



5月4日，上海的地产绿叶菜和西瓜、甜瓜已经上市，通过社区团购直送、集采集配集送、电商渠道对接等方式，团长努力帮助菜农瓜农把蔬菜瓜果销售出去，又努力满足广大市民的消费。



但因为刚需的紧迫性，参与团购，成了一项不得不去探索的任务。李晓栋说，自打封城半月，全家的伙食开始缺菜少肉，便只好吃小米粥、面疙瘩、酱油拌饭。

虽说，体重骤降10公斤，有助于三高指标；菜肉之类周围接济的朋友，也不少；但依靠各方的捐助总不是个办法，自救才可解决生计。一是写稿，二是做股票，三是做小贩。只不过，让一个作家弃笔从戎，怎么看，都毫无违和感。

用李晓栋自己的话说，文人做买卖，惭愧惭愧。但回头想来，特殊时期，只要能生存下来，管他文人的傲骄和面子了。

团购门槛，对职业没有限制，李晓栋迈出这步的契机来自于杨导，“平时和杨导聊剧本，沉浸式舞台剧，我做编辑，他做导演，但畅聊团购还是头一回”。先是了解市场需求，接着对接货源，然后提供审核资格。

李晓栋看杨导团购流程走得有模有样，心里也多了几分“跃跃欲试”。在最初找货源的几天，李晓栋就像汪洋中的一条船，漫无目的地瞎忙了几天。“我不是找的货源不对路，就是找到了货源没有团长接手。”

因为写海派文化的缘故，李晓栋与郊区各大农委比较熟络。当时，浦东农委推荐了一家“南汇8424西瓜”优质良种基地，他们的第一批“头瓜”即将上市。通过团购，跳过中间商赚差价，价格大幅下降；农民也能在应季时节，及时销售掉西瓜。

李晓栋琢磨着，这事能干，一边惠民，一边助农，何乐而不为。需求很快就来了，有几位媒体老同事在各自小区做团长，有着良好的信誉与口碑，合计后，他们决定早点把“南汇8424”西瓜推到社区“组团”。就这样，通过在浦东、浦西几个社区的组团，李晓栋作为大团长，带领几个小团长，一下子卖出了近千只西瓜。

当然，卖瓜不是终点，李晓栋搞了几次熟络的团购后，开始思考如何让农民的产品不再“贱卖”。他谈及在封控期，最有感触的一件事，当时居民吃到新鲜芹菜特别困难，合作社一天芹菜的产量是一吨，收购价格为0.99元/斤，但到了社区团购价，却翻了七八倍甚至十几倍。

“目前，我正在尝试联系金山、奉贤等区的农委，让他们推荐一些性价比高的本地农产品，我再把信息带到市区推广。”当团购的直销模式扁平化打通后，高价菜也就没有市场空间了。一方面农民收购价格可以适当提升；另一方面，居民购买新鲜蔬菜的金钱成本也随之降低。

李晓栋说，今年，44岁的他，的确和卖扫帚的松本清张一样，开始文人做买卖。松本老师一边卖扫帚一边能欣赏九州到关西沿途的风土人情、曼妙景色。而李晓栋，开始走出天井里的铁栅栏，当起了“公益团长”，“待到暮年，算得上一个谈资吧”。他打趣地说。

职业团长陈耕：赚该赚的钱

讲实话，疫情期间，真正做公益的团长还是少数，居民们付出金钱，购买的商品大多仍然源于品牌大团长。而品牌大团长招募社区小团长模式的出现，也是基于整个上海运力有限、保供资格企业越来越多的前提之下。

“明早的早餐有着落了。”封控第20天，沈青在朋友圈写下这段感慨，两天前，她通过品牌招募的团长手里，买到了一家知名品牌的面包，味蕾获得慰藉。和沈青一样，在上海多家