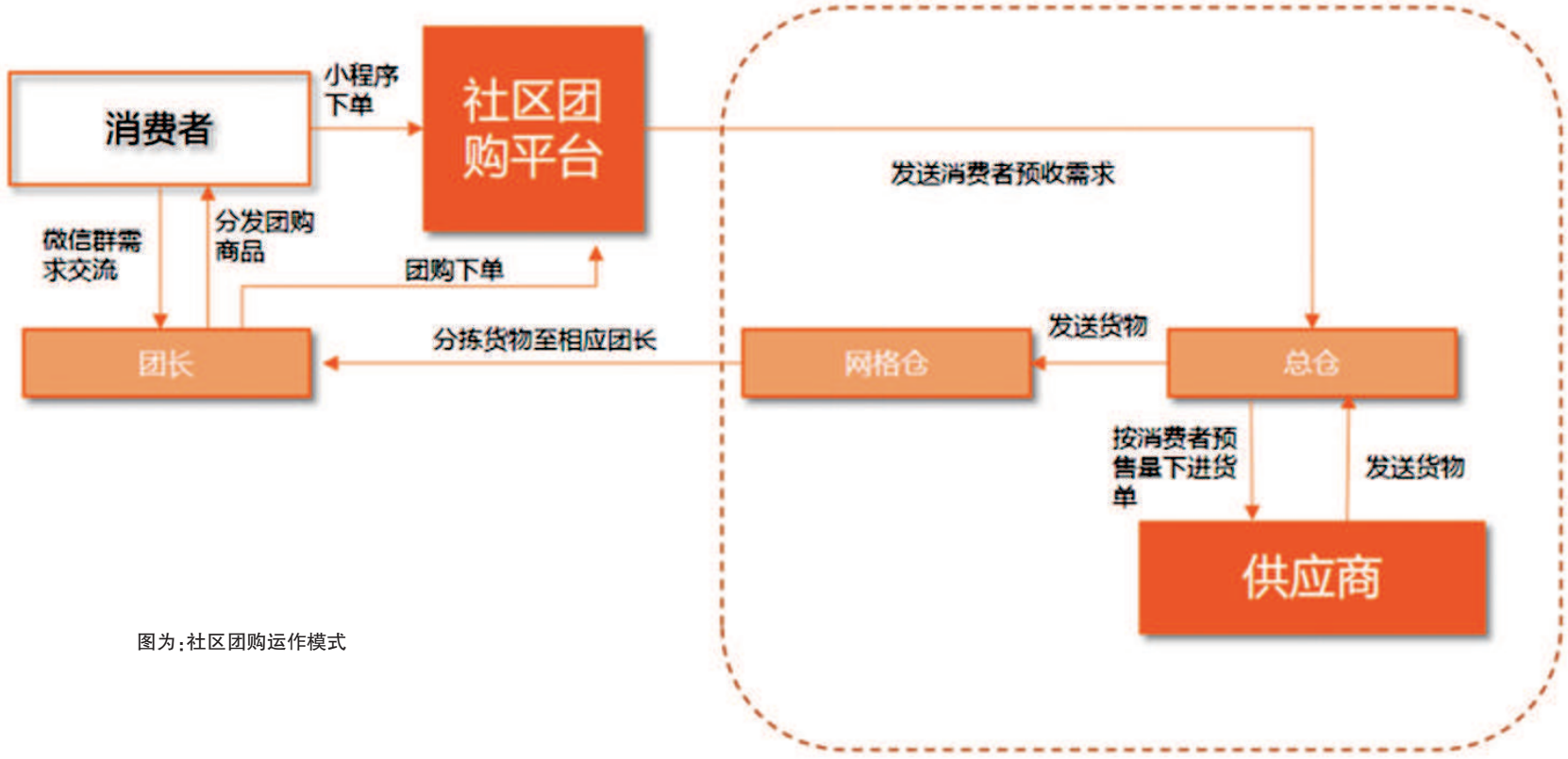


(上接 A 版)



图为:社区团购运作模式

2019 年,社区团购增速达到历史最高,据《中商情报网》报道,增速达到 300%,行业开始洗牌重组,社区团购市场集中度提升,部分公司逐步被收购或退出市场。2019 年 8 月,你我您并入十荟团。

2020 年开始,新冠疫情多点暴发波及多个省市,新冠肺炎疫情改变了人们的消费习惯,社区团购更是迎来了新的红利窗口期。

2020 年 7 月,美团宣布成立“优选事业部”;  
2020 年 8 月,滴滴的“橙心优选”上线;  
2020 年 9 月 1 日,拼多多的“多多买菜”已正式上线;  
2020 年 9 月,盒马成立“盒马优选事业部”;  
2020 年 10 月,苏宁菜场社区团购平台在北京上线;  
2020 年社区团购和生鲜电商领域融资额从 2019 年的 96.5 亿元跃升至 174.8 亿元,其中,十荟团在 2020 年年内三度获投,共获 2.497 亿美元融资;兴盛优选完成了 8 亿美金的 C+轮融资,投资方包括 KKR、腾讯投资、红杉资本等。谊品生鲜、兴盛优选、海豚购、好邻好物、十荟团、菜娘子等均得到资本垂青。

2021 年 9 月 14 日,阿里社区电商官宣已整合“盒马集市”与“淘宝买菜”,统一升级为新品牌“淘菜菜”。

2022 年 3 月份上海新冠疫情蔓延,诞生了几十万的社区团长,成为 2022 年社区团购一大亮点。社区团购利用其独特优势,在保障社会基本生活、减少消费者与大量人群密切接触等方面发挥了积极作用。

总体来说,社区团购作为生鲜零售创新模式的一种,发展历史并不长,但是发展速度快,重组频繁,各路参与者竞相布局,资本密集攻入该赛道。

### 1.3 社区团购市场规模

从 2018 年到 2021 年,社区团购飞速发展,市场规模快速增长,尤其是 2019 年增速达到最高,为 300%。2020 年以来,国家监管趋于严格,社区团购市场增速放缓。据《中商情报网》的研究报告,2021 年中国社区团购市场交易规模达到 1205.1 亿元,同比增长 60.4%。随着政策逐步由监管趋向规范,加上全球经济下行,国内消费者消费能力有所下降,我国社区团购仍有较大的扩张空间。中商产业研究院预计 2022 年中国社区团购市场规模将突破 2000 亿元。

### 1.4 社区团购用户规模

社区团购是根据住宅小区及附近客户相互选购、同社区相互派送,享有更高品质更廉价的商品,并且节省时间成本,深受消费者喜爱。近年来,社区团购发展迅猛,用户规模持续增长。2021 年社区团购用户规模 6.46 亿人,预计 2022 年用

户规模将增至 8.76 亿人。

### 1.5 社区团购的商品

社区团购的商品多为包装类食品、蔬菜、水果、海鲜及肉制品、粮油调味品、零食饮料等等刚需高频产品,在生鲜的基础上发展出更多刚需品种。社区团购面向的消费者主要是社区居民,品类密切贴合社区内居民的刚性需求和偏好。

### 1.6 社区团购人均消费

据华经产业研究院发布的《2022-2027 年中国社区团购行业市场调研及未来发展趋势预测报告》的数据显示,随着社区团购用户渗透率持续提升,较高的性价比优势导致用户粘性持续提升,社区团购人均消费额从 2018 年的 25.37 元增长至 2021 年 186.55 元,随着未来产业持续向好,用户习惯逐步养成,人均消费额仍将保持高速增长趋势。

### 1.7 社区团购的地区分布

在社区团购平台分布方面,暂时没有全国性垄断的平台,湖南、江苏、广东、上海、北京的社区团购平台较多。分布社区团购较多的省份基本上是经济发展较快,价格敏感型消费者基数大,也是生鲜优势产地,物流、冷链系统比较发达,其社区团购供应链往往更为完善,社区团购平台更容易在这些地区深耕。

### 1.8 社区团购行业监管

2020 年 12 月,《人民日报》如此评价社区电商团购:“别只惦记着几捆白菜、几斤水果的流量”。

2000 年 12 月 22 日,国家市场监督管理总局联合商务部召开规范社区团购秩序行政指导会,会议要求互联网平台企业严格遵守“九不得”,其中就包括不得通过低价倾销、价格串通、哄抬价格、价格欺诈等方式滥用自主定价权;会议要求,各地市场监管部门要积极回应社会关切,加强调查研究,研判掌握社区团购市场动态,针对低价倾销、不正当竞争等问题,创新监管方式,加大执法办案力度,依法维护社区团购市场秩序。

2021 年 3 月 3 日国家市场监督管理总局宣布,对橙心优选、多多买菜、美团优选、十荟团、食享会等五家社区团购企业不正当价格行为作出行政处罚。

2021 年 3 月 15 日陕西咸阳正式施行出台了全省首个《网络社区团购合规经营指南》。

2021 年 4 月 13 日,国家市场监督管理总局会同中央网信办、税务总局召开互联网平台企业行政指导会。会议指出,烧钱抢占“社区团购”市场问题必须严肃整治。2021 年 7 月,国家市场监督管理总局出台《价格违法行为行政处罚规定(修订征求意见稿)》,对恶意倾销、负毛利恶性竞争等掠夺性定价行为进行明确规定,从而为社区团购开展中的价格竞争行为制定规矩。

2021 年 9 月,国家市场监督管理总局局长张工在国新办发布会上表示,严厉查处社区团购领域低价倾销、价格欺诈等违法行为,加强虚假促销、大数据杀熟等不正当竞争行为监管执法,坚决防止资本无序扩张,保护消费者利益。

进入 2022 年,对社区团购平台违规行为的监管和处罚仍在继续,北京十荟科技有限公司 1 月 3 日又新增一则行政处罚,因违反《反不正当竞争法》被罚 30 万元。

### 1.9 社区团购行业洗牌

2020 年新冠疫情爆发以来,社区团购迎来了新的红利窗口期,滴滴、美团、拼多多三家互联网平台企业亲自下场,大规模收拢团长,招聘地推,喊出几个月内扩百城千城,融资和补贴一轮接一轮,行业竞争快速加剧。以此同时,2020 年以来,国家严格规范社区团购经营行为,尤其是要求互联网平台企业严格遵守“九不得”。失去补贴的社区团购跟其他渠道相比没有任何优势,不少企业出现经营问题,行业洗牌加剧。不到两年时间,这个热门赛道就从多个玩家激战转为集体收缩退赛,大事不断发生:

2021 年 7 月,同程生活申请破产;  
2021 年 10 月,“十荟团”陆续关停;  
2021 年,“美团优选”亏损超过 200 亿元;  
2022 年 3 月,“橙心优选”全线关停;  
2022 年 6 月,“京喜拼拼”再次关停多地业务;  
2022 年 7 月,“每日优鲜”被曝“解散”;  
2022 年 9 月,“兴盛优选”关闭诸多站点,退至省本部;  
2022 年 10 月,“美团优选”变身“明日大超市”

从 2021 年年底开始,仅剩的两个全国范围选手“美团买菜”和“多多买菜”也默契选择收缩战场,仍在坚挺的创业公司“兴盛优选”也在不断进行业务调整。

社区团购平台的知名平台“老三团”(兴盛优选、十荟团、同程生活)与“新三团”(美团优选、多多买菜、橙心优选),风光不再。

对社区团购玩家们来说,靠资本疯狂投入,快速扩大规模,追求高增长的时期已经结束了,降速收缩已经成为共同选择,社区团购已经告别靠资本补贴野蛮扩张高速增长阶段,进入降本增效的理性发展阶段。

(下转 C 版)