

创新驱动下的电子商务平台用户增长路径研究

张砚秋

摘要: 在全球化与信息化的驱动下, 电子商务这一新型商业模式快速兴起, 已成为现代经济中的重要内容。电子商务平台在改变传统商业运作方式的同时, 也给消费者带来更方便、更多样的购物体验。在技术不断进步的今天, 创新驱动是电子商务平台的核心驱动力。电子商务平台可以通过技术创新, 服务创新以及模式创新等手段来持续改善用户体验并吸引更多的用户以获得高速增长。文章旨在探索创新驱动电子商务平台的用户成长路径, 剖析创新对用户成长的驱动作用及机理。

关键词: 创新驱动; 电子商务; 平台用户; 增长路径

引言

在日趋激烈的市场竞争环境下, 创新已经成为电子商务平台取得竞争优势至关重要的因素。通过技术的创新, 电子商务平台可以增强系统的性能, 改善用户体验; 平台通过服务创新能够提供更多个性化、定制化服务; 该平台可以通过模式创新开拓出新的业务领域与市场机会。比如说, 最近几年流行起来的社交电商和直播电商等创新模式, 正是电子商务平台通过不断创新来促进用户数量增长的一个典型实例。

一、相关理论基础

1. 创新理论

创新理论是现代经济学与管理学中的一个重要内容, 它涉及到技术创新、产品创新、市场创新与组织创新的诸多类型。技术创新一般被认为是经济增长与产业变革的核心动力, 它通过引进与运用新技术来促进生产效率的提高, 成本的降低以及新产品与服务的诞生。而产品创新强调的是通过对现有产品的改进或者全新产品的研发来适应市场对产品的需求变化, 继而获得竞争优势。市场创新包括营销策略上的创新, 比如社交媒体营销、数字化营销等等, 以全新的市场进入方式与用户互动模式来达到市场拓展与品牌提升的目的。组织创新主要集中在优化企业的内部架构和管理方式上, 通过实施扁平化的管理模式、跨部门的合作以及灵活多变的工作流程,

以提升组织的响应速度和创新潜力。

这些创新类型之间既相互独立又相互关联, 共同构成了企业整体创新能力的基础。技术创新通常为产品创新提供了前提与保证, 而产品创新需要市场创新作为支撑才能够有效地走向市场, 为用户所认可。组织创新为技术和产品的创新创造了一个有利的环境和机制, 确保了创新活动的流畅进行和创新成果的有效转化。创新理论同时强调了创新过程的动态性与复杂性, 它既是一个新技术、新产品产生的过程, 又是一个市场与组织不断进行调整与适应的过程。

2. 电子商务平台用户增长理论

用户成长理论对电子商务平台发展起着核心作用, 而创新驱动则是其中至关重要的动力。以创新来获得用户, 这是用户成长过程中的第一步。电子商务平台通过技术和营销策略的革新来吸引新的用户。比如利用大数据分析 with 人工智能技术对目标用户进行精准定位, 为用户量身打造个性化广告与推广内容等, 极大地促进了用户的获取效率与效果。创新不只是在技术方面有所体现, 它还涉及到商业模式的革新, 例如利用社交电商和内容电商等创新方式来吸引更多的用户关注和参与。

用户留存策略是用户增长理论的第二个重要方面, 创新在其中同样起到至关重要的作用。平台以持续优化用户体验和提高服务质量的方式提高用户粘性, 如创新性推荐系统能够基于用户历史行为与喜好进行个性化商品推荐以提升用户满意度与重复购买率。另外, 还以创新会员制度、忠诚度计划等方式激发用户对平台的长期使用热情, 增加了用户的留存率。

用户活跃度的提高是用户成长的第三大关键环节,

作者简介: 张砚秋 (1987.11——), 女, 汉族, 本科学历, 中级讲师, 主要从事电子商务专业教学方面的研究工作。

而创新在其中起着举足轻重的作用。该平台通过构建社区,创新互动机制等方式,能够加大用户间的交互与参与。比如淘宝以直播、短视频等创新方式大大增强了用户购物体验与活跃度。抖音则通过UGC(用户生成内容)和互动功能,激发用户创作和分享内容的热情,增强了平台的活跃度和用户粘性。

以创新为导向的用户成长并不只取决于单一技术或者战略,还需要一个系统性的创新生态。该平台以建设多元化服务与应用场景为手段,增强了用户总体体验与使用频次。与此同时,数据驱动决策与持续技术创新有助于平台持续优化用户增长策略以满足市场变化与用户需求并最终获得用户可持续增长。

二、电子商务平台创新驱动的类型与模式

1. 技术创新

技术创新作为促进经济增长,增强企业竞争力的关键要素,涉及到新技术开发、应用以及商业化等进程。它不只是关于前沿技术的重大进展,例如人工智能、大数据、物联网和区块链等,还涉及对当前技术的进一步完善和提升。企业可以通过技术创新来提高生产效率、降低运营成本、开发具有特殊竞争优势的新型产品与服务。就电子商务而言,技术创新主要表现为平台架构优化,支付系统安全改进以及物流与供应链管理智能化,这几项技术的运用不仅改善了用户体验而且极大地促进了平台运营效率与服务质量的提高。

技术创新也强调了协同创新、开放创新等方面的重要意义,在进行创新时企业既要依靠内部研发力量也要积极争取与外部科研机构的合作、学校与其他企业通过共享资源与知识来实现更加有效地创新成果转化。技术创新的动态性与复杂性决定了企业必须要有一种弹性的组织结构与创新文化来激励员工的创意与意见,通过建立创新激励机制来激发全员创新潜能。企业在实际运作过程中需要不断地进行市场调研以及用户反馈等方式对技术研发方向进行及时地调整,以保证技术创新和市场需求能够紧密地结合起来,以达到商业价值的最大化。

2. 服务创新

服务创新作为企业增强市场竞争力,满足用户需求的重要途径,涉及到新产品开发、已有产品改进、服务模式创新等多个方面。企业可以通过深入细致的市场调研与用户需求分析来确定未得到满足的市场机会与潜在需求,并在此基础上研发有独特价值的新产品。这些创新产品在吸引了新用户的同时,也提高了已有用户的满

意度与忠诚度。在对已有产品的提升上,商家通过技术升级,功能增强以及用户体验优化等手段,使得产品更具有竞争力与吸引力,市场地位得到了进一步强化。

服务创新也是如此,优化客户服务流程,推出新的服务形式以及提高服务质量等都能让用户带来更方便,更个性化的体验。在线客服系统,智能客服机器人以及全渠道服务整合的创新举措,大大提升用户体验与满意度。服务创新不只表现在售后服务上,更重要的是售前咨询,购买决策支持以及个性化推荐,通过全方面的服务创新可以使企业更贴近用户,提高用户粘性。

产品与服务创新要求企业必须有敏锐的市场洞察力与快速的反应能力,企业可以透过弹性的研发机制与开放式的创新平台快速地把创意变成被市场所接受的产品与服务。企业也需要不断地对创新成果进行评价与反馈,以保证创新能不断地适应用户的需求与市场的变化。企业通过不断地创新产品与服务,不但可以在竞争激烈的市场中立于不败之地,而且可以获得长期可持续发展,提升品牌价值。

3. 模式创新

模式创新对电子商务平台发展起着关键性作用,涉及商业模式,营销策略及用户留存策略的诸多革新。从商业模式上看,电子商务平台经过不断地探索与实践,突破传统商业模式桎梏,推出共享经济、社交电商等新业态。这些新出现的商业模式在给消费者带来更方便和灵活购物体验的同时,也给商家带来更大商业价值。比如共享经济模式让闲置资源被高效利用起来,在减少消费者成本的前提下,还能给平台增加流量、增加用户。从营销策略上看,电子商务平台不断革新。传统的市场营销策略,如广告发布和搜索引擎的优化,已经不能满足现今市场的多样化需求。于是,各平台纷纷试水多元化的渠道获客方式,比如社交媒体营销和内容营销。这些营销新策略在增加品牌曝光度、知名度的同时,也更准确地接触到目标用户、提高转化率。同时用户留存策略创新在模式创新中占据着重要地位。电子商务平台以构建会员体系,提供积分兑换及优惠福利来提升用户忠诚度与黏性。这些战略让用户可以在平台中得到较好的购物体验,实现更大价值,进而愿意在平台中长期驻留和重购。总之,模式创新对电子商务平台发展起着决定性作用。其在促进商业模式转变与营销策略升级的同时,也通过创新用户留存策略来增强用户忠诚度与平台竞争力。

三、案例分析：京东创新驱动下的用户增长路径

1. 京东发展历程回顾

京东从1998年成立至今，已经实现了由实体店铺向电子商务巨头华丽转身。创始人刘强东从中关村起家，早期主要从事光磁产品的销售，并很快发展成为这一领域的领先者。在2004年，京东正式进入了电子商务的领域，并推出了京东多媒体网络，这标志着他们的在线销售策略正式开始。此后数年，京东快速扩张，不但在上海和广州成立全资子公司，又完成由IT数码产品到全品类扩张，2007年又正式改名京东商城，在国内B2C市场独占鳌头。

2. 创新驱动下京东商城用户增长分析

(1) 技术创新驱动

京东智能推荐系统作为一个技术驱动的典范，极大

地增强了用户的购物体验，并有效地提高了产品的转化率。系统以京东大量用户行为数据为支撑，以先进算法模型为支撑，可以准确构建每个用户个性化画像。这些画像在覆盖用户基本信息的同时，也深度挖掘用户购物偏好和消费习惯这一深层特征，保证推荐精准性。

在实践中，京东智能推荐系统基于用户历史购物记录、浏览行为和搜索关键词多维度数据动态生成个性化商品推荐清单。比如对经常选购电子产品的科技爱好者来说，在新产品发布或者推广过程中，系统都会重点推送有关信息及优惠；并对喜好家居用品用户，系统根据用户浏览记录，向用户推荐满足用户喜好的新产品。这种个性化程度高的推荐方式大大缩短了用户对物品的购买距离，提高了购物效率及满意度。

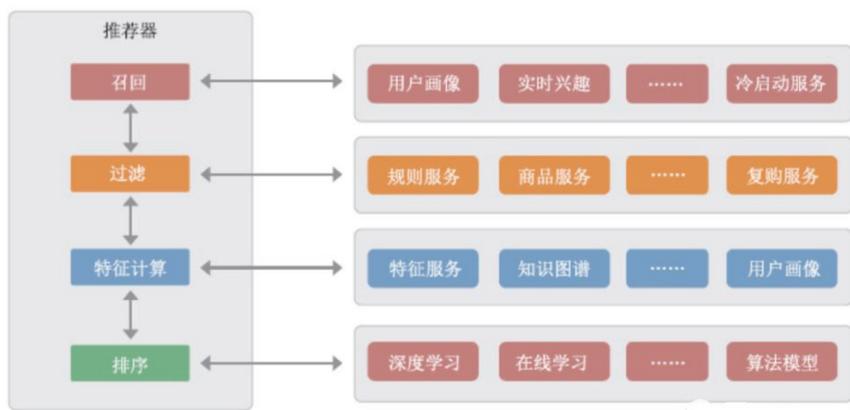


图1 京东智能化推荐系统示意

据相关资料统计，京东使用智能推荐系统后，商品点击量、转化率明显提升。通过对推送效果的实时监控与分析，系统优化了推荐策略，保证了每一次推荐能够准确触达到用户的需求，进而拉动了整个销售业绩提升。这一科技推动下的创新实践在提升京东市场竞争力的同时，为电商行业整体打造智能化营销标杆。

(2) 服务创新驱动

京东物流凭借次日达和精准送达的优秀服务深度再造电商物流规范，显著增强用户满意度和忠诚度。在这一服务体系背后是京东物流坚持不懈的技术创新和深刻了解消费者需求。

次日达服务作为京东物流的标志性服务，成功地实现了超过95%的自营订单在第二天或当天送达，效率之高令人震惊。这一数字，既体现出京东物流在物流网络上的强大覆盖能力，也体现出以用户为本的高效订单办理能力。用户下订单时，能够享受近乎即时的物流追踪

信息并清楚地知道包裹每个步骤的走势，这一透明化且可预知的服务体验大大提升了他们的信任与安全感。

而精准送达服务正是京东物流在细节把控上的最高体现。不管是大家电入户安装还是小件物品的准确交付，京东物流都能够准点完成，即使是福州国际马拉松赛这样的特殊情况下，也能够准确地达到分钟级到达发令枪这样的重点材料。这一超乎常人的服务精度使用户体会到一种空前的尊敬和呵护，这也进一步深化了用户对于京东这一品牌的认同与忠诚。

总之，京东物流以次日达和精准送达的优质服务在大大改善用户购物体验的同时，也成功建立起品牌和用户间的深厚感情，为京东不断发展电商生态打下坚实基础。

(3) 模式创新驱动

京东618和双11等大规模的促销活动，因其独特和创新的策略，成功地吸引了大量的用户，使其成为电商领域的年度重要事件。这些事件以精准定位、跨界

合作、个性化推荐等多维度的创新方式给用户带来空前的购物狂欢。

在准确定位上,京东利用大数据分析深度挖掘用户需求、购物习惯等信息,针对不同的用户群提供专属的优惠、推荐物品。这一个性化服务在提高用户购物满意度的同时,也有效地推动转化率的提高。比如618期间京东就通过智能推荐系统向科技爱好者们推送了最新电子产品、向家庭主妇们推荐高性价比生活用品、准确触达了用户所需。

在跨界合作上,通过和知名品牌、热门IP、甚至娱乐明星等跨界,京东已经成功地吸引更多的用户。这样的合作方式不仅丰富了商品的多样性,还提高了活动的趣味性和话题性,使得京东618、双11等活动成为了全民关注的焦点。

根据数据显示,像京东618和双11这样的大规模促销活动销售额每年都在增长(图2),同时用户的参与度也在不断上升。在这一切成绩背后是京东持续创新营销策略,优化用户体验所做出的不懈努力。经过精准定位,跨界合作,个性化推荐及沉浸式购物感受等诸多创新做法,京东已经成功吸引众多用户并稳固了在电商领域的领先地位。

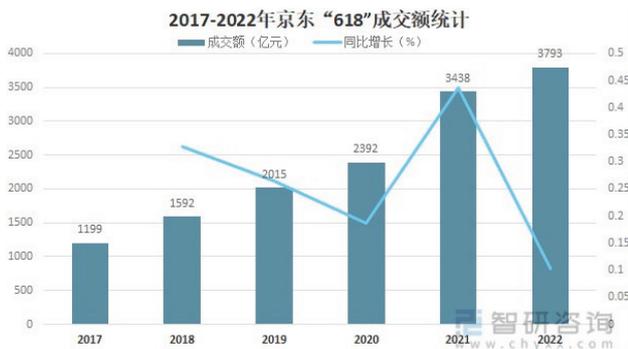


图2 2017-2022 京东618成交量

结束语

总之,通过相关理论梳理,现状分析和实证研究可以充分了解创新对于用户成长的关键性作用。研究结果表明无论在产品、服务创新、营销和推广创新还是在用户体验创新等方面均是促进电子商务平台用户发展的重要手段。这些创新策略既吸引了新的用户,又增强了用户粘性并推动了用户长远价值创造。

参考文献

- [1] 樊雨青. 社交电商平台用户行为研究[J]. 山东师范大学, 2019.
- [2] 章月. “拼多多”的用户增长模型分析[J]. 广西质量监督导报, 2020(2): 2. DOI: CNKI: SUN: GXZL.0.2020-02-060.
- [3] 马宁. 互联网金融对电子商务影响方式研究[J]. 青岛农业大学学报(社会科学版), 2018, 30(1): 32-36.
- [4] 曾添. 生鲜农产品跨境电商发展的制约性因素研究[D]. 江西财经大学, 2018. DOI: CNKI: CDMD: 2.1018.161686.
- [5] 栗娜. 基于用户体验的电子商务网站微交互研究[J]. 明日风尚, 2019(9): 1. DOI: CNKI: SUN: MRFS.0.2019-09-198.