

# 社区团购发展现状及对策

季敏 唐慧敏 马天予

南京科技职业学院

**[摘要]**人类的交易模式变化尤为显著,从最先的以物换物——商朝开始的贝壳交易——秦汉时期的金铜货币——宋朝的纸质货币——明清的银铜货币——新中国的人民币到现今如今的移动支付是经历了数千年的演变的。现在社区这个词一直存在于人们的脑海中,是大家热议的话题之一。它是与我们居民融为之一组词语;为此我们也浅谈一下社区团购这一话题,社区团购随着互联网经济的发展而发展起来,从不健全的商业模式到稳定的运营模式,可以说是时代造就了这种新的移动电商模式。

**[关键词]**社区团购;运营模式;供应链

**[DOI]** 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.10.2216

## 一、社区团购的现状分析

### (一) 社区团购的兴起

随着互联网经济的不断发展,现如今,社区团购不断融入我们的日常生活,它已经成为一种常态化的购物方式进入人们的日常生活,逐渐成长为家庭日常性的、常态消费渠道。社区团购由原先的小部分人群,逐渐被大众所执导,且由于其便利性、价格低等特点,能够充分适应大城市的快节奏生活,成为都市白领的由衷选择,被越来越多的用户信赖,未来社区团购将在不断完善其商业模式的过程中进步,有巨大的发展潜力。从一定程度上来说,互联网经济让本不被大众熟知和的应用社区团购再次活了过来。

### (二) 社区团购的主要运营方式

**供应链:**质量是核心竞争力,如何挑选日用品、生鲜品种,以此来实现平台利润最大化,这就需要社区团购在发展中不断的试错调整。社区团购同质化严重,所以这时候这时候形成竞争力的关键就在于选品和供应链; **签订管理:**系统化的管理采购商,平台为了能够更加专业、系统性的招商和管理供应商,他们会通过与供应商进行签订合作协议,保持一种长期的合作,这样就可以提升供应链的稳定性,同时也可以赢得价格的优势。

### (三) 社区团购的优势

#### 1. 对创业类的企业较为友善。

社区团购属于共享经济的一种,随着互联网技术的发展和运用,很多创业者发现了契机,发展社区团购会成为现在中国购物模式的主流之一。社区团购在起初的资金投入相对较少,配送成本大大减少,它是属于集中发货,这样配送次数减少对应的物流配送成本也在减少。人工成本几乎为0,在社区团购的模式下有社区宝妈在微信中进行商品推出。人力支出很少。

#### 2. 营销方式。

社区团购主要采取线上线下相结合重点在线上的形式进行开展的业务。通过在各个社区招聘宝妈让他们在社区内招集居民建群,成立团购群。没有雇用负责人,人事管理和培训成本也降低了。因此,一个社区团购平台一旦在一个社区

成熟,就可以快速大规模复制,推动社区团购的快速发展。

#### 3. 有效做好客户沟通以及顾客模式体验良好。

团长在已经建好的微信群中分享,在微信小程序里的产品。然后在有顾客通过微信链接的订单聚集到团长手中,这种方式的效率更加快速同时订单多也可以相对的降低价格。

最后,配送的方式也较为特别,他们是群主通知下单顾客到指定地点拿货,会比传统的电商模式方便些,顾客在下单到领货的时间大大的缩短了。

#### 4. 商家更容易衡量商品购进量。

社区团购的主要商品是刚需且保存时间较短的生鲜类产品,通过传统电商购买生鲜商品运送较慢且需要多次转运,很容易造成生鲜损耗。社区团购一般采用“爆款单品+预售”的方式,通过打造优质热门商品吸引用户,从而广泛地在微信群中推广,让更多人购买。社区团购的商家则依据用户的实际需求进行备货,商品一般采用预售制,并配送至每个社区,减少了中间转运次数,可以有效降低材料损耗。

### (四) 社区团购的劣势

#### 1. 总体市场规模有限。

社区团购更适合二三线城市。一线城市的许多零售巨头都提供了送货上门服务,而社区团购社区对提货没有吸引力。一线城市居民的生活节奏很快,很难招募到能够谨慎维护社区关系并尽力订购和交付商品的领导人。但二三线城市则不一样,它的生活速度相对较慢,很多市场还有渗透的机会,易于创业。

#### 2. 微信消息互传的快速性。

21世纪以来我国互联网发展迅速,这种传播性的网络时代已经到来,微信的使用群体含涉到青年、中年、老年多个阶段性人群中,在其中设置团购小程序是在最大程度的包揽使用者,微信具有社交分享,及参与的功能,能够让他们快速方便地通知家人或是好友进行购买。但同时微信朋友圈和群聊的增多,让那些消费者能够及时的掌握微信传播的信息,对于产品的评价就会是一把“双刃剑”。

## 二、社区团购进一步发展的瓶颈

### (一) 市场营销定位不清晰

在现阶段的社区团购发展之前，很多的商家并没有将营销定位清晰，很多服务项目消费者没有掌握。假设我们只有社区团购的基本服务定位，是不可能占取市场份额。为了争夺有限的顾客市场，因此准确的市场营销定位就很重要了。

#### （二）目标群体确定不明确

在发展初期，社区团购并没有发展到三四线小城市。很多商家还只是跟随前者开设这个店面，并没有详细的确定服务的对象是哪些人。他并没有考虑到市场的容量以及竞争对手的各种因素，和城市拓展中将要面临的一些落地问题。盲目的选择在一线城市落地，由于竞争激烈导致社区团购并没有真正意义上的发展起来。

#### （三）供应链体系不健全

团购发展至今，已经有了一套相应的供应链进行整个产业的运作，供应链的管理过于老旧，同时随着特殊时代的到来，无接触等新时代衍生出来的服务项目，也需要安排，更多新生模式应运而生，过旧的供应链不能带领社区团购进一步发展。

#### （四）产品品质把控不到位

随着现在健康养生的生活习性成为主流，一个店内的产品的质量同样重要起来，现在的消费者在购买产品后反映出产品质量不够好，甚至有退订的情况。从而失去很多原有的老顾客。

### 三、发展社区团购更好的对策

#### （一）确定微信社区团购的营销定位

各个社区团购企业都需要明确企业建设发展中微信营销模式的定位以及价值，在提高企业知名度、扩大企业影响力的同时提高企业口碑，吸引更多品牌厂商以及客户加入。因此，社区团购企业进行营销时，应明确社区团购平台在企业营销战略中的主要作用和地位，根据地区实际情况以及微信平台的运行情况选择合适的营销策略，使营销效果最大化。

#### （二）确定城市区域目标顾客群

社区团购的用户主要是女性，她们是社区团购竞争的主要对象。与单身女性客户相比，以家庭为主的女性客户更喜欢偏向家庭消费，更喜欢有提供便捷的物流配送服务。因此，社区团购应更好地挖掘用户需求，提供更具吸引力的产品和售前售后服务，提高市场接受度，增强社区居民对平台的粘性。

目标地域的选择同样重要，首先需要考虑的就是经济水平，它主要反映了该城市的经济体量以及居民的潜在购买能力；其次是社会因素，它需要反映这个城市当前的社会情况以及业务对应的市场容量；之后是竞争因素，反映了该城市商家之间的竞争规模和格局，找准后续在城市拓展中将要面对的竞争环境；最后则是实操因素，它主要是自身公司的具

体业务落地相关的考虑。综合这些因素，选择在三四线及以外的城市是最佳的，大城市的供应链比较完善，已经有了一套自己的流程，不太容易落地成功。

#### （三）加强供应链管理建设

供应链和社区团购的广度以及深度具有密切联系，若社区团购平台能提供质量好、稳定的产品则更容易受到用户的欢迎。因此，提高供应链能力是社区团购企业发展的重点。企业需要清楚地规划和设计供应链，并寻找优质稳定的专业物流平台，也可以自己投入资金建设专门的物流平台，进而提高企业的后台调控能力以及物流仓库物资的调配运营能力，以更好地面对日益增大的市场运营压力，提高自身竞争力。

#### （四）提高产品品质的稳定性

从长远上看，吸引并留住顾客的关键在于产品质量，因此，社区团购企业应定期或者不定期地对客户进行调查，充分了解不同地区的客户需求，然后根据客户需求，提高生产及采购产品的标准，从而保证产品品质的稳定性，吸引更多新客户，提高企业的核心竞争力。并且在社区团商品分拣中药注重最核心质控环节，一定要把握在自己手上。提货配送的能力是线上的最大短板，必须补上。建前置仓的效果不一定比建店差。

#### （五）加强对团队的培养

首先，社区团购企业可以制定相应的团队培养机制，在管理团队时，可以将月营业额作为指标，对他们进行分级管理，营业额越高的团队获得的佣金越多。其次，各个团购平台还应利用技术力量和资金力量帮助公众号吸引新粉，例如，给新客户赠送优惠券，或者成功推荐新客户下单可获得返利、不定期群里抽奖、购买则可获得新产品试用品等，从而提高用户活跃度，吸引更多客户参加。

#### 参考文献：

- [1]吴星，新零售竞争下社区团购模式市场竞争力分析[J]，中国经贸导刊，2019-09-01
- [2]宋潇，中小企业开展社群电商的模式分析[J]，知识经济，2020-06-01

基金项目：本文系江苏省2021年大学生创新创业训练计划项目《半日闲汉服品牌营销策划》（序号：202112920003Y；项目负责人：唐慧敏、吴双）、南京科技职业学院优化盈利模式科技兴趣小组（指导教师：许建民）阶段性成果。

作者简介：季敏（2001—）女，江苏盐城人，南京科技职业学院旭东商科实验班19级学生。