

清科观察：中国社会化电商是否会变为资本游戏？

2012-03-26 清科研究中心 张亚男

美丽说、蘑菇街等社交电商模式的兴起，再次将社会化电商拉入产业及投资人视野。一般认为，社交电子商务（**Social commerce**）是伴随社交网络兴起的一种全新的电子商务衍生模式，借助微博、空间、博客等社交媒体、网络媒体作为传播介质，通过社交互动、用户自生内容等手段实现商品的购买和销售行为。姑且不讨论社交电子商务与电子商务社交化的区别，仅从中国社交电子商务商业模式来看，目前均以实现卖家与买家之间的交易为导向，进而通过交易额提成。海外知名的 **Facebook** 与电商的融合先后经历两次尝试，**Pinterest** 作为新近流行模式，引中国企业竞相模仿，但其“拒绝”社会化电商模式发展的服务条例业已出炉，中国的社交化电商如何实现标杆自我而发展？

据清科数据库显示，2006 年-今，已经披露的中国社会化电商投资事件共发生 23 起，其中披露投资金额的投资案例为 15 起，披露投资金额总额为 2.04 亿美金，平均单笔投资金额为 1359 万美金。获投企业中，有较为熟悉的美丽说、蘑菇街、豆瓣、妈妈说等企业，也有一些新兴的如爱物网、花生共和、豆果网、花瓣网等。一些较具代表性的社会化电商企业获投情况如下所示：

被投资方	时间	投资方	投资金额 (US\$ M)	投资币种	投资轮次
美丽说	2010.12	蓝驰创投	N/A	N/A	A
	2011.07	红杉	N/A	N/A	B
	2011.10	纪源资本、红杉资本、蓝驰创投、清科创投	12.00	USD	C
蘑菇街	2011.05	贝塔斯曼、肇信资本	N/A	N/A	A
	N/A	启明创投	N/A	N/A	B
豆瓣网	2006.07	联创策源	2.00	USD	A
	2010.01	挚信资本、联创策源	N/A	N/A	B
	2011.06	贝塔斯曼亚洲投资基金、挚信资本和红杉	50.00	USD	C
宝宝树	2007	经纬中国	1.00	USD	A
	2008.03	经纬中国等	5.97	5.97	B
	2011.01	海纳亚洲	N/A	N/A	C

来源：清科数据库，2012.03

www.zdbchina.com

2011 年，尽管电子商务行业被部分业内人士唱衰，但是中国电子商务凭借其互联网的“接地性”发展，增长势头难掩。从电子商务行业本身特性来看，电子商务产业链仍具有较高的投资价值。从投资风向来看，VC/PE 对平台型电商的关注力度减弱，对以旅游票务、短



租房屋、租车等轻电商及外贸电商关注力度不断加强，此外，电子商务外围服务提供商由于其“旱涝保收”特性，受到 VC/PE 的广泛关注，尤其是提供电子商务 ERP 服务企业及社会化电商企业。

社会化电商从本质上看，是从事电子商务运营企业的产品营销平台，借助圈子及社交概念，通过圈子人之间建立的置信度，达成销售。这似乎也可以称为电商企业精准营销的一种外在手段。当然，这也极大的契合“中国零售行业从零售商为中心向消费者为中心转变”的发展历程，并使得这种转变更为明显。

中国电子商务正在经历蓬勃发展期，网上零售平台不断增加，零售商品品类日渐丰富，如何在海量的信息中快速的检索到自己所需要的商品并确认购买，已经成为用户需要面临的首要问题。而此时，已形成信任关系的社交圈子就可以通过朋友间的相互推介找到所需的商品。此外，社交网络对于用户行为信息的筛选较为精准，对于商品广告的精准投放大有裨益。这一变化，早已被中国电子商务网站所洞悉，并与社交网站展开积极的合作，如 2009 年 12 月，人人网携淘宝、京东商城、呼哈网等推出社区网络“人人爱购”平台；2010 年，开心网引入特价机票查询、电影票购买、团购等服务，向业内昭示了 SNS 与电子商务融合与自我拓展之路；2011 年 3 月，新浪收购麦考林部分股权，拟实现微博与电子商务的有机结合，似乎更将“电子商务+SNS”模式推向大众。另据亚马逊与 Facebook 合作来看，尽管合作仅是尝试性阶段，但是社交网络通过朋友间推介提升了用户购物转化率，并通过社交图谱引发了更多的购买需求。我们预计，未来，电子商务网站流量将有相当一部分来自于社交网络，这也成为两种应用跨界合作的广泛基础。

当我们认同中国电子商务市场的巨大成长空间后，就不难理解社会化电商的美好前景。但是，社会化电商行业处于发展初期，发展仍面困境，需耐心谋定。2011 年后，我们不难看出资本对社会化电商的热情程度，但发展初期的行业切勿成为资本游戏。

首先，如何解决用户生产内容而出现的垃圾信息过多的问题，这是社会化电商不得不面对的问题。其次，如何面对互联网巨头如腾讯、新浪、人人、淘宝等企业进入后对行业的冲击与洗牌。“小鸡快跑”固然可以得利，但是拥有庞大用户关系、电子商务商户资源，甚至是庞大资金实力的企业后发优势依然不容小觑。再次，如何实现差异化竞争。目前，中国社会化电商主要依托淘宝资源，以女装居多，提升竞争亮点则需认真面对。此外，在社会化电商发展中，还需解决圈子用户的兴趣图谱与实现交易的和谐统一。

关于清科

[清科集团](#)成立于 1999 年，是中国领先的创业投资与私募股权投资领域综合服务及投资机构，主要业务涉及：领域内的信息资讯、研究咨询、会议论坛、投资银行服务及直接投资。

服务介绍：



[清科研究中心](#)于 2001 年创立，研究范围涉及创业投资、私募股权、新股上市、兼并收购以及 TMT、传统行业、清洁技术、生技健康等行业市场研究。目前，清科研究中心已成为中国最专业权威的研究机构之一。清科研究中心旗下产品[清科数据库](#)（Zdatabase）是一款覆盖中国创业投资及私募股权投资领域最为全面、精准、及时的数据库，为众多有限合伙人、VC/PE 投资机构、政府机构等提供专业的信息服务。

[清科互动](#)平台是目前国内影响力最大的投资人及企业家交流平台，每年参会人数总和逾万人次，拥有国内最强的投资人关系网络。旗下会议论坛品牌包括中国创业投资暨私募股权投资论坛、中国有限合伙人峰会、中国高成长企业家峰会及创业投资俱乐部。

[清科资本](#)是清科集团旗下的投资银行业务，为中国高成长企业提供全方位融资、并购和重组方案，每年协助 20 多家企业完成资金募集和并购，交易金额超过 2 亿美元。行业涵盖互联网、通信、教育、健康医疗、消费、零售及服务业等方面。

[清科创投](#)是清科集团于 2006 年募集成立的创业投资基金，专注于投资具有高增长潜质的中国企业，主要采取联合投资的方式和国内外著名创投机构投资于中后期企业，以领投或联合领投的方式投资于早期的创业企业。

[清科投资](#)是清科集团旗下专注于母基金(FoF)的管理平台，是一支专注投资中国市场上优秀的创业投资（VC）和私募股权基金（PE）基金的母基金。于 2011 年成立，首期募集目标 20 亿元，总募集规模为 50 亿元。

[投资界](#)是清科集团旗下领先的中国私募股权投资行业门户网站。以强大的投资人关系网络为基础，致力于为业界人士提供最及时、准确、深入的市场报道，并整合清科集团十余年的行业研究资源，倾力打造具备丰富数据及深入分析的专业化网站。

更多详情请咨询 400-600-9460

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_16016

