



2021:经销商与社区团购上演博弈大戏

文/纳食

社区团购与经销商、传统渠道、食品企业的博弈日益激烈。

2020 下半年以来，社区团购成了各大互联网巨头争抢的热点话题。尤其在 12 月，社区团购领域发生的多笔重量级融资事件，将社区团购不断地推上了热搜。随着政府不断的对市场进行规范，2021 新年初始，就不断有经销商和食品企业对社区团购发起了一轮又一轮的反击。

娃哈哈经销商举报社区团购

近日，继国家市场监管总局联合商务部提出社区团购经营行为的“九个不得”要求之后，贵

阳市白云区市场监管局查处了一起社区团购平台的低价倾销行为。这也是地方暴出查处社区团购违规行为的最新事件之一。

据白云区市场监管局披露，此次查处行为，是接到辖区企业娃哈哈昌盛饮料有限公司反映，某网络团购平台通过补贴低价倾销其商品，扰乱了市场导致其产品积压、销售受阻。接到反映后，白云区市场监管局联系了该平台仓储地黔南州龙里县市场监管局，于 2020 年 12 月 25 日开展了联合执法检查。

经核查，该网络团购平台上售卖的娃哈哈无气苏打水，存在低于市场价销售的情况。检查现

场，执法人员发现娃哈哈无气苏打水 541 件，其中 182 件外包装纸箱上产品批号标识不完整，箱内饮品瓶身喷码批号标识也不完整，涉嫌人为破坏。白云区市场监管局联合龙里县市场监管局执法人员，当即对批号标识不完整的商品实施就地封存，并对该网络团购平台有关的进货台账、进货票据及产品合格检验报告等进行查验核实。

贵阳白云区市场监管局对该网络团购平台贵州区域负责人，以及仓储提供方负责人开展了约谈，督促其遵守总局关于社区团购经营行为的“九个不得”要求。对于该网络团购平台涉嫌低于成本价销售和涂改破坏商品包装标识等行为，贵阳白云区市场监管局将作进一步深入调查。

整体来看，贵州社区团购市场相对全国其他省份市场要小，且更难拓展。

知名品牌“断供”社区团购

纵观国内市场，供货商频频与社区团购发生冲突，涉及河北、河南、山西等多个省份。多家知名品牌如可口可乐、卫龙、金龙鱼、香飘飘、紫林醋业等，纷纷发出加强管控的通知。12 月上旬，中粮可口可乐饮料（新疆）有限公司发布告知函称，“多多买菜网络平台低价销售我司产品，严重影响市场价格。我司第一时间了解情况后与此平台沟通，要求立即下架我司产品。目前，多多买菜已经下架所有低价的我司产品。”

金龙鱼品牌商益海嘉里（乌鲁木齐）向私自为电商平台低价供货的代理商，开出 2000 元的警告性罚单，并暂停订单 15 个工作日。香飘飘发布《关于加强管控经销商对电商平台“拼多多”供货行为的通知》，加大经销商对 B2C 平台（如拼多多）供货的管控力度。

近日，沧州市华海顺达粮油调料有限公司、漯河市卫龙商贸有限公司、山西紫林醋业股份有限

公司等也纷纷下发通知，要求经销商给社区团购平台断供超低价商品。

政府出手规范社区团购

2020 年 12 月 22 日，为加强社区团购价格行为和反不正当竞争监管，规范市场秩序，市场监管总局联合商务部召开行政指导会议。阿里巴巴、腾讯、京东、美团、拼多多、滴滴等 6 家互联网平台企业参加会议。

会议强调，互联网平台企业实施社区团购经营，严格遵循“九个不得”。其中包括不得通过低价倾销、价格串通、哄抬价格、价格欺诈等方式滥用自主定价权。在依法降价处理鲜活商品、季节性商品、积压商品等商品外，严禁以排挤竞争对手或独占市场为目的，以低于成本的价格倾销商品。

2020 年 12 月 9 日，南京市场监管局也发布《电商“菜品社区团购”合规经营告知书》，严禁低价倾销。《告知书》明确要求，经营社区团购的平台，不得以不正当竞争方式获取交易机会或竞争优势，尤其是不能以低于成本的价格实施低价倾销，排挤竞争对手独占市场，扰乱正常经营秩序。■

