



上海团长总数大约有 78 万人。以八成希望留守来估算，则有超过 60 万团长对社区团购恋恋不舍。

了个“时间过去太久，当时这瓜是熟的，现在肯定过熟，供应商不赔”。见 Kimi 如此回答，买家立即将坏瓜的照片扔到了 Kimi “好物 1 群”：“你这团购小凤瓜，一单起板三四个，我家不可能吃这么快啊。再说，西瓜这东西放几天就能坏吗？”

Kimi 没有接茬。此后几天，Kimi 还是不断地将团购信息发到群里，快煮米线、韩式炸鸡……，1 群、2 群、3 群……，她把自己掌控的所有团购群统统发个遍，可着实没什么生意。Kimi 这时仍恋恋不舍，想着 4 月份一度的“辉煌”。当时自己联系到的不少货品，发到 1 群都是分分钟秒光，轮不到 2 群、3 群的人来抢单。眼看着好光景不再，Kimi 不是没动过撂挑子不干了的心思，可转念一想——万一疫情又起来了呢？因此，群，不能解散。货品信息，不能不发送。哪怕没生意，Kimi 还在坚持。

Kimi 的做法不是个案。据相关方面统计推算，上海团长总数大约有 78 万人。以八成希望留守来估算，则有超过 60 万团长对社区团购恋恋不舍。可上海不少社区居委会又在 5 月底发出通告，声称 6 月 1 日解除封控后，“取消”团购。

团购取消得了吗？这些团长中有人在用行动表示，居委会的通知是不能奈何他们的。他们为什么要做团长，且做出了瘾？

从公益起步，走向何方？

自 4 月初开始搞出小区“好物群”以来，打拼近两个月，Kimi 已经成为自己所住小区排名前四的“大团长”。而除了有个据说是居委会指定、联系大商超的老曹以外，Kim 和溜麻、San 三位团长成了小区销量前三。其中销冠溜麻，在长达一个多月的时间里跻身嘉定区带货前 20 名。这一点，在小区封控后她所使用的带货小程序快团团上一眼就能看出——快团团给她做了排名星标。可即便如此，到了 6 月初，连溜麻都在自己的带货群里称，“解封以后，大家都重新爱上了快递，复购很多，落地配已经靠边站了”。溜麻之所以能在短短一个多月时间里

把团购做大，很大程度上是因为她本来的工作就需要和不少食品供应商打交道。疫情起来后，她无非直接将供应商嫁接到小区。自己所住小区居民超过 7000 人，加上在周边几个大型社区纷纷组团成功，团购队伍迅速壮大。溜麻不仅比去公司上班时还忙，还得在小区里招募不少帮手，才能完成团购工作。

可随着封控解除，团长们也面临抉择。

“如果还是 4 月中旬，还是封控期间，Kimi 大概率会积极理赔。一个小凤瓜三十多元，毕竟不是一笔大钱。好不容易积累起来的客户资源，怎么会轻易就不要了呢？”有邻居看到 Kimi “好物 1 群”里有人发帖，Kimi 和她的团队却置之不理，于是在本栋楼微信群里开始议论。

大家心知肚明，上海本轮疫情发生，特别是 4 月 1 日前后封控开始后，溜麻、Kimi、San 都是以“公益”为名起步，做起团长的。也就是说，当时这几位团长通过联系到供应商资源，帮助本小区的邻居买到了不少生活必需品，特别是一些食品。以 San 为例，她认识一个包子品牌的供应商，拿到的价格比该品牌在封控前的商超价都要低。San 还在建团购群时声明，每一单她都要拿出适当的量，送给小区的独居老人。一度，小区居民对她印象不错。特别是在疫情形势最为严峻的 4 月初，社区居委、物业、业委会联名发出所谓的“团购管理规定”。其实就是严格限制团购了。可 San 还是好歹保住了大多数已经成团商品进小区的资格。原因很简单——当她在群里告知大家，这一单小笼包或者那一单小馄饨的团购可能被社区管理者否决后，不少居民就去物业，去居委，帮着 San 说话。“她这么热心为我们居民采购，又不赚钱，还送食物给独居老人。只要不违反防疫规定，就该让她的货进小区！”

当时负责小区团购“审核”工作的几位，掌握着团长货品进小区与否的“生杀大权”。他们的衡量标准是什么呢？事后记者获悉，除了看这些团长的货源单位是否遵守防疫规定，以及货品是否属于本小区“规定”的生活必需品以外，还得看团长是否从中牟利。如果团长显然从中牟利，则“审核小组”是