

电商经济中社区团购团长的作用与困境研究

陈楠

南京林业大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年12月2日; 录用日期: 2025年12月16日; 发布日期: 2025年12月31日

摘要

在电子商务快速发展的背景下, 社区团购“团长”作为连接平台与消费者的枢纽角色, 展现出典型的“双重代理”特征。一方面, “团长”依附于平台资本, 受到算法驱动的时间规训与社交资本商品化的控制; 另一方面, “团长”又作为社区领袖, 拥有一定的社会资本和自主性。这种双重角色虽提升了社区团购的履约效率与用户黏性, 但也使“团长”面临角色冲突、收入不稳定及职业边界模糊等现实困境。研究聚焦于电商生态中“团长”的运作机制与生存现状, 分析平台算法管理与社区服务需求之间的张力, 旨在为优化平台-团长协作模式、提升社区团购可持续运营能力提供实践参考。

关键词

社区团购, 平台经济, 团长

Research on the Role and Challenges Faced by Community Group Buying Leaders in the E-Commerce Economy

Nan Chen

School of Marxism, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: December 2, 2025; accepted: December 16, 2025; published: December 31, 2025

Abstract

Against the backdrop of rapid e-commerce development, community group buying “group leaders” serve as pivotal intermediaries connecting platforms with consumers, exhibiting characteristic dual agency traits. On one hand, these leaders are dependent on platform capital, subject to algorithm-driven temporal discipline and the commodification of social capital. On the other, they function as community leaders possessing considerable social capital and autonomy. While this dual

role enhances fulfilment efficiency and user retention within community group buying, it also subjects group leaders to practical dilemmas such as role conflicts, unstable income, and blurred professional boundaries. This study examines the operational mechanisms and survival conditions of group leaders within the e-commerce ecosystem, analysing the tension between platform algorithmic management and community service demands. It aims to provide practical insights for optimising platform-group leader collaboration models and enhancing the sustainable operational capacity of community group buying.

Keywords

Community Group Buying, Platform Economy, Group Leader

Copyright © 2025 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

随着数字经济的迅猛发展，社区团购作为一种新兴的消费模式在中国迅速崛起。这种模式以社区为中心，由团购平台提供货品，社区“团长”将小区居民拉进社群，居民通过小程序下单购买，平台将货品送到团长处，再由团长通知居民自提或送货上门。初步统计，截至 2023 年社区团购市场规模超过 3200 亿元¹。这一庞大的“团长”群体，作为平台经济中新兴的劳动力，其阶级身份呈现出前所未有的模糊性。

“团长”既不是传统意义上的资本家，也不是典型的工人，而是处于一种特殊的中间地带。一方面，他们不拥有主要生产资料，依附于平台资本，受到平台规则和算法的控制；另一方面，他们又拥有一定的社会资本和自主性，在社区中扮演着“领袖”角色。这身份的双重性和模糊性，使得“团长”群体成为研究当代数字资本主义条件下阶级结构变迁的重要案例。

正如陈朦和蓝江(2024)所指出的：“在虚拟的数字经济背后，依旧是马克思历史唯物主义所强调的物质生产基础，在看似无形的生产过程当中，依旧是劳动发挥着活的生产作用，就好像‘猫咪风琴’中被禁锢的猫咪一样，在数字资本灵动曼妙的圆舞曲背后是无数看不见的劳动者，以及那些隐秘地发生着的劳动过程[1]。”社区团购“团长”正是这些“看不见的劳动者”中的一员，他们身份困境反映了数字资本主义时代下劳资关系的深刻变革。

2. 理论框架与分析视角

如何清晰界定“团长”的身份是目前亟待解决的问题。本研究认为，列宁“中间阶层”理论可以解释这一困境。通过创造性地运用和发展列宁理论，我们可以更好地把握社区团购“团长”这一新兴群体的身份困境。

2.1. 平台角色定位

列宁的中间阶层理论是马克思主义阶级理论的重要发展和补充。在《俄国资本主义的发展》《帝国主义是资本主义的最高阶段》等著作中，列宁系统阐述了中间阶层的概念、特征及其在资本主义社会中的地位 and 作用[2] [3]。

列宁在《俄国资本主义的发展》等著作中，系统阐述了“中间阶层”理论。他指出，在资本主义社会

¹数据来源于前瞻网 <https://www.qianzhan.com/analyst/detail/220/240119-fc92cd81.html>。

中,除了资产阶级和无产阶级这两大基本阶级外,还存在着处于中间地位的阶层,如小业主、小商人、知识分子等[2]。这些群体的共同特点是:既不完全占有生产资料,也不完全丧失生产资料;既有资产阶级的某些特征,又有无产阶级的某些特征;在经济地位上处于中间状态[4]。社区团购团长正是这一理论在数字时代的鲜活例证:他们不拥有平台这一核心生产资料,却拥有自己的社会资本(私域流量),其收入依赖于平台规则,却又需承担部分经营风险。

2.2. 算法管理机制

进入 21 世纪,随着数字技术的迅猛发展和平台经济的兴起,资本主义生产方式发生了深刻变革,呈现出数字资本主义的新特征。在这一转型过程中,平台算法成为重塑中间阶层依附性的关键力量。

数字资本主义的核心特征是数据成为新型生产资料,平台成为主导性的商业组织形式,算法成为劳动过程的控制机制。“数据作为一种商品的二重性特征便在于,它的价值依赖于由各类数字化劳动及其技术中介所建立起来的使用价值的丰富性,而这种使用价值反过来又进一步促成了数据价值的增殖,一切数据商品的秘密便蕴含于此[1]。”在这种条件下,传统的中间阶层面临着新的分化和重组,同时也出现了新型的中间阶层群体,如社区团购中的“团长”、网络主播、自由职业者等。

在这种数字资本主义转型中,社区团购“团长”作为新兴的中间阶层群体,其依附性被平台算法以新的方式重塑。一方面,他们享有一定的自主性和灵活性,可以自主安排工作时间和方式;另一方面,他们又深度依附于平台,受到算法规则的严格约束。

从服务主导逻辑看,团长的角色超越了单纯的劳动力。“团长负责发布团购信息引流、与顾客互动等社群运营工作”,是平台“价值共创”机制中的关键一环,价值“通过团长与顾客之间以及顾客与顾客之间的互动而共同创造”[5]。这种共创属性进一步模糊了其雇佣边界,使其在享受一定自主性的同时,也更深地嵌入到平台的资本积累链条之中。

2.3. 双重代理特征

基于列宁中间阶层理论和数字资本主义转型的分析,本研究提出“双重代理”和“身份撕裂”两个核心概念,作为分析社区团购“团长”身份困境的理论工具。

“双重代理”概念源自对列宁中间阶层双重性质理论的创新性发展。列宁指出,中间阶层具有双重性质:既有资产阶级的一面,又有无产阶级的一面。在数字资本主义条件下,这种双重性质表现为中间阶层同时充当不同主体的代理人角色。具体到社区团购“团长”,他们一方面是平台资本的代理人,负责执行平台的商业策略,推广平台产品,扩大平台用户;另一方面,他们又是社区消费者的代理人,代表社区居民与平台协商,争取更优惠的价格和更好的服务。这种“双重代理”角色使“团长”处于一种矛盾的位置:既要满足平台资本的增值需求,又要回应社区消费者的利益诉求。

“阶级身份撕裂”概念则进一步揭示了这种双重代理角色对“团长”主体性的深刻影响。由于同时承担着平台代理人和社区代理人的双重角色,“团长”的阶级身份不再是统一和稳定的,而是呈现出撕裂和分裂的状态。这种撕裂主要表现在以下几个方面。

首先,在经济地位上,“团长”既是被平台控制的对象,又是获取佣金收入的经营者。他们的收入直接依赖于销售业绩,这使他们在经济利益上既与平台资本捆绑,又与之存在矛盾。

其次,在社会关系上,“团长”既是平台控制链条中的一环,又是社区网络中的核心节点。他们需要平衡与平台的从属关系和与社区居民的信任关系,这种平衡往往充满张力和冲突。

“双重代理”和“阶级身份撕裂”这两个概念不仅有助于我们理解社区团购“团长”的具体处境,也为分析数字资本主义条件下其他新兴中间阶层群体提供了理论工具。这些概念表明,在数字资本主义条

件下，劳资关系不再是简单的二元对立，而是呈现出更为复杂和多元的形态。中间层级的依附性和摇摆性不仅没有消失，反而以新的形式被强化和复杂化。

3. “团长群体”现状分析

3.1. 角色定位冲突

社区团购“团长”的身份认同危机源于其在平台经济中的特殊位置。一方面，平台将“团长”包装为“社区领袖”，强调其在社区中的影响力和号召力；另一方面，“团长”实际上是平台资本的代表，负责执行平台的商业策略，扩大平台的市场份额。这种角色定位的二元性导致“团长”面临严重的身份认同危机。

从社区角度看，“团长”被赋予了“社区领袖”的身份标签。他们通常是社区中有一定影响力的人物，如小区业委会成员、社区积极分子或小型商店店主等。平台宣传中常将“团长”描述为“服务社区的热心人”、“邻里互助的桥梁”，强调其社会价值和公共属性。这种身份定位使“团长”获得了一定的社会认可和尊重，也强化了他们对社区的责任感和使命感。

然而，从平台角度看，“团长”本质上是平台资本的代理人，是平台扩张战略的执行者。平台通过“团长”渗透社区，获取用户数据，扩大市场份额。“团长”的主要职责是推广平台产品，完成销售任务，为平台创造价值。平台对“团长”的评价主要基于其销售业绩和用户增长，而非社区服务质量。这种商业逻辑与“团长”的公共属性形成鲜明对比，导致“团长”在实际运营中不断面临价值冲突。在平台资本主义模式下，团长往往陷入“产销一体”的困境。“平台用户在平台资本的操纵下，为平台所有者从事数据生产以及数字产品消费等‘产销一体’活动，平台所有者通过数字技术对平台用户生产的数据进行无偿攫取……实现对用户劳动力的剥削[6]。”

更深层次看，这种身份认同危机反映了平台资本对社会关系的商品化和工具化。平台利用“团长”在社区中的社会资本和信任关系，将其转化为商业价值，实现资本积累。这一过程中，原本基于互惠互利的社区关系被重新定义为市场关系，社会价值让位于商业价值。“团长”的身份认同危机正是这种社会关系商品化过程中的必然产物。

3.2. 平台规则约束

在平台经济中，“团长”的劳动过程受到平台算法的全方位控制，主要表现为时间规训和社交资本商品化两个方面。

时间规训是平台控制“团长”劳动过程的重要手段。虽然平台宣传“团长”工作时间灵活、可自主安排，但实际上，平台通过算法设定了严格的时间节点和工作流程，对“团长”进行精细化的时间规训。例如，平台规定团购下单时间、截单时间、配送时间和自提时间等，“团长”必须在这些时间节点完成相应工作。一旦错过或延误，就会面临订单取消、佣金减少甚至账号降级等惩罚。这种时间规训使“团长”的工作时间碎片化，必须全天候待命，随时响应平台和用户需求。

这种时间规训不仅延长了“团长”的工作时间，还模糊了工作与生活的界限，导致“团长”的生活完全被平台节奏所支配。更重要的是，这种看似客观中立的时间安排实际上内嵌了资本逻辑，旨在最大化平台利润，而非优化“团长”的劳动体验。

社交资本商品化是平台控制“团长”劳动过程的另一重要手段。平台鼓励“团长”利用个人社交网络发展用户，将私人社交关系转化为商业资源。“团长”需要不断维护和扩大社交圈，通过朋友圈、微信群等渠道推广平台产品，将亲友变成消费者。这种社交资本商品化使“团长”的人际关系工具化，社交活动商业化，进一步模糊了工作与生活的界限。

平台通过算法对“团长”的社交活动进行监控和评估，根据用户增长、活跃度和转化率等指标调整“团长”的等级和收益。这种算法评估机制迫使“团长”不断扩大社交网络，提高社交效率，将社交互动量化为可计算的商业价值。这一过程中，原本基于情感和互惠的社交关系被异化为创造价值的工具，“团长”的社交资本被平台占有和利用。

时间规训和社交资本商品化共同构成了平台对“团长”劳动过程的全方位控制。这种控制不同于传统工业资本主义的直接监督和命令，而是通过算法、数据和激励机制实现的隐性控制，更加隐蔽且难以抵抗。“团长”表面上拥有工作自主权，实际上被纳入了更为精细和全面的控制体系。

4. “团长”群体面临的核心挑战

4.1. 价值分配失衡

在马克思的商品拜物教理论中，商品交换关系掩盖了生产过程中的社会关系，使人与人之间的关系表现为物与物之间的关系。在平台经济中，这种拜物教现象发生了新的变异，表现为平台技术崇拜和创业神话掩盖了平台资本对“团长”劳动的剩余价值攫取。

平台技术崇拜是数字时代拜物教的典型表现。平台通过强调技术的中立性、先进性和便利性，将资本与劳动的对立关系转化为人与技术的协作关系。在社区团购领域，平台宣传中常将算法描述为提高效率的工具、创造价值的助手，而非控制劳动的手段。这种技术崇拜使“团长”将劳动强度增加、收入下降等问题归因于技术本身或个人能力不足，而非平台资本的剥削。

创业神话是平台经济中另一种拜物教表现。平台将“团长”包装为、“创业者”或“合伙人”，强调其自主性和成功可能性，掩盖了实际的从属关系。通过宣传少数成功案例，平台营造出人人都能通过勤奋努力成为“明星团长”的幻象，将结构性的阶级矛盾个体化为个人奋斗的故事。

平台宣传材料中常见这样的话术：“只要你足够努力，每月轻松赚取过万收入！”、“从普通主妇到社区团购女王，她只用了三个月！”这类成功学话语将少数幸存者的经历普遍化，忽视了大多数“团长”面临的结构性困境。

这种拜物教变异的实质是掩盖平台资本对“团长”劳动的剩余价值攫取。在社区团购模式中，“团长”承担了传统零售环节中的多项工作，包括营销推广、订单处理、仓储配送、售后服务等，创造了大量剩余价值。然而，平台通过算法控制和数据垄断，将大部分剩余价值转化为平台利润，只向“团长”支付有限的佣金。

平台技术崇拜和创业神话作为工具，使得剩余价值攫取机制变得不可见，将资本与劳动的对立关系转化为技术进步和个人奋斗的叙事。这种拜物教变异不仅掩盖了剥削关系，还使“团长”内化了资本逻辑，将自身利益与平台利益绑定，弱化了抵抗动力。

4.2. 协作机制缺失

面对平台资本的控制和剥削，“团长”群体的抗争呈现出个体化退出与集体行动困境的双重制约，形成了独特的抗争悖论。

个体化退出是“团长”最常见的抗争方式。当面临平台政策调整、收入下降或工作压力增大时，许多“团长”选择退出平台或转向其他平台。与个体化退出相对的是集体行动困境。理论上，“团长”作为数量庞大的群体，应该具有一定的集体行动能力和谈判筹码。然而，实际上“团长”群体面临着严重的集体行动困境，难以形成有效的集体抗争。这种困境主要源于以下因素。

首先，平台的分层管理策略分化了“团长”群体的利益和认同。平台根据销售业绩、用户规模等指标将“团长”分为不同等级，高等级“团长”获得更多资源和更高佣金，低等级“团长”则面临更大压力

和更低收益。这种分层管理使“团长”之间形成竞争关系，难以建立共同利益和集体认同。

其次，平台的个体化管理模式弱化了“团长”的组织基础。平台将“团长”定义为独立经营者或合作伙伴，而非雇员，使他们缺乏传统工人的组织基础和法律保障。“团长”之间地理分散、互不相识，日常工作中缺乏面对面交流和协作，难以形成稳定的社会网络和信任关系。

最后，平台的技术监控和惩罚机制增加了集体行动的成本和风险。平台通过算法监控“团长”的线上活动，对组织抗议或集体行动的“团长”实施账号降级、流量限制甚至封号等惩罚。这种技术监控使集体行动的组织成本和个人风险大幅提高，抑制了抗争意愿。

个体化退出与集体行动困境形成了一种抗争悖论：个体退出无法改变结构性不平等，而集体行动又面临重重障碍。这种悖论使“团长”群体陷入一种无力感和宿命论，接受现状或选择退出，而非挑战和改变不平等的权力结构。

从列宁中间阶层理论看，这种抗争悖论反映了中间层级的摇摆性和组织弱势。列宁指出，中间层级由于其经济地位的中间性和不稳定性，在政治上表现出摇摆性，难以形成独立的政治立场和组织力量。在数字资本主义条件下，这种摇摆性和组织弱势通过新的技术和管理手段被强化，使中间层级的抗争更加个体化和碎片化。

4.3. 职业发展受限

平台经济中的阶级固化机制主要通过数据控制和零工经济两种结构性力量实现，共同构成了对“团长”群体的系统性压迫。

数据控制是指平台通过垄断数据资源和算法技术，建立起对市场和劳动者的支配地位。零工经济是指以短期、临时、灵活用工为特征的就业模式，在平台经济中表现为将劳动者重新定义为“独立承包商”或“合作伙伴”，而非传统雇员。这种零工经济模式对“团长”群体产生了深远影响：

数据控制和零工经济共同构成了平台经济中的身份固化机制，使“团长”群体难以突破从属地位。这种身份固化机制不同于传统资本主义的显性压迫，而是通过技术手段和制度设计实现的隐性压迫，更加难以识别和抵抗。

从马克思主义理论来看，这种身份固化机制本质上是资本主义控制关系在数字时代的新表现。尽管表现形式发生了变化，但资本对劳动的控制本质并未改变，只是采取了更为隐蔽和复杂的形式。正如陈朦和蓝江(2024)所指出的：“因此，数字资本主义首先是一个数字化的阶级社会，在这一维度上，数字资本主义依旧共享着资本主义经济，强调资本对劳动的剥削与统治的一般共性[1]。”

数据控制和零工经济作为新型的身份固化机制，不仅强化了平台资本对“团长”的控制，还塑造了一种新型的劳资关系——表面上的合作伙伴关系，实质上的从属关系。列宁的中间阶层理论为我们理解这种身份固化机制提供了重要启示。列宁指出，经济发展过程中，中间层级面临两极分化的趋势，形成了“少数人”与“多数人”的矛盾局面。在数字资本主义条件下，这种两极分化趋势依然存在，但形式更为复杂。“团长”群体中，少数“明星团长”可能积累足够资本，转型为小型创业者；而大多数“团长”则面临收入下降、竞争加剧的压力，最终退出平台或沦为更加不稳定的零工劳动者。

5. 结论与建议

本研究发现，平台以算法为核心的管理机制深刻塑造了“团长”群体的劳动结构：时间规训使其工作与生活边界不断被压缩；社交资本的持续商业化使其在情感劳动与社区关系维护中承担额外负担；绩效化的激励逻辑强化了群体内部的等级分化，进一步削弱普通“团长”的收益稳定性与谈判能力。这些机制固然提升了平台效率，但也在客观上形成了结构性不平等，使“团长”处于长期的身份撕裂与职业

不确定状态。

要破解上述困境，需要从制度保障、平台治理与社区生态三个层面提出系统性应对办法。

其一，行业制度层面应出台统一的规范体系，对“团长”的劳动边界、佣金比例、最低保障标准等核心事项做出明确规定，从而构建基本的权利保护框架。通过强化监管与行业准入制度，可有效降低平台无序竞争对“团长”造成的风险外溢。

其二，平台应主动重构协作机制，从效率优先向公平与效率并重转变。平台可以通过公开算法规则、引入可申诉机制、提高团长在价格与选品环节的参与度、设立长期激励制度等方式，增强其议价能力并缓解绩效考核带来的压力。此外，平台还应减少对社交资本的过度依赖，逐步建立更专业化的运营支持体系，以降低“团长”的隐性劳动成本。

其三，应推动“团长”向社区综合服务节点转型，使其角色从单一的销售端口扩展为社区消费生态的重要连接者，例如承担邻里配送、社区互助服务或公共活动组织者等职能，使其在社区中形成相对稳定的职业认同与发展空间。

总体而言，社区团购要实现可持续发展，其核心在于重构平台-团长关系，通过制度建设、平台治理改革与社区协同机制的完善，使“团长”从边缘化、易替代的劳动主体转变为具有稳定性与发展性的合作伙伴。唯有如此，社区团购才能从单纯的价格竞争走向以信任、服务与社区价值为核心的长期发展路径。

参考文献

- [1] 陈朦, 蓝江. 数据、劳动与平台资本——历史唯物主义视阈下的数字资本主义研究[J]. 国外理论动态, 2024(1): 109-116.
- [2] 列宁. 列宁全集: 俄国资本主义的发展[M]. 北京: 人民出版社, 1959: 173-274.
- [3] 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局. 帝国主义是资本主义的最高阶段[M]. 北京: 人民出版社, 1959: 22-23.
- [4] 杨敏. 早期马克思主义社会学中国化: 焦点议题及其当代价值——马克思主义阶级阶层分析的一种再认识[J]. 人文杂志, 2019(4): 10-21.
- [5] 张李明. 基于服务主导逻辑的社区团购价值共创研究[J]. 经济师, 2024(7): 8-9.
- [6] 杜巧玲, 肖峰. 平台资本主义与劳动新异化[J]. 北京理工大学学报(社会科学版), 2024, 26(1): 12-21.