

社区团购：数字化浪潮下的零售新变革

刘 兰

贵州大学人文学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年11月23日; 录用日期: 2025年12月3日; 发布日期: 2026年2月10日

摘要

社区团购是融合互联网与社区社交的新型零售模式, 历经萌芽、快速发展及爆发式增长阶段, 头部平台竞争格局凸显且各有差异化策略。数字化技术深度重塑行业: 大数据优化供应链需求预测与库存管理, 智能调度提升配送效率; 个性化推荐、便捷下单等革新用户体验; 社交裂变、精准投放等创新营销模式。但行业也面临数据安全、线上线下利益失衡、运营成本高企等挑战。未来, 人工智能、区块链等技术将深化应用, 平台将拓展品类、升级服务并跨界融合, 同时监管趋严推动行业规范, 平台需履行社会责任以实现可持续发展。

关键词

社区团购, 数字化, 平台竞争

Community Group Buying: A New Retail Transformation Driven by the Digital Wave

Lan Liu

College of Humanities, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: November 23, 2025; accepted: December 3, 2025; published: February 10, 2026

Abstract

Community group buying is an emerging retail model that integrates the Internet with community social interaction. It has gone through the stages of germination, rapid development and explosive growth, with a prominent competitive landscape among leading platforms, each adopting differentiated strategies. Digital technologies have profoundly reshaped the industry: big data optimizes supply chain demand forecasting and inventory management, and intelligent scheduling improves delivery efficiency; personalized recommendations, convenient ordering and other features innovate user experience; innovative marketing models such as social fission and targeted delivery have also emerged. However, the industry also faces challenges including data security, imbalanced interests between

online and offline sectors, and soaring operating costs. In the future, technologies such as artificial intelligence and blockchain will be more deeply applied; platforms will expand product categories, upgrade services and achieve cross-border integration. Meanwhile, stricter regulation will promote industry standardization, and platforms need to fulfill their social responsibilities to achieve sustainable development.

Keywords

Community Group Buying, Digitalization, Platform Competition

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

在数字经济深度渗透零售业态的当下，社区团购凭借“社区场景 + 社交裂变 + 集中配送”的独特模式，成为新零售领域最具活力的业态之一。从理论基础来看，社区团购的发展逻辑深度契合平台经济、新零售与社交电商领域的核心理论。国外学者提出的双边市场理论为解析社区团购平台的运作机制提供了核心框架，该理论指出平台通过搭建交易场景连接供需双方，通过网络外部性实现价值增值，社区团购平台对消费者与供应商的双向聚合正是这一理论的典型实践[1]。新零售领域，马云提出的“人货场”重构理论奠定了核心分析范式，国内学者陈春花等进一步阐释了数字化技术对零售要素的重组作用，强调以消费者需求为核心的场景重构价值[2]。社区团购“线上聚合需求 + 线下社区自提”的模式，正是“人货场”数字化重构的具体体现。综合现有研究可知，学界已对平台经济的双边运作、新零售的要素重构及社交电商的信任机制形成较多积累，但针对社区团购这一交叉业态的数字化转型逻辑、困境及解决方案的系统性研究仍有待深化。基于此，本文将系统解析社区团购数字化转型的内在逻辑与外部影响，为行业高质量发展提供理论与实践参考。

2. 社区团购的发展与现状洞察

2.1. 定义与历程

社区团购的实质是一场基于预售供应链降本增效的供给侧结构性改革，被业界称作第三次零售生产力革命旗手，其底层逻辑是抓取分布式的零散需求，将其整合为确定性的群体需求，实现对供给端的反向定制，进而减少流通环节的成本及损耗。概括来说，社区团购就是零售行业的供给侧结构性改革[3]。它以社区为核心，借助线上平台聚合消费者的购买需求，通过集中采购、统一配送的方式，将商品销售给社区居民，通常采用线下自提或送货上门的服务形式。这种模式打破了传统零售的时空限制，实现了线上便捷购物与线下高效服务的有机结合，为消费者带来了全新的购物体验。2016~2017 社区团购模式萌芽，在长沙开始兴起，以生鲜品类、家庭消费需求为切入点，团长通过微信引流，工具尚不完善，运营手工化；2018 年左右爆发增长，区域模式得到验证。资本大量进入，头部企业开始向全国快速扩张，品类逐步拓宽，小程序逐步成为主要运营工具；2016~2017 社区团购模式萌芽，在长沙开始兴起，以生鲜品类、家庭消费需求为切入点，团长通过微信引流，工具尚不完善，运营手工化；2020 年后开始洗牌，竞争日趋白热化，一些平台开始进行价格战，供应链和精细化运营能力受重视，激烈竞争下部分企业将被淘汰出局[4]。

2.2. 社区团购数字化的现状剖析

在社区团购的供应链管理环节，大数据技术发挥着关键作用。通过对海量历史订单数据、市场趋势数据以及供应商数据的深入分析，平台能够精准预测商品需求。当前，社区团购市场呈现出较为集中的竞争格局，头部平台占据了主要市场份额，各平台在竞争中也采取了差异化竞争手段。多多买菜依托拼多多强大的电商基因和供应链优势，采用低价策略迅速占领市场。通过与众多农产品供应商建立深度合作，实现产地直采，减少中间环节，降低采购成本，从而为用户提供价格极具竞争力的商品。同时，多多买菜注重拓展下沉市场，利用拼多多在下沉市场积累的用户基础和品牌知名度，快速渗透到三、四线城市及农村地区，目前已在大部分省市实现扭亏为盈。目前，多多买菜业务覆盖超30个省份，稳居社区团购行业头部阵营。2024年平台全年GMV约3000~3500亿元，未达成4000亿预期目标。其依托微信小程序等低成本渠道实现用户增长与获客成本控制[5]。美团优选凭借美团在本地生活服务领域的深厚积累和强大的地推能力，深耕服务质量。推出美团明日达超市和闪电仓，提升配送服务效率，实现部分商品的次日达甚至当日达。通过优化供应链和物流体系，加强对团长的培训与管理，提高用户体验。美团优选覆盖下沉市场优势明显，通过本地化运营，更好地满足当地居民的消费需求。兴盛优选作为早期的社区团购龙头企业，聚焦湖南等核心区域，采用区域深耕策略。在核心区域建立了完善的供应链和物流体系，拥有较高的用户忠诚度和市场份额。通过与本地供应商紧密合作，提供具有地域特色的商品，满足当地消费者的个性化需求。

3. 数字化对社区团购的影响

3.1. 供应链优化升级

在传统社区团购模式下，平台与供应商通常处于各自独立运营的状态。这种分离式合作虽在初期满足基本市场需求，但随着行业发展，其深层次问题逐渐显现，埋藏巨大风险隐患。短期看，该模式虽保障双方自主性，但长期积累的隐性危害已不容忽视——供应链效率低下、产品质量稳定性不足、信息不对称引发的信任危机，均对平台可持续发展构成严重威胁。构建新型合作关系成为破局关键：平台以原价直采供应商商品，通过固定收益与利润分成实现利益共享，是化解上述矛盾的有效路径[6]。

数字化技术为社区团购供应链带来了全方位的优化升级，从需求预测到库存管理，再到配送环节，都发生了深刻变革。在需求预测方面，大数据分析发挥了关键作用。社区团购平台积累了海量的用户数据，包括购买历史、浏览行为、搜索关键词等。通过对这些数据的深入挖掘和分析，平台能够精准把握用户的消费偏好和购买趋势，从而实现对商品需求的精准预测。库存管理是供应链优化的重要环节。传统的社区团购库存管理往往依赖人工经验，容易出现库存积压或缺货的问题。数字化技术的应用实现了库存管理的智能化和精细化。通过物联网技术，平台可以实时监控库存商品的数量、位置和保质期等信息。当库存水平低于设定的安全阈值时，系统自动触发补货提醒，同时根据历史销售数据和需求预测，智能计算出最优的补货量和补货时间。此外，一些先进的社区团购平台还引入了自动化仓储设备，如自动分拣机器人、智能货架等，进一步提高了库存管理的效率和准确性。配送环节的数字化优化同样显著。通过物流配送管理系统(TMS)，平台可以对配送车辆、配送人员和配送路线进行智能调度和优化。系统结合实时交通信息、订单分布和配送员位置等因素，自动规划出最优的配送路线，避免了交通拥堵，提高了配送效率。同时，利用GPS定位技术，用户可以实时跟踪订单的配送进度，随时了解商品的位置和预计送达时间。一些平台还推出了即时配送服务，满足用户对时效性的高要求。

3.2. 用户体验革新

数字化技术的广泛应用，从多个维度革新了社区团购的用户体验，为消费者带来了更加便捷、个性

化和优质的购物感受。便捷下单是数字化带来的最直观体验之一。社区团购平台通过手机应用程序和小程序，打破了时间和空间的限制，让用户随时随地都能轻松购物。用户只需在平台上浏览商品、加入购物车并完成支付，整个过程简单快捷，无需像传统购物那样花费大量时间前往实体店挑选商品。个性化推荐是数字化提升用户体验的重要手段。借助大数据和人工智能技术，社区团购平台能够根据用户的浏览记录、购买历史和消费偏好等数据，为用户精准推送个性化的商品推荐和促销活动。快速配送是影响用户体验的关键因素。数字化技术的应用使得社区团购平台能够实现高效的物流配送，缩短商品从仓库到用户手中的时间。通过智能仓储管理系统和物流配送管理系统，平台能够快速处理订单、优化配送路线，并实时跟踪配送进度。优质售后是保障用户体验的重要环节。数字化技术为社区团购平台的售后服务提供了有力支持。平台通过建立完善的客户关系管理系统(CRM)，能够快速响应用户的售后咨询和投诉，并及时解决问题。用户可以通过平台的在线客服、电话客服或留言等方式反馈问题，客服人员会在第一时间与用户取得联系，并提供解决方案。同时，平台还会对用户的售后反馈进行数据分析，找出商品质量、配送服务等方面存在的问题，及时进行改进和优化。

3.3. 营销模式创新

随着买方市场格局的形成及社区团购企业间竞争加剧，其面向消费者的传统传播模式逐渐暴露出以下问题：受众定位精度不足、互动与实时性欠缺、营销效果难以量化、传播成本居高不下、市场应变能力薄弱[7]。

数字化时代为社区团购带来了一系列创新的营销模式，这些模式充分利用了数字化技术的优势，有效提升了营销效果和用户参与度。基于数字化的社交裂变营销成为社区团购的重要推广手段。社区团购依托社区社交关系，通过用户之间的分享和邀请实现快速传播。平台利用数字化工具，如微信小程序、社群等，为用户提供便捷的分享和邀请功能。用户在购买到满意的商品后，可以轻松地将商品链接或团购信息分享到微信朋友圈、微信群等社交平台，邀请好友一起购买。为了激励用户分享，平台通常会设置丰富的奖励机制，如邀请返利、优惠券、积分等。当好友通过用户的邀请链接成功下单后，邀请者和被邀请者都能获得相应的奖励。这种社交裂变营销模式不仅降低了平台的获客成本，还提高了用户的黏性和忠诚度。精准广告投放是数字化营销的核心优势之一。社区团购平台借助大数据和人工智能技术，对用户的行为数据进行深度分析，构建精准的用户画像。基于用户画像，平台能够精准定位目标用户群体，并根据用户的兴趣爱好、消费习惯等特征，在合适的时间、合适的渠道向用户投放个性化的广告。内容营销在社区团购数字化营销中也发挥着重要作用。平台通过创作和发布优质的内容，如商品评测、使用教程、生活小贴士等，吸引用户关注，激发用户的购买欲望。内容形式丰富多样，包括图文、视频、直播等，以满足不同用户的喜好。直播带货是内容营销的一种重要形式，主播在直播间实时展示商品的特点、使用方法和优惠活动，与用户进行互动，解答用户的疑问，营造出强烈的购物氛围。用户可以在直播过程中直接下单购买商品，实现了内容与销售的无缝对接。

4. 未来发展趋势

4.1. 技术创新驱动的变革

人工智能在社区团购中的应用将更加深入和广泛。在商品推荐方面，人工智能算法将能够更精准地洞察用户需求。通过对用户的浏览历史、购买行为、社交互动等多维度数据的实时分析，不仅能根据用户的过往购买偏好推荐商品，还能结合用户当前所处的生活场景、季节变化、节日氛围等因素，提供更加个性化、场景化的商品推荐。区块链技术将为社区团购的供应链管理带来革命性变化。在商品溯源方面，区块链的不可篡改和可追溯特性将得到充分发挥。从农产品的种植源头开始，将种子、化肥的使用，

到生长过程中的灌溉、施肥记录，再到采摘、加工、运输、仓储等各个环节的信息，全部记录在区块链上。消费者通过手机扫码，即可获取商品的全生命周期信息，实现真正的源头可溯、去向可追、责任可究，极大地增强消费者对商品质量的信任。在智能合约应用上，区块链将实现供应链各环节的自动协作。此外，需合理规划配送路径，以解决当前社区团购生鲜农产品配送效率不高的问题，提升消费体验。可运用大数据技术，实时分析生鲜农产品从共享仓、中心仓、网格仓直至提货点的全链路物流配送情况，筛选出最优运输路线。此举既能降低配送成本，又可提升运输效率，最终增强消费者满意度[8]。

4.2. 业务拓展与多元化发展

当前社区团购行业产品高度同质化，亟需推进区域细分运营。面对众多平台角逐的市场，打造独特优势成为竞争关键。企业应深入调研区域内其他平台的发展态势，着力培育本平台的核心特色产品，以此区别于竞争对手。唯有让客户在享受优质服务的同时，逐步形成对平台的使用依赖，方为立足之本[9]。

社区团购平台将不断拓展商品品类，从目前以生鲜蔬果、日用品为主，向更多领域延伸。在家电数码领域，平台将引入各类小型家电、手机、电脑等产品，满足用户对电子产品的购买需求。通过与知名品牌合作，提供正品保障、价格优惠和优质售后服务，吸引用户在社区团购平台购买家电数码产品。在美妆护肤领域，平台将丰富美妆护肤产品的种类，涵盖各类化妆品、护肤品、美容工具等。与专业的美妆品牌和供应商合作，提供产品试用、美妆知识分享等服务，帮助用户更好地选择适合自己的美妆护肤产品。在母婴领域，平台将提供更全面的母婴产品，包括奶粉、纸尿裤、婴儿服装、玩具、早教用品等。与母婴品牌建立深度合作关系，提供专业的母婴护理知识和育儿咨询服务，增强用户对平台的信任和依赖。服务升级将成为社区团购平台提升竞争力的关键。在配送服务方面，除了现有的次日达和即时配送服务，平台将进一步优化配送网络，提高配送效率和服务质量。引入智能配送设备，如无人机配送、无人驾驶配送等，在一些交通便利、政策允许的区域，实现商品的快速配送。同时，加强对配送人员的培训和管理，增强配送人员的服务意识和专业素养，确保商品能够安全、及时、准确地送达用户手中。在售后服务方面，平台将建立更加完善的售后服务体系，加强对售后人员的培训，提高售后人员的专业水平和服务态度。缩短售后处理时间，对于用户的售后问题，能够在第一时间响应并解决。社区团购与其他行业的跨界融合将成为未来发展的重要趋势。与本地生活服务融合，平台将整合社区周边的餐饮、美容美发、家政服务、健身娱乐等生活服务资源，为用户提供一站式的生活服务解决方案。用户可以在社区团购平台上预订餐厅座位、购买美容美发套餐、预约家政服务、办理健身卡等，享受便捷的本地生活服务。与在线教育融合，平台将引入各类在线教育课程，包括少儿教育、职业培训、兴趣爱好培养等课程。与知名教育机构合作，提供优质的教育资源和学习服务，满足用户的学习需求。通过社区团购的社交属性，促进用户之间的学习交流和互动，营造良好的学习氛围。与医疗健康融合，平台将提供医疗健康服务，如在线问诊、体检预约、药品配送等。与医疗机构和药企合作，为用户提供便捷的医疗健康服务，保障用户的身心健康。

4.3. 行业规范与可持续发展

随着社区团购行业的不断发展，法规政策将不断完善，监管力度将持续加强。在反垄断与公平竞争方面，监管部门将密切关注市场动态，加强对社区团购平台的市场行为监管[10]。对于滥用市场支配地位、实施价格垄断、限制竞争等不正当竞争行为，将依法予以严厉打击，维护公平竞争的市场秩序。在消费者权益保护方面，法规政策将进一步明确社区团购平台在商品质量保障、信息披露、售后服务等方面的责任和义务。平台必须确保所售商品的质量安全，如实披露商品信息，不得虚假宣传；建立健全的售后服务体系，及时处理消费者的投诉和退换货要求，保障消费者的合法权益。在数据安全与隐私保护方面，

将出台更加严格的数据保护法规，规范社区团购平台的数据收集、使用、存储和共享行为。平台必须遵循“最小必要”原则收集用户数据，获得用户的明确同意，并采取有效的技术措施保障数据安全，防止数据泄露和滥用。

社区团购平台将更加注重社会责任的履行，实现可持续发展。在环保方面，平台将积极推广绿色包装，减少包装材料的使用和浪费。采用可降解、可回收的包装材料，降低对环境的污染。鼓励用户使用环保购物袋，减少一次性塑料袋的使用。在助力乡村振兴方面，平台将加强与农村地区的合作，通过农产品上行计划，帮助农民销售农产品，增加农民收入。建立农产品直采基地，与农民合作社、种植户等建立长期稳定的合作关系，促进农业产业发展，推动乡村振兴战略的实施。在赋能小微商户方面，平台将为社区便利店、夫妻店等小微商户提供数字化升级工具和供应链支持，帮助他们提升经营能力和竞争力。通过合作共赢的方式，实现社区团购平台与小微商户的共同发展，促进社区经济的繁荣。

5. 结论

展望未来，技术创新将继续驱动社区团购数字化变革，人工智能、区块链等技术的深入应用将带来更高效的运营和更优质的用户体验。业务拓展与多元化发展成为趋势，商品品类不断丰富，服务持续升级，与其他行业的跨界融合更加紧密。同时，行业规范与可持续发展愈发重要，法规政策的完善和监管力度的加强将引导行业健康发展，平台也将更加注重社会责任的履行。

参考文献

- [1] 郭泽麟. 双边市场理论视角下即时零售平台与商家合作关系管理研究[J]. 中小企业管理与科技, 2025(18): 123-125.
- [2] 陈春花, 陈劲, 魏江, 毛基业, 陈万思. 共话数字化与管理[J]. 企业管理, 2023(6): 18-26.
- [3] 李育冬, 尹传高. 中国社区团购管理[M]. 北京: 企业管理出版社, 2024.
- [4] 訾豪杰. 电子商务概论[M]. 北京: 北京理工大学出版社, 2020.
- [5] 刘怡忻. 多多买菜的全链管理优化研究[D]: [硕士学位论文]. 哈尔滨: 东北农业大学, 2025.
- [6] 赵梓程. 基于委托代理的社区团购供应链激励策略研究[D]: [硕士学位论文]. 上海: 东华大学, 2025.
- [7] 温妙红. 社区团购在供应链数字化转型过程中整合营销传播模式探析[J]. 物流工程与管理, 2024, 46(11): 97-99.
- [8] 陶娟, 余泽坤. 优化社区团购生鲜农产品供应链策略研究[J]. 菏泽学院学报, 2024, 46(3): 29-34.
- [9] 温嘉英, 雷银生. 基于波特五力模型的社区团购行业分析[J]. 现代商业, 2022(20): 45-47.
- [10] 王德福. 基层中国 群众的时代 社会转型期的城市基层治理[M]. 北京: 东方出版社, 2024.