

买菜平台在穗吹响集结号

记者调查发现,社区团购更为便宜,但质量不稳定;

在疫情影响下的半年时间,上网消费的习惯极大地改变了市民的生活。但你或许没想到,消费者线上下单的热情,使“买菜”这一每家每户每天都需要进行的、再普通不过的活动,成为半年来电商行业最受瞩目的赛道。

相对于部分转向中高端的生鲜电商,买菜对更多人而言,并不是一件“高端”的事情。

半年时间内,社区团购这一“平价”的形式更受欢迎了,人人都热衷抢购“秒杀价”产品。部分小区甚至每隔几家店便有一家社区团购的提货点。在地处偏远或正在开发的社区中,社区团购这一形式更是弥补了社区基础设施不完善的短板。顺理成章,作为消费的起点,社区也成为多家生鲜电商牢牢盯住的下沉市场。

■新快报记者 郑栩彤 郑志辉



1 叮咚买菜、美团买菜和美团优选相继布局广州

生鲜零售赛道热闹非凡。1月份,阿里巴巴参投了社区团购平台十荟团,阿里旗下的菜鸟驿站在6月宣布新增团购、洗衣等多重功能。7月,腾讯投资了社区电商头部企业兴盛优选。刚刚过去的8月,互联网头部企业布局生鲜赛道的动作异常密集。先是腾讯与今日资本领投25亿元注入了生鲜电商平台谊品生鲜。随后,滴滴关联公司对社区团购平台橙心优选全资入股。拼多多旗下的社区团购项目多多买菜近期也开始向武汉和南昌消费者开放。

新快报记者从生鲜电商叮咚买菜获知,叮咚买菜在8月下旬连开南京和广州两城。美团方面则表示,继7月底生鲜电商美团买菜在广州上线后,社区团购新项目美团优选分别在8月31日和9月2日连开广州、佛山两城。广州,

这座饮食文化浓厚的城市,迎来了更多生鲜平台入局者。

“广东‘吃文化’盛行,华南地区社区团购也比较发达,便于美团优选团购业务的开展。”美团方面向新快报记者介绍。入驻不久的美团优选已覆盖越秀、海珠的6大城区,并已招募了上千名团长。美团买菜则已在天河、海珠等区开出10家站点,覆盖范围为站点周边2-3公里。叮咚买菜已在广州天河和海珠首批开设了14个前置仓。

在生鲜品类上本地化,成为以上几家生鲜零售平台抓住“广州胃”的策略。其中,美团买菜针对广州家庭小型化趋势推出300g左右的小型菜,并针对上班族研发了珍珠糯米鸡等快手菜。叮咚买菜则新增了水鸭、菜干等煲汤用料。

2 生鲜电商进社区推广 团购提货点到处都是

消费人群集中的社区成为生鲜平台必争的场所。在广州天河一个大型小区里,一名店员告诉新快报记者,7月底至8月份,其多次见到美团买菜和叮咚买菜的骑手小哥在小区里进行推广活动。居民下载美团买菜APP并下首个订单,便可以免费领取一份水果或酸奶。

不只是生鲜电商之间存在竞争关系,越开越多的社区团购提货点也在“抢夺”居民手里的买菜钱。“千鲜汇一家社区团购,便有好多个团购群和提货点。”一名牛奶店店长告诉记者。这家牛奶店正对面以及左右两边不到20米的范围内,分别有一家卖生鲜、一家卖烟草酒水 and 一家卖牛肉的店面也在做社区团购。“对面这家生鲜店以往旺季的时候,经常能看到买菜的人排

队进店。但自从社区团购搞起来后,就再也没见过有人排队,很多居民直接在各个提货点提货。”牛奶店店长说。

无独有偶,来自天河区和白云区的多个社区团购团长告诉记者,自己所在的社区团购群越开越多。在社区几栋楼甚至同一栋楼里,也会有多个邻居在做团长,提货点就设在自己家中。新快报记者了解到,部分类似钱大妈的生鲜店面自己推出了团购群,居民家中及不少非生鲜店面则成为兴盛优选、千鲜汇等社区团购平台的提货点。新快报记者搜索十荟团、兴盛优选和千鲜汇的提货点发现,牛奶连锁店、菜鸟驿站、快递网点均是常见的提货地点,甚至有驾校门房、教育建材公司接待大厅也成为了团购提货点。

3 做团购还是生鲜电商? 平台兵分两路试探

疫情期间生发的用户需求给了平台方一个试验场。2月份,同程生活旅游销售人员利用团购平台同程生活千鲜汇的供应链做销售,便达成1天卖菜收入1亿元的成绩。而据美团点评的半年报,二季度生鲜电商美团买菜录得了近4倍的收入增长。“生鲜零售是美团具有战略意义的新业务,美团会坚定地投入足够资源,同时探索多种模式。”美团点评CEO王兴表示。

生鲜电商和社区团购两种业态,在“卖菜”这件事情上“撞上”了。但在供应链等方面,生鲜电商与社区团购迥然不同。一般而言,生鲜电商会通过接近配送地址的前置仓进行产品冷藏存储,订单形成后由骑手取货并在2小时内送货上门。社区团购则在团购群或平台上形成订单,平台方调货后,货物由普通货车或冷链车配送至一个个提货点,团长再通知消费者前来提货。社区团购的送达时间一般是隔日或隔两日。

以何种形式攻入生鲜零售这个市场,参与者显然在思考并调整。7月份,美团点评成立“优选事业部”,进入社区团购赛道。原来的“小象事业部”更名为“买菜事业部”。随后,美团优选接手了美团买菜在武汉的业务。此次调整后,生鲜电商美团买菜更聚焦在北上广深超一线城市,社区团购平台美团优选则聚焦下沉市场。

新快报记者从美团方面了解到,美团买菜已在全国建立“全国统采+区域统采+本地采购”的体系,末端配送得到美团配送的助力,在广州主要面向有配送时效要求的家庭消费人群。与其他多家社区团购的模式相似,美团优选通过按需集中采购、减少商品运输储存时间、降低损耗以及免去最后一公里配送成本的方式,最终压低商品价格。就社区团购平台十荟团计算,社区团购能使普通消费者日常民生消费价格下降10%-15%。

“中产阶级消费升级是生鲜电商崛起的根基,但整体中国生鲜电商的消费仍以价格敏感型消费者为主体。社区团购能满足众多消费者的价格诉求,因此或能召唤更多消费者。”物流专家杨达卿向新快报记者表示。而就生鲜电商的优势,叮咚买菜方面向记者表示,生鲜电商前置仓业态极致便利且能全城覆盖,买菜就像“开水龙头”一样简单。网点自提的形式则更像是“挑水”,消费者还需付出额外的人力时间成本。