

# 互联网+时代的电商模式创新研究

郝欣欣

(河南科技学院高等职业技术学院,河南 辉县 453600)

**摘要:**近年来,互联网信息技术的快速发展,为企业提供了更为广阔的创新途径与创新空间,一大批基于互联网技术的电商新模式应运而生。它们以与传统企业完全不同的方式为企业或商家创造和提供价值,同时也给传统企业带来了巨大的冲击与挑战。本文以互联网+为时代背景来分析和研究一下电商模式近年来的发展变化,从而为研究电商的人员提供一些参考的依据。

**关键词:**互联网+; 电商模式; 创新研究

**[DOI]**10.12231/j.issn.1000-8772.2021.11.136

电子商务的迅速发展,为企业创造了巨大的商机,然而只有进行不断的改革和创新才能满足日益发展的社会需求,企业才能持续不断的向前发展,电子商务模式同样如此。

## 1 电子商务的发展概述

### 1.1 电子商务的发展历程

自1990年,电子数据进入交换时代,中国的电子商务开始起步,在经历了四年多的雏形成型阶段,到1998年开始正式进入发展阶段,其中经历了第一笔互联网交易,到1999年B2C网站正式上线,网上购物进入了实质应用阶段,随之而来的企业上网、政府上网、电子政务、网上教育、远程问诊等电子商务的活动日益开始出现,慢慢进入了实质性的试用阶段。至2000年开始,电子商务开始进入了以B2B为主体的传统产业的商务行为,从此电子商务进入了可持续性的稳定发展时期。3G网络的蓬勃发展使得以互联网为前提条件的电子商务进入了成熟时期,同时也得到了国家高层的高度重视,上升到了国家战略的层面<sup>①</sup>。

### 1.2 电子商务的模式

#### 1.2.1 B2C

所谓的B2C,即是指电子商务的一种模式,也是直接面向消费者销售产品和服务商业零售模式。B2C电子商务的付款方式是货到付款与网上支付相结合,而大多数企业的配送选择物流外包方式以节约运营成本。

#### 1.2.2 B2B

所谓的B2B,即是指企业与企业之间通过专用网络或Internet,进行数据信息的交换、传递,开展交易活动的商业模式。它将企业内部网和企业的产品及服务,通过B2B网站或移动客户端与客户紧密结合起来,通过网络的快速反应,为客户提供更好的服务,从而促进企业的业务发展。

#### 1.2.3 C2C

所谓的C2C,即是个人与个人之间的电子商务。C2C的意思就是消费者个人间的电子商务行为,即主要通过人与人之间的交流与合作,促进商品的流通。比如一个消费者有一台电脑,通过网络进行交易,把它出售给另外一个消费者,此种交易类型就称为C2C电子商务。

#### 1.2.4 C2B

所谓的C2B不同于B2C,即消费者到企业,是互联网经济时代新的商业模式,C2B的核心是以消费者为中心,消费者说了算<sup>②</sup>。具体一点就是由客户选择自己要些什么东西,要求的价格是什么,然后由商家来决定是否接受客户的要求。假如商家接受客户的要求,那么交易成功;假如商家不接受客户的要求,那么就是交易失败。

## 2 互联网+时代的电商发展新模式

### 2.1 O2O模式

所谓的O2O,既可以理解为Online To Offline,也可以理解为Offline To Online,总之就是将线下的商机和互联网结合起来,从而让互联网成为线下交易的前台或者是将线下的交易提到了线上。因此只要商品或服务的产业链中涉及到线上和线下的商务活动均可称

为O2O<sup>③</sup>。早年间,主要是利用线上推广的便捷性把客户的流量引流到线下,用来单向增强用户的粘性,促进交易的最终完成,其中美团便是一家非常典型的O2O代表企业。随着O2O的不断向前发展,各种新的O2O模式层出不穷,比如上门服务、上门送餐、上门生鲜、滴滴打车等近年来比较流行的线上和线下相结合的新型服务模式。

### 2.2 BOB模式

所谓的BOB,即供应方与采购方通过运营者达成产品或服务交易的一种新型电子商务模式。不同于以往的C2C、B2B、B2C、BAB等商业模式,BOB模式将电子商务以及实业运作中的品牌运营、店铺运营、移动运营、数据运营、渠道运营,五大运营功能板块进行了升级和落地,从而完美实现“品牌塑造+平台展示+立体分销+数据指导+新媒体营销+智能仓储+金融结算”一体化的供应链管理。从此传统行业看到了转型电商行业的希望,批发产业也有机会能够跟上互联网时代的商业模式。特别是对于中小型的传统企业来讲,BOB模式的出现让他们解决了他们想在电商行业大力发展但又苦于没有电子商务平台的专业知识的难题,借助于BOB帮助他们打造出了一套完整的电子商务供应链。

### 2.3 B2Q模式

所谓的B2Q模式,即企业网购引入质量控制的模式,交易双方网上先达成意向交易合同,签单后根据买方需要可引入第三方(验货、验厂、设备调试)工程师进行商品品质检验及售后安装调试服务。从本质来讲这种B2Q模式其实是建立在B2B和B2C模式的基础上,创造性的引入了质量控制的创新模式,是一种站在巨人肩膀上的创新,也是一种应对市场需求的创新。这种模式的优势就是杜绝了在交易环节中产品质量泛滥的问题出现,使得假货无处可逃。

### 2.4 社交电商模式

与传统电商不同的是,社交电商是以消费者人际关系为着力点,基于人与人的分享裂变产生聚合效益,反向降低平台获客成本与服务成本<sup>④</sup>。目前主要由社交内容电商、社交分享电商、社交零售电商以及等四种模式。

其中社交内容电商主要是依托平台的优质内容来引导客户的价值观来进行消费的电商模式,具体也有两种类型,一种是以“小红书”为代表的闭环型,这种类型是通过运营在平台上的优质内容来实现引流、变现、服务以及留存,其构造了一种封闭的环型,其盈利的主要来源是平台的入驻费、商家的服务费、广告等的营销收入以及商品或服务的销售。另外一种是以“什么值得买”为代表的导流型,这种类型是通过优质的内容来运营引流、留存并导向第三方平台或商家,从而实现变现,其盈利的主要来源是销售的返佣以及广告或营销方面的收入。

社交分享电商的运作模式主要是依托平台的社交关系来促进用户的裂变和商品的传播,主要有两种类型,一种是拼购型,一种是分享型,其中以拼多多为代表的拼购型,主要是通过拼团底价来吸引社交关系链上对价格非常敏感的潜在消费者来自营平台上进行消费变现,这种类型的盈利主要来自交易的佣金以及广告或营销方面的收入。另外一种以直播带货为代表的分享型,主要通过情感分

享、利益激励来吸引社交关系链上的那些对分享者充满信任的潜在消费者来关注,并导向第三方平台进行消费变现,其盈利的主要来源是营销推广方面的佣金收入。

社交零售电商的运作模式主要是依托零售能力来促进存量的优化和增加的挖掘,主要有三种模型,一种是以京喜为代表的 B2C 型,这种模式是通过新建社交零售渠道来复制或改良原来的零售服务能力,从而实现新增量在自有渠道体系内的变现。其主要盈利来源是商品的销售和商家的服务费。另一种是以云集微店为代表的 S2B2C 型,这种模式拥有自己的社交卖货平台,从零部件的供应、物流以及售后来通过小 B 进行分销、分享裂变来实现引流和变现,其主要盈利来源是商品的销售和平台商家的入驻费。最后一种是以食享会为代表的 LBS 型,这种模式以特定的社区为边界,依靠传统的供应链通过培养或签约团长来进行社群运营,从而聚集规模化的订单并完成物流的配送,这种模式的盈利来源主要是商品的销售。

社交电商服务商的运作模式主要是依托基于大数据、新技术的专业服务为社交电商各个环节赋能,主要有三种模型,一种是以有赞为代表的工具服务类,其主要通过制定解决方案来为客户的业务模型或交易底层提供技术服务支持,其主要的盈利来源于工具或系统的购买和运维费用。另一种是电商平台入驻服务商为代表的撮合服务类,其主要以中间商的角色来对供应商、社交电商平台进行撮合对接,迅速为客户拓展渠道实现良性运转,其主要的盈利来源于商品的差价或佣金。最后一种是以各类社交电商培训机构为代表的咨询服务类,他们针对社交电商领域中的各种新兴模式、操作工具

等制定专业的课程体系,为客户提供培训或咨询等服务,其主要的盈利来源于咨询服务方面的费用。

### 3 结束语

综上所述,电子商务经历了近些年的发展和壮大,已经成为人们工作和生活中不可或缺的重要组成部分,电商的发展同时也带动了经济的腾飞,为我国的经济做出了巨大的贡献,由于个人时间精力等方面的原因,本文只对电商的发展模式进行了简单扼要的分析和研究,日后有机会一定会再进行更为深入的分析和研究。

### 参考文献

- [1]贺梦凡,董坚峰,伍峻弘,姚晨.“互联网+5G”新基建背景下的直播电商模式创新研究[J].电脑知识与技术,2021,17(10):278-280.
- [2]何光美,安义中.社区思维下 O2O 商业模式创新路径研究[J].商业经济研究,2021(11):93-95.
- [3]葛佩佩,孙雨飞,朱靖潇,朱浩靓.C2B 模式导向下服装电商平台基于社群经济的商业模式创新研究——以互联网虚拟试衣间为例[J].现代营销(经营版),2021(05):166-167.
- [4]解珂珂.社交电商商业模式下的营销策略研究[D].山西大学,2020.

作者简介:郝欣欣(1988,1-),女,河南省辉县市人,实验员,本科学历,研究方向:电商物流(冷链农产品方向)。