



上海每盏路灯下
都有一个故事



晨报首席记者 庞菁涵

8点30分,开市客(Costco)超市门口,从各处赶来的“职业买家”陆续出现。
“今天人少,平时这会儿已经排队了。”门口值班的大叔,熟稔地描绘着魔都帮买人的画像,“有两个小姑娘,下了班开车二十多公里来,帮别人代购,一个月能多几千块收入。还有全职的,一年能赚个十来万。你看,停在那里的小货车,一买就是几车……”
这些活跃在网红食品前、进口超市货架间、江浙特产发掘路上的人,将团购长、买手、物流、闪送等集于一身,奔跑在“抢鲜”路上,把无数个个性化的需求与产品连接在一起。

台风天“坚持”逛超市

在当天来到开市客采购的人群中,几个身着统一POLO衫的男人,手拿纸笔直奔目标,眨眼功夫购物车里摆成山尖,操作行云流水。
“这两天很多客户在问,还能不能按时交付。”直到14日早上,观察实时天气后,排除了安全风险,32岁的徐庆胜带着6位采购员,准时到位。超市员工一眼就能认出他们。一年多来,除了周日,徐庆胜这支队伍每天早晨都会如期而至,按照分工,散入不同区域采购各自负责的商品。

零食、生鲜、面包、熟食、酒水饮料……包装看上去几乎没差别的各种三文鱼、相似度极高的干酪,不留意很难发现区别,每天和货架上的产品打交道,哪些缺货、哪些新上、哪些调价,帮买人已经烂熟于心,高效准确。

不到10点,十来个购物车已经排在两个结账口,收银员一阵“漫长”的买单后,小票从柜台一路落到地面,绕了几个圈。

一百多单,近6万元的货物,采购只用了一个半小时,他们接着在横扫而过的风雨中抓紧装货。接下来将运送至仓库卸货,用最快的速度根据订单分拣打包,再重新装车,当天下午五点送至客户手中。

戴着黑框眼镜讲话斯文的徐庆胜,对这桩看起来不算“主流”的买卖,抱有坚定的认真。“必须按时交付”是他挂在嘴边的准则,为了完成这一准则,不止于“灿都”下的风雨无阻,还有近八个钟头的反复排队。

在刚刚过去的周六,徐庆胜和另外三位采购员一起,在光明邨的店门口,排了近八个小时的队。光明邨的月饼帮买,去年他第一次做,恰逢中秋节后热度降低,他顺利帮客户从店里定了几十份。

而今年的订单,赶着最火爆的时间段,在节前到来。提货当天凌晨两点,他被告知店里订单全满,不能成批购买。为了当天约定的交付,徐庆胜早上六点骑上小电驴赶往店门口,准备采用最传统的方式下单——排队。

六十多盒全部购齐已经是下午两点半,几人分头出发,赶往客户家中。每份月饼代购费不高,但用户的信任留住了。

会员制超市、长三角美食、光明邨月饼……市场上帮买需求集中的产品,游走在美食与顾客间的代购

者都能买,并自发形成了“三分天下”的运营模式。

一类面向上海本地,收集订单,集中采购,分别配送;一类专做某个社区,就像社区团购长,帮左邻右舍采购回来,再分给大家;还有一类做全国,从超市整批购买,挂在淘宝等平台,零售至各地。

有需求的地方就有帮买人

帮买,是个小众的甚至没怎么被提起过的职业,但在上海,许多人却并不陌生。

这是一种有着特殊场景的购物需求。帮买人往往集合社区(社群)团购长、物流、闪送等功能于一身,将商品和客户直接相连。以开市客这样的大型进口超市为例,它有一定的“粉丝”基础,在上海的唯一一家地处虹桥机场西侧,对于市区消费者而言,跑一趟购买时间成本高。

拥有7辆箱式小货车,一个小型帮买团队,来自山东的徐庆胜帮买团队,拥有超两万粉丝的客户群,是其它帮买人眼里的“明星”代购。

来自福建的小李,同样活跃在开市客、山姆这样的进口超市里,大多数帮买人都和他一样没有团队,为一两个小区帮买,采购、运输、送货全部自己完成。

小李的定位是小而精,做一两个社区群,跑超市代购也带长三角美食。

网红蝴蝶酥,湖州褚老大粽子,苏州的南瓜豆沙松糕、油氽团子……小李来往于上海和周边城市,他希望能把更多美食带进上海,也把上海的带往周边。

每周二、五的两次超市采购,日用品、生鲜、网红零食是最常见的订单。小李早上九点前到达山姆会员店,中午到达开市客,下午三点至八九点钟送到客户手里。

在徐庆胜的帮买品类里,也包含了周边的鲜美美味。7月份,他引进了正宗的无锡湖景蜜露桃,上午在无锡采摘下来,下午上海的顾客就能大快朵颐。

不囤积居奇高价出售,他们的收益主要体现在一个“帮”字上——代替顾客本人走一遍购买流程,按货物价格收取一定比例的服务费,顾客省去了来回的时间、交通成本。简而言之,就是花钱买方便。

怎样定价,帮买人的风格各不相同。对于网红食品,一般采取按份收取服务费,就像光明邨的月饼,一盒加10元-30元不等的代购费,愿意支付佣金的人,也是看重了服



每天和货架上的产品打交道,帮买人早已烂熟于心。

本版图片/晨报记者 陈征

务带来的便利;对于超市代购,普遍的做法则是按照货价收取相应比例的服务费,每笔收取订单总价的5%-10%。

从小生意里寻找大方向

机会来得没有预兆,有的人却正巧抓住了。

2020年的居家隔离,几乎让网上买菜成了上海人的刚需,最夸张的时候,叮咚买菜等平台商品上架秒空。这一切,恰巧赶上徐庆胜成立创业小组不久,他敏锐地嗅出机会,决定从自己熟悉的浦东联洋、碧云区域做起。

与此同时,小李也发现了帮买需求:“疫情期间需求量特别大才开始接触起来,那段时间就是基本上每周天天都要去的状态。”

而徐庆胜则是专设了一个零接触提货架,并加上二维码,在小区门口摆放菜品的同时,宣传自己的帮买品牌。

随着隔离解封,生活恢复日常,完成了特殊时段的使命后,徐庆胜和小李在内的一批帮买人、社区团购长积累了不少用户粉丝。

不约而同,接下来的发力点,他们将目光聚焦于相似领域。网红食品排队久,长三角特产要趁新鲜吃,进口超市路程远需求大……这些需要帮买的应用场景被迅速挖掘。

带着企业物流、成本管理的工作经验,徐庆胜从朝九晚五的上下班变成工作时间跟着用户的需求走,取谐音于“邻居”的品牌“铃驹帮买”破壳而出。

“我们使用合规货车,跑三四十公里甚至更远,也能当天采购当天交付,全职配送员,将帮买专业化和规范化。”

为了保证分拣及配送的时候不造成冷冻冷藏食品变质,他还专门租了仓库,将刚刚采购回来的生鲜

存放在冷柜中再分拣,打包时加进足量干冰并以隔热保温袋包装。这在一定程度上提升了运营成本,却也同时提高了口碑和客户黏性。

徐庆胜的客户50%-60%都是在沪外籍人员,浦东地区最多,他们对熟悉的“故乡品牌”超市情有独钟,一下单常常就是上千元。

目前,徐庆胜团队每月的帮买量超百万,但他直言,迄今营收刚好够运营成本,赚钱还谈不上。他的期待是在磨合好流程、规范化操作后进一步扩展受众群,降低边际成本,再实现盈利。

“是上海给每个人的机会”

福建人小李,从天津来到了上海,做过会计又干起了帮买。在一年多的帮买人角色里找到了自己的节奏,拥有了千把个粉丝。

小李说,即便最忙碌的春节期间,一天工作十六、七个小时,也带着一股精神劲儿。

山东人徐庆胜,大学毕业后跑过几个城市,最终,他的脚步落在了黄浦江畔:“不算成功,只是在通往目标的路上。”

从做“铃驹帮买”至今,他已有三五百人的微信群三十余个,服务过六七百个小区,坚持要求每天按时完成配送。

2021年9月,徐庆胜在成为职业帮买人的第20个月,接到这样一条微信并截屏收藏:“教师节你们为老师免帮买费,这种做法很有人情味,无形中提升了客户忠诚度。”

每一次来自客户的好评反馈,都是对过往努力的肯定和走进未来的力量。

“上海的大气、开放、包容,它的多样化选择,给了我施展想法的空间。”他指着仓库整齐码放、准备送出的货物说,这是上海给每个人的机会。



在Costco,也就一个钟头,帮买人十来个购物车已经排在结账口。

『上海的多样化选择,给了我施展想法的空间』

一月订单超百万,「帮买人」抢鲜赚钱