

社群电商大火,社群电商源码开发技术提供商

产品名称	社群电商大火,社群电商源码开发技术提供商
公司名称	佛山浩广网络科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	佛山市禅城区朝安南路超发大厦首层
联系电话	075782323183 13809709710

产品详情

导读：

佛山浩广网络不愧是行业迭代更新最快的系统开发公司之一，前一分钟可能面对你的需求说“不行”、“暂时不能实现”、“需要沟通付费定制”，后一分钟可能产品部就把功能开发出来免费开放更新啦！

全民拼购又将释放一波细节规则功能，敬请期待！

选合作的技术公司，要像选媳妇一样，认真选择一家靠谱的，不能只选便宜的！只有旺夫的老婆娶回去才是超值的！

选择佛上浩广网络/

(电子商务研究中心讯)社群电商正值风口，创业者无数。有赞五年上市，拼多多三年IPO，云集、环球捕手等坐享流量红利，爱库存、好物满仓、有好东西等新平台在奋起直追。同时，大平台势力也横插一脚：唯品会孵化出“云品仓”，苏宁推出了“乐拼购”，京东和美丽联合集团上线了“微选”……在这个群雄逐鹿的市场里，邬强强和他的好衣库可以分得多大一杯羹？

“从9.9元包邮到拉人头裂变，社群电商在不断地发展迭代，而好衣库是以和化服务为代表的品牌商城模式。”邬强强这样定位好衣库。

邬强强花名鬼谷，在阿里巴巴工作了九年有余，曾先后担任聚划算事业部总经理、淘宝开放平台创始人等。离开阿里后，他曾创办了O2O电商项目——闪电购，又于2017年12月成立了社群电商平台好衣库。

好衣库在近期获得了由IDG资本领投的1亿人民币A轮融资，险峰长青、元璟资本的5000万人民币天使轮融资。

亿邦动力获悉，好衣库采用S2b2C模式，48小时限时特卖，主要面向3-5线城市的消费者，是品牌方、微信代购和消费者之间的连接平台。在理想状态下，好衣库既能帮助品牌下沉，寻求新销售渠道，也能为代购提供品牌货源、物流及售后服务。

据介绍，目前好衣库旗下的代购超过3万名，月GMV超3000万。用户需要关注“好衣库特卖”微信号或添加客服微信，获取邀请码才可注册成为好衣库代购。好衣库的代购群体主要包括微商、宝妈、线下店店主以及有大量空暇时间的用户，代购可以在好衣库App中批量播货，将图片等信息一键转发至微信朋友圈或微信群。

好衣库App页面

“在所有的代购中，线下店主是很有意思的一部分人群，货源和低成本进货对他们有很大吸引力，他们也能连接到大量消费者。此前，这些店主拿货时需要去批发市场和档口，但商品经过多层流通，价格就会变高。通过好衣库，品牌仓库可以直接发货给代购，流程简化，价格变低。目前我们的销售价大约为其他电商平台的70%左右。”鬼谷向亿邦动力介绍道。

据亿邦动力了解，好衣库目前采取返佣形式，激励政策也在调整变化。在7月2日-7月30日期间，好衣库采用周薪激励方式，代购每完成5000元周销售额即可获得500元佣金奖励，每七天领取一次。

值得注意的是，不同于大部分社群电商平台，好衣库的代购可以邀请朋友注册，但暂时不会从中获得分佣和奖励。

中间者：帮品牌做社群电商

数据显示，目前好衣库合作的品牌商超过300家，所售的商品主要集中在鞋服、家具日用、母婴三大类目，其中包括七格格、斯凯奇、人本、茵曼、萌大大等多个品牌。

“在社群里卖东西，核心的一点就是互动，代购要卖需要沟通和推荐的产品，例如服装、家居和母婴品类。”鬼谷向亿邦动力网表示，3-5线城市的人群有消费升级的需求，在起步阶段，这些品类和品牌的市场接受度较高，适合进行市场教育。

此外，鬼谷和好衣库还发现社群电商的一大痛点：缺少品牌。“究其原因，是因为很多品牌不适合用拼团的方式去卖。而且很多品牌的SKU数量多，但库存少，不足以支撑‘9块9包邮’或者单品爆款的销售形式。这些浅库存商品，需要一个新的销售方式。”

这正是好衣库看准的好机会。“面对SKU数量多、库存少的品牌，就需要我们有很强的供应链管控能力、品牌管控能力和组货能力。好衣库团队从事过相关行业，经验丰富，相对具有优势，供应链、仓储、物流等方面我们都会自己做。”

亿邦动力得知，目前好衣库正在与合作品牌商进行ERP系统的打通。鬼谷认为，在当前环境下，很多工作都需要多方协同完成，而好衣库就是要构建这样的协同网络平台。在供应链方面，好衣库和品牌的系统打通后，可共享数据，双方都能看到商品销售量、转发量、浏览量和库存量，同时发货、品质控制、售后服务、物流等环节也可在线共享，品牌商能够参与发货和售后服务。

据悉，好衣库平台上的大部分订单均由品牌商直接发货给代购或消费者，好衣库也会向小部分品牌商直接采购商品。

大野心：反哺供应链

“我们所处行业还是增量市场，在这个市场中，消费频次和场景都发生了深刻变化。在传统电商平台上，消费者主动搜索或逛进店后才会产生购买，这就导致了品牌的触达频次和顾客消费频次都不会太高。

”鬼谷向亿邦动力解释道，在社群环境下，代购可以把店铺嵌到微信群或朋友圈的信息流里，直接触达消费者，帮助品牌和消费者更高频的互动和交流。

有社群电商从业者表示，目前在电商体系中还存在着一块“真空地带”。天猫、京东和唯品会是中心化电商，拥有大量品牌和商家资源。而拼多多占领的则是低价市场，很多品牌入驻拼多多主要是为了处理库存。这中间就是好衣库等社群电商平台的机会所在，以社群形式带领品牌渠道下沉，先触达到四五线有消费升级需求的消费者。

亿邦动力了解到，好衣库将品牌库存作为杀入市场的切入点。通过社群低价销售库存产品，并借此触达新客群，这直接击中了品牌商的痛点。

但好衣库并不想一直做“库存”的生意。目前好衣库平台上库存销量的占比已经低于50%。在鬼谷看来，库存市场一定会萎缩。“库存是因为渠道效率低、人货不匹配而产生的，而好衣库要打通从工厂到消费者的整个流程，从而提升行业效率。渠道效率越高，品牌商的库存量就越少。”

“所有品牌都要做快周转，少压货，这背后需要强大的数据体系和营销体系支撑。可预见的是，在未来会有一大批人掉队，这里的掉队是指经营模式的掉队。”鬼谷坦言。

而这里也埋藏了好衣库的另一个野心：通过大量销售数据反哺供应链。据悉，目前已经有品牌开始为好衣库提供渠道款。“很多品牌没有下沉渠道，品牌商会焦灼，想知道新的渠道要怎样做，但大部分品牌都不可能组建团队来专门负责这件事。而好衣库可以通过小b代购广泛触达消费者，通过大量销售数据指

导品牌，应该上架哪些商品，多生产哪些商品。”

虽然能很好地连接品牌、代购和消费者，但好衣库还有一个重要环节需要升级：支付和用户反馈的在线化。目前，商品大多通过小b代购转发至朋友圈和微信群的形式触达消费者，消费者真实的反馈也只能通过小b代购获知。经过多层传递，消费者的反馈信息势必会有耗损。

对此，鬼谷也坦言还需要改进和升级。“，好衣库会对小b代购进行分批培训，让销售和服务都更加标准化；第二，好衣库会继续开发标准化营销工具和交易流程，例如通过微信小程序来解决。”

而这些问题解决后，以好衣库为代表的社群电商势力或将迎来更好的机会。“好衣库争取在今年达到20-30亿元的销售额，连接10万代购，合作品牌超过1000个。”鬼谷在后说道。（来源：亿邦动力）