

选题（20%）	说理（60%）	文笔（20%）	总分

作者：曾飞非

学号：1900017307

学校院系：艺术学院

提交日期：2020 年 12 月 19 日

对社区团购创新模式的分析与探讨

生鲜社区团购，指的是以社区为中心，以团长为分发节点，消费者可以通过微信群、小程序等工具，拼团购买生鲜类产品的新型购物形式。采用预售模式，以销定采，今日下单，次日由团长送达或由住户自提。

社区团购是市场组织结构的创新，极大减少了交易成本。建立企业有利可图的主要原因，是利用价格机制是有成本的，当存在企业时，这种成本不会被取消但会大量减少¹。社区团购供给端整合了分散的菜农资源，统一收购统一配送，减少了产品保鲜和运输成本以及菜农为售卖场地所支付的租金，需求端搭建于互联网平台减少了顾客搜集关于产品信息时间成本，配送上门的形式迎合了部分人群不愿出门采购的偏好或采购所耗费的机会成本太大的需求。

利润是建立信任促进市场合作的关键，团长作为代理人赚取利润承担的是对消费者的责任，社区团购的机制设计保证了产品的质量。传统的菜市场结构接近完全竞争市场，无数的卖家灵活的退出机制，导致了一旦出现产品质量问题很难去追究责任，也导致了更容易出现短视行为，而社区团购的团长一般由宝妈、便利店店主担任，相对固定，同时与消费者是邻里关系，多重关系使人们更容易达成交易合作²，更重要的是持久的利润激励着她们必须重视声誉，去主动甄别产品的质量。她们不仅仅需要管理产品的集散，还需要负责产品的质量，

¹ 《企业的性质》科斯（与原文有所删减）

² 该理论来源于张维迎《博弈与社会·多重关系下的合作》，证明略

而这是自发的。

但我们无法保证这种自发机制是完美的，鼓吹市场机制有能力矫正种种失衡的传统经济学分析隐含地假设所有的约束都是简单的³，如果代理人被短期利益撬动将不合格的生鲜出售给消费者，市场机制下消费者更换代理人即可，但消费者为此付出的代价将是巨大的，甚至会因为食品中毒导致生命危险，而实行追责消费者与代理人之间仍是一种相对较弱的契约关系，因而市场需要更强有力的组织设计来保证交易的有序进行，消费者也会更倾向于选择信誉更优的“品牌”来作为代理人。

因而互联网巨头涌入社区团购市场一方面出于资本逐利的动机，另一方面正如上面所提到的，互联网巨头有着优良的产品生态、技术土壤，雄厚的资金实力，庞大的客户群体，它们组织社区团购有着天然的优势，更重要的是它们对于声誉更为珍视，一旦出现差错对于他们的损失是不可估量的，因而它们会整合分散的“代理人”使其规范化、标准化，会承担对代理人的监管与惩罚，它们与消费者之间是一种强契约关系。

另外需要我们值得注意的是如今社区团购市场各巨头盒马鲜生、每日优鲜、多点等展开激烈的“补贴大战”，短期内增加了消费者的福祉，但不免让人担忧竞争过后沦为垄断，尤其对于生鲜这类需求弹性极小的产品，价格会不会迅速上涨？准入自由是垄断与竞争的真正界限⁴。极端假定最后只剩下一家完全垄断企业，那么就意味着他可以任意制定价格吗？并不会，因为这个市场有自由的准入，尤其是生鲜市场不存在技术、政策壁垒过低的门槛，那么一旦垄断厂商抬高价格引起消费者不满，其他竞争者就会迅速进入市场。因而我们无须担心垄断造成的社会福利的损失。那么究竟什么是社区团购市场的均衡价格，这主要取决于消费者对于交易成本的主观评价，如果消费者认为交易成本十分大，那么溢价也会相对较大。

站在宏观层面，创新是破坏性的，社区团购势必会对卖菜摊贩造成猛烈冲击，那么是否意味着必然夺走菜贩的生计让他们陷入失业困境？这显然是一个伪命题，一方面如上文所提到的部分菜贩成为供应链的一环，另一方面他们适应新变化转身成为社区团购团长，但即使如此仍然会损害部分人的既得利益，这是否意味着无法实现帕累托改进呢？尊重原体制下形成的既得利益格局，并对改革中既得利益受损者予以某种形式的合理补偿，这是改革的一个

2000 字

³ 《价格的发现——复杂约束市场中的拍卖设计》[美]保罗·米尔格罗姆

⁴ 该观点源自《市场的逻辑篇一·解读市场经济》张维迎，作者引用此观点代表作者认同该观点

基本原则⁵。社区团购满足了居民多样化、个性化需求，盘活了闲置劳动力，减少了市场交易成本，对社会福利的提升是巨大的而这为希克斯改进的实现提供了可能。因而应当设计机制对结构失业者进行合理、公平的补偿，例如通过税收-再转移机制。

WORD 批量转 PDF 工具-未注册 注册码购买 QQ: 3049816538(注册后本文字和以下内容消失)

成都购房咨询, 大专本科成都落户咨询, 成都社保代缴咨询 QQ: 3049816538

2000 字

⁵ 本观点同样来源于《市场的逻辑篇二·思考中国改革》张维迎