

抢滩礼品B2C“爱的礼物”想融资 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/63/2021_2022__E6_8A_A2_E6_BB_A9_E7_A4_BC_E5_c40_63615.htm不少人经常为选择合适的礼品而犯愁，另一方面，很多快速消费品和各类新奇礼品厂商又找不到一个成本不高且覆盖面广的经销渠道。个人创业者李旭昨日向《每日经济新闻》表示，他于月前建立的“爱的礼物”网站正是瞄准了礼品市场供需信息不畅的巨大商机，力图打造一个B2C的专业礼品网站。网站前期的市场推广需要约50万元的融资。李旭表示，在礼文化盛行的中国，消费者每天为爱情、亲情、友情“买单”的金额是一个惊人的数字。但大多数人在选择礼品时，都会存在购买的礼品是否投对方所好，是否符合一些约定俗成的礼仪等方面的顾虑。因此，该网站一方面积极与新奇特产品厂商合作，一方面收集大量的送礼常识、送礼小窍门之类的信息，以吸引更多的网站流量。同时，该网站还将以“会员制”和在线讨论使网民参与到与网站的互动上。比方说有会员遇到向异性同事送礼的难题，在该网站发帖说明自己的情况，很快就能得到网站客服或论坛其他会员的解决方案。在网站运营一个多月后，李旭在经营上也遇到了一些困惑。一是该网站目前销售的产品都是凭个人有限的人脉关系网络获得的，品种类别很有限。他希望能接触更多新奇特产品的厂商。同时，网站的市场推广需要一笔不菲的费用，他希望能够寻到约50万元的资金合作。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