

社交电商的商业模式

产品名称	社交电商的商业模式
公司名称	东莞市数云网络科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	广东省东莞市松山湖园区瑞和路1号2栋501室02
联系电话	18002820787 18002820787

产品详情

社交电商含义和典型商业模式

从百度百科的定义来看：社会交往，简称“社交”，是指在一定的历史条件下，个体之间相互往来，进行物质、精神交流的社会活动。社交电商是在社交媒介的基础上由社交关系链、优质的内容来获取用户，并对商品进行展示和分享，进而完成获取用户、激活、商品和服务交易、售后服务和用户留存等系列的业务活动。

从社交电商的链接方式可以分为：关系型链接（社交团购模式、二级电商分销模式/社区团购模式）、内容型链接（UGC、PGC等），从社交电商品类和用户定位来看，可以分为垂直型和综合型。

2

社交电商商业模式的内生逻辑

1、传统电商获客成本高

随着传统电商增速的持续下降（目前已经降至30%左右），流量红利逐渐殆尽，小部分的头部品牌占据了传统电商平台大部分的流量，获客成本不断上升（目前约为250元/人），单一的购物场景还使得传电商的购

买转化率也远低于社交电商。

2、技术的基础设施普及

与此同时，随着移动互联网、4G、智能手机等快速普及，微信、微博、短视频等多样化社交媒介蓬勃发展，各类社交平台上聚集了大量用户，成为品牌商新的流量来源。

3、交易价值更高、交易成本更低

传统电商的底层逻辑是各类品牌商来瓜分和争夺相对稳定的流量，而社交电商则不同，每一个用户都是一个节点，利用自己的社交关系，基于自己的信誉，开展较为精准的传播和互动，产生用户裂变。或依托优质内容积累粉丝，无需向B端支付广告费，成本较低。

社交电商可以提高与消费者的熟悉程度和信用程度。每一位从业者都把个人信用抵押进去，努力服务好熟客，服务好消费者。每位从业者都会本能地维护与消费者的关系，买卖不成情意在，买卖不成信誉在。若失去了购买者的这份情义和信用，任何一个从业者都会失去自己的存在价值，失去了继续交易的可能性，断送的不是商品，而是持续交易的基础。

这一切都使得基于移动互联网的社交电商降低了商业的交易费用和交易风险，拓展了交易空间和提升了交易价值，提高了人与人之间的交易信用。

4、打破传统产业发展逻辑，形成有效的分工和一体化关系

利用互联网手段构建数字化生存人群的社区，利用各种连接的手段不断深化社区消费者数字化生存的方式及内涵，成为真正意义上的一体化关系体系或共同体，成为社区的组织者。

互联网给了人类社会一种机会，使得厂商能够以很低的成本，很方便地把远在天边的志趣相投的人积聚起来，形成庞大的虚拟社区。继而，通过线上和线下的持续交流与互动，打破传统的产业发展逻辑，依靠有效的分工和组织，形成一体化的关系。

社交电商的商业模式未来趋向

1. 自由职业化

社交电商本质是通过人与人之间的社交和影响力，互相传播，推荐商品。基于移动互联网的智能化社交平台会为社交电商从业者在客服、配送、内容、IT系统、培训等方面赋能，这样一来社交电商从业者的门槛大大降低。将来会像美国一样，有更多的自由社交电商从业者加入进来，上直播平台、写原创文章带货、基于自身的人脉关系链卖货等。

2. 用户、社交电商从业者、社交电商平台会在更多的业务活动环节参与价值创造

用户、社交的电商平台、社交电商从业者跟品牌商、供应商形成一种超越简单买卖的关系，互相信任，共同参与价值创造的业务活动环节。而且还会基于各自的资源能力不同，在生态系统内重新匹配业务活动，使得*具有资源能力的角色从事*合适的业务活动，进而形成新的合作机制和一体化关系。

3. 新技术开展精准定制

未来的社交电商会基于大数据、云计算来绘制消费者画像，进而根据需求洞察开展精准营销和精准定制，提升生态系统交易效率、降低交易成本。

4. 社交电商平台企业的盈利多元化

随着社交电商的进一步发展，社交电商平台的盈利来源将变得更加多元化：产品差价、会员费、广告费、第三方利益相关者收入、供应商的上架费等。

5. 基于社交电商生态系统的资产结构和现金管理重构金融结构

在生态系统视角下，审视资产结构、现金创造、现金管理、资金筹集、资产配置等重要的价值环节，进而重构社交电商生态系统的金融结构，会增加整个生态系统的价值增值。

6. 线上和线下融合

随着语音图像识别、LBS、人工智能等技术的日趋成熟和大规模应用，社交电商也会由于消费体验、供应链效率、消费场景衍生等变革进而促使线上和线下加速融合。