

深港商城社群爱购 长沙深港商城社群 深港商城

产品名称	深港商城社群爱购 长沙深港商城社群 深港商城
公司名称	深圳市壹值购科技有限公司
价格	面议
规格参数	
公司地址	广东省深圳市罗湖区宝安南路振业大厦26A
联系电话	18033067776 18033067776

产品详情

移动社交电子商务用户推荐对大学生网购意愿影响因素实证分析

本文主要基于用户推荐理论，口碑理论和信任理论，提出了移动社交电子商务用户推荐对大学生网购意愿的影响因素概念模型。本研究共收集783份有效问卷，进行信度效度分析后，结合结构化方程模型对提出的概念模型进行了实证检验。研究表明，信任倾向，购物经验和关系强度对大学生的网购意愿有极大影响，而推荐者度和商品视觉线索对大学生网购意愿影响并不大。

Costco模式+云集、贝店之移花接木

ostco作为美国的一家实体零售商，自上个世纪80年代发展会员制度深港商城社群以来，已经占有很大市场份额。Costco模式即：为会员用户提供的商品，通过收取会费实现盈利。

Costco会员制度成功的因素有五点：

1、只有会员才能消费

Costco的创新在于要在店里消费，就必须购买会员。Costco因为有针对性的人群可以服务深港商城社群，能更加清楚他们的消费理念，提供定制化的贴心服务，自然会提升整体的质量深港商城社群。

2015年之后，中国的社交电商云集和贝店，借鉴了“付费会员享有消费权”这一点，长沙深港商城社群，综合自身战略进行创新，推出了“付费会员成为店主”这一模式。

2、精选SKU

Costco深港商城社群o每个品类仅精心挑选深港商城社群两三个品牌，SKU深港商城社制在4000左右，而且都是消费者购买较集中的品牌，用户更容易抉择，货架管理压力小。

这种“精选sku”模式，深港商城社群团购，使得采购更加集中，采购量增大能更好地向供应商压价；这种模式又能避免商品滞销，减轻仓库压力。降低运营成本，优化商品价格。所以这种“精选sku”的模式，成为了Costco服务会员的一个铜。

云集和贝店的初衷，深港商城社群爱购，是为了从电商平台提供的种类繁多，价格不一，质量差异大的商品中挑选出低价好货，帮助消费者“避雷”。目前云集的SKU也控制在4000左右。

没有门店的云集和贝店，成本可以进一步降低，挑战是必须加强供应链管理。

目前云集采用的是中央厨房式的供应链服务，规模大保证低价，自有仓库直接发货，货源及自有了商品质量，全国20多个仓配送范围覆盖31省，日发包裹达到120万件。现实表明，云集和贝店的供应链已经做得相当完善，日趋成熟。

国内的会员制电商：概念大于模式会员制电商，和电商会员制不是同一种生物。

近两年，淘宝京东纷纷推出了超级会员机制，购买会员后，可享受商品专属折扣、视频网站会员以及其他增值服务，但这本质上是电商会员制，即电商平台通过将一系列其他服务打包出售，提升用户粘性，和亚马逊 Prime 模式类似。

。深港商城深港商城社群

阿里和京东也没有使用过「会员制电商」的概念，目前用拿这一概念做背书的大多是新兴电商平台。其中分为两类：

类，以新上市的云集、洋码头新成立的优选，以及前两年刷爆朋友圈的环球捕手为代表。深港商城APP深港商城社群

云集不久前刚上市声量，深港商城社群经济，它曾声称要做线上版的Costco。两者在盈利点上略有相像，去年云会员费收入高达15.5亿元，且7成GMV由会员消费提供，粗略来看还真有点会员制电商的意味。深港数码商城深港商城社群

但是，云集及其同类与Costco区别是，其会员本身也承担了分销商的角色。会员通过拉新可以获得提成，且自己发展的会员购买商品可以获得返利。在此类平台上，商品和服务本身只是产品的一部分，会员之间的关系以及会员费的分成及流转才是运营的核心。社区深港商城社群

「直销」「分销」「」，无论用哪个词语来形容，都意味着相较于一个购物的电商平台，它更像是以购物为动机的金融平台。

第二类，则是模式上了Costco的新兴电商平台，代表性的是营销上略显张扬的海豚家，以及前天猫、当当高管黄若两年前创办的特购社。两者都是以产品优惠作基础吸引用户，主要盈利方式来自于会员费，称得上是真正的「会员制电商」。

但问题在于，当有企业真正将Costco的模式搬到线上，是否意味着Costco的成功可以作为经验，并行之有效的与执行？

我认为不能。线上购物人与产品之间的空间隔阂，注定了会员制电商本身的局限性。

深港商城社群爱购-长沙深港商城社群-深港商城由深圳市壹值购科技有限公司提供。深圳市壹值购科技有限公司为客户提供“商城APP”等业务，公司拥有“深港商城”等品牌，专注于广告服务等行业。 ，在广东省深圳市罗湖区宝安南路振业大厦26A的名声不错。欢迎来电垂询，联系人：霍国斌。