

社区团购硝烟四起,互联网巨头到底要什么?

受疫情催化,社区团购再度成为风口。

目前,阿里、京东、苏宁、美团、拼多多、物美等相继入局社区团购。阿里宣布控股高鑫零售,并集结盒马、菜鸟、饿了么、零售通等多路大军入场;刘强东亲自带队,战略入股兴盛优选,购买美菜、退出京东优选;苏宁推出“苏小团”;美团发力“美团买菜”,上线美团优选APP;拼多多推出“多多买菜”;物美推出“多点拼团”;滴滴上线“橙心优选”;而快手也被传出即将入局社区团购。

巨头们来势汹汹,在菜品价格、前端团长和末端物流上,用激进的价格补贴策略打压对手,抢占市场。再加上此前创业公司中诞生的头部玩家兴盛优选、十荟团等,社区团购赛道一时间硝烟弥漫。

疫情之前,松鼠拼拼、邻邻壹、你我您、妙生活、吉及鲜、呆萝卜、我厨等等纷纷曝出经营困难,一些甚至彻底倒闭。

这个此前几乎要被资本抛弃的赛道,为何重新爆发引得互联网巨头纷纷入局? 巨头们到底想要什么?

烧钱补贴,挟资本以乱零售

互联网巨头杀入社区团购,还是熟悉的模式——挥舞资本大棒,贴身肉搏,烧钱补贴。在各大巨头的APP上,一分钱一盒的鸡蛋、免费的大葱、一分钱一斤的土豆、几分钱一颗的白菜、免费的水果,以及各种限时抢购的优惠券。

在熟悉的模式背后是各大巨头疯狂的地跑马圈地,一些焦点城市如武汉、长沙已成“焦土”,一些商超实体门店销售额出现双位数下滑。社区团购瞄准了刚需、高频的生鲜品类及米面粮油,已经触及传统线下商超的根基,甚至威胁到了菜市场以及卖菜的小商贩。

对此,人民日报发表评论称,掌握着海量数据、先进算法的互联网巨头,理应在科技创新上有更多担当、有更多追求、有更多作为。别只惦记着几捆白菜、几斤水果的流量,科技创新的星辰大海、未来的无限可能性,其实更令人心潮澎湃。

虽然巨头们的APP冠上“买菜”之名,但社区团购绝不止于买菜。生鲜商品只是第一枪,未来,日用百货、服装、美妆、3C数码、家电等种种品类,都可能上架社区团购平台。社区团购盯上的不止是卖菜小贩和各种小店的生意,甚至商超大卖场都是其颠覆的目标。

资深零售人孙裕隆认为,互联网巨头携资本以乱零售不是什么值得炫耀的事,因为零售业不是拼一时之势一时之力的行业,用烧钱这种最粗鄙的手段堆积出来的零售根本就经不起顾客的检验,顾客会在补贴面前捡漏不会傻到变成韭菜。社区团购这种通过烧钱能够建立的客户粘性不可能稳定,烧钱培养的消费习惯也无法持续。

有声音说,社区团购是互联网巨头对线下零售的创新与颠覆。对此,孙裕隆认为,巨头挤入社区团购赛道背后并不是看到什么机会以及想创造新的价值,只是焦虑地应对线上流量红利的枯竭。此外,传统零售的落后并不是它的劣势而是它的本质,任何行业都有效率与成本的基本结构平衡,这个结构不是

商业逻辑下的极致,而是社会逻辑下的价值结构平衡,这个价值的打破必须建立在持续性的社会价值升级上,而非单向颠覆与打破。

很多店主其实已经意识到巨头是来抢生意的,但是目前依旧愿意成为巨头的提货点,为何? 武汉个体店主童威表示,巨头不是要流量吗? 我们给。微信群下货,顾客给佣金。很多店主都在拼命撙节(米面粮油),然后往批发市场甩货。因为各大平台撙来的货比批发价还便宜,所以很多店主撙货甩货的收入远远高于开店的收入。不过,童威也明白,这种烧钱补贴的好时光不会太长了,所以要格外珍惜。

补贴一旦停了,消费者或许就不买涨了,交易也就没有了,提货点自然也就难以维持。

不容错过的流量之战

社区团购曾是2018年零售行业的最大风口之一,曾获得大量资本青睐,不过一地鸡毛过后,彼时入场玩家多以合并、裁员、破产等结局匆匆收场。

而今年突如其来的疫情,成为了社区团购再度发展的催化剂。疫情期间,消费者对即时零售、即时配送的需求被发掘放大,社区团购成为最大潜在增量,它所聚焦的生活类高频消费品,让流量再次活跃起来,这也吸引了不少互联网巨头入场。

在零售行业资深从业人士李军来看,无论是从社区团购聚焦品类,行业竞争格局,还是市场前景来看,巨头入场都是必然趋势。“社区团购如今玩家众多,但是并未有行业领导者出现,这表明社区团购未来仍有无限可能性;而生鲜品类市场需求巨大,但线上渗透率较低,这是巨头入场所要获得的市场增量;传统渠道获客成本较高,且面临天花板,但生鲜这个高频消费品类能够帮助电商平台获取大量流量,提升粘性。此外,无论在物流基础设施还是供应链、资金方面,巨头们都有着自身的优势”。李军表示。

物美创始人、多点董事长张文中曾表示,目前异常火爆的社区团购是今年生鲜领域最大的事,几千亿资金杀入对中国零售行业产生了重大的影响。而据凯度咨询预测,社区团购规模在2021年将超过1200亿元。

面对火热的社区团购市场,巨头们显然不愿意错过。以平台主要玩家为例,12月1日,兴盛优选被曝出即将开启新一轮融资,融资额初步定在2~5亿美元,估值为50亿美元左右。今年7月,兴盛优选完成8亿美元融资,估值为40亿美元。11月底,十荟团完成阿里领投的1.96亿美元C3轮融资,年内已获四轮融资。而这两家背后都有着腾讯和阿里的身影。

在电商战略分析师李成东看来,生鲜基本都是被当做引流品,很多商超因为自己做不赚钱,毛利率太低,损耗太高,所以交给联营做。对于各大互联网巨头也一样,也会把生鲜当流量品来做,这意味着谁都不会退出市场,也没有谁能垄断市场,未来或将是持续的价格战,企业或处于微利或微亏状态。

对于巨头入场后的社区团购未来发

展,李成东认为,互联网巨头为了少赔钱,或者赢得这场战争,就不得不干三件事,深入上游提升产品差异化,下沉小区提升服务,中间环节尽可能优化效率降低成本,这会带来中国农业以及农产品的流通效率提升,以及产品迭代升级。而社区团购也不是终极模式,最终都是混业经营,多模式并存。

值得注意的是,互联网巨头们已经开启“团长”抢人大战,以及提供高几倍薪水从兴盛优选、十荟团等企业挖掘实操类人才。

网经社电子商务研究中心网络零售部主任、高级分析师莫岱青认为,在线上流量成本日益高涨的今天,社区团购相对获客成本低,具有流量红利优势,互联网巨头想从中分一杯羹,也是抢占市场份额的需要。而陷入数据、流量、增长泥沼的互联网巨头们,需要一个厮杀的新赛道。不过狂欢之后,能持续多久,并不确定。

警惕垄断风险

有业内人士表示,巨头入场之下,推动社区团购在上游领域为供应商、农户等带来了稳定的货源销路,在中游创造了大量的就业机会,而在下游则满足了消费者消费需求。不过,在巨额资金投入之下,巨头们以补贴争抢市场的模式抢占市场份额,一旦社区团购被几大巨头分食完成,则会形成垄断。在垄断思维之下,为了赚取利润,上游供应商、农户的利益会被进一步挤压,而补贴并非长久之计,平台方或进一步加价销售。在巨大的资源差距之下,中型生鲜电商的生存空间也会被压缩,市场份额流失。

“社区团购如果仅仅通过打价格战来引流,很难长久。要想走得长远,需要顾客、供应商、门店、物流四轮驱动,合理的价格、稳定的品质、优质的服务是根本支撑,这股风能吹多久看谁能装好这四个轮子,在这四个轮子面前‘巨头’与‘非巨头’是一样的”。孙裕隆如是说。

他同时表示,社区团购领域的垄断难以发生,无论数据有多么漂亮,这种资本猎头助推的“赢者通吃”赌局,并非是可持续的商业价值,也没有哪个商业模式可以做到通吃。

罗森中国董事、副总裁张晟则认为,任何走的远,走的稳,走的好企业都是做到股东满意度,顾客满意度,员工满意度,社会满意度的均衡提升做的好的企业。前三个看得重的很多,但第四个其实是不可或缺的。社会满意度包括:雇佣,税收,对社会是否造成好的影响,对国家政策落实执行的有利性,社会道德等。

他举例说,以“兰彻斯特法则”为例,当某企业或某企业集团市场占有率超过73.9%时,就形成垄断,造成竞争对手退出。由于没有了竞争,活下来的企业就会追求股东和员工利益最大化,从而损害顾客和社会利益。这就是反倾销与反垄断的初衷。所以所谓的赢者通吃理论在现代社会一定是受法律制约的。

上海商学院教授周勇认为,如果企业出现倾销,长期低于进价销售,原价虚高等行为,便涉嫌违法,监管部门不能视而不见。不过,资深零售人厉玲则表示,这就是生意,为了自己的利益最大化兼顾打击对手,没有对错,不讲情怀,只有利益。要做大,要做强,要最大,要垄断,生意人的追求。谁来主持公平? 当然是政府。要鼓励竞争,打击垄断,维持市场的公平,维护消费者利益。

“零售本来是一个有意思,有情趣的行业。现如今动不动像要拼命,还说是最后的机会,最后一仗,好像世界末日似的,没那么严重吧。”厉玲说。

12月11日,政府在部署明年经济工作主要内容中特别提到“强化反垄断和防止资本无序扩张”。政府相关部门也已经开展行动。12月14日,国家市场监督管理总局反垄断局官网公告,根据《反垄断法》规定,对阿里巴巴投资有限公司、阅文集团和深圳市丰巢网络技术有限公司分别处以50万元人民币罚款的行政处罚。

(联商网)

资讯平台

钱大妈进京抢夺老牌商超地盘

本报讯 主打社区生鲜的钱大妈已经正式进入北京,两家门店均选址在通州。

现如今,北京市场不仅有物美、超市发、京客隆等本土商超,还有相继入京的谊品生鲜、盒马mini等新兴势

力。对于初来乍到的钱大妈,各大巨头是否会放任钱大妈的野蛮生长? 钱大妈能否在强敌如林的社区赛道上分得一杯羹? 此外,南方起家的钱大妈能否适应北方市场以及本地供应链的考验也是其将要面临的问题。

盒马12月新开21家门店 迎来最快开店潮

本报讯 盒马宣布迎来史上最快开店潮:12月31天内,全国新开门店21家,涉及13个城市。

预计又有近600万人住上盒区

房。今年盒马创新开出x会员店、盒小马等全新业态,但盒马鲜生仍是主力,占新店的九成以上,证明盒马对成熟模式的自信和决心。