

# 我国网民规模达10.51亿，社交电商新赛道该如何抢占时代的红利！

|      |                                  |
|------|----------------------------------|
| 产品名称 | 我国网民规模达10.51亿，社交电商新赛道该如何抢占时代的红利！ |
| 公司名称 | 东莞市微三云大数据科技有限公司                  |
| 价格   | .00/件                            |
| 规格参数 |                                  |
| 公司地址 | 东莞市                              |
| 联系电话 | 18665158422 18665158422          |

## 产品详情

据中国互联网络信息中心发布《中国互联网络发展状况统计报告》。《报告》显示，截至2022年6月，我国网民规模为10.51亿，互联网普及率达74.4%。截至2022年6月，我国短视频的用户规模增长zui为明显，达9.62亿，占网民整体的91.5%。

中国网民的规模已经非常发达,从这个数据来看除了老人/小孩以外,已经基本全员覆盖了,那么过去20年互联网的高速发展,流量几乎给头部电商几个平台所垄断,想从中获取流量越来越贵,中小企业已经很难有生存空间,在此环境之下于是诞生了我们的社交电商新赛道,传统电商人到中年，红利将尽，获客成本攀升。移动社交蓬勃发展，流量价值凸显，将社交与电商融合的商业模式为电商企业降低引流成本提供了良好的解决方案。社交电商行业站上风口，众多企业纷纷入局，行业规模快速增长。

依托社交流量，社交电商从用户拉新到留存全生命周期进行更高效低成本运营：1) 拉新阶段：依靠用户社交裂变实现增长，降低获客成本；2) 转化阶段：一方面可以基于熟人关系可以借助熟人之间的信任关系提高转化效率；另一方面可以通过社群标签对用户做天然化的结构划分，从而实现精细化运营；3) 留存阶段：用户既是购买者也是推荐者，在二次营销的过程中实现更多的用户留存。

在此时代的发展当下研发了很多市面上火热的商业模式

链动2+1(分享3人回本,二二复制无限拿见点奖的引流模式)

泰山众筹(每期增加30%的筹码,满四返一,,推倒重置)

广告电商(广告+产品利润做的消费全返的营销模式,让全返更有营销噱头)

拼团拼购(十人团,三中七不中的营销玩法,让消费成瘾的玩法)

太爱速(抢拍营销玩法)

分享购/乐分享模式(商城快速裂变的营销玩法,共富模式)

每种社交电商的营销模式都是建立在用户规模的不同阶段的玩法,需要搭配.只有社交电商发展好了,才能有自己私域流量,私域流量才是自己真正的资产,,不必依赖大平台成本那么贵且流量还是别人的,