

不可能给他们机会的。居委会最为紧张的时候是4月13日以后那几天。当时，上海市市场监管局副局长彭文皓在上海市第152场疫情防控工作新闻发布会上称，该局根据市民反映比较集中的问题，制定发布了《关于规范疫情防控期间“社区团购”价格行为的提示函》，或将进一步遏制高价团购现象。

当时，San和Kimi一度还联合起来，发起为社区独居老人献爱心餐活动，以此高调宣扬自己不是做生意赚钱的。随着疫情逐步缓解，这几位团长的劲头不减，反而越发大起来。毕竟前期积累了不少“客户”资源。譬如San搞了某大商超品牌面包团购，在4月份的时候以59元12只的价格团购大牛角可颂面包。一些居民感觉，疫情前，在上海的各类面包房里，大牛角可颂单只起码得卖十来元。可见，San在疫情期间给大家谋福利了。然而，收到货后大家发现，包装盒上标明了每盒价格48.9元。如果以此来算，San每单可以赚10.1元。以团到100份计算，则能赚超1000元。有人毛估估算了算，以4月上旬San在本小区的开单量算，她估计能赚大好几万——这还不算商家返扣。San当时在群里连连解释称，这标价与她的拿货价无关，供应商是按照59元供货的。“难道你一分钱不赚，义务劳动？”有人在群里问，San却突然静默。

过了几小时，她开始团其他品类物资了。直到有居民确实仍感觉这个牛角可颂是疫情期间难得的划算面包，又求她复购。5月25日，她开出的是——79元，一份牛角可颂加一份5斤蔬菜。“团长，为什么还搭售啊？”“团长，这可颂的价格为啥这么高呀？”“因为有采购资质的人去采购哦。然后还要找司机去自提，他们不送我们这边远的。”San如此回答。可这一单“可颂+蔬菜”愣就没成团。隔了两天，她改回59元单团可颂，最



志愿者黄静向林阿婆介绍今天开团的物资。摄影/陈梦泽

后勉强在解除封控前成团。

仔细看溜麻、Kimi、San这三位团长，确实有共性。她们一开始都是因为联系得到货源才开团。在疫情封控物资缺乏的情况下，以公益之名一下就拉到了不少“粉丝”。然后，迅速摆脱单打独斗的局面，招募“志愿者”帮忙分发物资。同时，老公等家人投入团队，形成了类似分销商一样的“小微企业团队”。此时他们已经不再猛打“公益”，而是各种带货——甚至面膜、化妆品、空气炸锅也开团了。

但这几位社区团长也有不同之处。比如据说溜麻本职工作就是与一些供应商打交道。一些供应商在疫情未起的时候要向酒店、餐饮单位供货，疫情之后，堂食取消，供应商也愁没销路。溜麻闻讯后牵上线，供需双方都满意。一旦疫情结束、社区团购取消，对溜麻来说影响有限——大不了她回到既往的轨道，

把冰箱塞满成为许多上海人疫情期间的常规操作。制图/黄雨霏

