



购物狂欢背后的经济学 （如：双十一，双 十二）



目录

CONTENTS

1

价格歧视与市场分割

2

消费者心理与行为

3

规模效应与成本考量

4

竞争与合作

5

双十一背后的经济学

6

双十二背后的经济学



购物狂欢背后的经济学（如：双十一，双十二）

购物狂欢，如“双十一”、“双十二”等，是近年来中国电商行业发展的独特现象

这些特殊的日子，各大电商平台纷纷推出各种促销活动，吸引消费者疯狂购物

然而，这些看似简单的促销活动背后，其实蕴含着丰富的经济学原理



PART 1

价格歧视与市场 分割



价格歧视与市场分割

电商平台通过价格歧视和
市场分割两种策略，为消
费者制造出“买到就是赚
到”的印象，从而刺激消
费



价格歧视与市场分割

1.1 价格歧视

价格歧视是指对不同的消费者群体收取不同的价格。在购物狂欢中，电商平台通常会设置不同的优惠策略，如满减、折扣、限时特价等，来吸引不同消费水平的消费者。通过这种方式，电商平台能够实现最大化利润





价格歧视与市场分割



1.2 市场分

市场分割是指将若干个细分市场消费者的需求。在商平台通常会针对体推出不同的促销首发、清仓促销满足不同消费者种方式。由产



PART 2

消费者心理与行为

• 编辑母版文本样式

• 第二级消费者心理与行为
第三级



消费者的心理和行为在购物狂欢中起着至关重要的作用

电商平台通过精准把握消费者的心理和行为，提高购物狂欢的影响力和参与度



消费者心理与行为

2.1 消费者心理

购物狂欢中，消费者的心理主要包括从众心理、占便宜心理和跟风心理。从众心理使得消费者在看到别人购买后，觉得自己也应该购买；占便宜心理使得消费者认为在购物狂欢中能够以更低的价格购买到心仪的商品；跟风心理使得消费者看到别人购买后，盲目跟风购买，不考虑自己的实





消费者心理与行为



2.2 消费者行为

消费者的行为在购物狂欢中表现出冲动消费和储蓄消费。冲动消费者在促销活动的刺激下，购买或者过量购买必需品；储蓄消费者为了购买心仪的商品，使用信用卡分期付款



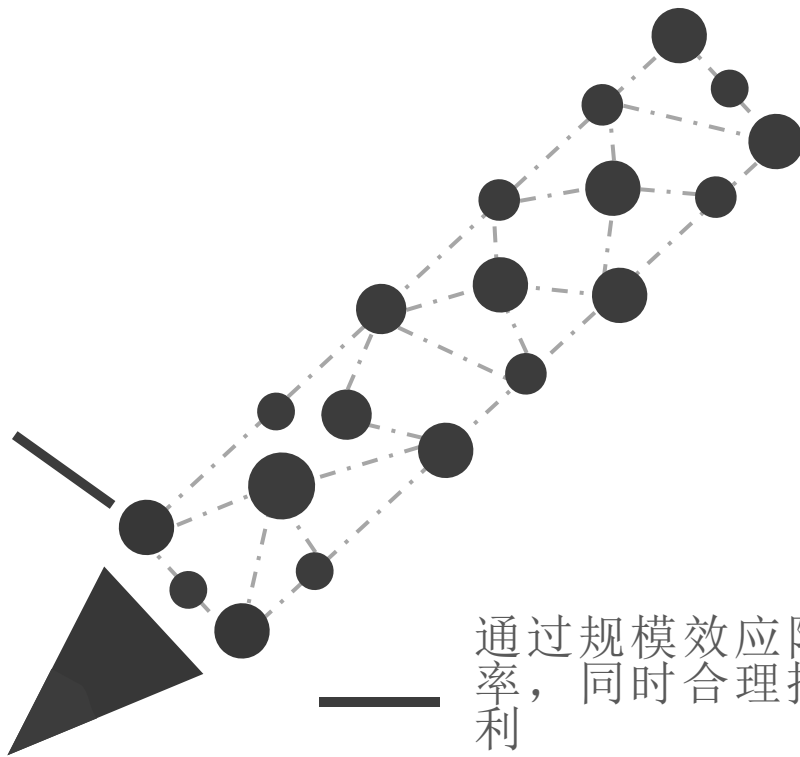
PART 3

规模效应与成本 考量



规模效应与成本考量

规模效应和成本考量是电商平台在购物狂欢中实现盈利的关键因素



通过规模效应降低成本，提高效率，同时合理控制成本，实现盈利



规模效应与成本考量

3.1 规模效应

规模效应是指在一定时期内，随着销售量的增加，单位商品的成本逐渐降低。在购物狂欢中，电商平台通常会通过集中采购、优化物流等方式降低成本，提高效率。同时，大规模的销售量也能够吸引更多的商家入驻平台，形



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：
<https://d.book118.com/588140060063006100>