

# 因势而起顺势腾飞，如何抓住社交流量红利，社交电商规模迅速扩张——微三云

产品名称	因势而起顺势腾飞，如何抓住社交流量红利，社交电商规模迅速扩张——微三云
公司名称	东莞微三云软件开发公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	东莞市松山湖生态园B栋
联系电话	18002681353 19521826326

## 产品详情

随着移动互联网的普及，网民逐渐养成网购习惯，各类企业也纷纷转型互联网，将原有业务模块搬至线上，让企业能够快速服务消费者，而“电商板块”也成为了各个企业的布局重点之一。

### 本文重点纲要

1；现在还做社交电商晚不晚

2；社交电商要怎么做

中国互联网移动端用户基础不断增加。随着国家发展，城市基站不断增多，100M成为宽带用户主流选择。我国光纤用户规模持续扩大，100M及以上用户达4.2亿户，占固定宽带用户的比重达86.3%，较去年同期提升11.8个百分点。

4G用户占比超八成。截至2020年3月，我国4G用户规模达12.9亿户，占移动电话用户的比重超83%，在全球233个国家和地区中排名第10，远

高于法国(68%)、德国(53%)和国际平均水平(51.6%)。

移动互联网流量消费保持较快增速，2020年年初开始，直播带货、短视频电商、游戏娱乐等移动互联网应用持续火热，间接带动移动互联网接入流量消费，市场保持较快增长。截至2020年3月，中国移动互联网接入流量消费累计达357.6亿GB，同比增长39.4%，在去年基数基础上连续快速增长。

用户上网时间持续增加，随着三大运营商网费的持续下调和互联网移动应用体验的不断改善，用户对移动互联网的依赖程度日渐加深，用户上网时间逐年递增。

2020年，受新冠肺炎疫情疫情影响，网民上网时长有明显增长。据移动互联网公司数据和AppAnnie数据分析公司的新报表显示，2020年一季度全球移动应用每周平均使用时间与去年同比增长21%。截至2020年3月，我国上网居民的人均，每周上网时间达30.8个小时，较2012年提升10个小时。

在热门领域方面，企业服务、电子商务、在线教育、互联网金融、广告营销、医疗健康等领域保持较高热度，出行旅游、应用基础设施、互联网电商、本地生活服务、社区团购，电子商务等领域的投融资金额较上季度呈现明显增长。

2021年一季度电商零售行业投融资总况，2021年季度互联网电商零售行业一共发生四十起投融资事件。按照月度来看，2021年季度的投融资事件数量分别为10起、6起和24起和18起。

在所有电商零售领域中，社交电商平台为受欢迎领域，其融资事件数量占为75%;其次为电商服务其占比为20%，批发业为2%，其他领域为3%。

各个企业除了入驻主流的电商平台，也有自己搭建电商平台运营；而对于有些主营业务为

非电商的平台，为了满足其用户的多元化需求，增加用户粘性，也加入了“电商板块”。

### 拼购类社交电商

如：拼多多、京东拼购、苏宁拼购、锦鲤喜团等

拼购类电商基于社交关系的团购低价和分享导向型电商。其目标用户是对价格敏感的用户，比如拼多多平台整体平均客单价仅42.5元，远低于传统电商平台100-500元的平均客单价，拼购类社交电商以生活用品、服饰等消费频次高、受众广的大众流通性商品为主；

拼购类电商核心功能就是拼团，花费一次引流成本吸引用户主动开团，用户为了尽快达成订单会自主将其分享至自己的社交关系链中，拼团信息在传播的过程中也有可能吸引其他用户再次开团，传播次数和订单数实现裂变式增长。

### 会员分销类社交电商

如：云集、贝店、爱库存等

会员制电商是个人微商的升级版，早期个人微商模式下，个人店主需要自己完成商品采购、定价、销售、售后全消费流程；而在会员制电商模式下，由分销平台（S）提供标准化的全产业链服务，店主只需要利用社交关系进行分享和推荐就可以获得收入；

会员分销类电商核心功能就是店主的招募和分销，来自于分销裂变带来的获客红利，平台通过有吸引力的晋升及激励机制让店主获益，推动店主进行拉新和商品推广，有效降低了平台的获客与维护成本。

### 内容类社交电商

如：抖音、快手、蘑菇街、小红书等

为了满足年轻人碎片化、个性化的消费需求，电商和内容产业链正逐渐走向融合，通过内容影响消费者决策，引导消费者的购物行为；内容社交电商即指通过形式多样的内容引导消费者进行购物；

内容类电商核心点就是内容的产出，通过帖子、直播、短视频等丰富的形式吸引用户，形成从“发现-购买-分享-发现”的完整闭环。

### 社区团购类电商平台

如：兴盛优选、橙心优选、美团买菜等

社区团购平台提供仓储、物流、售后支持，由社区团长负责社区运营

，主要包括社群运营、订单收集、商品推广及货物分发；社区团购是微信商业化所带来电商红利，依托于小程序的兴起，商业功能逐步完善为社区团购发展奠定基础。

根据国内电商智库网经社电子商务研究中心发布的《2020上半年中国电商上市公司数据报告》报告，截至2020年7月30日，国内共有电商上市公司达68家(含零售电商、跨境电商、社交电商、生活服务电商、产业电商)。