

有人觉得方便实惠 有人担心食品不安全 小区“买菜群”，到底“香不香”？

随着城市精准化服务水平提升，越来越多的商超、菜站开到了家门口，生鲜平台也能直送到家，给居民采买日用品带来了很大便利。但在部分小区，各种团购群依然很活跃，居民对此褒贬不一。有人觉得方便实惠，满足了“私人订制”；有人担忧品质和售后难以保障；还有人认为可能涉及无证经营或异地经营。小区团购靠谱吗？当下到底还“香不香”？物美价廉和安全规范能否双全？



制图 马超

小区团购人气旺 每次能订一车货

果蔬摊位摆进小区，犹如办起了热闹的大集……这是小区团购提货现场的一幕。记者调查发现，目前很多小区都存在团购群，购买的货品五花八门，从水果蔬菜到鲜花零食，再到鱼肉蛋奶。团购的方式不同，有的利用微信小程序，有的在微信群里接龙。“团长”的身份也各异，有的是小区居民，有的是专做批发的商户，甚至还有小区周边的房地产经纪人的。

“不仅方便，价格也相对便宜。每次开团，都有大批居民报名。”家住东城区交东小区的王女士在团购群里买过几次果蔬，吃着都不错。该小区周边超市、便民菜点应有尽有，可是这个拥有400多人的团购群仍然人气很高。每次大家在群里“点单”后，“团长”第二天就会拉来一面包车的果蔬，在小区里找个角落摆摊开售。在王女士看来，这种热闹场面与“团长”的热情服务和群里融洽的氛围分不开，“‘团长’经常给老人送货上门，群成员还时不时分享做饭心得，这一来一往间拉近了大伙儿的距离。”

不过，记者采访中也听到一些人反映，参加过几次团购都踩了雷，不是货不对板就是收到烂果，让人直后悔。

各有说法

性价比高可私人订制

住在交东小区的李女士早已习惯“参团”。“想要什么就在群里说一声，人家都能给留着，类似私人订制。很多菜品都有特色，有些是超市里没有的。”她一边说，一边给记者展示着群里的采买信息。只见里面很热闹：有的居民不仅“晒”出新团购的菜品，还会教大家一些拿手菜；散养土鸡蛋等土特产人气最高；有时候“团长”还会带货自家种的西红柿、黄瓜等。“除了农家自己种的，其他产品也都经过他们精挑细选，大家买过后都认可。”李女士说。

于女士家住昌平龙博苑小区，小区的团购群已经存在四五年了。目前，她所在的微信群已经满员，二群和三群已陆续开群。她也曾用过其他平台的买菜服务，但比较之后还是更愿意“参团”小区购物群，感觉性价比更高。

附加服务赢得了信任

团购群的“服务+”也为其增添了吸引力。在龙博苑小区，居民说，他们团购群的“团长”是小区门口的一家房地产中介的工作人员。这名工作人员是个女孩，组织团购的同时会提供很多暖心服务。“平时如果有材料需要打印，可以直接去她们店里免费打印。她还经常制作一些小礼品送给大家，只要报名就可以领。”居民说，这种附加服务貌似微不足道，但能让大家建立密切联系，增进信任。

交东小区居民张女士说，她是团购群的老主顾了，年龄大了下楼不方便，“团长”经常把菜给送到家门口，“我在群里要一棵白菜，马上就有人给送到家，这多好啊！”

货源售后都没法保障

住在海淀区安河桥附近的王女士说，她们小区的团购群是一个商贩建起来的，“团长”开抖音直播，分享到群里，然后大家自愿购买。她曾买到过品质不好的葡萄，收到时烂了不少，虽然“团长”按比例退了款，但她很快就退出了，对货源实在是不放心。

很多居民提到，小区周边的超市不少，而且走几步路就能到。对他们来说，品质和安全更重要。“我一般都去正规的超市买菜，他们有专门的品控，团购群里的东西全凭‘团长’一张嘴，根本无从核实。”

朝阳区泰利明苑的居民赵女士说，这种购物模式没办法让人判断来源、质量，更弄不清生产或运输流程是否规范，安全难保障。此外，现在的网购服务也很方便，比起“三无”的团购群，她更愿意购买官方平台的产品，直接送到家，售后也有保障。

“轰炸”式推销不胜其烦

“我加群就是买点菜，不成想群消息铺天盖地，有的还是@全体成员，我以为出了啥事儿呢，急忙去看，结果就是个广告。”一位居民说，每天被群里各种推销信息“轰炸”，不堪其扰只能退出。

居民郭先生曾加入过一家茶饮的团购群，本来是奔着便宜去的，可以免掉外卖平台的凑起送价和包装配送费，没想到“团长”每天在群里多次@全体成员，即使他已经开启了免打扰，也还是无法规避。

【专家建议】

团购行为要分类界定 精准供需宜疏不宜堵

北京市京师律师事务所律师张自豪认为，若“团长”以营利为目的持续从事商品销售，且未办理营业执照或相关许可证（如食品经营许可证），则可能构成无证经营。也有例外情形：若“团长”仅偶尔销售自产农副产品（如自家种植的蔬菜水果），可免于登记。

此外，偶发性、非营利性团购，以邻里互助为目的，不持续营利，一般不认定为经营行为；若“团长”通过已注册的社区团购平台接单，且平台具备资质，则合法性较高；由物业或社区组织的公益团购，不以营利为目的，通常合规。居民在参与团购时，要注意查验资质证明并保留交易凭证。

北京市社会科学院社会学所副所长、研究员李晓壮认为，小区团购是一种精准供需的社会交往模式，宜疏不宜堵。群内成员相互之间有一定信任关系，“团长”发起供给性内容，群成员根据需要自行选择，而后团长按需送货。这种模式不仅满足了居民需求，还促进了商品的流通。他进行社会调研时发现，在一些缺少便利店、菜市场等配套服务设施的小区，团购群尤其多，它们确实一定程度上满足了大家的需求。如果固定时间、地点，而后打扫好卫生，不影响市容市貌，那么它也不失为一个好的模式。总之，他建议根据需要，因地制宜、分类指导、精准施策。

【社区探索】

果蔬站入驻小区 老人享上门服务

为方便居民买菜，各小区都想了不少办法。在海淀区复兴路40号院，菜站、果蔬站入驻小区，居民不用出大门就能买到新鲜平价的果蔬，下楼不方便的老人还能享受上门服务。

“我们小区是典型的‘双老’小区，建成年代久远，常住居民1.2万人，其中将近40%都是老年人。其实，小区周边有生鲜超市，可一去一回得走20多分钟，很多老人觉得不方便。也有不少年轻人跟我们反映，下班回家已经很累了，不想再去超市，如果能顺手在楼下买到菜就好了。”社区党委书记刘梓婷说，了解到居民的诉求后，社区开始多方进行协调，最终把水果蔬菜引进到小区，让大家不用出大门就能解决“菜篮子”问题。三年前，第一个菜站就是这样建起来的。通过专业部门寻找符合资质的菜站，并对菜品进行把关，而菜站也由两家公司轮流经营，互相竞争，以保障居民买到的蔬菜新鲜又便宜。

小区中间有个中央花园，菜站建在东侧，西侧的居民如果买菜还得穿过花园，仍有些不方便。鉴于东西两侧的居民楼属于不同的产权单位，社区去年又协调西区铁建物业建起了果蔬站。这样一来，两边居民都能下楼就买到新鲜菜。如今，菜站和果蔬站生意红火，颇受小区居民欢迎。

“小区里还有一些高龄独居的老人，由于行动不便无法经常下楼购物。为此，我们协调产权单位，为老人提供上门送菜服务。”刘梓婷说，去年冬天约有30位老人享受了这种服务。

据《北京晚报》