

微三云源码：从细分领域分析社群电商化主要方向

产品名称	微三云源码：从细分领域分析社群电商化主要方向
公司名称	深圳市微二云信息技术有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	广东省东莞市东莞生态园瑞和路1号松山湖高新技术创新园B栋2-5层
联系电话	13929266321 13929266321

产品详情

微三云源码：从细分领域分析社群电商化主要方向

社交电商主要类型分三类：第一是社群电商化，指社交电商企业首先从社群做起，来自社交平台相同属性的流量人群组成社群，之后企业在社群中开展电子商务业务，完成产品或服务交易的运营形态。社群电商目前是中国电子商务的特色创新，是发展最活跃的群体之一。

从细分领域分析社群电商化主要方向有五类：

1、代理分销型

它的代表企业像思埠、傲澜等创业企业，以及后期进入的蜜芽宝贝等，这是最早的社交电商创业形态逐渐正规化而形成的一个群体。他们具备B2B2C的基本属性，运营模型是由厂商、品牌方或代工厂生产产品，产品在市场上逐级代理分销下去最终卖给消费者，由于代理级别的不同拿到不同的折扣从而产生差价，代理商从差价中获得收益。很大程度上这个模式与联想等传统厂商在中国做销售的模式非常类似，从全国总代到省代，再到市代、县代等多层代理制度，形成全国的销售网络。

目前，基于互联网快速有效的应用和社交电商企业不断成熟，代理分销型社交电商逐渐形成了有效的管理模型，优秀的单个企业销售额能达到几十亿甚至上百亿的规模，形成了中国品牌社交电商重要的群体。

2、平台开店型

2.1 技术服务商

平台开店型社交电商是从2012年开始的，这一形态在发展过程中有两个分支，逐渐形成完整体系。一个分支是平台开店型技术服务商；像有赞、萌店、微店、点点客等。他们通过提供技术服务或者技术云服务帮助社交电商经营者开店卖货，提供社交电商特有的代理分销、佣金返点等管理工具，从而帮助传统企业、传统电子商务企业利用移动互联网和社交电商所带来的流量形成交易。技术服务商的特点是有技术服务平台但消费者流量不足。

2.2 运营服务商

随着业务的不断完善和市场需求的不断扩大，2015年开始出现了第二类平台开店型运营服务商。例如云集、贝店等企业，他们不光为企业提供了开店进驻等技术服务，同时整合了供应链和流量获取等服务，使得店铺既能使用技术服务，又能享有流量服务，这部分流量大多来自新兴的社交网络，从而最终帮助经营者扩大销售规模。例如：2017年云集已经达到了100亿的销售规模，预计2018年达到400亿的销售规模，具备更强的发展潜力。

3、拼团型

2017年社交电商领域的明星现象之一是拼团型社交电商，典型企业是拼多多，拼多多面向中国3-6线的消费者，以低价特色吸引关注，利用了互联网匹配技术整合全网社交流量，形成全国范围内的大流量、大规模社交电商创新。2017年拼多多销售规模达千亿，APP使用量仅次于经营多年的淘宝系名列电子商务应用第二名，业绩引人关注。

4、直播型

直播型社交电商。2016年开始网络直播汇聚了大量流量，在流量变现过程中电子商务无疑起到了重要的作用。直播是由播主和众多粉丝这样的社交关系组成在一起的，所以电子商务变现是由播主播出商品信息、粉丝再传播引导购买或者粉丝直接购买共同完成的，充分体现了社交电商的特色。前期直播型社交电商模式非常简单，就是播主播出商品信息、粉丝购买。发展过程中随着整个社交体系不断完善，直播平台2018年逐渐提供了社交电商服务，直播平台可以展示商品、支持粉丝推荐商品信息和获得推荐奖励等，众多工具功能不断丰富，促进了直播型社交电商的有效成交，直播平台上产生的社交电商的销售额不断增长。

5、内容型

内容型社交电商。内容型社交电商首先因为精彩的内容而聚集了大量的人群，这些人群对内容有非常一致的认同的属性，从而对产品形成了进一步的认同而产生销售。比如小红书APP就是因为大家对海外优质产品的认同，以及小红书提供良好的内容推荐聚集过来并有效成交的，目前是社交电商领域非常有特色的一个应用。再如近期我们看到的是逻辑思维得到APP，是由知识而聚集了大量的粉丝，从而在这个平台上在销售知识型产品：书籍、知识讲座等，2017年做到了过亿的利润。这些平台既有知识和内容的属性，同时由于精准粉丝有效变现，在电子商务里面呈现出非常有特色的局面。

以上五种类型是社交电商中社群电商化的主要形态，是电子商务创新创业过程中最活跃、用户数和营销规模成长最快的群体，从2013年开始到现在经历了5年不断的发展和演进，目前已经形成了巨大的规模和稳健的发展态势。

