



社区团购省去了大量的中间环节，减少了损耗，提高了效率。**未来如果团长能够广泛地联合起来，直连商家、品牌，有可能拓展新的市场空间。**



团长在烈日下为居民分发团购物资。摄影/种楠

可以承受的。

疫情之后，快团团路在何方？

据国金证券研报，疫情让快团团相关数据迎来快速增长。微信生态中，快团团小程序3月DAU（Daily Active User，日活跃用户数量）同比增速达到448%，需求持续旺盛，快团团打开次数增速明显高于DAU增速。

快团团的成长也引来竞争者的关注。就在今年，腾讯内测了一款团购工具小程序“鹅享团”；支付宝也上线了团购工具“天天团”，打出“0元服务费，一键开团”的旗号。

如今，那个熟悉的上海已经如常归来，很多疫情期间建立的团购群也解散了。网购、快递都已恢复的当下，快团团在上海还有市场吗？

有人乐观估计，一场疫情改变了魔都人民的消费习惯，社区团购还会继续存在下去，这就让快团团等工具有了用武之地。

在上海连锁经营协会餐委会会长汪志刚看来，社区团购

正在成为本地生活的一大触角。这一商业模式不仅在零售、餐饮行业行得通，未来还有可能渗透到教育培训、文化展览等领域。

社群商业模式专家周磊则指出，社区团购有重构中国大流通方式的机会。首先，社区团购省去了大量的中间环节，减少了损耗，提高了效率。其次，当下中国的电商品牌方在头部电商平台上架产品，需要向平台缴纳广告费、佣金等，同时品牌为了获取流量，需要对产品降价，这就导致产品的质量越来越下行。因此，未来如果团长能够广泛地联合起来，直连商家、品牌，有可能拓展新的市场空间。

无论社区团购是否会在“后疫情时代”发扬光大，快团团本身已开始布局。

例如，针对上海团长们，快团团的客服已经建了群，名为“SH团长训练营 x 群 xx 期”，不定期分享一些免费课程。

通过这些课程，很多兼职团长才意识到，在快团团，“团长”的角色其实分为“供货团长”和“帮买团长”，前者承担上文提到的传统“团长”的所有职责，后者则挑选可靠的团购并推广，以此获得提成，类似更为丰富的团购分销渠道。

而且，除了快团团这个微信小程序本身，一些新的工具也开始出现来辅助快团团。例如，在各大手机应用商城中，有一个名为“买买相册”的应用软件，自称为快团团助手。该软件的所有功能都与微信相关，包括批量发朋友圈、群发引流、批量抓图、朋友圈抓图等等。在买买相册的帮助下，使用快团团的团长，可以直接抓取转存上一级团长或供应商的配图，生成新的团购链接，并再次推广。

作为一个SaaS（软件即服务）微信小程序，“快团团”因其针对疫情的个性化服务，吸引了一批新团长及用户。当然，疫情期间，消费者最核心的诉求是买到物资，所以对配送速度、价格以及品质都有了更高的包容度。疫情之后，如何在这些方面更进一步提升，或将决定快团团能否“百尺竿头更进一步”。