

爱库存入驻，爱库存开店步骤流程，爱库存怎么入驻，爱库存怎么开店

产品名称	爱库存入驻，爱库存开店步骤流程，爱库存怎么入驻，爱库存怎么开店
公司名称	杭州岚彩贸易有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	拱墅区长滨路78号3幢1003室
联系电话	13957094653

产品详情

近几年，异军突起的社交零售似乎成了零售行业解决痛点的“万应锭”，在流量增长、渠道下沉等方面取得了明显的建树。而在库存这一“老大难”的问题上，也出现了爱库存、好衣库这样紧盯服饰服饰行业清库存生意的社交电商品牌，它们在资本市场上也是备受青睐。

以爱库存为例，采取的其实就是代购模式，主要针对分销商的，其实与原先的微商代购群体非常相似，是对原先微商的升级，但在营销术语上举起【S2b2c模式】的大旗一副势必要与之前微商划清界限的态势。抓住代购流量的价格洼地，通过社交的方式，激发碎片化的移动互联网流量自发的形成网状商业流，从而达到聚合移动流量的目的，每位代购拥有自己的【私域流量】，能够实现即时、的转化，这也是爱库存们能够迅速崛起的关键所在。

把原先的微商改头换面做成了改善库存的良方，虽说就目前来看，爱库存表现的却可圈可点，然而从多个维度看，爱库存还要面临来自多方面的难题。

野蛮生长后的政策肃清：“紧箍咒”下，“小b”规模恐大幅缩水？

事实上，任何行业都会经历野蛮生长到理性成长的过程。

企业“原罪”是制度建设滞后的产物。中国企业改革的“自下而上”特征，决定了制度的变革往往会落后于企业的实践，使企业家自然养成了“绕道前行”的职业习惯。这也终成为原罪滋生的缘由之一。而监管的出现和落地往往可以认作是从草莽到规范这两个阶段的分界点。

例如网约车的出现解决了人们打车难的问题，但整个行业迅速发展的同时也带来了很多问题，随后政策的规定和引导也促使整个行业步入有序理性的竞争阶段；还比如移动互联网时代，自媒体产业实现野蛮生长，与之相关的许多内容问题、信息问题也逐步放大开来，不久前中央网信办的负责人表示，将加大对自媒体行业的乱象治理力度，这也宣告了行业野蛮生长时代的结束；自二胎经济开放，早幼教资产成为了二级市场里炙手可热的项目，教育功利化严重，然而这一切随着《关于学前教育深化改革规范发展的若干意见》的发布彻底画上了“休止符”。

对于社交电商而言，同样有着自己的“原罪”，混水摸鱼者层出不穷，三无货、假货、A货亦是屡禁不止，于是乎，政策规范也就成为自然而然的事。

历时五年，经过三次征求意见、四次审议的电子商务法将于2019年1月1日起正式实施。此次立法在电商经营资质、纳税、处罚标准等方面作出了明确规定，同时也对电子商务平台经营者的责任和义务进行了界定。

《电商法》要求被定义为电子商务经营者的从业者必须进行正规登记，取得相关经营许可及依法纳税，而从前处于法治模糊地带的直播代购、微商等实质性电子商务经营者被纳入该法监管范畴。

消息一出，不少业内人士认为这意味着“个人代购时代”即将终结，未来代购市场将只剩企业运营主体。从另一个维度来看，其小b的数量锐减，直击爱库存们的核心地带，S2b2c模式的商业天花板尽显。

所谓S2b2c模式，早是由阿里巴巴参谋长曾鸣教授提出的，S、b和c三方元素构建了一张协同网络，在这一过程中S与小b是紧密的合作关系，双方要一起服务于C。S赋能小b的价值点在于为小b提供共同需要的某些服务，因为小b缺乏对这方面的能力。S2b2c模式创新在于S和小b共同服务c，去所有中间环节。小b服务c离不开S平台提供的种种支持，但是S也需要通过b来服务c。S和众多的小b是紧密的合作关系。

从核心竞争力的角度来看，爱库存的流量裂变、销售速度来源于庞大的小b网络，而小b群体多为宝妈等闲暇时间较多的家庭主妇，属于兼职经营，现在只有具备经营许可证才能从事以往的兼职活动，试问有几个会为一份兼职大费周章的办理营业执照？一旦小b的规模实现削减，这也势必将直接影响到现有S2b2c网络的规模效应，这也是需要爱库存们沉下来仔细思考的问题。

事实上，S2b2c模式实质上是对微商群体的一次收编与重整，让微商更加规范化，制度化，而电商法是对S2b2c模式的一种法律合规层面的重整，本意都是促进微商的健康发展，从这个意义上讲，两者本质是一致的。但就像淘宝初的规模化离不开低门槛下的龙蛇混杂，爱库存的如今的规模也离不开各式各样的“小b”。

那么大浪淘沙过后，一旦小b收缩，爱库存、好衣库们的清库存能力是否还能保持？爱库存的规模到底有多大？相信不久之后随着政策全面推行我们会看到答案。

优势也是劣势：“去微商化”才是未来？

克里斯滕森著作《创新者的窘境》传达出这样一种态度；一个企业当下建立起来的优势，很可能被自己或者别人所研发的新技术所打败，不管这个企业如何努力都可能是如此。而这种后浪拍死前浪的故事，在所有的领域都比比皆是。

只是一味抱守以前的成功经验是远远不够的，因为时间，会把一个人的优势变成劣势，诺基亚如此，黑莓如此，柯达亦是如此。而如今风头正盛，被称作移动互联网时代“天子骄子”的社交电商也需要认真对待这一问题。

社交电商模式依托社交流量平台以及熟人网络传播，能有效解决获客成本问题，是电商行业未来重要发展方向。但社交电商模式从某种程度上讲其实就做对了一件事，那就是迎合了移动