



2019中国社交电商生态解读研究报告

亿欧智库 www.iyiou.com/intelligence

Copyright reserved to EO Intelligence, May 2019



研究背景

电子商务作为网上零售的重要业态在近年来增速放缓，面临获客成本高昂的挑战，亟待创新型电商模式出现拉动增长。同时社交深入影响消费者的生活，社交与电商的融合成就了社交电商，给电商带来新的活力。



研究目的

当下社交深入影响电子商务，亿欧智库尝试对社交电商的发展、竞争格局和运营模式进行分析，探究社交电商的核心价值，为社交电商更好地发展提供参考。



研究发现

1. 社交电商当前阶段的核心价值在于高性价比的流量获取
2. 社交电商未来的核心价值在于用户价值的挖掘与供应链体系的完善
3. 社交电商行业成熟度提高，形成潜在行业壁垒，入局难度加大
4. 分销型社交电商以高性价比流量获取快速实现规模化，未来将进入精细化运营的阶段
5. 社区团购型社交电商未来仍会以生鲜为主，与社区生鲜玩家比拼

目录

CONTENTS

Part 1. 社交电商概述

- 1.1 社交电商初见规模
- 1.2 社交成就电商
- 1.3 社交电商核心在流量

Part 2. 分销型社交电商概述

- 2.1 社交裂变刺激分销快速发展
- 2.2 用户和供应链构筑壁垒
- 2.3 分销依旧，发展智能制造零售

Part 3. 社区团购型社交电商概述

- 3.1 社区团购百花齐放
- 3.2 社区生鲜市场的强力玩家
- 3.3 流量逻辑蜕变，重仓精细化运营

Part 4. 社交电商未来发展趋势与挑战

- 4.1 社交电商发展优势和挑战
- 4.2 社交电商的未来在何处



Part 1. 社交电商概述

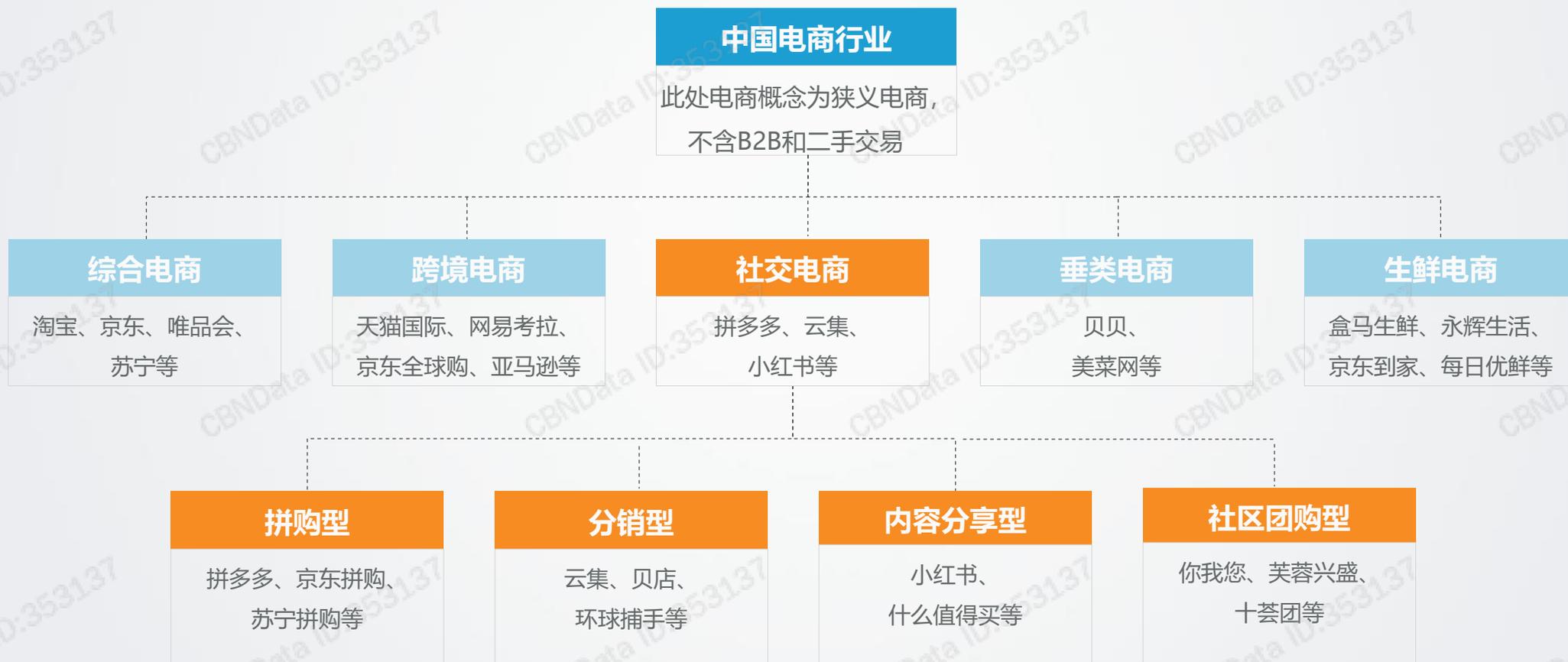
Social E-Commerce Summary

1.1 社交电商初见规模

Current Development of Social E-Commerce

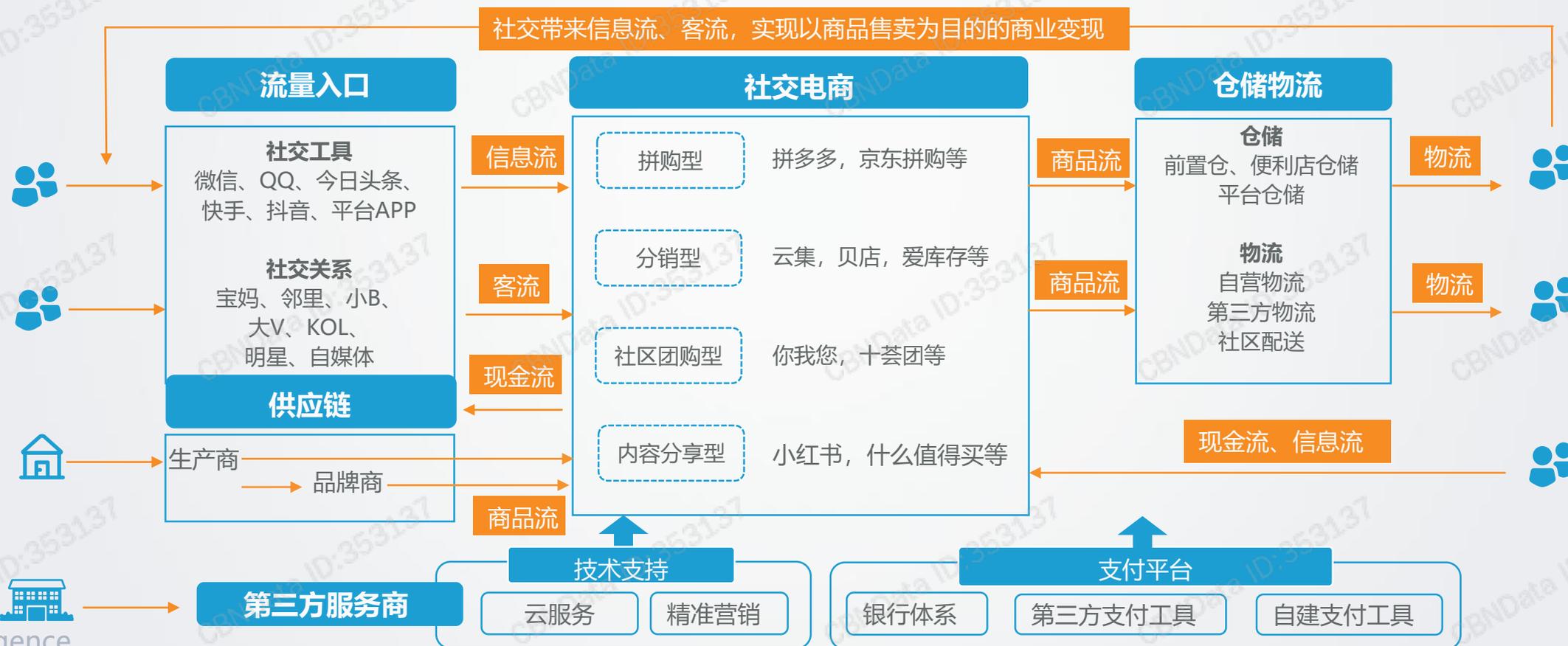
◆ 本报告要讨论的社交电商包含在中国电商行业大分类中。

亿欧智库：中国电商分类示意图



- ◆ 基于当下社交电商发展形势和商业模式的特点，本报告定义社交电商为——**基于社交媒介功能，建立在社交关系基础上，通过社交活动、内容分享等方式低成本获取流量，最终实现商业变现的创新型电商模式。**

亿欧智库：社交电商完成商业变现闭环示意图



- ◆ 社交电商按照**社交对电商影响的主要环节**，可以分为拼购型（主要影响分享传播）、分销型（主要影响销售模式）、内容分享型（主要影响购买决策）、社区团购型（主要影响需求获取）四种社交电商模式。
- ◆ 鉴于内容分享型、拼购型两种社交电商模式**均已跑出头部玩家，模式较为清晰成熟，发展趋势相对可见**。本报告研究的重点内容



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_17098

