

贝仓开店入驻贝仓商家入驻流程怎么入驻贝仓贝仓入驻费用

产品名称	贝仓开店入驻贝仓商家入驻流程怎么入驻贝仓贝仓入驻费用
公司名称	厦门迎禾万本电子商务有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	浙江省义乌市万达路9号
联系电话	17031651328 16723786206

产品详情

各类目的资质要求苛刻自行入驻被驳回的请勿从新提交 免得平台就会把公司和品牌拉黑了

详情代入驻请联系文章上面170开头的号码 号码及是微

“传统微商的生意越来越难做了。虽然微商接单都是一对一的，但是大多时候都有好几个中间人，导致接单时效无法保证，层层上传易出错引发纠纷，而且查单退单很麻烦，一旦出现售后问题更是退换难。”近日，从事微商多年的掌柜猫猫表示，从传统的接单赚差价到将人脉嫁接至贝仓平台的货品资源，让今年的生意不再难做。底气从何而来？值得一提的是，不仅仅是微商，还有代购、实体店主等各类小卖家，逐渐成为贝仓平台的从业者。他们只需要利用社交网络进行获客，而货源、物流配送、售后服务等问题均交给贝仓。目前，社交电商消费者人数已超过5亿，市场规模超过2万亿元。在业界看来，社交电商是新型电子商务的重要表现形式，其具有去中心化特征，依靠社交平台和熟人网络进行裂变式传播，比传统电商的获客成本更低。与此同时，社交电商在探索各种社交玩法中，也容易衍生运营模式问题。需要注重运营模式的合规性以及做好质量把控。抢占下沉市场

在朋友圈“征战”多年的微商，不少已经告别单打独斗的模式，转而奔向社交电商平台。“还是那个朋友圈，但生意变了。”猫猫表示，以往微商既要进货、卖货、发货，还要做售后服务，而现在只需要负责朋友圈卖货就行，其他的贝仓来负责。据了解，贝仓是贝贝集团旗下的社交电商平台，与传统电商平台不同的是，其通过采用S2B2C模式，一端连接方，获取商品货源，一端链接微商、实体店主、代

购等，为其提供货源、供应链、开店工具等解决方案，以社交化方式售卖商品。用户注册登陆贝仓后，既可以自己购物消费，也可以成为卖家。贝仓在页面设置上提供“转发”功能，卖家可以采用平台建议零售价进行售卖，也可以根据品类、价格区间等多维度定位商品，自主设置商品的零售价，减去拿货价，即为自己所得。在贝仓中，会员根据成长值不同享受不同的拿货折扣。微商、实体店主、代购等群体在平台上成为卖家，通过社交网络销售商品获益，那贝仓的收入从何而来？贝贝集团总监张洪涛表示，贝仓的收入来自于商家，一是向商家收取技术服务费，二是从商家的销售额中获得一定比例的抽成。贝仓所覆盖的类目以服饰为主，主营类目包括女装、男装、童装、鞋包等，目前入驻商家超过4000家。值得一提的是，在贝仓之前，贝贝集团已经推出贝店，模式与贝仓类似。“贝店是全品类消费平台，而贝仓是特卖平台。”张洪涛表示，贝仓主要做特卖，商品价格更便宜，卖家获得的收益也更多。张洪涛指出，三线及以下城市消费者对高质低价的商品需求很大，尤其是商品，而方也有着迫切的尾货消化需求，这是他们看好贝仓这一定位的原因。事实上，特卖早已是一门生意。艾媒咨询数据显示，预计2019中国特卖市场交易规模将突破1.5万亿元，达到15432.58亿元，2020年达到15860.15亿元。

互联网分析师刘鸣表示，当下各行业库存压力依旧很大，有强烈的消库存需求，但是公开打折等方式清理尾货，会破坏形象，影响原有的价格体系。而通过社交电商等私域流量售卖尾货，既保护了形象，同时也不会打乱原有的价格体系。刘鸣进一步指出，特卖产品与社交电商有着的契合性。特卖产品主打和高性价比，对下沉市场消费者吸引力较大。而在社交电商平台上做卖家的微商、实体店主、代购等大多来自下沉市场，社交网络覆盖的人群与特卖产品的消费人群相契合。