

消停的团购， 进击的团长



在2020年的最后一个月，团购圈在“九不得”相关规定发布后，出现了难得的平静状态。

如今，新规出台已经一个月。可以看到，目前很多社区团购平台之间的价格竞争、低价补贴似乎都有了遏止之势，部分生鲜商品的价格基本恢复到与传统超市相当的状态，有的甚至略高于普通社区市场。

不过，虽然社区团购逐渐呈现良性竞争、有序发展的态势，但在消费者看不到的领域，社区团长们正在掀起新一轮的“淘汰赛”。

第一波团长成了“炮灰”？

“今天才六单吗？怎么越来越少了呀。”

下午两点，社区团长何勇（化名）开始从五菱车上卸下当天居民团购的生鲜商品。聊到最近的生意，他摇了摇头向懂懂笔记抱怨道：“从今年的一月初开始，每天我站点里的订单量基本都不到十单了。”

在深圳龙岗一城中村内经营便利店的何勇，于2020年初加盟了某社区团购品牌，成为该品牌旗下最早的一批站点团长。

“最早的时候做社区团购的品牌并不多，周围三个城中村只有我一家在做生鲜站点。”据他回忆，由于社区团购取货的站点少，周围三个城中村的用户在线预订生鲜商品后，都会送到他所经营的便利店等待分发。

2020年三月份，生意最高峰时每天送达何勇经营站点的生鲜团购订单，将近有200单之多。每天一到下午六点，前来取货的用户便会将便利店门口挤得水泄不通，即便有购物需求的普通顾客上门，他也无暇顾及。

“因为附近只有我一家取货站点，用户下单时也没得选，有的用户为了到店取货要步行近一公里。货品多的用户，甚至要在下班后顺路骑着小电驴到店取货。”何勇透露，那段时间每月送达站点的社区团购订单价格，最高的时候能到21万元。

根据约定，只要有团购用户选择选择了他的站点取货，平台就会给予站点4.5%的佣金。因此，社区团购的业务每月能为何勇带来将近一万元收入，几乎超过了经营便利店本身的经营利润。

“大概就是从去年六七月份开始吧，有好几家新的社区团购品牌在附近城中村招募站点团长，一下子有十几家便利店、快餐店、日杂五金店都加盟成了取货站点，竞争一下就激烈了。”他告诉懂懂笔记，从此之后生意就大不如前。

同一个村里加盟相同品牌的取货站点就有三家之多，用户可选择的团购品牌增加，可选的取货站点也增加，订单被严重瓜分了。用户在线预订生鲜商品，优先考虑的是商品的折扣、优惠力度，其次是取货站点距离，而且只会选择最近的站点。

“我这个便利店离社区略远，这是导致我们站点到货订单量减少的原因之一，因此佣金收入也急剧减少。”何勇表示，2021年一月份，他所经营的团购站点佣金收入只有348元。至于二月份，他预计收入会更低。

除了同一社区内加盟生鲜团购品牌的取货点、站点增加之外，他认为目前各家社区团购平台正在大力发展的“个人团长”，才是自己最大的威胁。

个人团长“狼性”成长

“你不要在这里摆（摊），一会货车要卸货的。”

下午四点多，一位手提便携桌和一箱鸡蛋的中年女士，正准备在何勇的便利店门口摆摊设点。他连忙跑出便利店，以卸货为由劝阻对方，或许看见何勇满脸都写着不高兴，这位女士只好悻悻地挪了地方。

当懂懂笔记以为何勇是因为怕对方占着门口影响生意时，他转头解释道，刚才试图在门口摆摊的女士也是社区团购团长。不同的是，对方是一位没有线下取货站点的“个体户”。

“这种个人团长的取货点是设在家里的，为了保存生鲜商品，大都购置了专业的冷柜设备。”而试图在便利店门口摆摊的女士，正是目前社区团购平台大力发展的个人团长。何勇表示，从去年底开始，每天都有好多人团长来城中村内摆摊设点，发展新的团购用户。

至于个人团长发展新团购用户的手段，大多十分简单“粗暴”，那便是扫码入群就送鸡蛋。只要加入个人团长建立的团购微信群，即可当场领取六颗新鲜鸡蛋，村里的住户非常乐意，“我观察过，有时一、两小时能邀请十几、二十个新人入群。”

相比站点团长，个人团长需要自行发展团购用户，而且用户下单也是通过微信群里个人团长发的专用链接和小程序，以便下单结算。佣金方面，由于个人团长是发展增量用户群，所以佣金也比站点团长和取货点更高，一般都会高达10%~12%。

以一位个人团长为例，如果可以维护、服务150~200位用户，每天能有30%用户下单购买日用品、生鲜蔬果，平均客单价能达

到40元，那么月收入至少有6000元以上。部分业务能力强的个人团长，月收入甚至能高达上万元。

“而且那些平台招募个人团长也有窍门，主要招募的都是家庭主妇、宝妈一类的。”何勇告诉懂懂笔记，近期团购平台之所以重点发展主妇、宝妈作为个人团长，其原因在于她们都没有工作，可支配时间相对充足。

另外，部分居家的家庭主妇、宝妈生活开销较大，急于寻找一份自由的兼职贴补家用，在发展增量团购用户的工作上也显得十分卖力。

“现在社区团购不允许打低价战，之前很多要快速抢地盘的品牌就只能靠人海战术了。”何勇认为，众多平台之所以重点筛选主妇、宝妈甚至是待业群体，目的就是利用她们手头紧、时间自由的特点，培养“狼性”的战斗力，拼抢社区团购市场。

在他看来，只要嗅到金钱的味道，个人团长几乎可以没日没夜地游走在社区当中，她们可以到处摆摊设点，甚至自掏腰包送礼邀用户入群。有时晚上十一、二点，他还能见到个人团长在村头巷尾分发传单，蹲守刚刚回家的加班群体。

可以说，大批个人团长的崛起，严重影响了早期加盟社区团购的取货点、站点团长的收入。而“敌人的敌人便是朋友”，社区个人团长的出现也让不同社区团购品牌取货站点的团长们放弃之间的成见，聚在一起交流商议应对的办法。

“有的便利店站点表示，个人团长的冲击太大，佣金下滑严重，打算退出了。”何勇虽然表面上也经常表态，如果佣金继续下滑就和其它站点团长一样结束加盟，但背地里却悄悄地主动出击、发起进攻，准备从个人团长的身上再度抢回团购订单，“要是真有加盟站点退出了，竞争小了，其实也不是坏事对吧？”

团长们活成了“业务员”

“生成连接后，要怎么转发到群里呀？”

晚上八点，随着最后的一位团购用户在便利店里取完生鲜商品，原本可以结束一天工作的何勇，开始进行新的业务尝试。51岁的何勇戴着老花镜，拿起刚刚购买的智能手机，向一旁的女儿请教如何转发小程序链接。

他告诉懂懂笔记，站点团长的自然订单目前只有4.5%佣金，而且订单量的多少都取决于团购用户下单时对取货点的选择。如

果学习那些个人团长，主动转化用户发展增量订单，那么每单团购佣金比例将上升至10%，收入也将会增加。

“以前我很抗拒用智能手机、维护微信群什么的，太难了，但现在只能慢慢学慢慢做，要不就落伍啦。”放寒假之后，在广州上大学的女儿便成了何勇的家庭教师，教授他如何使用智能手机维护微信群，发展私域流量的新用户。

何勇给女儿的“任务”，是在寒假结束之前教会他如何发语音、发文字内容维护群用户，至于如何邀请新用户加入群组，他似乎也有自己的一套方法，“便利店只要开着就会有顾客上门，这可比个人团长摆摊有面子多了。”

白天在店里营业时，偶尔会有附近出租屋的租客到便利店购买日用品和零食。他在收账时就会没话找话和顾客搭讪，目的是邀请顾客扫码加入他的群。在他看来，这种集腋成裘的慢功夫，不比个人团长扫街的效果差。

“一般我都会先介绍社区团购的优势以及平台部分商品的优惠折扣，吸引他们入群。”何勇告诉懂懂笔记，附近租客大都是熟脸，通常不会拒绝他的人群邀请。如果个别十分坚决、排斥入群的客户，他也会想办法“利诱”对方，先送点便宜的糖果小零食再慢慢吸引对方加入团购群。

为了与个人团长的服务拉开差异化，他甚至推出了送货上门、派送到家的社区生鲜送货服务，用这种方法去接触一些终端用户。“一单能赚三、四块钱佣金，给用户送到家里能有多难呢？爬爬楼梯就当是锻炼身体了。”为何放着好好的便利店不做，非要和个人团长抢社区团购的生意？对此何勇无奈地说道，“这几年电商太发达了，便利店的生意也大不如前，不与时俱进的话迟早没钱的。”越来越多的社区团购平台通过筛选、招募个人团长发动起了“人海战役”，继续在社区团购领域跑马圈地，发展增量用户。同时，新入场的平台在商品价格、折扣优惠力度相当的情况下，通过开放加盟加剧了团长之间的竞争，一次培养“狼性”团长的战斗力，加速抢占市场份额。

对于早期加盟的社区团长而言，如果仅仅充当社区团购平台提货点的角色，很难与散兵游勇的个人团长竞争。如今的站点团长们为何生存和高佣金，已经开始反击和短兵相接，一场个人与站点团长之间的“淘汰赛”也悄然打响。

老乡建筑装修

35年 装修经验 做工精细
诚信务实 保质保量 价格合理

- 餐馆、商业型建筑维修
- 屋顶、室外装修 Siding
- 水电木工、厨、浴、卫翻新

- 地下室、阳台、围栏
- 扩旧房、更换/变新门窗
- 内外油漆、瓷砖、地板

9-157

(Korea) 443-765-5959 (中文) 443-953-8866

妈妈乐 第五代 抽油烟机

大华府地区总代理 创新结构 品质保证 全美销售冠军

- 斜面抽吸
- 专利斜风箱
- 好拆、好洗、好保养

吸风面内角84度向上仰
吸风口正对前面炒锅
外角96度俯射范围扩大
涵盖四个炉眼
吸力集中没有分散
吸力强 960CFM
声音3.2 SONES

符合流体动力学(FUID
DYNAMIC AIR FLOW)的原理
设计，内部前后两端面积不同，由
薄往厚送风无阻力，吸力比它牌强
1/3，声音约只有它牌的一半。

内部配件很容易拆下，
可放入洗碗机里清洗。 (台湾制造)

马达永久保证
零件十年保证

热门型号: RL30S、SP730S, 本店有现货 网上有影片示范 www.pacairusa.com

30年经验, 安全使用, 卖屋增值
10614 Oak Pl, FairFax, VA (近495, 66) 703-385-8681 傅先生 mrfusale@yahoo.com