

社会组织变革给社交电商带来发展机会

◎文 | 本刊记者 石海娥

更加多元化的组织形式，将给社交电商的发展带来诸多机会



社交电商行业将给电子商务领域带来哪些冲击和改变？未来该行业又将走向何方？本刊记者专访了中国互联网协会微商工作组秘书长于立娟。

《光彩》：社交电商给传统行业带来了哪些影响？

于立娟：相较于传统零售业，社交电商具有节省固定成本、库存压力小、推广费用少、销售成本低、销售周期短、产品周转快等优势。相较于传统电商模式，社交电商就业创业门槛低、熟人推荐的模式能较快建立信任关系，还具备操作便捷等优势。

社交电商对传统商业发展产生的影响主要体现在人、货、场的变迁上。

人的变化即消费者从线下卖场到中心化电子商务平台再到碎片化社交平台的演变。传统卖场针对的是在线下卖场到店消费的消费者，电子商务针对的是中心化电子商务平台（如淘宝、京东等）上的消费者，而社交电商则是针对“粉”在去中心化的社交平台上的消费人群；

货的变迁体现在货品设计理念从围绕产品产生，到规模化提供，到个性化设计，传统卖场主要围绕品牌商

在时代变迁的过程中，企业难免被创新的力量影响、冲击和改变，在这个过程中，始终不变的法则则是“哪里有人，哪里才是主场”。

及代工生产商的产品进行经营，电子商务将这种经营规模化，社交电商则更着重服务；

场景变化主要体现在旧的明星企业消亡，新的明星企业崛起。传统卖场和电子商务依托的渠道不同，但都存在成本高的问题，社交电商依托社交平台展开业务，目前，店铺和流量都是免费或者成本较低的。

在时代变迁的过程中，企业难免被创新的力量影响、冲击和改变，在这个过程中，始终不变的法则则是“哪里有人，哪里才是主场”。

《光彩》：对于社交电商的发展，国家政策有哪些调整？

于立娟：社交电商在经历了2015年的“野蛮生长”后，2016年逐渐进入健康发展期，并出现行业自律和规范发展的趋势。2017年，行业开始进入冷静发展期，但随着腾讯小程序的升级，社交电商在2018年迎来井喷式增长。

在上述阶段中，国家不断完善管理体系，以使行业更加健康有序地发展。同时也提出了很多具体的支持意见，比如支持线上线下融合。在线上线下融合的过程当中，参与者将迎来更多机会。

政策也支持绿色电商、跨境电商、农村电商等特殊电商形式的发展。在这个前提下，社交电商迎来了第一个发展里程碑。

2019年，《电子商务法》正式实施，同时，我们中国互联网协会从2017年开始筹备的《社交电商经营规范》也会在2019年完成和发布，这是在商务部批准下制定的国家级规范，对进一步支持和促进社交电商健康发展，维护行业正常秩序以及保障各方合法权益起到了积极的作用。

可以预见的是，未来社交电商行业必将有法可依，从业者也呈现出配合和落实的积极态度，这些都将推动行业向好发展。

《光彩》：社交电商未来的发展趋势是怎样的？

于立娟：未来，社交电商将迎来更广阔的发展空间。原因有以下三点：

一是社交网络技术逐渐成熟，直播等新兴商业模式聚集了大量流量，腾讯开放了小程序等，这些技术的进步使得社交电商的批量发展成为可能。

二是社交电商的商业模式具备长尾效应。社交电商商业模式的长尾效

应主要体现在低成本获客，碎片化、生活化社交场景满足个性化需求，社交玩法（拼团、秒杀等）更具趣味性和互动性，分享交流让用户获得更多认同感和价值感，随时随地购物更便捷、安全和迅速等。长尾效应在电子商务行业发挥着非常重要的作用，谷歌成为互联网第一大广告平台、百度成为超越中央电视台的广告平台，都是互联网模式的长尾效应在起作用。

在新一轮电子商务发展中，更碎片化的、个性化的、全世界分布的、有服务能力的社交电商将带来新的革命。简而言之，社交电商的规模化发展就是长尾效应在电商领域的进一步展现，中小企业将聚沙成塔，不断创新，并将在满足个性化需求的方向上大放异彩。

三是社会组织变革给社交电商的发展带来机会。未来，整个数字化生态将会由大平台和个性化创业者组成。大平台可能是阿里、京东这样的大型平台，也可能是社交电商里涌现的拼多多、云集这样的平台，另一个重要组成部分就是更多的个体的、自由的、有能力的、个性化的创业者，根植于社交平台上，创造个性化的服务。更加多元化的组织形式，将给社交电商的发展带来诸多机会。█