰大海、未来的无限可能性，其实更令人心潮澎湃。

这被业内解读为官方对“社区团购”的“定性”。

网经社电子商务研究中心特约研究员、上海正策律师事务所董毅智律师表示，互联网平台发展至今，实际上产生了很多弊端。但这些弊端已经不是靠平台自身和行业的自我调节能解决的，只能从监管层面去解决问题。平台经济反垄断行为能否根治是个动态的过程，没有任何法律规定或者指南能够解决所有问题，但趋势是好的，我国互联网企业反垄断问题确实已经到了关键的时间节点。

万联证券投资顾问屈放表示，不少公司在加强“社区团购”渠道的合作及建设，或通过资本加大合作与布局，主要是希望开拓客户、增强客户粘性。巨头的入局把“社区团购”的竞争拉到了新的战略高度。人民日报的评论，或许会让这些巨头们的脚步放缓。

网经社电子商务研究中心主任曹磊表示，“社区团购”展现出电商行业前所未有的商业模式，将“人、货、场”的交易模式推到极致。目前已经表现出高度同质化的特点，决定未来发展差异的因素很可能在进场时间、团队执行力以及背后的资本支持。

“社区团购”在运营方面也存在一定的乱象。在部分论坛，有消费者称，打折销售的菜质量不太好，有些说蔬菜的量不够等。

根据网经社电子商务研究中心发布的《2020年(上)中国生鲜电商消费投诉数据与典型案例报告》，发货问题、退款问题、售后服务、订单问题、商品质量、客服问题是2020年上半年期间生鲜电商投诉的主要问题。

对小菜贩和个体户来说，赚钱越来越难，如果“社区团购”再不收敛，这些个体户只能被裹挟着变成参与互联网经济的“打工人”，而真正能从“下苦者”顺利转换为互联网“打工人”的寥寥无几，大部分将会另谋出路。

(据《华商报》)

“社区团购”就是抢夺菜市场的流量，“得团长者得天下”

“社区团购”，简单说就是小区门口的小超市或者快递小店的老板，成为这些互联网公司在该小区的团长，消费者需要什么给其下单(或者自己在平台上下单)，下班回家到其店里取货。

“扫个码，10个鸡蛋1块钱，9毛钱一袋子菜，手机上买菜真便宜。”最近，西安80后上班族陈女士听朋友说“社区团购”买菜很便宜，扫码以后参与，她成了一家购物团的团员。以前经常逛超市、菜市场，如今午休时打开手机小程序买蔬菜、水果以及其它日用品，下班去拿货，很方便，关键很便宜。

与前述情况类似，家住西安大庆路附近的秦先生两个多月前也加入了“社区团购”。他被小区附近生鲜店老板邀请加入一个“社区团购”微信群，里面经常发链接。时间一长他成了“老手”，便推荐亲友参与。“商家做活动很便宜，省时又省力。”

这个“社区团购”怎么赚钱？从业者高女士说赚钱有三个办法。第一，点击助力以后抢到红包，让更多人帮忙助力，凑够100元提现。第二，下单省的就是赚的。第三，拉人头参与获得提成。她发来一张海报说让按流程扫码，如果不懂，可以看抖音，上面有很多的介绍。专门做推广的被称为团长，他们相当于群主，服务客户、发展用户、吸引下单。

记者扫码下单支付后，系统显示让到西安市东二环附近一家蔬菜水果店取货，店门口摆放了很多水果，进店以后工作人员让报个人信息，拿出纸张查购物清单以后找到了对应的东西，就跟取快递一样方便。

“可以查单子，也可以扫码。”水果店的负责人张拓就是

团长，他动作麻利，有时收银，有时帮着理菜，店内还有其他员工。

张拓看到“社区团购”火爆以后决定尝试，经朋友介绍成为一名团长，建起微信群，每天在微信群里发平台上的新鲜优惠商品。现在，他已经和四五个平台合作，顾客网上下单以后公司送货，自己拿就行了。

团长是“社区团购”的重要组成部分，有说法称“得团长者得天下”。

记者查询发现，贴吧、论坛里，很多公司在招团长。目前从业者大多是熟悉网络、有空闲时间的人，或带孩子的“宝妈”。如，某公司招聘团长的告示显示，团长需要线下收货、安排送货，平台每日送货上门，团长妥善保管，然后通知顾客上门取货。如果想多赚就要建立社群，维护社群关系，在群内分享商品链接或海报，组织顾客团购等。

团长的收入主要来自佣金，各平台会根据营业额给佣金。有消息显示，在山东济南1个团长代理5个平台月收入约5000元。当地一个小区冒出20余个自提点，线下各个平台发展团长疯狂，采取扫街式地推，加入团长零门槛、高佣金，一天便发展了2000位团长。

记者上周走访了西安市东郊胡家庙附近6家社区便利店，不少商店都在参与“社区团购”。在一家生鲜店内一位工作人员介绍，现在卖菜的太多了，生意难做，他们既现场卖货，也接单网，不管是在大门口叫卖还是社群运营，最终都是为了卖货，销售额是硬指标。一位商店负责人还把记者拉到他们微信群里，让一起做“社区团购”。

正如前述团长所说，目前这些大平台进入市场的策略就是：不计成本，不要利润，只要流量，只要市场。

面对互联网企业的低价策略，个体菜贩生存艰难

12月13日8点，西安友谊东路附近的早市上，大葱5.5元一斤，蒜苗4元一斤，菜花3.5元一斤，红萝卜2元一斤，莲菜4元一斤……

记者采访了几位菜贩：“最近火爆的‘社区团购’，对你们影响大不大？”

“影响大啊，因为网上那个菜确实太便宜，已经低于成本价销售，我们不可能卖这个价。”一位商贩说。

“影响大，但我周围还没有同行因为这个影响而关门。网上卖菜它不可能把我们全吃了，我们赚的都是辛苦钱，这么冷的天，四五点就起床进菜，一天也赚不了多少钱。互联

网有钱人竟然能看上我们赚的这点儿辛苦钱。”说这句话的时候，该商贩笑了。

“互联网如果都来卖菜，那么，我们这么多人都干什么去？”该商贩说。

在“社区团购”的紧逼下，单薄的个体，已经开始对自己的未来进行思考。

“社区团购”不仅在城市进行扫楼式的发展，而且开始杀入了乡下小镇，小镇中青年成为拉拢对象。

徐老板(化名)是西安郊县一个镇子上的人，他在自己家开了一家超市。“从今年夏天开始，兴盛优选、多多买菜等