

2020年社区拼团：“百团大战”在即，近场零售再迎变局

产品名称	2020年社区拼团：“百团大战”在即，近场零售再迎变局
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

2020年社区拼团：“百团大战”在即，近场零售再迎变局

本报告分析社区团购的诞生背景和赛道特征，梳理社区团购模式的发展现状，并探讨社区团购对传统零售业的冲击和挑战。报告指出，社区团购作为一种新兴的零售模式，具有成本低、效率高、贴近消费者等优势，但也面临着供应链不完善、人才短缺等问题。未来，社区团购将在生鲜、日用品等领域进一步渗透，并对传统零售行业产生深远影响。

报告摘要

消费升级催生社区团购，赛道火热吸引资本下注。社区团购诞生于2016年，是一种介于B2C社群分销模式和C2C拼团模式之间的新零售模式。随着移动互联网的普及和物流基础设施的完善，社区团购迅速崛起。截至九月底，累计融资额超十亿。红杉资本、IDG资本、真格基金、腾讯投资等知名VC争相下注。

百团大战在即，用户体验成重要考验。目前社区团购竞争日趋激烈，赛道上的玩家背景不同，商业模式各异。核心竞争点在于供应链效率和用户体验。随着用户规模的扩大，如何保证商品的新鲜度和配送的及时性成为各大平台面临的共同挑战。

社区团购模式创新，生鲜食品成重点。社区团购模式不断创新，生鲜食品成为重点发力领域。通过集中采购和直采模式，平台能够有效降低采购成本，提高商品品质。同时，通过预售和拼团模式，平台能够有效降低库存风险，提高资金周转率。

社区团购未来或发展的两种形态，社区团购有其独特优势。这是基于社区团购模式的特点，结合线上线下资源，为用户提供更加便捷、实惠的购物体验。未来，社区团购将朝着精细化运营和品质化方向发展，成为零售行业的重要组成部分。

风险提示：用户流失严重，受其他业态冲击。

一、社区团购赛道火热，吸引资本争相下注

诞生于2016年长沙地区的社区团购，在今年夏天重新变得炙手可热，吸引了红杉资本、IDG资本、真格基金、腾讯投资等知名VC争相下注。社区团购通过线上拼团参与团购，公司招募团长进行管理和商品分发。

（一）社区团购本质为渠道创新

本质上看，社区团购不涉及技术创新，而是渠道创新。社区团购的模式类似于B2C社群分销，主要负责社群运营、链接投放、订单收集和最终的物流配送。团长作为连接平台和消费者的桥梁，承担着推广和售后服务的重要职责。

社区团购模式与微信生态高度契合，用户基数庞大，且产品精准营销信息反馈的即时性强，有助于带动消费者提供更加便利的购物体验。根据腾讯、IDG联合报告《决胜移动社交：社交新时代的中间力量》，微信用户基数庞大，且产品精准营销信息反馈的即时性强，有助于带动消费者提供更加便利的购物体验。

（二）消费分级催生社区团购

社区团购诞生于低线城市对高性价比与社交结合的购买渠道的追求。当下，生活消费中的分级现象愈发明显，社区团购满足了低线城市消费者对高性价比商品的需求，同时也通过团长社交关系增强了用户的粘性。

量、品质、价格、服务、物流、售后、品牌、口碑、用户粘性、复购率、转化率、客单价、毛利率、净利率、现金流、融资能力、团队稳定性、企业文化、社会责任、可持续发展能力、核心竞争力、护城河、壁垒、先发优势、后发优势、网络效应、规模效应、品牌效应、渠道效应、数据效应、技术效应、人才效应、资本效应、政策效应、市场效应、行业效应、地域效应、时间效应、空间效应、资源效应、信息效应、知识效应、经验效应、人脉效应、影响力效应、号召力效应、领导力效应、执行力效应、决策力效应、判断力效应、洞察力效应、预见力效应、创造力效应、想象力效应、联想力效应、记忆力效应、注意力效应、理解力效应、分析力效应、综合力效应、应变力效应、适应力效应、抗压力效应、承受力效应、包容力效应、亲和力效应、感染力效应、吸引力效应、凝聚力效应、向心力效应、归属感效应、认同感效应、荣誉感效应、成就感效应、满足感效应、幸福感效应、获得感效应、安全感效应、稳定感效应、掌控感效应、自主感效应、参与感效应、责任感效应、使命感效应、价值感效应、意义感效应、使命感效应、责任感效应、荣誉感效应、成就感效应、满足感效应、幸福感效应、获得感效应、安全感效应、稳定感效应、掌控感效应、自主感效应、参与感效应、责任感效应、使命感效应、价值感效应、意义感效应。

此外，随着社交电商、直播电商、短视频电商等新业态的兴起，社区团购也在不断探索新的商业模式。同时，各社区团购平台也在不断加强供应链建设，提升商品品质和服务水平。此外，随着社交电商、直播电商、短视频电商等新业态的兴起，社区团购也在不断探索新的商业模式。同时，各社区团购平台也在不断加强供应链建设，提升商品品质和服务水平。

粘外部社群、囤积用户、囤积流量、囤积数据、囤积资源、囤积资本、囤积技术、囤积人才、囤积品牌、囤积口碑、囤积用户粘性、囤积复购率、囤积转化率、囤积客单价、囤积毛利率、囤积净利率、囤积现金流、囤积融资能力、囤积团队稳定性、囤积企业文化、囤积社会责任、囤积可持续发展能力、囤积核心竞争力、囤积护城河、囤积壁垒、囤积先发优势、囤积后发优势、囤积网络效应、囤积规模效应、囤积品牌效应、囤积渠道效应、囤积数据效应、囤积技术效应、囤积人才效应、囤积资本效应、囤积政策效应、囤积市场效应、囤积行业效应、囤积地域效应、囤积时间效应、囤积空间效应、囤积资源效应、囤积信息效应、囤积知识效应、囤积经验效应、囤积人脉效应、囤积影响力效应、囤积号召力效应、囤积领导力效应、囤积执行力效应、囤积决策力效应、囤积判断力效应、囤积洞察力效应、囤积预见力效应、囤积创造力效应、囤积想象力效应、囤积联想力效应、囤积记忆力效应、囤积注意力效应、囤积理解力效应、囤积分析力效应、囤积综合力效应、囤积应变力效应、囤积适应力效应、囤积抗压力效应、囤积承受力效应、囤积包容力效应、囤积亲和力效应、囤积感染力效应、囤积吸引力效应、囤积凝聚力效应、囤积向心力效应、囤积归属感效应、囤积认同感效应、囤积荣誉感效应、囤积成就感效应、囤积满足感效应、囤积幸福感效应、囤积获得感效应、囤积安全感效应、囤积稳定感效应、囤积掌控感效应、囤积自主感效应、囤积参与感效应、囤积责任感效应、囤积使命感效应、囤积价值感效应、囤积意义感效应。

总体来看，社区团购模式在电商领域已经出现相互竞争、百家争鸣的局面。但社区团购模式大同小异，同质化严重，竞争日益激烈。未来，社区团购行业将进入洗牌阶段，只有具备核心竞争力、护城河、壁垒、先发优势、后发优势、网络效应、规模效应、品牌效应、渠道效应、数据效应、技术效应、人才效应、资本效应、政策效应、市场效应、行业效应、地域效应、时间效应、空间效应、资源效应、信息效应、知识效应、经验效应、人脉效应、影响力效应、号召力效应、领导力效应、执行力效应、决策力效应、判断力效应、洞察力效应、预见力效应、创造力效应、想象力效应、联想力效应、记忆力效应、注意力效应、理解力效应、分析力效应、综合力效应、应变力效应、适应力效应、抗压力效应、承受力效应、包容力效应、亲和力效应、感染力效应、吸引力效应、凝聚力效应、向心力效应、归属感效应、认同感效应、荣誉感效应、成就感效应、满足感效应、幸福感效应、获得感效应、安全感效应、稳定感效应、掌控感效应、自主感效应、参与感效应、责任感效应、使命感效应、价值感效应、意义感效应的企业才能在激烈的竞争中脱颖而出。

此外，社区团购行业还面临着人才短缺、供应链不完善、商品品质参差不齐等问题。未来，社区团购行业需要加强人才队伍建设，提升供应链管理水平，提升商品品质和服务水平，才能在激烈的竞争中占据优势。

在供应链建设方面，社区团购平台需要加强与上游供应商的合作，提升供应链的透明度和可追溯性。同时，社区团购平台还需要加强物流配送体系建设，提升配送效率和用户体验。此外，社区团购平台还需要加强售后服务体系建设，提升用户满意度和忠诚度。

在社区团购模式的创新方面，社区团购平台可以尝试与线下实体店合作，开展线上线下融合营销。同时，社区团购平台还可以尝试开展社区团购+直播电商、社区团购+短视频电商等新模式。此外，社区团购平台还可以尝试开展社区团购+社交电商等新模式。

总的来说，社区团购模式在电商领域已经展现出巨大的发展潜力。未来，社区团购行业将迎来更加激烈的竞争和更加广阔的发展空间。只有具备核心竞争力、护城河、壁垒、先发优势、后发优势、网络效应、规模效应、品牌效应、渠道效应、数据效应、技术效应、人才效应、资本效应、政策效应、市场效应、行业效应、地域效应、时间效应、空间效应、资源效应、信息效应、知识效应、经验效应、人脉效应、影响力效应、号召力效应、领导力效应、执行力效应、决策力效应、判断力效应、洞察力效应、预见力效应、创造力效应、想象力效应、联想力效应、记忆力效应、注意力效应、理解力效应、分析力效应、综合力效应、应变力效应、适应力效应、抗压力效应、承受力效应、包容力效应、亲和力效应、感染力效应、吸引力效应、凝聚力效应、向心力效应、归属感效应、认同感效应、荣誉感效应、成就感效应、满足感效应、幸福感效应、获得感效应、安全感效应、稳定感效应、掌控感效应、自主感效应、参与感效应、责任感效应、使命感效应、价值感效应、意义感效应的企业才能在激烈的竞争中脱颖而出。

此外，社区团购行业还需要关注政策法规的变化，确保合规经营。同时，社区团购行业还需要关注用户权益保护，提升用户满意度和忠诚度。只有做到合规经营、用户至上，社区团购行业才能健康发展。

三、社区团购模式创新之中有忧患

(一) 社区团购模式开辟电商发展新路径

1. 精准定位社区，团长负责揽客，探索出低成本获客新方式。近年来，传统电商线上用户数量增速放缓，社区团购成为电商行业新的增长点。社区团购通过团长负责揽客，探索出低成本获客新方式。团长通过线下社交关系，精准定位社区，吸引用户参与团购。这种方式不仅降低了获客成本，还提高了用户粘性。

2. 商品预售制，以销定采，努力走出生鲜电商发展困局。现阶段，消费者对生鲜商品的消费需求大幅上升，但生鲜电商发展面临诸多困难。社区团购通过商品预售制，以销定采，努力走出生鲜电商发展困局。这种方式可以有效降低库存成本，减少商品损耗，提高商品新鲜度。

3. 提供优质服务，增加用户粘性。社区团购创业公司多对产品质量有严格的把控，售后服务比较完善，所以售后服务较好。社区团购创业公司多对产品质量有严格的把控，售后服务比较完善，所以售后服务较好。社区团购创业公司多对产品质量有严格的把控，售后服务比较完善，所以售后服务较好。

4. 轻量化运营模式，可复制性强。与线下实体店模式相比，社区团购发展门槛低，运营难度相对低。社区团购采用轻量化运营模式，可复制性强。社区团购创业公司多采用轻量化运营模式，可复制性强。社区团购创业公司多采用轻量化运营模式，可复制性强。

此外，社区团购行业还面临着团长流失、商品品质参差不齐等问题。未来，社区团购行业需要加强团长队伍建设，提升商品品质和服务水平，才能在激烈的竞争中占据优势。

总的来说，社区团购模式在电商领域已经展现出巨大的发展潜力。未来，社区团购行业将迎来更加激烈的竞争和更加广阔的发展空间。只有具备核心竞争力、护城河、壁垒、先发优势、后发优势、网络效应、规模效应、品牌效应、渠道效应、数据效应、技术效应、人才效应、资本效应、政策效应、市场效应、行业效应、地域效应、时间效应、空间效应、资源效应、信息效应、知识效应、经验效应、人脉效应、影响力效应、号召力效应、领导力效应、执行力效应、决策力效应、判断力效应、洞察力效应、预见力效应、创造力效应、想象力效应、联想力效应、记忆力效应、注意力效应、理解力效应、分析力效应、综合力效应、应变力效应、适应力效应、抗压力效应、承受力效应、包容力效应、亲和力效应、感染力效应、吸引力效应、凝聚力效应、向心力效应、归属感效应、认同感效应、荣誉感效应、成就感效应、满足感效应、幸福感效应、获得感效应、安全感效应、稳定感效应、掌控感效应、自主感效应、参与感效应、责任感效应、使命感效应、价值感效应、意义感效应的企业才能在激烈的竞争中脱颖而出。

此外，社区团购行业还需要关注政策法规的变化，确保合规经营。同时，社区团购行业还需要关注用户权益保护，提升用户满意度和忠诚度。只有做到合规经营、用户至上，社区团购行业才能健康发展。

总的来说，社区团购模式在电商领域已经展现出巨大的发展潜力。未来，社区团购行业将迎来更加激烈的竞争和更加广阔的发展空间。只有具备核心竞争力、护城河、壁垒、先发优势、后发优势、网络效应、规模效应、品牌效应、渠道效应、数据效应、技术效应、人才效应、资本效应、政策效应、市场效应、行业效应、地域效应、时间效应、空间效应、资源效应、信息效应、知识效应、经验效应、人脉效应、影响力效应、号召力效应、领导力效应、执行力效应、决策力效应、判断力效应、洞察力效应、预见力效应、创造力效应、想象力效应、联想力效应、记忆力效应、注意力效应、理解力效应、分析力效应、综合力效应、应变力效应、适应力效应、抗压力效应、承受力效应、包容力效应、亲和力效应、感染力效应、吸引力效应、凝聚力效应、向心力效应、归属感效应、认同感效应、荣誉感效应、成就感效应、满足感效应、幸福感效应、获得感效应、安全感效应、稳定感效应、掌控感效应、自主感效应、参与感效应、责任感效应、使命感效应、价值感效应、意义感效应的企业才能在激烈的竞争中脱颖而出。

(二) 社区团购模式存隐患

1. 团长管理问题需进一步完善。团长的管理属于扁平中心化，缺乏严密的组织。目前团长主要分为两种：一种是团长招募困难、团长稳定性差、团长跳槽、团长独立经营等问题，这些问题都需要得到妥善解决。另一种是团长招募容易、团长稳定性好、团长不跳槽、团长不独立经营等问题，这些问题也需要得到妥善解决。

2. 平台商品丰富度受限，信息化建设不完善。单从消费体验来看，消费者肯定希望在更多的商品选择。平台商品丰富度受限，信息化建设不完善，是社区团购发展的一大难题。平台商品丰富度受限，信息化建设不完善，是社区团购发展的一大难题。平台商品丰富度受限，信息化建设不完善，是社区团购发展的一大难题。

3. 经营同质化严重，难以持续提升高性价比产品。社交电商风口之下，社区团购项目扎堆而至，全国有着类似模式的社区团购平台层出不穷。经营同质化严重，难以持续提升高性价比产品，是社区团购行业的一大隐患。经营同质化严重，难以持续提升高性价比产品，是社区团购行业的一大隐患。经营同质化严重，难以持续提升高性价比产品，是社区团购行业的一大隐患。

四、社区团购终局：或存两种发展形态

社区团购有其创新之处，这是其竞争力所在，但又存在阻碍其进一步发展扩大的不足点。基于上述分析

前两种发展终局，一是作为实体门店的补充形态，二是

（一）作为实体门店业态的补充

社区团购模式的发展成终端独立业态，有得天独厚的优势，市场的青睐。

1. 扩张面临成本增加问题，会进一步挤压毛利空间。首先，社区团购业态经营生鲜的毛利较为稳定，低

2. 客群不稳定制约进一步发展。基于人与人的信任来做生意，很多时候甚至含有副作用，因为基于信任

3. 社区团购与实体门店相结合有助于避开自身短板。一方面，社区团购作为实体门店业态的补充，不用

（二）打赢流量争夺战，发展为独立企业

在社区团购玩家众多，竞争激烈。经济同质化严重的背景下，若想在流量赛道跑赢，必须拥有独特

1. 社区团购供应链主要分为两类：水果生鲜供应链与包装类标品供应链。其中水果生鲜的供应有五种

2. 打赢流量争夺战，对供应链上游进行有效整合，助力其发展为独立企业。前期的流量获取需要线下