

# 社区团购运作模式的行政法規制

张媛媛 李慧琦

山东师范大学 山东济南 250014

**摘要:** 随着互联网飞速发展,社区团购行业呈现井喷式发展态势,在带来巨大经济效益的同时也伴随着出现了低价倾销、售后缺失等一系列问题,本文通过分析社区团购现存问题,对社区团购行政法规制的法理意义及基本原则进行分析,并尝试探索以市场调解为主,行政法监管为辅的具体实施路径,以期保障经济融合发展创新模式的稳步运行,促使社区团购经济健康发展。

**关键词:** 社区团购; 行政监管; 多元治理; 发展

## The Administrative Regulation System of the Operation Mode of Community Group Purchase

Yuanyuan Zhang, Huiqi Li

Shandong Normal University, Jinan, Shandong 250014

**Abstract:** Along with the development of Internet, the group purchase model of the community is becoming increasingly prevalent. It indeed brings us quite a lot benefits whereas it has sequences problems like low price dumping and missing after-sales service. Analyzing the legal significance and basic principles of the administrative regulation of community group purchase, meanwhile, trying to explore the specific implementation path of market mediation, which is supplemented by administrative law regulation, in the hope of assuring the steady operation of the innovative model of economic integration development and promoting the healthy development of community group purchase economy.

**Keywords:** Group purchase model of the community; Administrative supervision; Multi-governance; Development

社区团购是一种新兴业态,2010年起,该行业被引入国内市场,至2014年社区团购行业呈现井喷式发展,全国各地涌现大量社区团购网站,后因微信小程序普及、市场创投遇冷等问题出现,该行业逐渐进入整合期。2020年,受疫情影响,社区团购行业再次兴起,拼多多、美团等多家互联网巨头凭借用户流量和技术优势加速进军社区团购赛道,将社区团购大战推向白热化。社区团购在经历从兴起到低迷,再到重新爆发的发展历程时,大量亟待解决的问题逐渐涌现。由于社区团购采取了联网实施线上线下相结合的营销模式,长期缺乏行政法規制出现了低价营销、区域垄断以及售后不到位等严重的社会问题,危及到社区群众的基本生活消费,也不利于国家“菜篮子”工程<sup>①</sup>的发展。为有效治理社区团购行业乱象,国家迅速出台了“九不得”新规<sup>②</sup>对相关企业的处罚措施,表明了国家对该行业发展的重视。本文中,我们将通过分析问题根源,探寻社区团购发展的新模式

和新路径,助力推动社区团购行业良性发展。

### 一、社区团购存在的法律问题

社区团购不断发展,平台之间的竞争也越发激烈,随之产生了新的法律问题。社区团购中出现的法律问题,主要可以分为两类,第一类是消费者权益保护问题,第二类是恶性竞争问题。

#### (一) 社区团购低价倾销的市场危害

社区团购依托社区发展具有很强的用户黏性,发展潜力巨大,成为资本新的战场。由于社区团购是新型商业模式,行政法对其的規制并不成熟,前有阿里、腾讯等众多电商巨头纷纷下场为抢占市场,后有各社区团购主体为抢占更多市场份额、获得竞争优势而采用秒杀活动、首单优惠、优惠券等方式大打“烧钱战”,严重扰乱了正常市场秩序。各社区团购主体若长期缺乏行政法規制,会带来诸多不利后果:第一,平台巨额补贴进行引流,大量烧钱的运营模式难以为继,无法保持长期良性

经营；第二，过低成本的商品质量堪忧，消费者权益难以保障；第三，长期低于市场价甚至低于成本价进行销售势必会导致价格体系崩溃，走向行业垄断；第四，不正当竞争破坏行业正常运营机制，不仅对实体菜店与个体菜农产生冲击、破坏社区团购这一行业的发展前景，也会影响整体市场运行体系。<sup>③</sup>

（二）社区团购商品质量低下及售后困难侵犯消费者权益

首先，在社区团购发展前期各平台主体为实现快速扩张而采取了薄利多销的营销策略，在这种策略之下，低进价的商品质量堪忧；其次，社区团购的商品很多来源于普通农户，他们供应的产品质量良莠不齐，平台也缺乏统一的质量标准，加之在社区团购中生鲜的购买率在商品中占有很大比重，而生鲜对物流配送中的效率和配送设备要求极高，运输途中生鲜食品容易因为磕碰和冷链不到位而变质，到达消费者手上的商品质量就难以保证；最后，社区团购还存在着经营主体法律责任界定不明确的问题，消费者购买的商品出现质量问题时难以确定责任的主体是平台方、团长还是供应商，就无法正常进行商品售后。在这些问题之下，消费者无法正常维权，消费者的合法权益遭受了侵犯。

## 二、社区团购行政法制的法理基础

我国社区团购的行政法制具有其合理性和优势性。对于社区团购中存在的消费者权益受损和市场恶性竞争的问题，应该采用行政法制的手段解决。

### （一）社区团购行政法制的合理性

行政法是有国家通过一定的组织为实现国家或社会职能而进行的公共管理活动及其过程的法律规范的总称。行政法具有保护公益实现和保障私益的作用。社区团购的用户群体类型多、体量大，涉及大量社区内居民，同时以售卖生鲜食品为主，这些“菜篮子”商品关系到不特定多数人的公共利益也关系到每个用户的个人利益，因此社区团购中的法律关系应当受行政法调整。行政法具有维护社会秩序的作用。社区团购早期发展时期，资本为扩张市场进行低价倾销等不正当竞争行为，严重扰乱正常的市场秩序，需要行政法介入监督，保障市场良性运行。

行政法制社区团购的优势在于：第一，监督力度强。行政法依托行政权，由国家公权力保证实施，具有强制效力。第二，监管信息来源全。社区团购各主体作为商事经营主体需要到各地区市场监督管理局进行登记，行政部门便于收集各主体信息进行监管。第三，依托原

有监管模式。具有规制市场行为的历史路径，可以在原有基础上结合社区团购的特有情形进行变更适用，使监管贯穿事前、事中、事后全过程。

### （二）社区团购行政法制的基本原则

行政法制社区团购的基本原则是应以市场调解为主，行政法监管为辅。行政法作为上层建筑，反作用于经济基础，有必要处理好政府与市场的关系，保持市场与政府调控间的平衡。行政法制应当坚持谦抑性。市场可以进行自我解决的问题，应当让市场自行调解，充分发挥市场体制优势，淘汰不能适应市场变化的社区团购经营主体。行政法制应当保证及时性。当出现垄断等不正当竞争行为时，行政机关应及时介入进行监管，保障市场秩序平稳有序，各主体间公平竞争、诚信经营。

## 三、我国社区团购行政法制的路径

### （一）社区团购行政法制的新理念

行政法对于社区团购的积极效益应给予制度鼓励。社区团购作为社区经济新业态，在利用大数据给居民生活带来便利的同时，挖掘社区内消费潜力，具有良好的发展前景。社区团购不仅能够促进社会经济的发展，而且有助于发挥政府在社会主义市场经济体制中的作用。为促进社区团购的良性发展，行政法应当做出积极的制度回应。

第一，降低准入门槛，鼓励充分竞争。社区团购作为新型商业模式，应当发挥充分市场作用，降低社区团购行业准入门槛，加强事后监管，鼓励多元主体参与社区团购进行竞争。优先让市场进行自我调节，自然淘汰掉不符合行业发展规律的模式，完善退出机制，使社区团购产业不断新陈代谢。

第二，推动社区团购供应链升级，促进产业融合发展。不断进行供给侧改革，推动上游农业产业升级，提高农产品供应质量，挖掘高端产品市场，满足消费者日益多元、高质量的需求。推动线上电商与线下商超进行融合发展，商超依托电商平台进行引流，扩大消费群体，改善消费体验。电商依托线下实体门店进行自提，减少场地租用成本以及人工成本。推动线上线下融合，进行合并监管，节约行政成本。

行政法对于社区团购的消极效益应及时监督规制。当社区团购模式处于低效的非理想状态时，就需要外部力量即政府的介入，且政府的介入与干预须坚持正当、适度与适时原则，避免越位、错位和缺位。应在加强对市场的多元治理下，保证政府的有效监管。对于不正当竞争行为行政机关应当及时介入监督，必要时用行政处罚手段规制社区团购各主体，维持市场的基本秩序。

## （二）社区团购行政法規制的具体措施

第一，规制“霸王条款”避免垄断。行政主体应当对平台主体的制度条规进行监督，督促社区团购经营者规范消费者数据的收集和利用，赋予团长和消费者退出的选择权。一方面，由于平台拥有功能极强且成本极低的数据收集和分析工具，既可以收集消费者的个人信息，又能基于此分析消费者的购物习惯，因此，需要对平台收集和利用数据的行为进行规范。另一方面，具有实体场地的店长成为各电商平台地推拉拢的对象，为了挤占市场，电商在与店主签约时可能会要求其在巨头电商平台之间进行“二选一”，并附加巨额违约赔偿，从而达到垄断的效果，因此，也需要对平台与团长间的法律关系进行规制。

第二，督促平台完善社区团购组织架构。一方面，严格把控“团长”选拔制度。提高团长遴选标准，培养出专业化、精确化、高效化的团长群体，才能满足消费者的多样化需求，同时对其实行登记备案程序，在消费环节出现问题时能够确保责任到人。另一方面，组织内部应设置监督小组。对内规范监督平台运行，对外与国家政策相对接，将行政政策与平台经营制度相结合，创设出一套高效标准的社区团购组织架构。

第三，规范平台定价，实施价格管控措施。行政机关应当给予行政指导意见规范基本定价，社区团购主体不得过分低于指导价格进行低价倾销，排挤竞争对手独占市场，扰乱正常经营秩序，损害国家利益或其他经营者的合法利益。同时，互联网平台普遍存在“杀熟”行为，即经营者在销售同样的商品或提供同样的服务时，以大数据为“原料”，利用算法对不同的消费者索取不同价格的做法。国家市场监督管理总局联合商务部召开规范社区团购的会议，要求互联网平台遵守“九不得”规定，其中第6条明确规定，不得利用大数据“杀熟”，损害消费者合法权益。相关行政机关应当以“九不得”为蓝本，继续出台更加细致化、全面化的政策，从源头上杜绝滥用自主定价权、大数据“杀熟”等问题的出现。

第四，推动多主体监督。社区团购平台在电商领域扮演两种不同的角色：一是消费市场的竞争者，二是市场秩序的维护者。在行政主体对社区团购主体进行监督的同时，应当引导其自我监督，培养社区团购行业自律。电商平台本身多为大型企业，内部具有完备的风控体系，引导其加大内部自我监管力度，以中间身份对供应商的产品进行认定与对团长工作进行监督。同时，出于社区团购的社区属性，可以引入居委会及物业进行辅助监管。居委会和物业扎根社区，可以选出居民代表居中进行监督，及时把握社区团购运行实际情况，纠正社区团购不当之处，更好发挥服务城市居民的功能。

### 注释：

①2010年3月9日，国务院办公厅制定关于统筹推进新一轮“菜篮子”工程建设的意见。

②2020年12月22日下午，市场监管总局联合商务部组织召开规范社区团购秩序行政指导会，会议出台了社区团购“九不得”新规。

③2020年12月9日，南京市市场监管局发布《电商“菜品社区团购”合规经营告知书》，对各电子商务平台经营企业以“菜品社区团购”模式从事经营活动提出合规告知。

### 参考文献：

[1]张毅.新“菜篮子”里装些啥? [N].人民日报, 2011-05-15(005).DOI: 10.28655/n.cnki.nmrb.2011.000703.

[2]何玲, 孟佳惠.两部门出手规范社区团购要求互联网平台“九不得”[J].中国信用, 2021(01): 52.

[3]段蔚.互联网背景下社区团购的经济法规制[J].法商研究, 2022, 39(02): 77-89.DOI: 10.16390/j.cnki.issn1672-0393.2022.02.012.

[4]刘晓春, 汤佳.社区团购的行业特点与法律关系梳理[J].中国市场监管研究, 2021(11): 56-59.

[5]邓雪, 赵吉.互联网平台企业基层服务中的风险及治理——以社区团购企业为考察对象[J].东南学术, 2022, (02): 95-104.