# 青岛唯依创想电子商务有限公司

来源：网络 作者：星海浩瀚 更新时间：2025-08-05

*第一篇：青岛唯依创想电子商务有限公司公司简介青岛唯依创想电子商务有限公司(以下简称唯依电商)前身成立于2024年1月,是一家以网店托管、客服外包、网络营销推广、网商培训、网站建设、软件开发为中心，集咨询顾问、电子商务信息与应用服务为一体的...*

**第一篇：青岛唯依创想电子商务有限公司**

公司简介

青岛唯依创想电子商务有限公司(以下简称唯依电商)前身成立于2025年1月,是一家以网店托管、客服外包、网络营销推广、网商培训、网站建设、软件开发为中心，集咨询顾问、电子商务信息与应用服务为一体的电子商务服务商。公司以具有前瞻性、时代性的条件结合专业化理念为全球网商提供企业一站式电子商务渠道营销服务。

公司愿景：做客户唯一可以依赖的电子商务管理专家。公司使命：利用自己的专业，帮助企业实现全球化销售。公司价值观：分享、尊重、实现。

业务简介

唯依电商经专业化电子商务市场调查与分析，现主营业务锁定为企业或个人网店一站式运营与管理（简称网店托管）和网店客服外包两大主流行业。

一、网店托管顾名思义，简单的说：唯依电商为客户的淘宝、拍拍、京东等网店提供全面化管理服务。

内容包括：淘宝、拍拍、京东等各大平台的网店考试、建设，网店前期策划、网店装修、网店管理、产品拍摄、产品描述制作与上架、网店营销推广策划与实施、网店7\*15小时在线销售客服。客户只负责日常的发货，保证产品库存充足就可以。货款由买家直接打入客户支付宝账户，我们不参与客户的任何与财务相关的操作。每家网店分别由5-10人运营小组负责以上操作，并且安排2-3名5年以上具有网店经营经验店长来负责该运营小组的日常工作。

二、客服外包，简单来说：为客户的淘宝、拍拍、京东等各大平台网店提供客服售前、售后服务，如买家购物咨询、产品介绍、专业化销售促进成交、买后疑虑、产品质量处理、买家投诉处理、客户关系维护等服务，服务时间为每天早9点-晚24点。帮助客户的网店实现全天化都有人看店，在客户没有时间或没有精力看守自己的网店时，由唯依电商保证不会让客户的网店漏掉任何一笔订单。

业务细节

网店托管：随着中国互联网快速发展，已隐约让我们感觉到今后的新商业模式“电子商务”必然是不可缺少的一部分，而想进入这个新商业模式中，开网店就是最简单最直接的接入方式，所以“网店”在新商业模式中已占有主导优势。所有企业与个人正在全力以赴的融入这个行业当中，但受传统思想与地区的影响，超过90%以上的人都面临了技术和经验问题。不知道如何下手，从哪下手。这个时候，我们唯依电商就是这批人中不可缺少的合作伙伴。

1.网店考试、建设：前面提到，想快速融入新商业模式中，开网店是必选之路。但是开网店需要依驻淘宝、拍拍、京东等大型平台。这个就像我们在商场里租用柜台一下。在网上，想开网店这些大型平台需要让您了解他们自己的管理规定以及了解您的业务模式。这个时候，在您想在他们网站开设网店之前会给您出一份考卷，而对于不懂网络，不懂电子商务，不懂网店的传统商家来说，即使在线下您的产品卖的再好，在线下您把门头或者公司经营的再好，对于这份开店考卷来说，也是不可完成的事情。这个时候，可以由唯依电商来指导商家进行网上开店的所需的材料，并且直接帮助商家进行网上开店的考试。帮助商家顺利迈入开店的第一步。

2.网店前期策划：网店前期策划和开实体店的前期策划一样，比如说：盈利估算、产品筛选、同类产品市场调查、同行竞争调查、产品价格定位、产品质量对比等一系列的细节性策划。相信任何一位商家在进货前都会考虑这些问题，如果疏忽这个问题，那在将来的销售道路上100%会碰到无限坎坷，而在网络上，同类产品太多，并且商家也不懂怎样在网上调查和自己一样的产品并且得出专业化的数据，这个对商家又是一大难题。而唯依电商凭借多年电子商务市场专业洞察经验，可以为商家解决这类难题，快速得出有效数据，为商家避免这一重要疏忽。

3.网店装修：顾名思义，和实体店装修一样。需要专业的装修工人，进行粉刷墙面，铺地板，安装各个需要的设备。但是对于网店来说，装修影响着今后的一切，在网上买东西的人，都是看到了广告吸引人才会去买，如果没有一个专业化并且结合买家购物心理的视觉设计团队，一个网店是不会有任何销量的。对于这一点，又是商家的一个难题，网店装修需要专业的美工知识，并且没有3-5年经验的美工不会打造出完美视觉营销的策划。简单的说，网店失去了专业化视觉设计，就等于摆夜市一样，你没有任何理由给买家一种绝对购买的冲动。在这一点，唯依电商拥有高新聘请的70和80后的高端美工团队，最多的有着将近10年的设计经验，曾经为100家以上上市企业做过视觉营销策划以及广告设计。可以为商家解决这一技术与经验上的难题。4.网店管理：包括网店推广、产品描述制作与上架。这对于商家来说无非是一致命的难题，也许商家在线下经营的公司或者门头店都很好，但是到了网店上却束手无策，网店的管理好比公司的管理一样，必须要有经验性的促销策划以及产品价格随时定位和各种推广搭配来相结合进行每天不间断的调整，这个对于新人来说，是在2年之内不可能掌握的一门学问。如直通车的控制，钻石展位的竞价，爆款的打造，各个活动的报名与策划关联销售等。以及产品描述的视觉营销策划，怎样让买家放心购买产品，怎样把产品图片做到可以吸引住买家。这对于唯依电商来说，是唯依电商的看家本领。

5.产品拍摄：对于商家来说，手里的产品不可能只有三件五件，无论是服装还是饰品或者其他类目，都会有上百种甚至上千种的产品进行销售，但是网店展示产品的唯一途经就是图片。这对于商家来说，根本没有那么多时间和精力来一件一件产品进行拍摄，并且即使有时间和精力也没有专业的摄影技术，拍出来的产品如果达不到视觉营销的效果，即浪费了时间，还中断了销售。得不偿失。唯依电商拥有自己的摄影棚，并且由唯依高级摄影师可以为商家的产品进行拍摄和制作。节省了商家一大笔时间、精力、费用成本。

6.客服：网店和实体店一样，都需要有人看店，而商家不可能每天除了睡觉都泡在网店上，因为毕竟有线下的实体店或者公司要搭理。这个时候，唯依电商的客服团队可以为商家提供全天候15小时的看店，提供客服售前、售后服务，如买家购物咨询、产品介绍、专业化销售促进成交、买后疑虑、产品质量处理、买家投诉处理、客户关系维护等服务，服务时间为每天早9点-晚24点。帮助客户的网店实现全天化都有人看店，在客户没有时间或没有精力看守自己的网店时，由唯依电商保证不会让客户的网店漏掉任何一笔订单。

**第二篇：北京华晟创想光电科技有限公司产品质量保证书**

产品质量保证书

尊敬的客户：

首先，感谢您选择使用本公司的产品！

本着互相信任、互惠互利、共同进步的理念，本公司根据产品质量要求，建立了严密的质量管理体系，严格地控制所有与产品质量有关的环节；科学地检验每一个与产品质量有关的进程，并对检验指标进行量化，责任到人。

华晟光电品质理念

华晟光电有限公司视产品品质为生命，对每一款产品从设计策划到批量生产都有严格的质量控制流程，从而确保了产品的高可靠性。华晟光电有限公司确保产品的高品质，采用高亮度灯珠制作，使其达到真正的高亮度、低功率。（采用台湾A级10\*23mil芯片制作的3528灯珠，灯珠光通量在6-7LM之间,从而现实真正的高亮度低功率），公司采用世界一流企业晶元流明思等生产的光源，电源采用欧美厂家的IC方案，散热技术采用航天领域所应用的散热技术（保障LED节温长寿命的根本）。

质量控制体系原材料保证措施:

一整套严格的质量控制体系，从电子元器件的购入、产品生产、检测到物流全过程均严格遵守国际质量体系管理标准。打造品牌的企业必然每台产品都经过严格的测试,保障产品的品质,严格控制产品返修率在千分之三以内。全系列产品采用自研发恒流驱动电路，采用过流，过压，雷电高温保护。我公司品管部配备了专职进货检员,只有检验合格的材料才可入库、投产。过程质量保证措施: 生产过程的质量控制,主要采取自检、互检、专检相结合,对出现的质量问题,采取“三不放过”的原则:即质量问师没有解决不放过,改善措施没有落实不放过,当事人没有受到教育不放过.其次,还建立了质量统计和质量目标考核制度,每月对各个过程的质量进行统计分析,对未达成质量目标者,实行“质量否决权”.此外,特别注意采用先进的工艺方法,选购先进加工设备,并且有专职PE工程师进行工艺指导、检查,确保加工能力充分,长期保持过程质量处于受控状态。

成品出厂质量保证措施:

凡我公司生产的成品都地经过具有资格的专职检验员进行严格检验,产品只有合格后才能入库、出厂.并且配备相关的技术数据(图纸、测试报告、操作说明书等);为了保证成品出厂合格率100%,我公司对专职检验员采取定期培训、资格鉴定、严格考核等有效措施;同时,品管部主任和经理对成品质量进行严格的监控,随时进行抽检复查,确保成品在出厂前所有质量问题都得到彻底解决.LED灯具寿命问题

LED灯寿命是指led灯珠发光亮度下降到50%的时间，晶元芯片灯珠一般70000小时，损坏寿命100000小时；led整灯寿命包括灯珠光衰寿命和驱动系统寿命，正品灯整体可达30000-40000小时，非正品整灯寿命难以保证。

华晟光电能真正能做到两年质保吗？

答：这是我们华晟光电照明对用户的郑重承诺，也是对我们产品的质量承诺。因为，我们的产品全部采用晶元个琉明斯芯片，高性能驱动，先进的封装设计和工艺，我们完全有理由和信心对客户承诺“两年质保，五年维护”。

**第三篇：青岛电子商务调研报告**

对青岛外贸企业电子商务应用情况的调查

2025年以来，面对历史罕见的金融危机，青岛市商务局始终坚持以信息化手段大力扶持外经贸企业塑造品牌、控制风险、降低成本、提升竞争力，为企业化“危”为“机”求生存、“危”中求“机”谋发展做出了积极贡献。目前，青岛市通过采用“政府支持、资源共享、专业服务、企业受益”的共建模式,与阿里巴巴、环球资源网、中国制造网、环球市场、中国供应商、香港贸发网等电子商务运营商联合推出的电子商务“青岛专区”应用平台，与商务部中国国际电子商务中心共同打造的“青岛国际电子商务应用平台”，与新华锦集团等优势外贸企业联手搭建的“青岛国际贸易服务平台”，已先后投入运营，可为企业有效提供网上CA安全认证、在线交易、电子支付、金融服务、信用服务、报关服务、退税服务、外汇核销、跨境追踪、项目推介、贸易管理等一揽子全流程商贸服务。最近，我们对3000多家外贸企业应用电子商务开展业务的情况进行了调查。

一、青岛外贸企业应用电子商务的基本情况

（一）私营中小型外贸企业是电子商务应用的主力。利用第三方平台开展电子商务主要以中小型外贸企业为主，占全部被调查企业的76.5%，其中私营企业为81.3%，国有和集体企业为4.3%；员工在100人以下的企业接近三分之二，资产总额在500万元以下的企业达58.5%。这表明“低成本、高收益”的电子商务业务新模式已被越来

越多的中小外贸企业所认可和接受。

（二）传统优势行业应用电子商务的热情度较高。此次调查共涉及青岛市27个行业，其中应用电子商务热情度比较高的行业主要有化工、纺织服装、机械设备及农产品生产加工，这些行业的企业分别占被调查企业的20.6%、19.9%、13.5%和8.9%。轮胎、汽车零部件、钢材等行业，参与应用电子商务的热情度也比以往有大幅提高。

（三）电子商务销售额占企业总销售额比重逐步扩大。被调查企业中，2025年企业销售额在500万元以上的占74.2%，其中电子商务销售额占比近3成，较2025年18.3%的比重有大幅提升，表明在金融危机中电子商务对中小企业的吸引力越来越大。进口方面，电子商务新模式也起到了促进作用。目前利用电子商务模式进口产品的企业已占被调查企业的39.4%。

（四）中小企业内部管理的信息化水平提升较大。随着企业对信息化建设重要性认识的提高和投入的加大，企业内部信息化管理水平出现了质的飞跃。在被调查的企业中，有80%以上的企业已由初期的办公自动化管理、财务管理延伸到企业生产与销售的各个层面，如：制造执行、分销管理、订单管理、客户资源、物流仓储、供应链管理等。

（五）企业运用电子商务拓展业务的自觉性较高。通过实践，大多数企业对电子商务鲜明的特点和巨大的优势性有了更加清晰的认识，开始自觉自愿应用自身平台或第三方平台拓业务、降成本、谋发展。其中，尽管有部分企业是被政府“引进”电子商务应用队伍的，但通过一段时间的使用，电子商务的巨大益处使企业由“被动”转为主动。

在这次调查的企业中，有34%的企业拥有自己的门户网站，42%的企业加入了2家以上的第三方电子商务平台。

二、青岛外贸企业在电子商务应用中存在的问题

通过调查可以看到，多数企业对电子商务的重要作用及其带来的无限机遇有了深刻认识，有些企业已经开始积极有益的探索，但与发达国家、甚至国内先进省市相比，青岛外贸企业的电子商务应用还有很大的差距。一是多数企业应用电子商务还处于初级阶段。由于对电子商务缺乏足够的认识和认知，在已经使用这个平台的企业中，对平台的利用大多停留在品牌推广、察看动态、查找信息或业务洽谈、采购和销售上，而对电子商务应用平台的售后、物流、网上支付、融资等高端服务仅有14.8%的企业有所涉及。二是企业享受高品质的服务“代价高”。由于网上每项服务都要收取一定的费用，目前有35.2%的中小企业因资金投入不足仅可享受到询盘、报价、行业动态等有限服务，体会不到电子商务高端服务的“好处”和“魅力”。三是企业投入成本偏高。目前，青岛地区电子商务运营商遍地开花、良莠不齐，不论企业想加入哪一个电子商务平台，都须累计缴纳5-10万元的年费，且使用效果不能有效预测，投入产出比无法控制。对此，有66.3%的中小企业反映企业总体投入的费用较高。

三、发展电子商务的几点建议

青岛平台是企业零距离对接国际、国内两个市场的电子商务窗口，具有大规模、大容量、高性能、高可靠性和稳定安全的特点，为实现信息流、资金流和物流的有机融合提供了技术保障。为进一步促进电子

商务规范发展，现结合实际提出以下几点建议：

（一）进一步发挥政府的宣传、指导和引导作用。青岛平台作为山东省内第一家电子商务应用平台，开启了青岛市政府以信息化手段实现外贸稳定增长的新途径。下一步，要积极采取有效措施，广泛开展各种形式的电子商务宣传普及活动，进一步提高企业和公众对电子商务的认知水平，增强参与意识和风险防范意识。对电子商务应用效果显着的企业，要及时交流推广其发展电子商务的好经验、好做法。对电子商务领域出现的不法企业和行为，要依法及时予以取缔和曝光。同时，要重视和发挥电子商务中介组织、行业协会的作用，加强行业自律，做好信息服务和政策引导工作。

（二）进一步提升政府服务职能和服务水平。要按照商务部《关于促进电子商务规范发展的意见》，不断完善和加强商务信息的安全性和可靠性，并及时在政务网站发布包括不同行业及主要进出口国家的国际市场行情综合分析，及时提供在线交流平台。

（三）进一步加快电子商务信用体系建设。坚持政府监管、行业自律、群众监督相结合原则，进一步建立健全电子商务信用体系。要将电子商务交易双方信用信息纳入商务领域信用信息系统，逐步建立科学、合理、权威、公正的信用服务机构及电子商务信用信息资源共享机制，加快实现信用数据的动态采集、处理和交换，形成有效的企业与个人信用监督约束机制。

**第四篇：唯品会电子商务分析**

目录

一、项目背景„„„„„„„„„„„„„„„„„„1

二、电子商务现状分析„„„„„„„„„„„„„„1

（一）优势„„„„„„„„„„„„„„„„„„„„2

（二）不足„„„„„„„„„„„„„„„„„„„„3

三、电子商务策略及效果评估„„„„„„„„„„„„4

（一）策略„„„„„„„„„„„„„„„„„„„„4

（二）效果评估„„„„„„„„„„„„„„„„„„6

四、经费报价„„„„„„„„„„„„„„„„„„„7

五、参考文献„„„„„„„„„„„„„„„„„„„7

一、项目背景

唯品会成立于2025年08月，总部设在广州，旗下网站（www.feisuxs）于同年12月8日上线，是一家专门做特卖的网站。主营业务为互联网在线销售品牌折扣商品，销售产品涵盖中高端服装、鞋子、箱包、家居用品、化妆品、奢侈品等。2025年3月23日，公司在美国纽交所上市，是华南首家在美国纽交所上市的电子商务企业。

1、商业模式

“名牌折扣+限时抢购+正品保险”的创新商业模式，每天早上10点准时上12-18个新品牌，超低折扣，限时抢购。

（1）发展规模

唯品会有8000多名员工，日独立访客超过400万，注册会员数达5000万，现合作品牌超过7000家，日均订单量超过20万单。2025年净营收为6.921亿美元，比2025财年增长204.7%。2025年第一季度到第三季度净营收为10.46亿美元，净利润为2680万美元，连续四季度实现盈利。

（2）行业地位

在2025年全国商业零售100强中排名第79位，在广州商业零售100强中排名第3位。唯品会在2025年上半年中国B2C购物网站交易规模市场份额排名中名列第5。

二、电子商务现状分析

唯品会2025年成立，2025年和2025年，唯品会的销售收入分别增长了10倍和6倍，即使在迈入亿元俱乐部之后，今年一、二季度，唯品会仍然保持了250%的同比增长速度。高增长也伴随着大投入、高亏损，唯品会2025、2025和2025年经营的前三年，持续亏损，净亏损额分别为138万美元、837万美元和1亿美元，亏损扩大速度达到500%和1000%左右。

巨额亏损造成了唯品会“流血上市”的尴尬，路演遇冷、上市破发。上市首日唯品会较发行价下跌15.38%，第二个交易日继续下跌14.55%。不过，近一个月以来，唯品会股价从5美元涨至目前的7美元左右，累计涨幅近40%。在26日美股交易时段，唯品会大涨8.7%，报收7.5美元，再创上市后股价新高。

唯品会今年IPO前路演遇冷，让唯品会忍痛“割肉”调整发行价为6.5美元，较之前宣布的8.5-10.5美元的定价区间下限还下调了23.5%。IPO后，唯品会总股本达4873.87万个ADS(美国存托股票)，按6.5美元/ADS计算，唯品会上市时获得的估值约为3.17亿美元。2025年以预期销售额5亿美元算，毛利维持20%的话，毛利额为1亿美金，而3.17亿美元的估值约为1亿美元毛利额的3倍。若根据原来的定价区间，其估值应该在4亿—5亿多美元之间。

最终，唯品会于2025年3月23日登陆纽交所，融资7264万美元;高盛、德意志银行为主承销商;是今年中国第一支在美国市场上市的中国概念股。

8月，唯品会公布的今年Q2财报飘红，净营收1.353亿美元，比去年同期增长233.5%，毛利率扩大至21.8%，归属于普通股股东的净亏损由去年同期1950万美元，收窄至580万美元，亏损率下降到4.27%，剔除股权激励以后的亏损率进一步缩减到2.84%，逼近盈利。以此趋势，唯品会极可能在Q3实现扭亏，而成为极具代表性的扭亏上市B2C电商。包括高盛、德意志银行在内的多家投行分析师此前均给予唯品会“买入”或“跑赢大市”评级。

（一）优势：

1、唯品会的顾客忠诚度和黏性极高。

2、通过对比，唯品会的月均有效浏览时长高于苏宁易购、易迅、库巴等，这说明消费者对唯品会名品折扣模式的青睐。

3、在2025年上半年，中国十大独立B2C电子商务网站中，唯品会的服装服饰类别网站各大网站中排名第二。

4、唯品会是中国最先上市的名品电商，先发是唯品会的最大优势，意味着在成本较低时首先积累到海量用户和品牌 知名度。

5、在国内较早实行限时购买，激发用户的购买欲望。

6、新品预告、预购统计等功能，新品预告抓住用户的心理关注焦点；预购统计提前了解了用户需求，并有助于增强与品牌商的谈判筹码。

7、就网站来说，页面简洁、清晰、没有复杂的搜索，求简单：美观、吸引人，极易激起购买欲望；

8、产品不在多，聚焦精准，只卖名品，打造折扣网的特色，是最大的名牌集中营；

9、名牌正品保证，售后好，价格折扣，最大的折扣也就是其折扣价格，低至一折，最优惠的名牌折扣价；

10、支付方式多样，支持：网银、信用卡、支付宝、财付通、移动手机、代币卷、礼品卡、也支持货到付款，当然也有自己特色支付方式-唯品钱包，可以获得1.5倍积分—目前最健全的在线支付系统。

11、凭借其独特的商业模式—名牌折扣加限时抢购，获得消费者的信赖，树立品牌信用，扩大品牌影响力，并对不同客户进行品牌特卖，增强网站会员凝聚力；而支撑唯品会发展的就是以这种低折扣为优势，以抢购体验为特征的“闪购模式”。

12、有专业拍摄及制作团队，由专业资源人员把关，用过富有表现力的商品图片，充分展示名牌商品的品牌意蕴及其特点。

13、具有较强的营销及运营能力，从不少细节可以佐证，列如创始人兼CEO洪晓波具有海外背景和资深贸易经验及人脉，有成功创业经验，团队背景互补。

（二）不足

1、奢侈品网站的某些促销活动会引起品牌商的不满，他们有可能会通过法律、商业与管理手段控制或干预这些事情；

2、名品作为特殊商品，在物流配送方面有更高的要求，唯品会目前采用第三方物流进行配送。这样在商品包装—出货—送至客户等环节很难自己控制盒掌握，因此，商品在运输途中出现问题的概率也大大提高；

3、网站客服主动性太差，只有节日才会免邮费，品牌不全，只有少量的几个牌子；

比如拿不到品牌商的正规授权，假货盛行、运营成本过高、奢侈品与电商廉价快速相背离等。

唯品会应将“会员制+奢侈品+限时折扣”的名品限时折扣模式照搬到中国来之后，同样遭遇了奢侈品电商的发展瓶颈，授权、假货、货源存量不足等问题，于是，唯品会逐步将眼光从“一线奢侈品牌”转向“二三线奢侈品牌”，通过大量代销国内的二三线品牌商库存，使运营情况有所好转。

3、唯品会模式转型

名品市场实际意义上是卖方市场，对于经营商家而言，往往同一件产品库存不足5个，这会严重降低渠道商的周转速度和规模。所以唯品会后期对货源进行了拓宽。先是淡化了原先“一线奢侈品”网站概念，转型定位为 “名品时尚折扣”，并引入垂直B2C电商入驻，品牌向二三线扩展，价格逐渐亲民。这一系列调整让其看到了扭亏为盈的希望。

基于此前的经营困境，唯品会应将供应链的核心转为“国内二三线品牌”，其本质是这些品牌的“库存周转仓”。这种清库存模式会极大降低了唯品会的现金流消耗，甚至可以采用代销模式完全不占用现金流。

唯品会调整货品结构，引进更多高毛利的非知名品牌，从经营奢侈品向二三线品牌扩展的决策非常明智。首先电商网站经营奢侈品的困境很多，单依靠买手模式不足以撑起奢侈品电商的发展。另外，“名品尾货模式”的商品多是过季款，以超低折扣价格购买奢侈品的消费者并非真正的奢侈品消费群体，这部分消费群体希望在唯品会类网站上淘便宜，购买一些奢侈品品牌的过季折扣商品满足内心的虚荣。但这部分消费者的消费能力可以较轻松的适应二三线品牌商品折扣价格。

4、解决资源问题

实际上这是一个非常难解决的问题，对于整个电商（名品）这一块。要想解决这个问题，必须要赢得生产商的信赖，然而对于商界都是非常困难的个人觉得必须在顾客中建立长久的信誉度，从而引起奢侈品商的青睐，最好成为代理商或者直销商。多渠道融合商品，降低进货价格。

6、网站点击率更加，浏览唯品会网站的客户相对于前大大增加。

总之，以上的策略都是为了使唯品会能够在激烈的市场竞争中取得胜利，成为具有竞争力的网络销售巨头。

四、经费报价

对于自建物流方面，目前超过11万平方米的仓储均为租用，市场行情是：每天每平方米的价格为0.8-0.9元之间。自建的成本为1700-2025元/平方米，加上约500元/平方米的土地费用（以20万元/亩的地价为例），合计成本为2200-2500元/平方米。

五、参考文献

（一）出处：百度文库

文章名：《唯品会运营现状分析报告》

作者：王利阳唯品会运营现状分析报告唯品会运营现状分析报告

（二）出处：百度文库

文章名《唯品会电子商务案例分析》 作者：游天孝

**第五篇：青岛腾飞印刷有限公司**

青岛腾飞印刷有限公司是一家集生产、加工和批发知名品牌办公用品、商业表格印刷和彩色印刷为一体的综合性一条龙服务公司。公司主要批发及企业配送各种知名品牌的办公用纸、办公文具、办公生活用品、礼品订制及专业印刷各类高档的商业表格、银行ATM机卷纸、POS机帐单纸、彩色画册、彩色商函帐单，擅长加工订做企业优质电脑打印纸、收银纸、传真纸，盒装面巾纸等。卓越的服务理念：高速运转的现代企业对文件、文本的制作、印刷、装订、归档等要求，已不仅仅是牢固和美观，更需要个性化和速度。为解决这一问题，腾飞印刷新进了高速的进口彩色、黑白数码印刷设备各2台，不但为终端用户提供优质服务，并为用户和销售伙伴带来了显著的效益。

优质产品代理：腾飞享有国内综合文具第一家A股上市企业齐心办公文具产品的青岛代理权，旗舰系列、金太阳系列复印打印纸的特约经销，其超群的产品品质、丰富充足的货源、雄厚的技术力量支持，不仅能够为用户提供优惠的价格，而且更注重产品品质的承诺及优质的售前售后服务。

腾飞印刷服务宗旨：“办公助手永远朋友！”我们以政府机关、大中型企事业单位、银行、学校、医院、部队等终端用户为会员，以全新的服务理念作承诺，用质优价廉的商品为广大会员提供最专业的服务。

腾飞印刷服务理念：“你工作我服务”！根据会员的需要，我们会为您设计产品价格结构和常购物品清单；客户订单可以通过Email、电话或传真等方面解决；送货单及账单通过ERP软件完成。我们会不定期为会员提供产品销售目录，使会员采购工作简单化、直观化，并最大程度满足个性化需求。“客户就是朋友”，欢迎各位客户朋友随时监督我们的工作，监督投诉电话：82819377。公司网站：。

青岛腾飞印刷有限公司愿意与中外企业进行多种形式的合作，以谋求共同的发展！

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！