

电子商务：社区电子商务之路电子商务考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/514/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_514362.htm 在互联网垂直领域，经营者常常为社区难以建立而苦恼。而城市门户领域，社区的经营者常常为赚不到钱而灰心丧气。二者能否结合？结合的点是什么？在网络界，有四种基本的手段：搜索、社区、媒体、电子商务。社区可以与媒体结合，由广告和口碑营销盈利；也可以与电子商务结合，构建网上销售渠道盈利。至于采用何种手段，其实没有定式，行业不同、区域互联网应用水平不同、时机不同，方式自然不同。我们首先仔细寻找一下社区模式在商务上的最大困难。我们由奇虎、大旗的泛论坛发展模式领悟到，碎片化乃是论坛的根本问题。从运营角度说，论坛对于运营者的依赖过强，这是碎片化的根本原因。天涯、猫扑的发展之路是媒体化，媒体化的好处在于容易长大，弊端是没有钱途。广告业主，普遍看重广告的精准性和服务的专业性，一个泛泛的大型论坛，获得的投入往往非常菲薄。而地域的、垂直的论坛，被广告商看重，赚钱效率很高，但是也有“长不大”的困扰。事物永远是两难的，优与劣同时出现。为什么很多人选择电子商务之路？我们看看百度有啊的意图。在有啊上的搜索客户仅仅获得排名服务的时候，每单价值很低。但是，不通过“扫街”这种销售方式难以解决销售问题。电子商务直接提升了服务水平，可以通过附加服务提升价值。而对于作为地区门户的老社区，电子商务将人气转化为有效用户访问率，借以将人气价值兑现。电子商务之路如何走？路很多，都是走出来的。没有捷

径。从已经证实的路来看，总结起来是以下过程：规划-->变革-->制度建设-->商务改造。历时3个月到半年，甚至更长。

二、社区电子商务的改造进程

马云曾经呼喊出一个口号：互联网已经由网友时代变成一个网商时代。如果你是站长，你可以拥护这个口号，网商时代，财源滚滚，日进斗金！不过，你一定不要天真地相信你自己的BBS已经是遍地黄金了！虽然遍地黄金是一个事实，你甚至看见有人在你的社区里面发财。可是此时的你，很可能，囊中羞涩！社区电子商务化，实现价值！但，这个过程漫长，细致如一台外科手术。

1、环境培育

本文的假设对象是一个人气社区。人气能如何化为钱？环境改造几个主题如下：内容中心化用以选择客户的客户群体。谁给你钱清楚吧？嘿嘿。客户的客户的中心化与多中心化培养。消费群体的多中心化对于口碑传播、人气聚集具有很好的作用。客户人群的去中心化。客户的过度中心化是什么情形？工会组织或者竞争性谈判组织。消费客户群体的培育，有非常多的实际案例。拿我熟知的合肥论坛而言，在客户培育初期，他们在分类论坛培育上采用了一下手法：定期的网友聚会活动。消费客户的分享活动。线上征文活动。分类Q群的建设。同时，他们利用论坛的巨大影响力，承办了诸如婚庆、旅游等行业的峰会，通过面对面的沟通，提高了自己的行业影响力。

2、制度改革

制度改革的中心有2个：增强渠道控制力和版主改革。版主与网站应该是共生的，如果在利益层面存在冲突，绝不要姑息。厦门小鱼论坛是反面的案例，版主搬家事件受到广泛关注。但是，本人事后统计过后果，其实影响不大。渠道是什么？论坛广告、随意的电话、QQ在蚕食着渠道和渠道商家的利益。商业

绝不同情弱者。当然，我们倡导的是和风细雨式的制度改革，否则，商业化改造留下的除了刻板的字符还有什么？再看合肥论坛改造的例子：随风潜入夜，润物细无声。我们没有在婚庆论坛看到反对。其背后，其实是无数次的线下线上沟通与强有力的控制。被卖家把持的社区有公信力吗？给你钱的商户就是大爷吗？---尖锐的话题，值得深思！

3、电子商务改造

事实证明，捆绑在人气社区之上的电子商务平台最具有生命力。架设在华侨路茶坊上的家居宝电子商务平台推广期多长？三个月！我看到报表时自己也不敢相信。更好的案例是淘宝拍拍和百度有啊，我们将有机会观察有啊的发展历程。百考试题整理 电子商务平台，构架上有一句话的要领：行业。真的产生价值也有一个主题词：推广。我市场嘲笑一些完全依赖团购等线下活动的地方小站，当我们将团购作为推广手段的时候，他们还在将团购作为谋生手段呢。架设在社区上的电子商务平台会有什么问题？产品数量的局限性。服务数量的局限性。而社区，是碎片化的。是否存在跨社区的电子商务平台呢？有啊还是shop？F8F8" 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com