

## 案例分析：莎啦啦的电子商务

莎啦啦（Salala）最初的名字起源于一首红遍世界的歌曲，轻快的曲调，活跃的节奏被看好，因此就有了莎啦啦（Salala）这个品牌。莎啦啦鲜花礼品网提供专业的鲜花速递服务，向全国数十万会员提供订花相关的全方位情感传递服务。莎啦啦，传递鲜花，传递爱，希望给人们带去轻松便捷的服务。

莎啦啦（中国）连锁鲜花网成立于 2000 年，定位于打造中国最专业的鲜花礼品速递服务提供商，专注于为客户提供专业的鲜花礼品速递服务和客户关怀、员工关怀解决方案。同年 5 月引进了包括国内数家财团和新加坡财团在内的风险投，开始走上创立中国网络鲜花第一品牌之路，标志着互联网情感服务机构的创立。2006 年，莎啦啦成为世界最知名的国际鲜花预定服务商 1800Flowers 在中国地区的唯一合作伙伴。2007 年 1 月成为中国邮政指定鲜花速递服务提供商，签署了 24 省鲜花速递业务合作框架协议。

随后，在几年的风雨历程中，莎啦啦历经了事业的迅猛发展，也在不断的挫折中吸取经验，多年后的今天，莎啦啦已经成为一个成熟的以鲜花配送为主体的礼品网站，并在全国各地建立了多家配送网点，形成了自身独有的销售渠道和宣传网络。

莎啦啦鲜花网以鲜花零售为自己的主要业同时兼营礼品。在 SALALA 购物频道，客户不仅可以购买鲜花、礼品等礼物，还可以享受到多方面的服务诸如交友、被提醒等，同时还可获取有关的花语知识。莎啦啦成立以来成长迅速，在莎啦啦的团队中，众多高水准的花艺师都在竭尽所能不间断的为广大用户研发精美的花艺礼品，使鲜花能够更好的传情达意，而训练有素的客服人员也以其及时的电话服务，业界领先的呼叫中心为用户提供着贴心、周到的帮助。

依靠着优秀的管理团队、全方位的质量控制体系、功能完善的业务支撑系统和客户第一的服务理念，莎啦啦以优质的服务，赢得了众多国内外合作伙伴的信赖和赞誉。莎啦啦作为中国邮政的鲜花速递业务合作伙伴为全国 15 个省 97 个地市的邮政礼仪鲜花业务提供配送管理服务。为招商银行、宝洁、德勤、高盛、正泰集团等知名企业提供积分兑换、客户关怀服务。

通过不懈的努力，如今的莎啦啦已经积累了大量具有时尚心理及消费能力的用户群体。从而奠定了在行业内首屈一指的重要地位。先后开辟了新浪、卓越、网易等数十家电子商务结成了战略合作伙伴，同时也加强了连锁店的开发工作，现在拥有超过两百个分布在全国各地的连锁店成为行业内规模，全国各地的连锁店。成为行业内规模、实力首屈一指的专业网络花店。

思考题：

1. SALALA 网站主要采用的是 B2B、B2C、C2C 哪种类型的电子商务模式？请说明理由。
2. 该类型的电子商务模式有哪些主要的形式？请选择其中一种形式举一个实例，说明这个实例中的网站主要业务内容和主要的盈利来源。