

社区团购，社区团购的前世今生，社区团购运营，微三云麦超

产品名称	社区团购，社区团购的前世今生，社区团购运营，微三云麦超
公司名称	深圳市微二云信息技术有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	广东省东莞市东莞生态园瑞和路1号松山湖高新技术创新园B栋2-5层
联系电话	13929266321 13929266321

产品详情

社区团购，社区团购的前世今生，社区团购运营

早在2016年，在长沙出现了一批自称『团长』的人，他们出没于长沙的各大生活小区和小区店铺，一方面拉拢小区的住户加入社区团购微信群，另一方面去和店铺老板谈判，争取到最合适的商品团购价格，之后由『团长』在微信群中发起团购。于是，这门名叫『社区团购』的生意悄然兴起。

你可能会觉得这种模式好像在哪儿见过，没错，你完全可以把社区团购理解为『社区本地化的拼多多』。

拼多多、快手、趣头条作为下沉市场的三巨头，已经证明了在中国，二线城市以下的市场是多么巨大，随着移动互联网的快速渗透和下沉，巨大的消费流量池已经被打开，而一线的主流或将被颠覆

2015年9月成立的拼多多，今年的年GMV（成交总额）已经超过了1000亿，而取得这样的成绩，淘宝用了5年，京东用了10年。快手已经拥有超过7亿用户、1.2亿日活，而达到这个用户量，QQ用了整整18年。趣头条从零成长为一家16亿美金估值的公司，只用了18个月，而今日头条则用了3年。

这些都说明了一个问题，那就是在移动互联网普及的今天，生意下沉早已是趋势。

这也就不难解释『社区团购』这个概念会在长沙这个经济并不算发达的二线城市兴起，而不是北上广深这些充满创新精神经济发达的一线城市。

根据2017年『35个重点城市最新房价收入比榜单』数据显示，长沙新建商品住宅成交价8559元/平方米，人均可支配收入46948元，房价收入比6.67，位列榜单最后一位，而榜首的深圳，房价收入比高39.64。据此不难看出相比于在一线城市，在长沙的生活压力会小很多。

生活压力的降低必然导致生活节奏的放缓，人们会有更多充裕的时间去比价，选择更合适的商品，较低的房价也保证了消费者具备相当的购买力和消费频次，在移动互联网早已普及的今天，『社区团购』这个概念也便不难打入市场。

02

社区团购发展现状

今年下半年以来，诸如你我您、食享会、呆萝卜、邻邻壹、十荟团、考拉精选等社区团购项目先后获得融资，其中食享会A轮融资、十荟团天使轮融资金额突破亿元，呆萝卜融资金额则达到千万美元。资本风向已变，此前对于无人零售、便利店等项目的关注，逐渐转向社区团购。

社区团购的『百团大战』战斗号角即将吹响。

一方面，社区团购必然迎来一轮洗牌，待头部效应尽显，活下来的品牌才会进入精细化运营。在此过程中，能否在短期内验证盈利模式、提升用户密度、保持供应链稳定性是社区团购项目需要比拼的重点。

另一方面，长远来看，社区团购要想突破区域限制着实不易，大部分社区团购品牌主要以一个省份为目标市场。但具有B2B背景在社区拼团是将厂商、小B商户、C端用户打通，相比较一些依靠资本跑规模的品牌来说，不仅稳定性更强，且在发力省外市场时，具有天然优势。

笔者将目前快速发展中的社区团购品牌现状总结如下：

03

社区团购为何能火

既然社区团购的火爆已经成为不争的事实，那就让我们冷静下来分析一下这其中的原因。笔者总结可能的原因有以下几点：

1 . 社区团购解决了社区居民的痛点

对二三四线小区居民来说，他们往往更加关注高性价比和物美价廉的商品，缺少的是更好更优惠的产品，以及买到这些产品更好更快的渠道。事实上，广大的人民群众对高性价比，以及物美价廉的商品的追求，从来没有停止。

2 . 社区团购融入了更加可靠的社交元素

笔者在之前的文章就有提到过，未来新零售的模式将向『电商 + 社交』的方向发展，而社区团购中社交属性是很核心的一点，社区居民通过『团长』与商品链接，与传统电商相比，更加多了一份真诚与信任。

3 . 社区团购的参与门槛和成本都很低

这一点主要体现在社区团购的获客成本低、商品几乎不需要库存、配送成本低、商品损耗少几个方面。社区团购采用的预售模式，依托小区宝妈和便利店主，将运营的成本降到最低，具有相当的价格优势。

4 . 外部资本的推动

当然，外部资本的力量也是功不可没的。正如上节所列出的信息，资本总是会向利润最高的地方流去，显然目前资本对社区团购的潜力是无限看好的。

04如何做好社区团购

笔者认为，做好社区团购需要抓好以下几个关键点：

1 . 团购团长

毫无疑问，社区团购中人的要素占相当大的比重，团长作为社区团购的连接者，地位可以说至关重要，没有团长就没有社区团购。

从众多平台的团长数据分析来看，社区团长基本集中在以下几类人群：小区宝妈、小区店主、小区达人。目前主要以兼职为主，未来会不会出现职业社区团长，这就要看今后社区团购模式能发展到什么水平了。

2 . 团购商品

好的商品可以说是社区团购的另一个核心。高性价比、物美价廉的商品一直是消费者所喜爱的，可以说提高商品的吸引力，才能提高社区团购的竞争力。

目前来说社区团购多以果蔬生鲜为切入点，而未来更多本地化的、有特色、高质量的商品将会更加受到客户的欢迎。

3 . 供应链

规模小时，供应链或许显示不出什么重要性，但是随着规模越来越大，对供应链的把控才是核心竞争力。

随着资本入场、赛道加速，社区团购的入口必然急速收窄，进入的门槛将越来越高，届时市场上的主流玩家和头部公司在团长的拓展和管控上将越来越趋同，而真正导致竞争力分野的将是供应链能力，能否提供持续、稳定、优质的产品将成为制胜之道。

4 . 用户体验

这涉及到很多方面，笔者提一点，比如目前社区团购多依托微信群为平台，而未来可能会向微信小程序方向发展。如何提高用户体验，使消费者能够放心愉快的进行消费，将成为每个社区团购运营者必须要面对的课题。

社区团购的未来

实际上社区团购未来还存在着很多问题待运营者们解决。

一方面社区团购模式本地做到一定规模并实现盈利，可以说区域验证成功，但由于进入门槛低，市场分散，地域性较强，头部公司市场占有率依然较低；

另一方面，社区团购本地化特征明显，跨区域经营存在很大挑战，规模化能力成为竞争的关键能力。

最后，在规模化扩张中，对产品和供应链的精细化运营能力将成为这场竞争的制胜法宝。供应链和用户

体验将成为社区团购品牌的核心壁垒。

笔者认为，随着社区团购规模的不断发展，社区团购的社交属性会不断地凸显，最终的终局可能是『人人都可以是团长，人人都可以向他人出售商品』。这商品可能是你老家的特产，可能是你所掌握的技能，可能是你向别人提供的帮助和服务，你自己就可以成为你们社区中的一个品牌。

当然，社区团购这个概念目前还处于快速发展阶段，也会出现很多的问题和争议，甚至更多的玩儿法还没有出现，对于这个话题笔者也将持续关注。

最后希望今天的内容能对你有所启发，在浪潮来临之前，你难道不想做点什么吗？