



3????????LV????????????????????????????????

??????????????

1??????????????

2??????????

3??????????????

4?????

5?FA?

6?????

7???????????

8??????????

9????????????????????????????????????????

10????????????????????????????????

11????????????????????

12????????????????????

????????????

1.????????????????????????????????????????

2.????????????

3.??????—????????????????????/???

4.??—????????????????????

5.??—?????

6.??—????????????????????

7.????????????????



此段为非正文可忽略不看：每项商品关税税率取决于其归类编码由于目前国内中小型社交电子商务平台既然拼购学不像，因此必须很好地使用社交元素。正如拼多多从微信中脱颖而出，借助微信初提供的可裂变的社交营销空间一样，拼多多在短短三年内就吸引了超过5亿用户。结果，许多中小型社交电子商务平台，已将社交网络作为获取和吸收市场利润的关键，并回到“拉人头”模式。回到发展层层下线，扩大用户层级和基数的微商套路。只有这样做，被标记为“传销”也确实算不上冤枉了。在被质疑传销以及“传销”的名单上，可以拉出长长的一串名单：云集、云集品、花生日记、萌推、斑马会员(原环球捕手)、未来集市、粉象生活、趣淘集市等都榜上有名。