编辑 吕银玲 美编 高蕾 责校 池红云 电话:64101673 syzx10@126.com

严禁社区团购低价倾销 两部门喊话“九不得”

北京商报讯（记者 赵述评 赵驰 何倩）野蛮生长的社区团购迎来官方规范。12月22日，国家市场监管总局联合商务部召开规范社区团购秩序行政指导会，阿里、腾讯、京东、美团、拼多多、滴滴6家互联网平台企业参加。会议严肃指出了当前社区团购存在的低价倾销及由此引起的挤压就业等突出问题。

与此同时，为了严格规范社区团购经营行为，会议要求互联网平台企业严格遵守“九不得”，其中包括不得滥用自主定价权进行恶性价格竞争、不得滥用市场支配地位、不得虚假宣传及商业诋毁、不得大数据“杀熟”、不得利用技术手段损害竞争秩序、不得非法收集消费者个人信息、不得销售假冒伪劣商品等方面。

实际上，今年的疫情不仅让社区团购再次被激活，更让其成为了最热的风口。尤其在疫情防控常态化的背景下，贴近消费者、复购率高的社区团购也成为各大企业争相布局的重点。短短几个月时间，社区团购的赛道已经聚集了美团、京东、盒马等各大巨头。

在和君咨询合伙人、连锁经营负责人文志宏看来，社区团购是疫情催熟的一种商业模式，而社区是离消费者最近的一个场景，同时也是一个拥有大量流量的场景。作为一个流量的入口，也成为各大企业进入社区团购赛道一个很重要的动机，尤其是互联网企业。

值得注意的是，为了迅速抢占市场，不少巨头纷纷开启了高额补贴来抢占团长和用户，在高额的补贴下，低价的商品屡见不鲜。据此前相关媒体报道称，美团优选（美团旗下社区团购）与多多买菜竞争。前一天，美团优选预告，鸡蛋1.79元/6枚，多多买菜预告1.59元/6枚。第二天正式销售日，美团跟进1.58元/6枚，多多买菜1.48元/枚。

可以看到的是，众多商业巨头的下场也给社区团购赛道带来了更加激烈的价格厮杀。通过推出秒杀活动、首单优惠、平台优惠券等方式以极低的商品价格吸引用户几乎是社区团购平台通用的手段。然而，巨头重金投入争抢用户，也激起了部分供应商的抵触情绪。

据相关媒体报道，例如沧州市华海顺达粮油调料有限公司和漯河市卫龙商贸有限公司发布了名为《关于禁止给社区团购平台供货公司供货通知》，认为以“多多买菜”“美团优选”等为代表的社区团购平台出现了严重低价现象，甚至个别品项远低于出厂价，影响严重，损害客户的利益。

此外，这场生鲜游戏产生的波澜还传导至物流企业。一位涉足仓配的快递人士向北京商报记者表达出运营压力。据他介绍，企业当前为社区团购的供应商提供从仓到平台中心仓的运输服务，由于平台将商品价格压得很低，因此仓储服务的利润空间也被压缩。

与此同时，供应链成本该如何精细化管理，当前似乎超出了当局者的考虑范畴。据部分业内人士透露，为了能加速扩张门店资源，笼络更多订单，团长就算只有一单有的平台也会配送，因此履约成本并不是平台前期着重考量的因素。

事实上，各路企业的进场让社区团购开启了一轮野蛮生长，高额补贴、秒杀活动等低价商品成为各个平台获客的通用手段。一位拼团负责人告诉北京商报记者，从目前来看，社区团购仍然以烧钱补贴为主要扩张手段。谁家补贴多，用户就会去哪里；团长也一个道理，谁给的佣金多，就会跟着谁走，这是导致社区团购的用户忠诚度较弱的原因。

文志宏指出，社区团购本身不是一个完整的商业模式，它属于社区商业的一部分。无论是线上还是线下，社区团购都是在原有商业模式上的一种延伸。所以，是否能为消费者提供高性价比的商品仍然是社区团购最核心、最长期的竞争力。因此，供应链决定了是否能有高性价比的商品。与此同时，企业在前端运营上还需要线上线下结合，需要有足够的网点和规模来做支撑，并且需要有很好的客户体验感，包括团购下单的便利性、日常互动的便利性等。

关注 Market focus

天竺综保区自贸之路：疫苗入区规模增1.7倍

北京自贸区建设紧锣密鼓，国际商务片区内的天竺综合保税区有备而来。12月22日，顺义区召开两区建设发布会，介绍“两区建设”相关情况：飞机航材如何迅速过海关、质优价廉的药品疫苗怎样飞入寻常百姓家……在天竺综合保税区，都能找到答案。据天竺综保区管委会政策法规处副处长郑杰介绍，今年前11月，园区疫苗入区规模已达190亿元，同比增长1.7倍。

天竺综保区内，正在Ameco进行维修的飞机

两年后医药进口额全国占比1/3

“随着国家和北京市政策相继出炉，顺义区将在未来一段时间内，持续聚焦示范项目落地。”顺义区商务局局长杨登科如是说。

自国际商务服务片区揭牌以来，短短两个月间，40个示范项目在片区陆续落地，其中，外资项目14个，投资额共计15.3亿美元。“外资项目包括北京银行合资银行、西门子工业互联网赋能中心，示范项目包括华夏金融租赁、中检启迪、京东大药房、观复文化等。”杨登科说。

据介绍，自9月28日举行自贸区国际商务服务片区揭牌仪式至11月末，自贸区顺义组团新注册企业1659家，其中新增内资企业1630家，外商投资企业29家，新增内资企业注册资本总额达75.13亿元。“目前我区已梳理110个项目清单，项目总投资额约740亿元”，杨登科表示。

据郑杰介绍，今年前10个月，企业营业收入、利润、属地税收分别增长32.6%、32.2%、12.1%，进出口实现正增长。其中，新宜跨境电子商务产业园项目开工建设，总投资4亿美元，预计运营后年产值25亿元。

自贸区国际商务服务片区未来有什么规划呢？杨登科表示，未来三年，自贸试验区顺义组团每年新增工商注册企业数1500家以上，自贸试验区顺义组团平均每年实际利用外资增速不低于30%。“到2022年，争取实现文化艺术品进口额全国占比达到1/2；实现医药进口额全国占比达到1/3。”杨登科说。

此外，在产业方面，自贸区国际商务服务片区将瞄准GaWC、世界500强、国际行业协会权威榜单等境内外头部企业，聚焦航空服务、产业金融、文化贸易以及新能源智能汽车、半导体、新材料等高端制造领域。

航材高效过海关

作为自贸区国际商务服务片区的主阵地，天竺综合保税区在航空业等相关领域有着独特的“先天优势”。据介绍，截至目前，顺义区已梳理出85项政策清单，优化航材保税监管措施、开展海关税款保证保险试点等16项试点政策已开展具体业务。

“目前，天竺综合保税区保障空运国际货邮吞吐量占全市总量的95%以上，保障各类空运国际快件业务占全市总量的100%。”郑杰说。

强大运输能力的背后是高效通关的支持。据郑杰介绍，天竺海关运用智能监管手段，实行数据自动对比、卡口自动核放、秒放行等方式，实现了保税货物点对点直接流转，降低运行成本，提升了监管效能。

“截至目前，该模式已放行进出区车辆1.6万次，企业人员不必实地往返制卡刷卡，合计节省路程数千公里。”郑杰指出。

飞机维修服务企业作为临空经济区的必要元素之一，对于高效通关的感触最深。

北京飞机维修工程有限公司（Ameco）是中国国际航空股份有限公司和德国汉莎航空公司在天竺综合保税区内合资建立的飞机维修企业。目前，Ameco在“优化航材保税监管措施”“探索飞机维修企业航空器材包修转包修理业务口岸便利化措施”这两项制度落实方面，已经基本实现功能突破。据悉，目前，相关监管部门正在入企开展需求调研，研究完善现行实施意见，加强对企业适用政策的辅导。

Ameco方面表示，以“保税物流供应链为单元”的保税监管模式充分实现不同地区航材库存的自由调拨，极大地节省航材保障的重复储备、资金占用、重复建设等运营成本，更有利于海关监管，提高航材保障效率。同时还契合了共享经济的发展理念，有力助推航材共享平台建设，提升企业竞争力，还能推动新型航材综合保障服务模式与国际无缝衔接。

跨境医药电商“吃螃蟹”

航材之外，跨境医药电商是天竺综合保税区的另一大特色。

在国家药监局正式批复北京进行跨境电商销售医药产品试点后，北京市出台了《北京市跨境电商销售医药产品试点工作实施方案》，天竺综合保税区按照“跨境电商零售进口商品清单”所列药品医疗器械产品范围开展了相关进口业务。中国跨境电商政策正式在医药产品方面破冰。

科园信海（北京）医疗用品贸易有限公司（以下简称“科园信海”）作为首家入驻天竺综合保税区的医药供应链企业，在天竺综保区管委会、药监局大胆尝试对区内医药企业GSP认证和海关特殊监管区内一般纳税人政策之后，成为了“第一个吃螃蟹”的。此后，科园信海从只能在保税区内做简单进出口代理和分拨业务跨越为可以进行一般贸易，直接将进口药品及疫苗销售到全国。

据科园信海总经理楚晨曦介绍，科园信海与阿里健康、京东健康合作，开展跨境电商销售OTC药品业务。科园信海提供医药保税仓，推动GSP管理流程+跨境OTC业务流程落地。“在6·18已经正式开仓，截至11月底，已经完成18万单。”楚晨曦表示。

郑杰介绍，为进一步优化营商环境，市药监局第五分局可协助中检院对园区医药企业进行抽样，加快药品通关速度，某款首次上市药品，整体上市时间节省约2.5个月，为企业增加了5.5亿元销售收入。今年1-11月，园区疫苗入区规模190亿元，同比增长1.7倍。“目前天竺综合保税区正在积极探索扩大试点药品品类，增加试点企业数量。”郑杰说道。

北京商报记者 陶凤 常蕾/文并摄

易捷牵手连咖啡 加油站场景能否掀后浪

连咖啡与中石化易捷的“合资咖啡”终于靴子落地。12月22日，互联网咖啡品牌连咖啡与中石化易捷联手成立合资公司的信息传开，北京商报记者了解到，双方达成合作后，易捷咖啡将在易捷便利店陆续开店，并从苏州走向全国市场。在业内人士看来，加油站场景让易捷咖啡具有独特性，但也让其存在难以解决的短板：加油站的主客群并不是咖啡的刚需用户，且两者消费时段存在严重错位。

成立合资公司

随着中石化易捷宣布与连咖啡成立合资公司，易捷咖啡将借助易捷便利店完成落地，并采用“外送+到店消费”模式运营。同时，易捷咖啡北京首店也在当日落户北京龙禹玉泉加油站，正式对外营业。

北京商报记者通过易捷咖啡小程序看到，消费者可定位在北京龙禹玉泉加油站进行下单，还可选择自取和外卖配送。目前，易捷咖啡小程序上线了95#（风味咖啡）、98#（经典咖啡）两个系列饮品，包含咖啡、热牛奶、气泡水等。从产品名称和类别来看，与此前苏州的易捷咖啡门店上线的产品出入不大。

关于易捷咖啡后续发展规划和布局，连咖啡相关负责人表示，易捷咖啡继续采用加油站便利店的“外送+到店消费”模式，推动易捷咖啡规模化进军加油站消费渠道。对于品牌未来规划，上述负责人并未透露过多。

中国石化销售公司总经理、副董事长陈成敏也表示，中石化易捷推出易捷咖啡，是新形势下传统商业创新发展的重要探索，是促进线上线下融合发展、因地制宜拓展新业态的有益尝试。易捷咖啡作为加油站场景的咖啡运营商，依托中石化3万多座加油站、2.7万余家易捷便利店网点，为消费者提供更高品质的咖啡服务。

结束试水正式上岸

在中石化易捷与连咖啡合作的过程中，两者有着较为明确的分工，算得上各司其职。北京商报记者了解到，成立合资公司后，双方将共同建立一支兼具咖啡专业能力、互联网创新能力的经营团队，负责易捷咖啡的整体运营。

去年中石化易捷与连咖啡在苏州开出9家易捷咖啡门店时，易捷咖啡的品牌相关负责人对北京商报记者初步解释了两家的分工：连咖啡为易捷咖啡输出了完整的运营团队，主要负责易捷咖啡的后台搭建、产品研发设计、人员培训等；中石化易捷则负责场地支持和易捷咖啡的品牌运营工作。

各司其职的目的是双方均希望在咖啡市场里再分一杯羹。无论是与连咖啡成立合资公司还是北京首店的落地，不难看出，中石化易捷对于咖啡市场存在着很大的野心。此次北京门店的落地，也意味着易捷咖啡正式走出苏州，开始瞄准全国市场。

和君咨询合伙人、连锁经营负责人文志宏表示，易捷咖啡对于中石化的加油站点或者易捷便利店来讲，是在原有的基础上做增量的业务。

上海啡越投资管理有限公司董事长王振东表达了相似的看法，易捷咖啡成立合资公司一方面是中石化继续深化混合所有制改革，更好地引入团队人才，以实现易捷的新零售转型。另一方面，也说明易捷咖啡将会正式纳入其整体规划，成为易捷便利店全面对标全家、便利蜂等便利店的重要组成部分。

目标客群受限

易捷咖啡的加码，无疑是搅动咖啡市场的“后浪”。对于易捷咖啡而言，有中石化背书，并且有大量的区别于其他餐饮品牌的门店资源，其门店场景也有差异化优势。不过，该领域既有连锁咖啡品牌深耕多年，又有近两年不断加快布局的便利店咖啡，易捷咖啡将面临众多挑战。

王振东表示，对于易捷咖啡而言，可借助易捷便利店开店，此举如果要对标全家等便利店品牌，相对优势在租金成本、结算优势、人流量和强制停留时间等方面。

不过，易捷咖啡面临的挑战也比比皆是。王振东强调，易捷便利店所处的加油站多为远离商圈等人群密集区域，辐射的客群主要为加油司机，该客群并非是咖啡刚需的客群。此外，加油站司机的到店时间与咖啡消费高峰时间不匹配，且加油站受限于餐饮设备和加油站的安全要求，无法提供高品质的餐食，会影响咖啡消费。

易捷咖啡正是加油站的差异化场景，一定程度上会受到选址或者场景的约束。尽管也开通了外送业务，但消费场景和消费群体都会受到店址的约束。易捷咖啡想要在市场站稳脚跟，其核心在于要扬长避短，发挥其连锁网点规模优势，同时在其消费场景的独特性之下，把握好这样的特殊场景，为消费者提供符合该消费场景的产品和服务。

王振东进一步表示，中国咖啡消费人群主要是女性，并且超过70%的比例是大专以上学历，如何让咖啡符合更广泛的消费者需求，将是中石化面临的最大挑战。蓝领咖啡市场更多被高性价比的瓶装咖啡和固体咖啡饮料占领，易捷咖啡可以考虑开发适应蓝领消费习惯的产品，而非轻易尝试改变消费者的消费习惯。

北京商报记者 赵述评 郭缤璐