

智能化社交电商： 把口碑和信任，变成购买力



网购的时候，面对五花八门的产品，是不是觉得无从下手，无法判定哪个产品才是自己真正想要的？传统电商最大的痛点，在于不能有效地连接海量供给和个性化需求。

智能化社交电商就这样应运而生。它利用口碑的力量，利用社群的力量，把个人信用和影响力变成了一种共享资源，极大地提升了各个垂直领域供给和需求的连接效率。

云集、顺联动力、汇通达，便是这个领域的佼佼者，让品牌销售变得更垂直有效，让购物变得更轻松有趣。这一次，它们也来到了智博会的现场。

顺联动力： 新零售便利店，买你所想不到的

浙江顺联网络科技有限公司是中国领先的互联网技术公司，于2017年9月成功挂牌中国青年创新创业板。其旗下的顺联动力商城，是国内领先的社交电商平台。

作为社交电商中的独角兽，顺联动力将传统商贸流通模式进行了深度创新：通过“互联网+”，创客可将人脉、渠道共享给厂商，厂商将产品、仓库、发货人员、客服人员共享给创客。

顺联动力的创客，可通过微信、APP管理店铺，订单实时通知。商城全部订单由厂商直接发货，扁平化进货渠道，进货价格大大降低，创客利润也大大提升。经过短短几年发展，顺联动力累积了近千万用户，成为口碑社交电商的领航者。

今年，顺联动力“新零售便利店”第一家线下实体店在杭州开业。作为第二代社交电商平台的代表，顺联动力又一次站在了行业的潮头。“新零售便利店”是通过在数据、供应链、支付、物流等方面的整合互通，为消费者提供多样化、个性化的产品和服务。

“顺联动力便利店”里有个智能云货架，其功能强大。可实现线上、线下有机结合，弥补便利店货品范围不足，进店顾客可以通过智能云货架购买到线上商城的五十多万款产品，云货架直接下单，物流配送到家，增加了顾客的体验感，给顾客一个全新的新零售感觉。

智博会现场，顺联动力的云货架将亮相，展示商城全类数十万款商品，还可体验云货架下单、线下直接配送到家。一定要去体验一下哦。

汇通达： 中国农村新零售的“超级独角兽”

汇通达是一个专注农村电商的平台，带着时下流行的社交气质。汇通达给自己的定位是农村电商生态创引者。

这家总部在南京的汇通达网络股份有限公司，创造了一种全新的农村电商“五+”共享生态新模式——

“+工具”。通过自主研发并推广运用网络商城、汇掌柜APP和店面管理软件等信息化系统，把农村夫妻店用互联网连接起来，增强了夫妻店竞争力。

“+商品”。建立一条上游优质品牌资源直达会员店、再到农民顾客手中的互联网供应链，逐步由家电扩展到农资、农

机、家居、建材、酒水等多种品类。

“+活动”。结合乡镇特点，利用大数据手段，组织各类会员活动，实现精确营销。

“+社群”。通过系统化培训、建立粉丝社群、发展村级代理人等方式，构建高效和充满情感信任的农村社交网络，打造农村“粉丝经济”，不失时机撬动消费升级。

“+金融”。针对夫妻店规模小、金融服务需求强的特点，利用供应链数据和服务团队优势，提供供应链金融服务，高效而又低成本解决会员店融资难题，实现多买多卖。

今年初，汇通达与阿里巴巴签约被注资45亿元，意味着至少10万个以上的镇、村级农村流通实体网点将聚合在一起，展示中国农村“新零售”、“新生态”的一次融合质变，激发产业、行业、农村农民现有存量资源的聚合，为乡村振兴提速，成为中国农村新零售的“超级独角兽”。短短几年，汇通达近3年营收从45亿元、165亿元到235亿元，年利润复合增长100%以上；其农村电商业务已经覆盖全国19个省份、1.6万多个乡镇、9万多家乡镇夫妻店，同时带动50多万农民在流通领域创业就业，直接惠及6700万户农民家庭、2.7亿农村人口。

云集： 销售奇迹的背后，是“云”的协作

逛朋友圈，看到好友分享的体验，这刚好是我想要的，马上去买一个，因为他是我的朋友，说的肯定是真实体验，所以相信他。

云集，就是这样一个社交电商。作为社交电商的先行者，它是一个基于共享经济的手机开店APP，利用意见领袖和达人的个人口碑、个人信任和影响力在社交平台赋能之下，成为商品供给和需求的第三个连接器，为品牌注入新的渠道、新的流量、新的技术，延长产品迭代的生命周期。

云集是一群云的协作。它在全球各地精选优质商品、优质品牌，先后和高露洁、欧莱雅、美迪惠尔、强生、安佳、圣牧、百草味、飞利浦、九阳、水星家纺等上百家国内外一线品牌签订了战略合作；还聚合了非常多全球最优质的物流和仓储配送合作伙伴；售前售后的客服支持也是云。

于此，云集创造了很多销售奇迹，帮助杭州众多创新品牌成为网红爆款：杭州西湖区的大希地牛排5小时卖出150万片，全年累计品牌销售额达到2.2亿元；杭州下沙的番茄派足贴10小时销售400万片，全年累计品牌销售额达到1.1亿元……

4月13日，德尔玛充电式果汁摇摇杯在云集上线，经云集几百万店主在朋友圈分享后，借由社交实时交互优势，不断接受用户反馈。这一来自广东的小家电品牌商，通过与店主、买手直接互动，不断对产品改进，制造了一个爆款。4月13日上架至今销售额4500万元，销量超30万台。

智博会现场，云集亮点多多，将带着47款爆款、新品参展，覆盖美妆、健康保健、家电、数码配件等多个品类。

除了爆款，云集此次还特意将自家旗下的家居日用品品牌“+的意义”接入智博会，展示高性价比智能产品，如2分钟售卖3万把的喷雾拖把，引领科技洗脸风潮的毛孔净透洗脸仪器，给你超便利充电体验的三头便携移动电源。

本报记者

陈伟利