2022 年 4 月 23 日，上海一小区内，小区居民正在接收团购的网红汉堡。

新回到原来的轨道上去，原来相对稳定的商业体系会重新回来。作为网购达人，消费的主流阵地仍然是天猫、京东、拼多多、美团等已经固有的形态。这种集单模式并不适合日常购物场景。“生鲜蔬菜那些不耐储存的货物堆积在小区门口，志愿者都回到自己的工作岗位上去了，保安没有义务送货上门，等着客人全部自提也不现实。最后 100 米的问题就把社区团购给扼杀了。当然，其他一些日用品也可能会有生存空间。但绝对不是主流了，最多只是一个补充。”

“上海疫情期间的小区居民消费需求催生的社区团购，绝大多数是伪命题。上海日常是充分竞争的商业环境，现在是物流停顿的情况下出现的特殊商业现象。伴随疫情的逐步缓解，零售业会在一两周内恢复正常的商业运转，陆续得到恢复。社区团购这一商品短缺时代的商业模式，会逐步退出市场，消费者的个性选择，成为消费主流。”盒马总裁侯毅认为。

但也有人认为，社区团购是“预售 + 次日达 + 自提”的新型零售模式，在价格足够便宜的前提下，且能较快地送达，具有一定的竞争力。东哥在新疆当地运营一家旅行社，同时也负责向全国各地推销新疆土特产。疫情期间，东哥就通过德邦物流的“空 + 地”运输方式，将新疆哈密瓜、沙地番茄、坚果礼盒和馕直接快递到上海的各大小区。

产地直采，新鲜制作，短短三天时间，带着新疆玫瑰余香的馕就来到了上海人的餐桌上，即使摊上运费，所有商品的价格仍然比电商平台便宜。“新疆打馕人阿依古丽惊呆了，她问我，上海怎么一个人就要 200 个馕？她不知道，疫情让上海的消费发生了颠覆性的变化，团购模式把大批量的货物运到上海进行团购分销，不走常规的物流体系，从产地直达，不仅节省了很