

石家庄市区内小许到家社区团购门店。 许耀宁供图

石家庄: 开启社区团购2.0

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,

零售模式在变

【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取消。

这并不是默默第一次取消团品。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

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。

店做引流, 提高销量, 那就增加团批板块。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团队, 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

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,

零售模式在变

▲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”, 更迅速地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。

理, 平台撤退、裁员、倒闭也大部分来源于供应链, 货损、滞销每天都在发生, 甚至耗损超出了可控范围, 对供应链的优化显得重中之重。

有着做供应链经验的强会涛介绍, 各社区团购平台采用的是供应商共享仓一中心仓一网络仓一团长自提点的多级供应链模式。其问题在于供应链环节较多, 造成货品搬运次数多, 搬运的次数越多成本就越高, 这也导致现在平台上销售的蔬菜价格并不低。

“而新模式下的社区团购的团品直接从产地到团长, 减少的中间环节直接省去了30%至40%的成本, 省去的部分让利给老百姓, 做到价廉物美。”强会涛说, “我们本身就是一个供应链公司, 再加上已经做了一年仓储店的销售, 公司可以对鹿小曼每一个社区团购店进行上游供应, 根本不愁货源。”

杨秀丹认为, 社区团购的选择, 反映出零售商业模式正在起变化。社区团购正在改造传统零售供应链, 而作为其中重要一环的经销商、批发商正在谋变。

服务内容在变

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, 社群“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



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