



石家庄: 开启社区团购2.0

河北日报记者 赵泽众

【阅读提示】

2022年,被称为社区团购复苏之年。社区电商、社区团购、超市拼团以及物业团购等竞相发展,可谓百花齐放、各显神通。
在石家庄,以门店为核心、旨在服务本地群体的社区团购快速发展。本地团的团长们将社区团购与传统零售结合,构筑起同城零售的新生态,正打造一种面向社区的新零售场景。
在业内,石家庄社区团购近来的创新已颇有口碑,其创新主要体现在哪些方面,团品从哪里来,创新之后的未来在何方?

【记者观察】

社区团购的机会和价值

“这次到的蓝莓品质不好,我给退回去了,等有好品质的咱们再开团。”7月7日,默默优选的团长默默在群里发布公告,告知团员们这次蓝莓团购取消。这并不是默默第一次取消团购。
“一方面,团员们预定时不用付款,取消对他们来说没有损失。另一方面,等品质好的团品到货时,会使顾客的获得感与满意度双倍增加。”默默说,自己对生鲜类团品的品质格外重视。“因为对顾客来说,团品的品质和团长的诚信直接挂钩,这是运营社区团购最重要的部分。”
有专家指出,能够洞悉社区居民消费特点和偏好,同时作出明智选品的团长,相当于掌握着“成百上千”的私域流量,而通过私域流量扩大营销能力,让顾客每天看新团品成为一种习惯,是新零售能有稳定顾客的成功所在。

曾经是多个团购平台团长的静静,在平台陆续撤场,佣金和奖励随之减少后,主动放弃平台,利用自己之前建起的500人的私域流量,开始做起独立团长。
“500人的群直接放弃太可惜了,做平台团长时我认识了一些供应商,做独立团长后,我能把控团品质量,售后率变低了。”静静说,“以往做平台团长时,团品到货后,就通知团员到小区门口取货。每个平台的到货时间不一样,订购产品不一样,再加上顾客取货时间不同,每天都要花费很多的时间。”
静静告诉记者,现在一个供应商一次往往只送一个团品,“团品的到货时间我能协调,团品分拣时间也减少了。取货地点改为我家门口,做独立团长和以往相比真是大自由了。”
从新型社区团购的现实案例中不难发现,这种零售形式在下沉市场适配度高、发展空间大。

此外,社区团购是传统商超零售的补充业态,弥补部分低线城市线下商超空缺。满足日常的家庭生活需求,对比传统电商,时效性更强,性价比更高。消费者在传统电商购买商品,物流往往需要2-3天,若加急则需要更高的价格。但是,在社区团购模式下,消费者可以以更低的价格,次日提取。
去年冬天,小许到家社区团购将灵寿县三圣乡滞销的8万斤萝卜销售一空,既保障了农户的收益,又通过地头直达餐桌保证了价格优势。

中商产业研究院发布的《中国社区团购行业市场前景及投资机会研究报告》指出,下沉市场,尤其是下沉社区市场的连锁化率很低,有发展空间。随着乡村振兴战略的推进、制造业往中西部转移,乡镇化发展会释放出连锁化红利。这一机遇中,像社区团购这样的线上线下融合形态可能会有比较大的机会。
专家指出,依托于社区团购业务发展而搭建起来的更高效的短链履约基础设施,以及触及的广大下沉市场用户,或为平台公司提供更大的商业价值。

文/河北日报记者 赵泽众

零售模式在变

“今日特价菜:黄瓜,又叫西葫芦,适合包饺子。去年老店团过1次,今年很多顾客找,现在开始报数,10点截止。”7月4日上午7点半,石家庄小许到家紫睿天和店的团长在微信群里发布了当日团品。

小许到家创始人许耀宁介绍,小许到家社区团购采取加盟运营的方式,从2021年3月开始,加盟店已经发展到80多家。每期确定团品后,由运营推荐给门店合伙人即团长,团长再推广至门店社群,以用户报单形式收集订单后联系采购。

“蔬菜生鲜类的团品,一般两小时内80个店一共能接到8000斤的订单。”许耀宁说,“群里报的数量总和就是我们进货量的依据,生鲜类团品从田间地头到各团长的店里,最快的只需要几个小时。”

今年以来,石家庄社区团购店数量激增,且往往分布密集。记者走访中发现,在石家庄市高新区一条仅300米长的街道上,就分布着3家不同的团购小店。其中,有的社区团购店铺经营模式同小许到家一样,还有的社区团购店由独立团长运营。

近日,河北顿浩供应链管理有限公司总经理强会涛将他的微信名称由“鹿小曼仓储会员店”改为“鹿小曼仓储会员店+社区团购”。供应链公司将实体店与社区团购相结合,开展零售的同时兼顾批发业务。

记者联系强会涛时,他正在为新的社区团购店铺开业帮忙。新的社区团购店铺本身只是一个奶站,加入社区团购后的二次开张,为店铺带来了新的流量,门口的顾客排起了长队。

“现在实体店生意不好做,但是我们发现凡是有团品的店,生意都特别火爆。我们进军社区团购领域的同时吸引了许多实体店老板加入。”强会涛说,“实体店老板在其业务基础上,同时加盟我们的社区团购,既保证后台有可靠的供应链,又通过我们的流量把之前的生意带动起来。”

这既是加盟店主的想法,也是强会涛把自己的业务拓展到社区团购板块的原因。

此外,还有许多社区团购门店是由独立团长运营,其中既有以前给平台做团长的,也有实体店老板转型而来的。
今年5月,曾经是便利店老板的王昆,关闭

了连续两年生意冷清的便利店,在石家庄高新区闽江道上租了一个10平方米的门店,全职做社区团购。开张至今,生意越来越红火,已建起了2个500人的顾客群。

这种模式对于想做社区团购的创业者来说颇有吸引力——轻资产创业,前期投入少、团品损耗低、按需下单没有库存,达到降本增效的作用。

王昆告诉记者,便利店货品种类丰富,铺货成本高。当部分产品补货越频繁说明售卖越快,在利润率一定的情况下,利润净值就越多。但即便是营业面积较小的便利店,也有上千种商品。其中,一定会有一部分产品销量较低,而今变成压货库存,成本难以回收。

“社区团购就不一样了,团长根据订单销量进行采购,真正实现零库存,大大降低了损耗。”王昆说,“不仅是零库存,团长的资金流转周期短,每团购一个产品都可以直接获取利润。”

河北大学管理学院信息工程系主任杨秀丹认为,当下社区零售模式统筹线上和线下,

▲在小许到家创始人许耀宁办公室内,一张石家庄市城区图上布满红色小旗帜。每一面小旗帜代表着小许到家社区团购店铺的位置。
河北日报记者 赵泽众摄

更直接地“货找人”,更迅捷地把商品送到用户家门口,离用户更近。单看石家庄市社区团购的每一个环节,都属于传统零售模式范畴内,但是社区团购将团长制、集采集配与预售制相结合的模式呈现,可以说这是一种创新,是一种新型零售模式。

供应链在变

7月12日15时,社区团购的荔枝即将到货,王昆驱车前往石家庄市一家批发市场接货。

王昆介绍,这批荔枝是从距石家庄220公里的首衡河北新发地发出的,正常情况下3个小时就可以到达石家庄,他只需要到物流车停靠的市场提货就可以了。

“现在许多果蔬供应链公司在新发地直播代采,团长不用亲自去,就能买到一级批发市场的果蔬产品。”王昆说,“新发地市场有严格准入制度,供应链公司有一定的选品能力,到货的产品顾客反馈很好,这样的采购模式又快又好。”

专家指出,供应链借助专业的直播开拓更广阔的市场,可以让农产品流通更加高效,供需匹配更加精准。还可以反向塑造新发地的上

游供应链,提高标准化、品牌化、信息化水平,顺应新的时代需求和发展趋势。

6月27日,位于石家庄市桥西区时光街的盼盼社区团购建起了第21个社区团购群。每日下午4点,团员们开始提货,取货队长是时光街上独特的风景,吸引了路过的居民停留询问,同时也吸引着找货的独立团长们。

团长盼盼既是一名团长又是团长的团长,以时光街店为主店,附近许多小区的团长都是她的成员。像盼盼为许多团长供货的模式,在社区团购圈被称为团批。

团批货品均以件、箱等大件形式出售,并以低于市场零售价给到目标用户。对于团长来说,开启团批也是一个很好的出路。团长做团批时,可以增加团长的佣金回报,同时带来更多的订单数量。

君乐宝乳业、今麦郎、恒大苏打水……居民对这些品牌类产品认可度高,需求量大。社区团购的优势之下,有经销商选择拥抱社区团购这个新渠道,主动联系团批或者像小许到家这样形成规模的社区团购门店。

一位河北地区经销商告诉记者,对于经销商来说,通过转型做社区团购不仅可以丰富自己的销售渠道,而且给社区团购供货,采取以销定采模式,账期基本在“T+3”(指钱在交易后第三天到账)左右,经销商的库存损耗能得到有效控制,压款拖欠风险也比较小。

“社区团购还可以为经销商带来更多的商品销量和利润,是因为社区团购以生鲜为敲门砖,通过高频激活用户,来带动中频尤其是低频高毛利商品已经成功被验证。”该经销商说。
在很多人看来,社区团购供应链很难管

服务内容在变

“闺女,我家马上没大米了,你赶快帮我们找找好大米吧,我不放心去别的地方买。”近日,默默优选社区团购群的团长默默收到了团员发来的这样一条消息。

“好的,阿姨,这两天我找找,有好品质的大米咱们就开团。”默默回复。

默默告诉记者,每当被这些老年团员“需要”的时候,她会觉得自己做的事很有意义。社区团购打开了她的视野,未来,她想为团员们提供更多的优质服务。

“平台是冰冷的,社群是有温度的。”采访中,许多团长都和默默有着同样的感受。不少社区团购群和消费者之间的信任感在购买到好的团品中建立,要维持好这种信任,除了加强和群内群友的互动外,更要提供更精准、诚信的服务和更高质量的产品。

对于社区团购的未来发展,第三方机构易观分析在其行业报告中建议,在强监管政策背景下,互联网平台企业应回归零售本质,打造生鲜供应链体系,为用户提供有保证、有质量的产品;利用自身优势,与上游各环节厂商协同发展;赋能本地供应商和团长,差异化运营各区域社区团购业务,保障区域市场的平稳发展。

对于社区团购未来的走向,强会涛有着自己的见解。

“社区团购未来是否能洗牌更新,那就看有没有更先进的商业模式、供应链,给老百姓带来质优价廉的商品。”强会涛说。“鹿小曼仓储店经过去年一年的发展,发现不好做。但团购能够帮

店做引流,提高销量,那就增加团购板块。其实是被逼着走上了不断创新迭代这条路,不创新就卖不动货。”

也有专家指出,社区团购是一个已经被验证可行的,有消费者愿意接受商业模式。在社区团购的优化调整加速这种趋势下,社区团购未来还是会更进一步精细化运营,和平台原有模式、前置仓、线下业态探索进一步结合。随着新型业态的出现,社区团购应当精耕细作,发挥自身优势,让服务更加专业化。

6月29日,小许到家西藏之旅启程了。

“旅行团是小许到家的团长带队,全程保障团员们西藏之行。”许耀宁说,“除此之外,我们正在搭建家政服务队,围绕社区用户家中的‘洗衣机、空调、油烟机’等家电清洗维修保养等”日常生活需求,让用户足不出户就可以轻松解决家电维修保养等问题。”

许耀宁介绍,门店不止团品,社区不止团购。小许到家正在围绕社区店经济模型,构筑以门店为核心的“一公里经济圈”,以用户需求为核心,以生鲜食品等日常刚需品为核心品类,家政服务、吃喝玩乐等本地生活服务为外延品类,以家电等高档耐用品为升级品类,打造“万物皆可团”的家庭生活解决方案。

杨秀丹认为,石家庄的社区团购模式在团购

行业引发广泛讨论,其运作模式为社区团购打开了更大的想象空间。即以“满足细分人群需求为核心,以社区团购为主线,以多元化交付模式为外延,构筑起同城零售的新生态”。通过即时达、当日达、次日达及多日达构筑起的同城零售,核心是满足用户从即时性消费到计划性消费的不同需求,这背后代表的是不同的需求周期。

“今年‘6·18’电商节似乎并没有往年的火热。全年中,社区团购360天都在促销,可以说几乎每天都是‘6·18’,在价格和品种上,没有大的变化。”王昆介绍,群友“福利”始终处于进行时带来一个结果就是,当某个电商节优惠没有更好的“玩法”时,消费者购物欲下降也在情理之中。

杨秀丹认为,社区团购的发展,不是对线下社区商业的替代,也不是通过恶性低价竞争打垮社区商业,而是利用其高效供应链优势、数字化技术优势等,对社区商业进行数字化改造,提升社区商业服务能力,实现共生共荣。同时,社区团购也将通过重新理顺商业逻辑,打造基于供应链、质量、效率、服务、技术等诸多能力的核心竞争力,从而探索出一个有序且健康可持续发展方式。

►每天一早,团长默默将最新水果实拍图发至社区团购群。
张 默供图

