

我认为网易严选在电商市场有巨大的潜力，未来必定会占据一席之地。

网易严选在诞生之初选择ODM模式，精准定位中产人群，提出好的生活没那么贵。与同时期淘宝、京东等平台相比，有非常清晰的特色，那就是SKU少，精品率搞，极大降低了用户的选品耗时，提高了购物效率，用户只需要无脑买买买就行，因此，初期引起一阵风潮，迅速占领了一部分市场，同时打开了口碑，积累了很大一部分忠实用户。

在发展中期的2-3年，严选不断探索，经历了各种阵痛与路线调整，整合了一只很有战斗力的队伍，比如，16年微博事件，严选团队初期应对突发事件的能力还比较羸弱，不过依靠核心运营人员的能力还是将危机转化为商机，顺便赚了波流量推广，相比之下18年的双十一宕机时间整个严选团队的应对机制就已经很完善了，从技术的及时响应到客服团队的及时应援，整个团队协作稳定高效，中期团队的建设，对严选后期的发展奠定了坚实基础

在现在及未来，严选确定品牌化这一最终发展路线，依靠超级会员、爆品等核心战略，稳步推进，就效果而言，路线明确，效果明显、增益喜人。电商这万亿级的市场有很大包容性，既能允许淘宝京东这种大鳄存在，也不排斥严选、有品这种小而美的电商平台发光发热，经历今年的618之后，各方数据更能说明这个定律。

所以，我认为网易严选在未来的电商市场是很有潜力的，必定占据一席之地。