

红包墙商家端的资源

产品名称	红包墙商家端的资源
公司名称	杭州黑斑马信息技术有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	杭州市滨江区长河街道滨和路1174号2层（托管：0043号）（注册地址）
联系电话	13386531520

产品详情

是否有足够的成长空间。洋葱派以低价优惠为核心的战略需要解决三个问题：如何让商家端愿意以极低价进行销售；如何找到买家端的目标用户群体；如何做到人与货的连结。洋葱派成立并发展的初期正是电商领域开始大倡“消费升级”的2019年。这场消费升级的运动对消费者的影响姑且不论，对中小型商家的触动相当之大。B2C模式的天猫与京东对尾部小商家的扶持有限，而在淘宝的尾部商家的生存空间与利益也越发得到侵占。这些在不断升级中被排挤、***出来的中小型商家，正是洋葱派初期商家端的资源。商家逐渐汇集，新的中小型商家不断进入，洋葱派何以能让这群商家心甘情愿地让利呢？首先，这些商家多数是自产自销的小厂商或与小厂商合作的低端卖家，所售商品多为“白牌货”，即非品牌货，中间流通环节少则中间成本低，非品牌货又无品牌溢价，相比市面上的品牌商品，价格本就低了不少。其次，这是一个新的平台，新的竞争机会

许多原来的腰部、尾部商家有机会在这个平台成为头部商家，而平台的低价战略势必让其流量资源向低价商品倾斜，因此商家主动让利是新环境下醉有效的竞争手段（相比其他平台复杂的操作）。而洋葱派又能给这些商家带来什么？上面所说的新的平台和机会是一个方面。还有一点也至关重要。洋葱派通过对消费者侧需求的集聚，可以向上游的供应链做到一定程度的批量定制。中小厂商生存的一大困难在于生产的不确定性：对市场信息的了解不足使它们难以确定到底需要生产怎样的商品，生产多少商品。生产波动大，也导致了生产成本高（例如：生产线忽多忽少，忽停忽启，厂商的生产资源有效利用率极低）。洋葱派会聚消费者侧的需求，给中小厂商们提供了足够的需求信息，据此，厂商可以进行一定时间段的生产资源合理规划。反过来，生产成本的降低又能进一步压缩价格，从而形成一个正循环。