

美团拼多多都上了，不同城市做社区团购突破点在哪？

产品名称	美团拼多多都上了，不同城市做社区团购突破点在哪？
公司名称	东莞市数云网络科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	广东省东莞市松山湖园区瑞和路1号2栋501室02
联系电话	18002820787 18002820787

产品详情

如今各大互联网平台都已布局进入市场，近几天美团、拼多多旗下社区团购平台“美团优选”“多多买菜”在武汉上线试运营，狂砸补贴抢占团长、用户资源。立足观望、跃跃欲试的各路团购玩家们，该如何在如此激烈的市场中找到突破口：

现状：一二线城市

其实没有巨头杀到之前，一二线城市大部分的社区团购平台已是“厮杀”不断，拼的都是供应链和运营能力，仅武汉、长沙等中部城市，几十上百家大小企业已是“厮杀”不断，挖墙脚、价格战层出不穷

比较有趣的现象是大家白天送货，极大概率就碰到了友商的送货小哥，优质社区的门店更是同时有3、5家以上的货物，稍微大点的项目平台，有一定资本和其他业务输血，但持续做纯卖货式的平台对未来发展并不是很健康。

目前大多数社区团购平台还处于1.0模式中，即小程序开团+社区自提的模式，早期新鲜感十足，平台少竞争小，大家都过得滋润，而现在的现实是随着零食酒饮、日百、美妆、粮调等标品的不断扩充而带来同质化严重问题，除了价格之外没有更好的卖点，对于用户来说，哪家有实惠、爆品就去谁家下单。消费者永远是无情的！

在一二线城市未来趋势应该是一部分平台尝试增加线下类美团和上线小红书这种本地生活服务模式，用生鲜引流、爆品持续维持粉丝拉新与日活，再将巨大的私域流量资源变现。类美团生活服务早期有许多平台都有尝试过，比如换季时开洗衣团购、洗窗帘服务，春节前团购家政保洁类服务，这类服务客单价高、但频次极低，受参团人数、季节和地域限制多。整体来说还只是停留在商品售卖层次，无法实现有效的流量变现。

突破口：稳扎供应链同时上线本地生活服务

有一定实力的团购平台，一座城市中日活会员数万到数十万+，有足够会员基数，可以尝试以小区为基本单元对接社区商圈，将吃喝玩乐、亲子、培训教育等生活服务纳入团购中，做成常态化，于商户来说流量成本远低于美团，平台也可实流量变现。

另一方面上线内容社区版块类小红书的UGC模式，社区用户可以发布各类有关社区、生活类的话题、种草视频/图文，同时为商家提供有偿推广服务，也有效解决微信群中各类不明广告骚扰。

其他类似闲鱼的同城二手闲置交易业务也可尝试...

谁能尽早升级到社区团购2.0玩法，将大大拉开差距，进一步稳固品牌优势。

现状：三四五六七线城市

无论是仓储集转还是产品供应，相关的配套设施远不及大城市，许多地区网购还比较依赖快递，社区团购普及率并不是特别高，好产品的获取便利性要差不少。

对于下城市场的居民来说，他们更加关注高性价比和新奇的商品，而缺少的正是购买渠道。消费者对高性价比，以及物美价廉商品的追求从未停止。拥有众多人口且市场空间巨大，大城市年轻人房贷车贷、现金贷压力多，可支配用于消费升级的银子不多，而三四五线城市经济压力相对较小，生活节奏较慢，能够掌握家庭消费决策的以女性为主，可支配资金和时间相对较高。对于创业者来说，避开一二线城市的团购主战场，从下沉市场发力机会甚多。

突破口：尽早布局，抢占市场

据我们合作的几家平台反馈，实际运营的时候，往下的市场包括乡镇在内比大城市要更好做，从团长招募和市场推广上来说，地域环境不同，熟人更多加粉和复购率要更容易做上去，许多产品到当地可以成为爆品，例如生鲜类车厘子、榴莲、山竹等高端产品，一般水果店怕损耗高都不敢多囤货，高品质的更是难见，而团购预订模式可以比较容易解决这类问题，按人均消费力计算，三四五线城市消费率更强，因此尽早在下沉市场布局社区团购是有很大大机会的。

当然无论如何，社区团购核心的还是供应链之争以及做好服务带给用户更多的价值认同，活跃度依赖平台是否有持续独特产品的输出能力。

以上仅对大家近期关心的问题提出个人见解，团购事业道路漫长而有趣，对这个行业感兴趣的朋友可以欢迎素质三连，也可以私信加我微信，了解咨询更多社区团购的大小事！