



虽然从6月开始，上海最严格的疫情管控措施告一段落，但是全国的疫情依然不容乐观，而且病毒变种变得更迅速和复杂，上海的“百团大战”故事依然可能在其他城市上演。

多中间环节，提高了效率，也节约了物流和时间成本。”

东哥觉得如此集采集销的模式对于强时效、强复购的生鲜、农产品等品类有诸多便利之处。“现在的电商渠道越来越长，从供应商、经销商到代运营，渠道里的加价对于消费者来说，无论从质量还是价格，有些电商已经不再具备优势了，反而是我们利用整车到上海再进行配送，能更好地保证产品的新鲜度，让顾客体验更好，快递成本降下来了，更能凸显价格优势。”

实际上，类似东哥这样有着稳定货源，连通小区居民需求和供货商的团长们并不想退场，《上海团长白皮书》调查显示，有81.1%的团长表示今后还愿意继续组织团购。而尝到甜头的电商平台也打算乘胜追击，继续保留社区团购模式业务。

拼多多买买买合伙人谢浣纲指出，疫情结束以后，改善型团长很可能会回归主业，那么还是会有十几万的专业团长坚守下来。

“能够给消费者提供源源不断的高实惠、高性价比的好产品，这是这一商业模式能够存在的一个核心逻辑。”谢浣纲这样说道，

这就需要团长的工作向更加规范化、流程化的方式转变。谢浣纲认为，社区团购代表着“人网”的新战场，团购是以人为核心，以社群为核心，而不是以商品为核心。未来这些团长可能会向团队化、日常化、导购化、正规化、共享化这五个方向发展。

共享化也是社群商业模式专家周磊思考的一大方向。在周磊看来，以后可能不再会有非常明显的大团长、小团长的区分。而是谁能找到好的产品，谁就能成为此次团购的大团长，其他团长帮助分销，周磊将这种方式形容为“兵团作战”。

对于加入社区团购大战的平台而言，赵浩指出，在2022年3月上海开始疫情管控前，各大线上生鲜平台竞争激烈，而且都未能实现全方位盈利。社区团购赛道曾经的主流玩家，比如兴盛优选、十荟团、同程生活、美团优选、多多买菜、橙心优选，都已经倒闭或面临经营困难。“从长远发展看，优惠券、价格战、广告轰炸都不可持续，最终仍是要回归服务本身，尤其是要通过不断创新来提升顾客可感知的服务质量，平台是否人性化、是否稳定可靠、是否在不断进步，是博得消费者好感度的重要条件。各大生鲜平台之间提供优质服务的竞争还没有结束。”

虽然从6月开始，上海最严格的疫情管控措施告一段落，但是全国的疫情依然不容乐观，而且病毒变种变得更迅速和复杂，上海的“百团大战”故事依然可能在其他城市上演。

从这个意义上讲，社区团购似乎还未走向曲终人散的那一步。从当初的手忙脚乱到如今的驾轻就熟，从最开始团基本的生活物资到团蛋糕、咖啡等改善型食品，再到团活鱼虾蟹、团卡丁车乐高积木，及至后来发展到团购相亲，甚至有上海高校辅导员帮助学生在团购群里顺利拿到了offer……

万物皆可团的背后，是各式各样的社区团购支撑了疫情下的上海人。放眼世界，社区团购堪称有中国特色的商业模式。这一模式的发展没有可以借鉴的市场，当下所有的参与者都是市场的开拓者、探路者。那么，曾经创造出两个月消费奇迹的数十万团长，在未来的消费以及保供体系当中，是否又会开创出新零售的新模式呢？

为避免小区团购、快递外卖的感染风险，沪上小区的志愿者守牢大门，对进入小区的包裹进行严格消杀，防范病毒物标传播。摄影 / 刘敬

