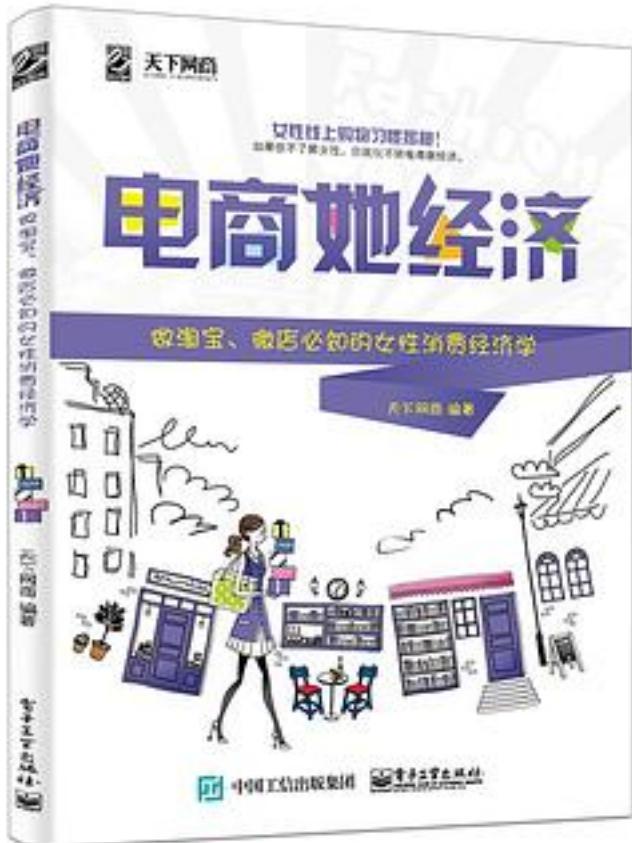


# 电商她经济——做淘宝、微店必知的女性消费经济学（双色）



[电商她经济——做淘宝、微店必知的女性消费经济学（双色）下载链接1](#)

著者:网商天下

出版者:电子工业出版社

出版时间:2015-4

装帧:平装

isbn:9787121257957

《电商她经济——做淘宝、微店必知的女性消费经济学（双色）》精选了来自电商领域权威媒体《天下网商》的经典案例，侧重于从营销、产品、商业模式等多层面解析女性消费市场的创业机会，着重发掘了在互联网上女性消费的几大“钱”景市场。

阅读《电商她经济——做淘宝、微店必知的女性消费经济学（双色）》，投资人可以从中发掘优秀案例，创业者可以寻找自己的创业方向和机遇，电商从业者们则能够寻找到突破瓶颈的方法。

## 作者介绍：

《天下网商》杂志：是一家专注于电商领域的知识型媒体。成立五年来，《天下网商》紧跟电子商务的趋势热点，提供最及时、准确的报道，为有志于在线上开拓市场的人们提供有价值的经验和独特的观察视角。

### 目录: 第1章 女性购物的半壁江山 / 1

无论做什么生意，不取悦女性的下场会很惨，而不懂得如何取悦女性，结果一样惨。正所谓，“得女人者得天下”。

1. “好色”营销家：得女人者得天下 / 2
2. 电商时代的美妇经济学 / 7

### 第2章 营销：抓住她的笑点和泪点 / 11

在培育roseonly品牌的过程中，对爱情唯一的坚持，使蒲易选择放弃了做团购的机会，放弃B2B礼品生意，放弃将roseonly拓展成爱情以外、送给亲戚朋友的产品。“在同样的情况下，也许有99.99%的人坚持不了爱情唯一，”蒲易说，“我们放弃了很多机会，收获了这个城池。”

1. 寺库中国：打好情感这张牌 / 12
2. roseonly专爱花店：以爱为名 / 18
3. Zulily：妈妈们的闪购生意经 / 25
4. “疯狂卖客”的娱乐规则 / 31
5. 麦糖网：挖掘社交关系 / 38
6. 唯品会：离TJX还有多远 / 42
7. 淘宝：折扣零售的多元玩法 / 49

### 第3章 产品：贪嗔痴需求大爆发 / 53

做一个纯互联网食品品牌，让消费者获得独一无二的网购体验，反向整合和改造供应链，随着市场的扩大可借由冷链物流的发达实现恒温仓库在各大城市落地，从而让消费者享用更新鲜的坚果及其他类食品，这是章燎原对三只松鼠未来的构想。

1. 梅完梅了闹着玩 / 54
2. 甜派：技术改造烘焙业 / 59
3. 谁来动线上最后一颗坚果 / 63
4. 快书包：一小时配送的命门 / 74
5. 线上零售的“性福”事儿 / 81
6. Powerful：娱乐而不色情 / 88
7. 沪上名媛和她的蛋糕店 / 93
8. MS · SHE：胖妞们的春天 / 99
9. 麦子熟了vs和家缘：红海市场造品牌 / 105
10. 徽州名媛：中年人也需要个性化 / 111

### 第4章 服务：剩女经济学 / 115

殷宜燕的窝出生于微博，通过社会化媒体让消费者建立起黏性，逐渐形成品牌，并扩大品牌影响力。在粉丝和需求的推动下，其电商渠道也随之建立，开始在淘宝上慢慢成长。

1. 夏河药局：腐女经济的宇宙速度 / 116
2. 殷宜燕的窝：强关系下的品牌黏性 / 123
3. Glossybox：美妆盒子的中国式微调 / 129
4. 苍井空来袭，Spakeys玩了把事件营销 / 133
5. 步履不停：文艺人的商业理想 / 138
6. 她生活：第一女刊的奇葩思路 / 143
7. 土猪肉里的女性生意经 / 150

8. 裂帛：向外行走 / 157

9. 方建华：一个棉麻艺术家的养成史 / 170

第5章 周边：家庭市场在崛起 / 177

以体现乐活态度的生活道具切入，贩卖乐活的生活方式，这样的商业态度让生意的金钱味少了很多，增加了一些烂漫情怀。

1. 零号男的主题化营销 / 178

2. 男人袜：为宅男服务 / 182

3. 贩卖“乐活”的“良品” / 186

4. 大朴：“死理性派”升温 / 191

5. 燕格格：食燕窝者卖燕窝 / 197

6. 木智工坊：有用的设计并不小众 / 203

7. 木制玩具的品牌之路 / 210

第6章 趋势：移动和LBS / 218

美啦美妆、趁早和大姨吗三个女性垂直APP，试图从内到外解决女性外部打造自信、内部塑造精神、完善身体健康三个方面的痛点，并在流程顺畅和相关创意上不断下功夫，力争打造用户极致体验。

1. 脸脸：都市社交的生意成立吗 / 219

2. 女性垂直APP的生存本质：找到痛点and干掉痛点 / 225

3. 苏格：技术与时尚的跨界 / 229

4. Make：社交下的时尚搭配 / 234

5. e家洁：LBS+家政=？ / 239

6. 大姨吗：健康的商业化 / 245

7. 婚礼纪：做女人的生意 / 250

第7章 娱乐电商化 / 254

建立达人导购模式，不仅要带动淘宝海量商品的高效流转，让淘宝的整个生态体系变得更加多元化，更能够帮助达人用自己的品味、自己的腔调、自己的专业资讯去吸引消费者，同时也帮助消费者搭建起专属的海量内容个性化发现通道。

1. 淘宝重构达人经济 / 255

2. 尴尬的变现难题 / 259

3. 乐视：衍生品电商再造 / 263

4. 边看边买：娱乐即商业 / 269

5. 明星“触电”：做粉丝的生意 / 274

· · · · · (收起)

[电商她经济——做淘宝、微店必知的女性消费经济学（双色）](#) [\[下载链接1\]](#)

## 标签

女性消费

经济学

商业

创业

经营学

商业管理/互联网/创业

历史

北航

评论

能赚女人的钱，才是真正的能赚钱，线上线下皆如此。

---

[电商她经济——做淘宝、微店必知的女性消费经济学（双色）](#) [下载链接1](#)

书评

找不到这个书名，借位同作者的另外的书（强迫症收录狂的令人发指的举动）

书名：天下网商NO.25[导购一走到十字路口] 作者：天下网商 状态：完结 字数：4.5万

323\*138 阅读用时：1h 速度：4.5 平台：多看 打分：3

评价：一个文集，几篇讲了电商导购平台的发展；几篇讲了互联网...

---

[电商她经济——做淘宝、微店必知的女性消费经济学（双色）](#) [下载链接1](#)