

基于大数据的电商商店爆品打造与营销策略 ——以厦门某公司为例

王雪晴, 陈河潮, 张有中*

厦门大学嘉庚学院管理学院, 福建 漳州

收稿日期: 2022年8月19日; 录用日期: 2022年9月30日; 发布日期: 2022年10月11日

摘要

本文以厦门某实业有限公司的吧台椅产品流量为数据, 进行关键词搜索量、产品曝光量、客户构成、客户地域分布等研究。我们通过关键词自然流量曝光程度, 找出核心关键词, 然后通过关键词自然流量曝光程度与相关数据选择引流品和爆品。同时通过客户分析, 了解电商店铺内的用户组成与分布区域。最后根据关键词自然流量曝光程度、引流品和爆品的特征与客户分析结果拟定运营营销策略。本文也为电商标铺提供了一套基于大数据分析, 选择爆款商品的操作流程, 提供电商标铺参考。

关键词

爆品, 关键词自然流量, 客户分析, 营销策略, 吧台椅

A Great Sensation Commodity Creation and Marketing Strategy in E-commerce Store Based on Big Data

—Taking a Company in Xiamen as an Example

Xueqing Wang, Hechao Chen, Yu-Chung Chang*

School of Management, Xiamen University Tan Kah Kee College, Zhangzhou Fujian

Received: Aug. 19th, 2022; accepted: Sep. 30th, 2022; published: Oct. 11th, 2022

Abstract

This paper takes the bar chair traffic data of a company in Xiamen as an example to study the

*通讯作者。

number of keyword searches, product exposure, customer composition, and geographical distribution of customers. We find out the core keywords through the exposure degree of the keywords' organic traffic, then select a drainage commodity and a great sensation commodity through the exposure degree of the keywords' organic traffic and relevant data. At the same time, through customer analysis, understand the composition and distribution area of users in the e-commerce store. Finally, the operation marketing strategy is formulated according to the exposure degree of the keywords' organic traffic, the characteristics of the drainage commodity and the great sensation commodity, and the customer analysis results. This paper also provides an operating process for e-commerce shops to select the drainage product and the top-selling item based on big data analysis and provides e-commerce stores with references.

Keywords

Top-Selling Item, Keywords' Organic Traffic, Customer Analysis, Marketing Strategy, Bar Chair

Copyright © 2022 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

近年来我国经济发展迅速，人民收入与消费水平不断提高，互联网和信息技术的普及，使得电商企业茁壮成长、社交媒体与自媒体兴起，更使得电商商品的打造与营销方式和以往完全不同。爆款商品的出现往往相当突然，之前还默默无闻的商品，某一瞬间突然在电商的主流中崛起，迅速占领人们的视野，全网刷屏、甚至达到无人不知、无人不晓的地步。这并非是纯粹的偶发事件，除了少数的幸运商品之外，大部分的商品其实是电商商店历经无数次的失败，经过试错、归纳经验之后，精心打造、策划、拟定营销策略，所运营出来的网红爆款商品。

爆品的出现屡见不鲜，从餐饮、生鲜食品、饮料、零食，到服饰、美妆、鞋、包，再到各种智能家居与文创商品，遍及各产业领域。消费者在需要购买某件商品的时候，往往会毫不犹豫地拿起手机，在各个电商平台开始搜索。在输入所需要的商品名称之后。接着就是在电商平台列出的众多备选商品中展开挑选，希望选出一款实用、便宜或心仪的商品。但是在经过长时间挑选、比较之后，最后消费者下单购买的商品，往往都是那些人气高，销量大的爆款商品。因此电商商店如何对商铺内的商品进行选择、打造、进行营销，使商品成为爆款商品，成为电商商店的生存之道。

近几年，在技术创新发展与“一带一路”政策的支持下，跨境电商的经营规模更加扩大、贸易范围更为广泛、经营类型更为多样化，对我国原有的贸易发展产生了巨大的影响。为了更好地适应市场的复杂变化，企业在大数据时代，应该要基于大数据分析技术，正确分析自身发展优势，做好市场定位，在长效建设目标的基础上，对原有的运营管理机制进行优化改革[1]。通过大数据分析技术，对商铺内的商品进行选择，以打造爆款商品，将为电商商店提供更科学性与精准性的方案。

本文尝试以实际案例，通过大数据分析，解析如何在公司的电商店铺内，从众多商品中选择一款商品进行打造，拟定营销策略，进行运营使其成为爆品。我们站在特定企业的角度，以厦门某实业有限公司为例，从该公司的阿里巴巴国际站跨境电商店铺内的众多商品中，选择一款商品，提出爆品的打造计划、直通车方案和营销策略，给企业与电商商店提供参考。

2. 文献综述

2.1. 爆款商品的特质

爆款是经过优秀的策划活动，人为推动产生的一种现象，让店内的某一款商品，在很短的时间内达到极高的销售量，并且与其他产品产生关联销售的情形，带动其他产品的销售量。这个拥有极高销售量、带动其他产品销售量的明星商品，就称为爆款商品。爆款商品产生的原因有三个，1 是羊群效应：消费者都有从众心里，一个产品如果有很多人购买，消费者自然而然就觉得这个产品就不错；2 是具备多次购买记录和多评价，全面的透露这个产品的信息：购买记录本身就是对这个产品的肯定，商品的评价更能透露出许多的信息。特别是不好的评价，使得这个产品的信息被展示的更加真实和完整，消费者对信息了解的更全面，才更容易做决定；3 是平台的推荐策略：以淘宝为例，淘宝主推商品，而不是商家。淘宝里面单品入口的流量通常超过主页。热卖的商品，因为权重高会占据推荐排行的前端位置，为整个店铺带来巨大流量[2]。爆款商品一般具有 5 大特点，分别是具备引领时期新流行的功能性、有着较高的性价比、让顾客引人注目的 logo 标志、具备让顾客狂叫的质量、符合顾客的人性化要求[3]。

2021 年 9 月 2 日，抖音电商联合巨量算数基于 2021 年 4 月至 2021 年 8 月抖音电商发布的近 2 万个“抖 in 爆款榜”基础数据进行分析，对什么是爆款，归纳出四大典型特质，分别为 1)“规模化”认知：快速形成病毒式传播并得到广泛认知；2)“口碑式”推荐：大量专业达人和素人的自发式、体验式种草推荐；3)“话题性”裂变：可以引发大众广泛互动的话题、自来水式的讨论；4)“兴趣式”下单：吸引大众跟风式购买，不一定是强需求导向，但是激发用户的兴趣式消费[4]。

2.2. 爆款商品的打造方式

爆款商品的打造需要一套完整的方法，这套方法最核心的重点是流量、销量、利润、品牌、裂变、传播、选品[5]。打造爆款商品要从 3 个方面着手：1) 密切关注用户的消费从众心理；2) 保证自己的产品质量；3) 有效吸引流量[6]。

梁湘认为打造爆品的运营逻辑为[7]：

1. 选择具有爆款属性的产品

1) 先筛选合适的产品品类，保证产品的稳定性；2) 确定消费人群，具备一定消费频次；3) 找出爆款产品的心理驱动因素，爆款产品是基于用户心理驱动的，不仅是用户的物质需求，还包括陪伴需求、悦己需求、健康需求等用户的精神需求与潜在精神需求。

2. 选择适合的传播渠道

比较常见的传播方式有两种。第一种是通过自有传播渠道保持产品曝光度。第二种是通过第三方传播渠道进行广告投放，助力产品快速出圈，形成裂变效应。

3. 抓住新消费人群的消费痒点

所谓消费痒点，是打造满足消费者欲望的产品，需要 1) 满足消费者的分享欲望；2) 满足消费者的成就感；3) 满足消费者的好奇心。

陈诚采访了奥光动漫股份有限公司副总裁黄孔锡，请他解构特宝儿趣味滑翔车如何成为爆品，得到宝儿趣味滑翔车成为爆品的“五部曲”：第一、定位消费群体，进行大数据画像。第二、根据电商需求进行产品创新。第三、产品投入电商试水。第四、拓宽盈利产品线，打造丰富的价格体系。第五、针对客户进行精准推广[8]。

在自媒体时代，打造爆品必须 1. 以消费者为主导，以商品为核心：要了解 1) 爆品的核心主导是消费者；2) 大道至简，产品为王。2. 找到了用户的痛点就找到了“价值锚”：要做到 1) 找准用户的体验

痛点；2) 要对消费者的痛点进行细分；3) 确保产品细节的良好呈现。3. 自媒体口碑传播决定推广速度：在自媒体时代，消费者更愿意接受口碑传播。以往企业单纯向消费者鼓吹自己产品的质量、性价比、效果等毫无亮点的营销方式，只会被消费者嗤之以鼻[9]。

爆款商品的打造不只在商品本身，还包括商品的包装，爆品包装有以下三个法则。法则一：解决痛点，让人感觉被包装“宠爱”；法则二：增强互动，打造超预期的创意体验；法则三：制造话题，让包装成为“社交货币”[10]。

2.3. 大数据分析应用于电子商务的优势

为了打造爆款商品，必须在所有产品中先筛选出合适的产品品类，并确定消费人群，然后选择传播渠道，同时要抓住新消费人群的消费痒点，刻画用户画像，拟定精准的营销策略，这些做法必须奠基于海量数据的支撑。店铺内所有商品的消费者，其消费频次、购买种类、消费金额等消费行为与评论数据，构成海量数据，要在这些数据中找出真正有意义、有价值的信息，就必须仰赖大数据分析。大数据分析技术可以针对所有用户的消费行为进行分析，找出用户真正在意的商品以及在意的商品功能；可以针对用户的评论数据，进行商品改进或改变营销策略。因此通过大数据分析能够有效帮助爆款商品的打造。

谭凤雨认为大数据技术应用于电子商务运营的优势是能够优化处理时效、实现精准营销、提高决策效率[11]。在大数据背景的影响下，王姝认为电子商务企业管理工作受到影响，需要不断的针对具体措施进行改进和创新，包括电子商务企业财务管理模式、电子商务企业市场营销管理模式、电子商务企业采购管理模式[12]。因此在大数据时代，爆款商品的打造、用户消费行为的分析、营销策略的拟定和电商的运营都和以往大不相同，需要重新的进行思考，建立模式。

3. 研究方法

3.1. 数据来源

本文的数据来源是通过厦门某实业有限公司的阿里巴巴国际站金品账号，下载 2021 年 11 月至 2022 年 4 月期间，家具类目下吧台椅的访问数据及销售数据，包括曝光量、搜索曝光次数、点击量、搜索点击次数、搜索指数、关键词指数、卖家规模指数、询盘个数、询盘人数、收藏人数、分享人数、提交订单个数、TM 咨询人数等数据，分析消费者行为对所有款式吧台椅的销售影响。

3.2. 吧台椅数据

随着社会的发展，科技和经济的迅猛提升，人们在满足物质需求之余，又转向追逐精神层面和视觉层面上的需求。日常生活中的座椅，渐渐在功能、设计、舒适度上极致提升。因此，造型以及功能能够完美结合的吧台椅就应运而生。因为设计新颖、追求时尚，市场的需求量大，吧台椅具有良好的市场前景。吧台椅的外形时尚、比例协调、颜色丰富，可满足用户的不同需求，并且使用新型环保材料，低污染、材质更坚硬、更耐用，同时制造成本低，可大量生产，设计上结合人体工程学，坐起来更舒适。

本研究选定的厦门某实业公司家具类目下吧台椅共有 10 项商品，产品名称、关键词、推广标题及数据概览如表 1。

3.3. 研究方法

首先通过关键词自然流量曝光程度进行比较，找出点击率、平均曝光时长、关键词指数较为突出的核心关键词，将选出的几个词进行裂变组合，选取与吧台椅相关的词组成新的核心关键词，然后通过关键词自然流量曝光程度与相关数据选择引流品和爆品。接着进行客户分析，了解电商店铺内的用户组成

与分布区域。最后根据关键词自然流量曝光程度、引流品和爆品的特征与客户分析结果拟定运营营销策略。

Table 1. Overview of the data in this study

表 1. 本研究数据概览

产品名称	搜索 曝光次数	搜索 点击次数	搜索 点击率	访问 人数	收藏 人数
2020 High Quality Fashionable Metal Leisure Coffee Table Bar Table Sets Bar Chair Design Sillas Para Barra Chaise De Bar	670	36	5.37%	198	8
Velvet Bar Counter Stool Home Modern Minimalist Casual Cafe Furniture Gold Metal High Bar Chairs	135	2	1.48%	10	0
Wholesale modern design lounge wood/marble bar table and buff fabric metal legs bow bar chairs with upholstered	119	3	2.52%	12	2
Wholesale commercial furniture metal bar chairs iron frame high bar stool	91	1	1.10%	8	0
Modern Furniture Cheap Metal Elegant Velvet Seat Elegant Black Brown Color Classic Frame Metal High Chair Bar Chairs For Bar	80	1	1.25%	10	0
Bar chairs nordic cheap counter furniture gold metal velvet back luxury kitchen modern high stool bar chairs for bar table	10	0	0%	2	0
modern tulip bar stool Wholesale commercial furniture metal bar chairs iron frame high bar stool	8	0	0%	0	0
Morden Velvet Bar Counter Stool Home Modern Minimalist Casual Cafe Furniture Gold Metal High Bar Chairs	4	0	0%	0	0
Wholesale fashion plastic bar chairs restaurant/home/hotel/coffee shop/bar used bar stool with metal legs	3	1	33.33%	2	0
Chair Bar Wholesale French High Table Restaurant Furniture Luxury Metal High Stool Bar Chairs	0	0	0%	1	0

4. 数据分析结果

4.1. 引流关键词选择引流品

电商平台卖家为了提高店铺的销售量，一般会选择开通直通车来推广店铺，让商品展现在更多的买家眼前。直通车是一种营销推广的工具，按点击付费。由卖家为商品设置关键词及推广标题，当买家输入关键词搜索商品或按照商品分类进行搜索时，就会在直通车推广位展现卖家的商品。如果买家通过关键词或商品分类搜索后，在直通车推广位点击卖家的商品，系统就会根据卖家设定关键词或类目的出价进行扣费。直通车藉由关键词搜索或商品分类搜索匹配到精准流量，给店铺带来成功的交易。

本文首先通过直通车里的关键词自然流量曝光程度进行比较，找出搜索的热频关键词。所谓自然流量就是商品没有经过平台推广，没有支付给平台佣金，直接经由买家点击，给店铺带来订单的流量。所谓自然流量曝光则是指卖家经过直通车推行来提高自然流量的曝光，因此自然流量曝光与直通车的点击有关。根据关键词自然流量曝光程度，sofa、table、chair、rack、furniture 这五个词的搜索频率较为突出，如图 1 所示。

其次，对站内所有词进行 TF-IDF 分析，找出站内热频关键词。所谓 TF (Term Frequency) 是词频，IDF (Inverse Document Frequency) 是逆文本频率指数，公式分别如下：

$$tf_{ij} = \frac{n_{i,j}}{\sum_k n_{k,j}} = \frac{\text{某个词在文档中出现的次数}}{\text{文档中总词数}} \quad (1)$$

$$idf_i = \log\left(\frac{|D|}{1 + \{j: t_i \in d_j\}}\right) = \log\left(\frac{\text{语料库的文档总数}}{1 + \text{包含该词文档数}}\right) \quad (2)$$

其中 $|D|$ 为语料库中的文档总数， $\{j: t_i \in d_j\}$ 表示包含词语 t_i 的文档数目。TF-IDF 分析公式为

$$TF-IDF = tf_{ij} \times idf_i \quad (3)$$

站内所有词 TF-IDF 分析可视化结果如图 2。

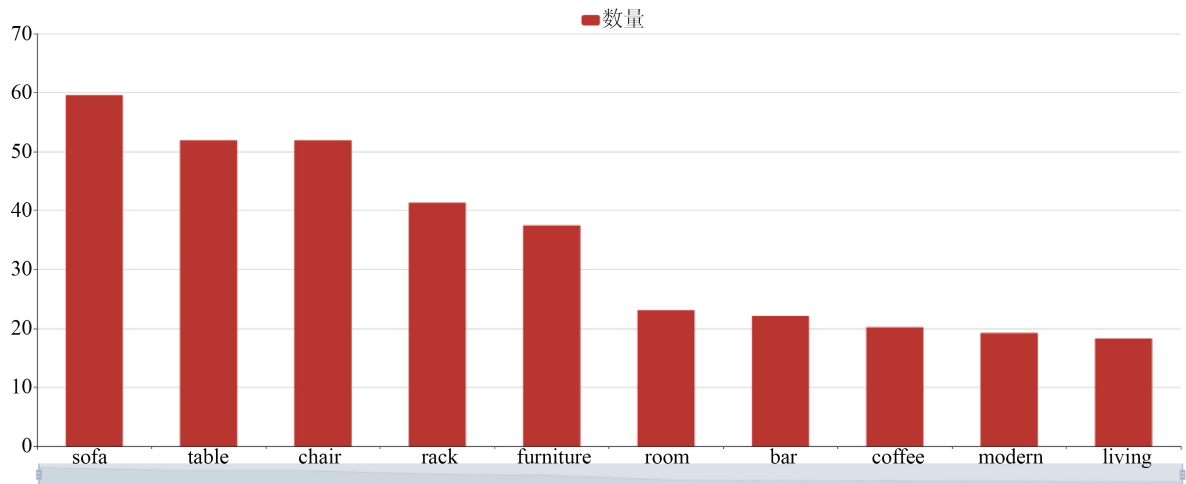


Figure 1. The exposure comparison of the keywords' organic traffic
图 1. 关键词自然流量曝光比较

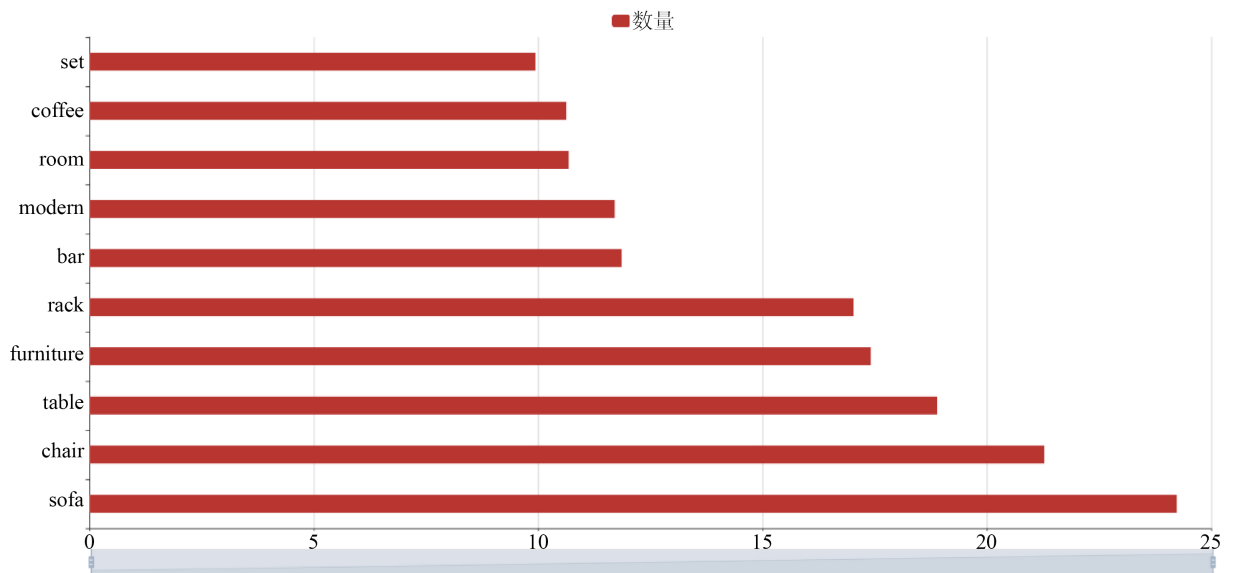


Figure 2. TF-IDF hot and high-frequency keywords in e-commerce websites
图 2. TF-IDF 站内热频关键词

4.2. 选择爆品

接下来通过引流关键词和数据分析，选择具有 Table 和 chair 关键词，搜索曝光次数排名第一，利润相对较高的 2020 High Quality Fashionable Metal Leisure Coffee Table Bar Table Sets Bar Chair Design Sillas Para Barra Chaise De Bar 作为爆品预选；该产品是曾经的爆品，拥有数据基础，以及满足成长到爆品的标准，但是由于当时年初受美国市场圣诞节以及疫情的影响，酒吧等商业场所对吧台椅的需求不高，于是稍微沉寂，如图 5 所示。而现在随着疫情的平缓，吧台椅的热度再次提高，并且引流品的特征是天鹅绒吧台凳子、现代简约休闲咖啡馆家具、金色金属高脚椅，与爆品预选的特色高品质时尚金属休闲咖啡桌、酒吧桌组、酒吧椅，两者具备高度的关联性。

2021年11月~2022年04月，搜索曝光次数81000，搜索点击次数979，店铺访问人数2010，店内询盘人数27，店内TM咨询人数22，店内订单买家人数1。

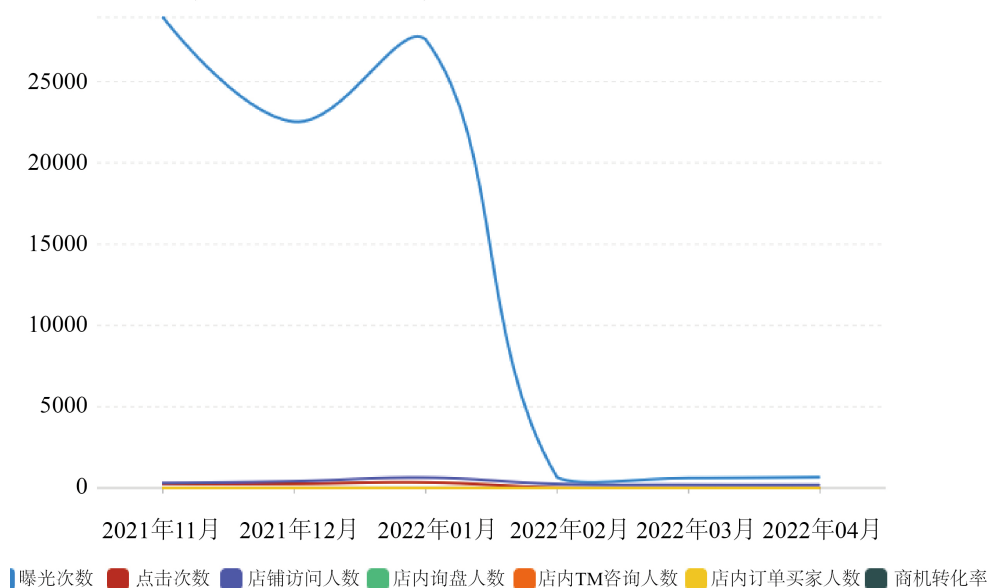


Figure 5. Exposure trend of a preselection great sensation commodity
图 5. 预选爆品流量趋势

4.3. 客户分析

透过用户群体画像分析，发现该电商店铺内用户为已验证买家的蓝标买家占比极低，且 90 日交易转化率不理想，大部分客户群体都是新用户，老用户留存率低，如图 6 所示。

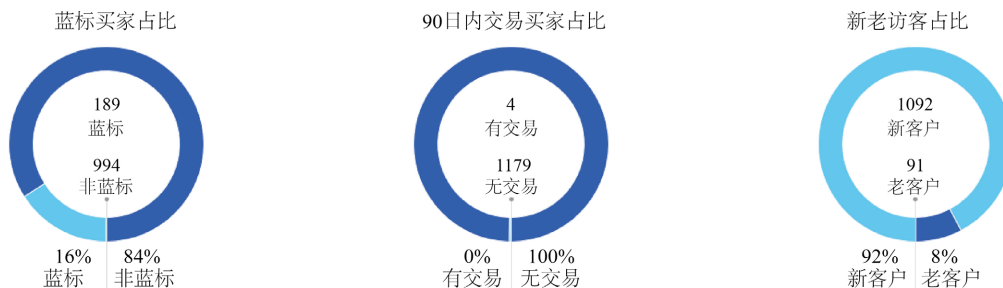


Figure 6. Customer composition in the e-commerce store
图 6. 电商店铺内的客户构成

针对大部分客户群体都是新用户，老用户留存率低的情况，可以设置优惠活动来提升商品的转化率，并将客户群体导入私域流量池，做好售后服务，定期进行回访以及二次优惠活动的举办，例如优惠券的发放等以此来提升整体的转化率。

而用户群体主要是以美国为首的北美洲地区，如图 7 所示。美国属于发达国家，其地区人民对于精神方面的追求显著高于其他国家，其娱乐场所设施等非常完善；同时美国人民的消费观念不同于其他国家，即便是没有钱，但他们仍然喜欢消费，比如说经常有家庭性的出国旅行，去娱乐场所消费等；美国其消费观念在全球来看属于较为偏激，因此吧台椅的主要销量集中于美国地区。美国市场巨大，可针对于美国市场单独推出营销策划。

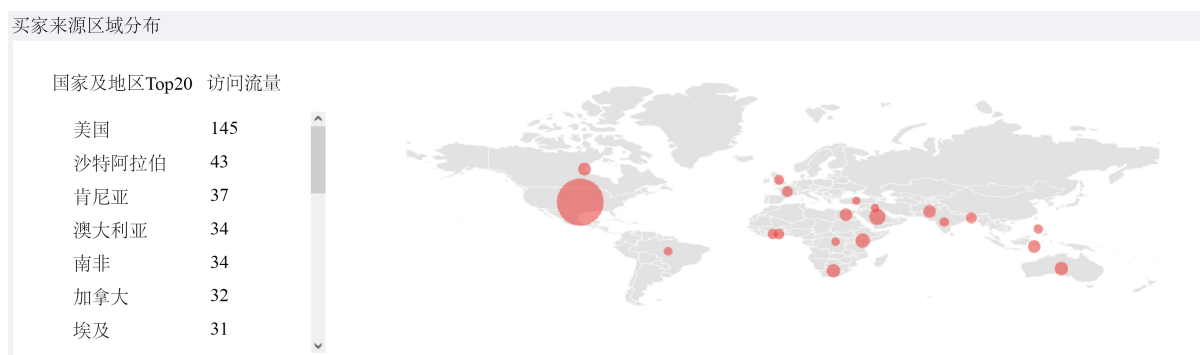


Figure 7. Distribution area of bar chair buyers

图 7. 吧台椅买家分布区域

5. 运营营销策略

由于企业关于营销推广的预算为：直通车预算 1000 人民币/天，站外引流：ADS100 美金/天，Facebook100 美金/天，Tik Tok 推广 100 美金/天。因此为其提供一个符合其预算范围内的营销方案。

5.1. 阿里直通车

设置关键词推广计划，透过阿里直通车对上述五大核心关键词进行二次流量曝光。在 TF-IDF 中分析出所需核心关键词后，选取搜索指数大于 10，卖家指数较低，点击率较高的词组进行直通车推广。透过数据分析发现，bar table and chairs、bar stools and restaurant dining chair sets、kitchen bar chairs、chair bar 这四个词组符合直通车推广计划；直通车每日推广预算为 200 RMB，平均一次词组给予 40 RMB 进行矩阵推广；剩余 40 RMB 进行搜索引擎 SEO 优化，以便达到预算跟流量的最佳搭配比。

当外部流量大量涌入时，紧接着推出爆品助推计划，将爆品预选款与引流款进行捆绑销售，引流款与爆品预选款按顺序添加，将爆品预选款放在第一位，二者捆绑购买给予一定的折扣，起到快速引流的作用。爆品助推计划每日预算 300 RMB。

5.2. 定价与折扣

每件吧台椅的出厂价为 12 美金，市场平均价为 35 美金左右，行情价在 15 美金(MOQ1000p)到 50 美金(MOQ2P)之间，单件运费在 10 美金左右，此时由卖家承担运费；若购买数量越多(满足一个集装箱)则平均运费降低；若对方有货贷，则可以减免运费成本，在省去运费成本的基础上可再给予适当优惠，加强自身价格优势。

此站点吧台椅售价的 20%为自由可操控区间，在 100 件起买的情况，每多超出 100 件给予 2%的优

惠力度；或以满减活动、限时特卖、优惠券等形式进行折扣优惠。并在此基础之上，每日推出一次拍卖活动，将爆品预选款以 1 美元低价进行竞拍，扩大站内的曝光量。

5.3. 产品特色运营

国外市场高度崇尚个性化，因此可以推出定制化吧台椅。吧台椅主体的销售人群是娱乐场所，其客单价较高，定制化吧台椅带来客流量的同时也具有高溢价，可以有效形成平台特色。对于不同的国家主体市场，可以结合当地的文化特色和当地人的坐姿习惯设置吧台椅的款式，针对于当地的站点进行精细化吧台椅销售。

5.4. 客户管理

依据客户群体画像的数据分析结果，发现大部分客户都是新用户，老用户留存率低。因此必须提出策略增加老用户的留存率，同时提高新用户的转化率。本文针对增加老用户留存率，提出以下策略：

1) 建立顾客档案主动进行联系

通过短信及电话，问候老用户、感谢老用户的支持。在老用户生日时为老用户献上祝福及生日优惠券。对老用户曾经购买的产品进行特征管理，当公司推出类似新品时，优先推送给老用户，增加老用户对公司的归属感与认同感。

2) 给予老客户专属优惠并不定期给老客户发放一些小礼物

给予老客户定期特卖 8 折优惠、发放抵用券或刮刮卡等专属优惠活动，提高老用户的黏性。在一些特殊节日或特卖活动举办前，给老客户发放一些小礼物，例如万圣节南瓜灯、春节对联等。

针对增加新用户转化率，提出以下策略：

1) 加强页面设计、简化付款流程

加强网页产品的图像呈现与介绍，以精准的关键词描绘产品特色，解决客户需求和疑惑。简化付款流程，让客户可以迅速完成交易，以利转化率的达成。

2) 加强客服培训工作

通过客服环节解答客户疑惑，精准推送客户所需产品，是提升转化率的一种非常有效的手段，因此精进客服的培训工作，让客服的业务能力提升，通过完善和亲切的服务，把流量尽可能的转化成订单，是公司提高销售并增加新用户转化率的一个良好策略，即使完善和亲切的服务，最终无法将流量转化成订单，但是良好的服务态度能够让客户印象深刻，提高新用户的认同度，有利于未来的转化率。

6. 结论

本文以为厦门某实业有限公司—阿里巴巴国际站金品账号的吧台椅产品流量为数据，进行关键词搜索量、产品曝光量、客户构成分布、客户地域分布等研究，发现其国际站吧台椅销售方面存在的缺陷，帮助公司更加全面地了解其吧台椅类目现状。

首先通过关键词自然流量曝光程度进行比较，找出核心关键词，再将选出的几个词进行裂变组合，选取与吧台椅相关的词组成新的核心关键词。然后通过关键词自然流量曝光程度与相关数据选择引流品和爆品。同时通过客户分析，了解电商店铺内的用户组成与分布区域。最后根据关键词自然流量曝光程度、引流品和爆品的特征与客户分析结果拟定运营营销策略。

本文为厦门某实业有限公司提供了吧台椅运营营销方案，包括：直通车的推广，产品的合理定价，产品的折扣活动以及产品的个性化制作。这个方案具有一定的参考价值，为厦门某实业有限公司及其他电商商店未来进一步提高站点权重，提高客户群体转化率提供参考。本文同时也为电商商铺提供了一套

基于大数据分析，选择爆款商品的操作流程，以供电商商铺参考。

基金项目

中国教育技术协会“十四五”规划一般课题项目(项目名称:新商科大数据应用实验实训平台与教学资源建设研究,项目编号:G002);2021年美林数据公司教育部产学合作协同育人项目(项目名称:新商科教改情境下经管类专业大数据应用实验实训平台建设,项目编号:202102344024);厦门大学嘉庚学院科研启动基金(项目名称:科研项目启动,JG2018SRF10)。

参考文献

- [1] 张翔. 大数据背景下的跨境电商整体运营模式探究[J]. 中国市场, 2022(19): 194-196.
- [2] 淘之家. 爆款的三个条件八个特征——爆款产品的五大要素[EB/OL]. <https://www.taozhijia.com/3498.html>, 2022-05-25.
- [3] 淘商院. 爆款产品有什么特点? 产品有这五大特点必爆[EB/OL]. <https://www.tbaos.com/16520.html>, 2020-05-08.
- [4] 巨量算数. 2021 抖音电商“抖 in 爆款榜”趋势洞察报告[EB/OL]. <https://trendinsight.oceanengine.com/arithmetic-report/detail/450>, 2021-09-02.
- [5] 孙洪鹤. 最新爆款营销实战: 普通创业者如何打造爆款产品? [EB/OL]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1738317282900990084&wfr=spider&for=pc>, 2022-07-14.
- [6] 赢家财富网. 如何打造爆款? 爆款产品的五个必要特征[EB/OL]. <http://www.yjcf360.com/licaijj/736472.htm>, 2020-11-02.
- [7] 梁湘. 新消费品牌爆品打造运营逻辑[J]. 财富时代, 2021(7): 27-28.
- [8] 陈诚. 特宝儿打造电商爆品“五部曲” [J]. 中外玩具制造, 2018(11): 46.
- [9] 绿绿. 自媒体时代如何打造爆品[J]. 中国化妆品, 2021(11): 36-40.
- [10] 打造精良包装, 成就“爆品气质”[J]. 中国包装, 2021, 41(1): 37-38.
- [11] 谭凤雨. 大数据背景下企业电子商务运营探索[J]. 中国集体经济, 2022(19): 112-114.
- [12] 王姝. 大数据背景下电子商务企业管理模式优化研究[J]. 中国商论, 2022(12): 58-60.