

滴滴、美团、拼多多等企业纷纷布局，社区团购再次火起来——

## 互联网大厂拼抢社区团购

本报记者 徐佩玉

今年上半年抗疫期间，许多人习惯了线上购买生鲜和日用品，新需求带来了新商机。

两年前曾“火”过一阵的社区团购卷土重来。滴滴、美团、拼多多等多家互联网公司纷纷布局，迅速覆盖全国多个省份，并呈现出继续向下沉市场发展的趋势。

主打低价方便、基于邻里关系的社区团购为何能迎来“第二春”？社区团购正在如何改变居民生活？

## 社区团购好在哪儿？

——居民用更少的钱买到更多更好的商品；社区团购团长成为就业新选择

早上7点，家住广西南宁的李丽已经起床，喂孩子吃过早餐后，她来到了自己在小区里租的店铺，等着司机送来客户们昨天订的商品。“货已经到店啦，大家随时来取！”分拣完，李丽在微信群里发出了今天的第一条通知。

“经朋友介绍，我加入橙心优选成为一名团长，我把小区里认识的邻居都拉进一个群里，每天为大家分享平台上的新鲜优惠商品。”每天上午，李丽在店里一边等着客户来取货，一边在微信群里更新着当日优惠信息。“每天都要保持微信群的活跃度，因为每个人手机里都有很多微信群，如果不活跃，我的群就会沉下去，进而影响销量。”

像李丽一样的“宝妈”，是社区拼团的主力，其中不少人兼职做团长。“宝妈的带货能力一点也不输网红！而且大家都是邻居，信任感更强一些。”张阿姨是李丽同一个小区的邻居，现在日常买菜全都在李丽那里团购，又方便又省钱。“橙心优选的蔬菜水果都非常新鲜，比菜市场还优惠，大家买起来也很方便。头一天手机下单，第二天就送到我这了。商品也比较齐全，有水果蔬菜、饮料零食和日用百货。每天还有很多秒杀商品，价格非常划算！”李丽说。

低价、方便，是社区团购的两大亮点。滴滴橙心优选负责人对本报记者表示：“橙心优选的初心是为广大社区居民提供更多物美价廉的商品和更加快捷便利的购物体验。让用户用更少的钱，买到更多更好的商品，提升居民生活品质。”

在橙心优选平台上，1.58元能买到4枚鸡蛋和1斤土豆；超市里卖19.8元的五花肉，这里卖9.9元……每天有多场价格低至0.99元的秒杀活动，首单还可享受最低新人价0.01元。低价是社区团购吸引用户最关键的因素。

每天零点到23点之间，用户在小程序下单，次日即可在选定的自提点提货。有的团长像李丽一样在小区里租一间商铺作为自提点，也有的将自家小超市作为自提点，用户根据方便程度自行选择。“很多上班族在我这里买菜买水果，因为他们下班比较晚，来不及逛超市。每天晚上六七点钟的时候，会有一批上班族来提货。”李丽说，她的店铺每天晚上10点关门，客户可以根据自己的时间随时来取货，非常方便。



▲社区团购团长李丽（右）正在与橙心优选市场推广员核对商品清单。橙心优选供图



▲江西省庐山市消费扶贫生活馆通过“零售+团购+配送”的销售运营模式，实现全市贫困户扶贫产品应销尽销。图为10月16日，顾客正在消费扶贫生活馆选购农副产品。韩俊俊摄（人民视觉）

▲小店店主李文杰（右）与客户核对订单。橙心优选供图

社区团购，不仅方便了社区居民生活，也为不少人提供了就业岗位和稳定收入。

26岁的陈峰去年从老家来到成都寻找工作机会，在武侯区租了一间房子。“我发现小区有3000多住户，但是周边2公里内很难买菜、购物。于是，我有了做社区团购的想法。”今年，他成为橙心优选的一名头部团长，一个月大约能挣2万元。“我手机里有4个微信群，一共1000多人，每天大约能卖800多件商品，销售额在3000元至5000元左右。”陈峰说，他每天从早上8点就开始下货、分货，一直到傍晚为客户送货上门，每天的生活忙碌而充实。

李丽告诉记者：“现在平均每天有三四百单，最高时候能有七八百单，这样下来一个月有8000元左右的收入。”比起收入增加，生活的丰富更令她开心：“我现在认识的人更多啦！像我对门的邻居，就是有一次她下单后我看到地址，才发现原来就住对门！楼上楼下的邻居也都是通过社区团购认识的，现在交流也多了，大家熟络了，整个社区更有家的氛围了。”

## 社区团购为啥又火了？

——疫情催生新需求；生鲜市场庞大，线上渗透率却不够；符合下沉市场用户习惯

2年前，十荟团、你我您、食享会、松鼠拼拼、考拉精选等社区团购项目曾打响过一轮“团购大战”。2年后，号角为何再次吹响？

疫情催生了需求。今年初，新冠肺炎疫情一度令出门买菜变得不方便，线上下单、附近提货的模式正好满足了疫情期间的特殊需求。推出“多多买菜”的拼多多有关负责人表示：“公司看到了疫情催生的新需求，人们需要线上订购生鲜，且又快又好拿到手中。现在人们完全习惯了线上购买衣服，以后会习惯线上购买生鲜食品。”今年9月，艾媒咨询发布《2020上半年中国社区团购行业专题研究报告》指出，在防疫背景下，2020年社区团购市场发展迅猛，市场规模预计将达720亿元；

到2022年，中国社区团购市场规模有望达到千亿元级别。

生鲜市场潜力大。布瑞克中国农业大数据发布《2020中国生鲜行业报告》显示，2020年上半年生鲜电商交易额达到1821.2亿元，同比增长137.6%，超过2019年全年。艾瑞咨询数据显示，2019年中国生鲜市场线上渗透率约为7.9%。两组数据正说明了线上生鲜市场具有巨大增长空间。

“我们看到市场上的生鲜需求非常强烈，这是一个市场潜力巨大的赛道。4月，我们在湖南调研时发现这是一个可以实现规模化、达到极高用户渗透率的商业切口。”经过调研，滴滴于6月上线橙心优选小程序，正式布局社区团购。随后，美团、拼多多等互联网企业相继推出社区团购小程序。

互联网大厂纷纷驶入社区团购新赛道，与社区团购自身特点息息相关。

没有选择一线城市，而是将二线城市作为主阵地。截至12月1日，橙心优选已在四川、陕西、山东、广西、贵州、云南、河南、江西、福建、浙江、河北、广东、湖南、湖北、安徽、山西、海南等20个省份上线。“主要从人口密度、收入水平、互联网使用程度等多个维度的数据考虑。一线城市的互联网使用习惯和社区电商‘今日下单，明日自提’模式有所不同，而且对价格没有那么敏感，所以不在上线的优先序列里。”橙心优选负责人表示。

基于邻里关系的信任，社区团购的用户越来越多。社区团购具有一定社交属性，作为中间纽带的团长对于用户而言不是陌生人，用户的信任感更强。李丽说：“都是一个小区的邻居，大家对我很信任，我也会本着对大家负责的态度去做这件事。”

## 社区团购能带来什么？

——帮助下小店应对新业态冲击；推动地方经济发展，激活下沉市场消费

李文杰在杭州文一西路雅仕苑门口开了一家小卖铺。“开店之后才发现，不容易

哟！每年光房租就30余万元，不光要和大超市竞争，还有线上超市，内心挺焦虑的。”

怎么办？李文杰所在的小区不算新，老人孩子不少，平时上门送货的频次比较高，时间久了，顾客的微信越来越多。“后来我就萌生了做社区团购的想法。社区团购一般是卖水果、蔬菜，跟店里的产品并不冲突。一般当天下午、第二天到货，到了之后大家来店自己取，这不也是给店里引流嘛！”

作为一名小卖铺店主，社区团购对李文杰最大的意义就是守住了客户。“昨天李阿姨的女儿在橙心优选上买了菜，今天李阿姨来我店里取，顺手又从我这里买了两袋大米。”

团长中，不乏小店店主和便利店老板。在互联网时代，他们的生存压力不小。橙心优选负责人表示：“新业态对线下小店的冲击很大，但是很多店主有借助互联网平台的流量和资源来提升店铺经营效率的意识。”加入社区团购，对线下小店店主来说，既可以增收又可以提升自家店铺销量，一举两得。

作为新业态，社区团购对地区经济发展同样起到了推动作用。

帮助农产品走出田野。11月16日，农业农村部与滴滴橙心优选合作，共同推动农民专业合作社产品直达社区，带动农产品“源头触网”销售。农业农村部乡村振兴专家咨询委员会委员尹成杰认为，加快建设蔬菜流通体系，须线上线下各主体协同，进一步优化蔬菜供给侧。后疫情时代，电商平台不仅涉入农产品流通领域，更是对生产、营销乃至农户等经营主体的成长都起到了助推作用。

未来，随着社区团购不断下沉，为了让商品从区域仓到城市仓、分拨中心仓，再到村口小卖部，社区团购将逐步建起到村一级的基础设施，释放出巨大的社会价值和商业价值，推动地区经济发展。

同时，社区团购还将激活下沉市场消费。“随着收入水平的提高，个性化、多样化的消费方式将成主流。社区团购可以根据社区居民的收入水平和消费诉求等展开更有针对性的营销，精准满足消费者需求，提高消费体量和满意度，有望成为居民日常消费的一种重要渠道。”橙心优选负责人表示。

个税预扣缴有了新变化。国家税务总局日前发布《关于进一步简便优化部分纳税人个人所得税预扣预缴方式的公告》，对全年收入不超过6万元的纳税人简化个税预扣预缴方式，避免“先预缴、再退税”的麻烦，并自2021年1月1日起施行。

《公告》称，对符合《公告》规定的纳税人，扣缴义务人在预扣预缴本纳税年度个人所得税时，累计减除费用自1月份起直接按照全年6万元计算扣除。即在纳税人累计收入不超过6万元的月份，暂不预扣预缴个人所得税；在其累计收入超过6万元的当月及年内后续月份，再预扣预缴个人所得税。

专家预计，中低收入人群将从新的预扣预缴方法中受益。具体看，两类纳税人的预扣预缴方法得到了优化：

一是上一完整纳税年度各月均在同一单位扣缴申报了工资薪金所得个人所得税且全年工资薪金收入不超过6万元的居民个人。具体需同时满足三个条件：上一纳税年度1-12月均在同一单位任职且预扣预缴申报了工资薪金所得个人所得税；上一纳税年度1-12月的累计工资薪金收入（包括全年一次性奖金等各类工资薪金所得，且不扣减任何费用及免税收入）不超过6万元；本纳税年度自1月起，仍在该单位任职受雇并取得工资薪金所得。

二是按照累计预扣法预扣预缴劳务报酬所得个人所得税的居民个人，如保险营销员和证券经纪人。同样需同时满足三个条件：上一纳税年度1-12月均在同一单位预扣预缴且按照累计预扣法预扣预缴申报了劳务报酬所得个人所得税；上一纳税年度1-12月的累计劳务报酬（不扣减任何费用及免税收入）不超过6万元；本纳税年度自1月起，仍在该单位取得按照累计预扣法预扣预缴税款劳务报酬所得。

具体来说，优化体现在何处？以小张为例：

小张为A单位员工，2020年1-12月在A单位取得工资薪金5万元，单位为其办理了2020年1-12月的工资薪金所得个人所得税全员全额明细申报。2021年，A单位1月给其发放1万元工资，2-12月每月发放4000元工资，全年工资收入5.4万元。在不考虑“三险一金”等各项扣除情况下，按照原预扣预缴方法，小张1月需预缴个税 $(10000-5000) \times 3\% = 150$ 元，其他月份无须预缴个税；全年算账，因其年收入不足6万元，故通过汇算清缴可退税150元。采用新的预扣预缴方法后，小张自1月份起即可直接扣除全年累计减除费用6万元而无须预缴税款，第二年也就不必办理汇算清缴，简化了办税过程。

此外，上一纳税年度工资不超过6万元、本年度涨了工资且超过6万元的人群，从累计月收入受过6万元时才需要开始预扣预缴，同样也能从新方法中受益。

新方法实施后，扣缴义务人应如何操作？国家税务总局有关负责人进行了解读：

采用自然人电子税务局扣缴客户端和自然人电子税务局WEB端扣缴功能申报的，扣缴义务人在计算并预扣本年度1月份个人所得税时，系统会根据上一年度扣缴申报情况，自动汇总并提示可能符合条件的员工名单，扣缴义务人根据实际情况核对、确认后，即可按本《公告》规定的方法预扣预缴个人所得税。采用纸质申报的，扣缴义务人则需根据上一年度扣缴申报情况，判断符合《公告》规定的纳税人，再按本公告执行，并需从当年1月份税款扣缴申报起，在《个人所得税扣缴申报表》相应纳税人的备注栏填写“上年各月均有申报且年收入不超过6万元”。

## 个税预扣缴明年起有新变化

本报记者 汪文正

国家税务总局进一步简便优化部分纳税人个税预扣预缴方法

截至11月30日，主产区入统企业累计收购秋粮同比增加1190万吨——

## 秋粮收购进展顺利

本报北京电（杜海涛、唐志宏）日前，全国秋粮收购渐入高峰，总体进度明显快于上年。国家粮食和物资储备局近日发布的信息显示，截至11月30日，主产区入统企业累计收购秋粮6803万吨，同比增加1190万吨。

据国家粮食和物资储备局相关负责人介绍，为切实抓好疫情防控常态下的秋粮收购工作，各地认真落实粮食安全省长责任制，收购仓容、资金、运力等保障有力，秋粮收购总体平稳有序。据监测，目前主产区中晚稻和粳稻平均收购价格分别为每吨2782元、2775元，与上周基本持平；玉米2405元，上涨1.4%；大豆5100元，上涨2%。从调研情况看，农民对当前粮价普遍认可，

特别是东北地区玉米种植户纷纷表示今年玉米价格好、收益不错，愿意及早售粮变现，售粮比往年更为踊跃。

市场化收购占据主导地位。今年夏粮和早稻收购中，启动托市预案的范围较往年大幅缩小，市场化收购价格高，有利于农民增收。秋粮上市以来，只有黑龙江省启动了粳稻托市收购，目前仅收购1.3万吨，收购数量较往年明显减少，其他稻谷产区后期启动托市收购的可能性不大，预计今年中晚稻市场化收购也将成为主流。国家粮食和物资储备局表示，在持续抓好秋粮市场化收购和政策性收购的同时，将督促指导各地加强技术指导，避免出现霉粮坏粮，造成不必要的损失。



去年，在江苏省太仓市浮桥镇，今年秋粮亩产量高于往年。图为十一月十九日，多台收割机在浮桥镇田间进行水稻抢收。

计海新摄（人民视觉）