

关键词：电商,双11电商

内容概要：

2015年双11落下帷幕，电商销售量直线上升，销售额是平时的十几甚至几十倍，在电商辉煌战绩背后却是利润的大量缩水，似乎在一定程度上透支了顾客的消费预期。从历年来的双11电商促销看，1%的电商往往占据了销售额80%的份额，现在基本上成为大电商...

正文：

2015年“双11”落下帷幕，[电商](#)销售量直线上升，销售额是平时的十几甚至几十倍，在电商辉煌战绩背后却是利润的大量缩水，似乎在一定程度上透支了顾客的消费预期。

从历年来的‘双11’电商促销看，1%的电商往往占据了销售额80%的份额，现在基本上成为大电商的盛宴，中小电商越来越难在这场盛宴中分到一杯羹。良好的电子商务环境应该是大电商顶天立地、中小电商铺天盖地的，但如果各种电商节多了，势必造成资源浪费，破坏电商生态环境，让中小电商的日子越来越难过。



电商短期促销的确能吸引消费者蜂拥而至，创造销售增量，但全社会消费总量在一定时期内是基本恒定的，狂欢过后往往陷入冷清。从平台和商家看，这是每年一次的压力测试，早年主要测试服务器能力，近些年关注点集中在物流能否满足最大消费需求。就像竞技比赛，大家看的是刷新纪录和竞技排名，不会关注运动本身给冠军带来的也许是伤痛，并不一定是健康的。

高额折扣对企业利润率造成了一些影响，交付平台的促销手续费、商家人力成本的增加在一定程度上降低了企业的利润预期。尽管如此促销会转化成新的顾客和品牌认知、仍是吸引电商参加“双11”的最主要动力，也是电商产生红利最主要的支撑因素。但当人口红利逐渐消失，必然对电商红利构成严峻挑战。现在属于电商转型期，用户增长红利没有过去几年那么明显，而线下实体店纷纷触网，市场竞争日益激烈，如今，不少海外品牌也能通过电商平台分一杯羹。

只有商品和服务有优势，深挖产品、深挖渠道、强化售后，才能活下来。电商红利在不断递减，中小电商拼价格拼不过大电商，必须做到小而美，做好差异化、个性化营销，让消费者感受到产品的价值，品牌的力量，打造一批忠诚度、认识度、重复购买率、议价能力和盈利能力较强的客户群体。

现在的电子商务市场，已不是一家独大的时代，正在不断被细分竞争对手数量和质量都在增加，电商红利越来越少，压力自然免不了。为了获取有限的流量，电商平台之间、电商之间的竞争日趋激烈，运营成本不断上升，加之低质低价的产品对市场的冲击，过去那种开个网店就挣钱的时代早已成为历史。要么死掉，要么转型。虽然转型也有死的可能，但万一活了呢？不转肯定死。

西安弈聪立足陕西西安，为西安企业提供网站优化，软件开发，软件外包，电子政务，网站建设、企业网络营销咨询服务及实施为主体业务，为客户提供一体化IT技术服务。

西安弈聪现有技术架构包含PHP,asp,.NET.C++,VB,J2EE等，在MYSQL,MSSQL数据库系统，ORACLE大型数据库管理系统开发方面专长，经验丰富，是业内技术服务最全面，技术实力最雄厚的IT技术服务企业之一。

联系电话：029-89322522 4006-626-615 网址：<http://www.xaecong.com> 邮箱：admin@xaecong.com