



买or不买,

朋友圈里的生意还好做吗?

□本报记者 王路曼 闵丹 陈曦 盛丽

【卖家】

关税和汇率直接影响海外代购微商的收入

“刚开始,就觉得我这种粗放式的经营肯定会被淘汰,还好我本来就只当业余兼职来做,所以感觉也还好!”李女士是一位海外代购的“微商”,主要经营日本、澳洲本土销售的商品,她的朋友在当地采购后再集中寄给国内的她,由她统一发货。

她告诉记者,其实自己非常不专业,对比一些有“上线”的微商,每天只需“刷屏”,销售中比较费时费力的“买货、订货、发货”一系列流程有人代办,她的代购模式显得“又琐碎又不挣钱”,不到半年已经萌生退意。

原来,去年年底,她发现朋友圈不少朋友发出代购需求,请有澳洲本地的朋友代购奶粉和保

健品,李女士的“发小”在澳洲定居,她联系朋友给几位朋友圈有需求的人帮忙代购,算是开始了朋友圈代购的开端。之后春节期间,大量国人赴日抢购“马桶盖”被媒体大量报道,李女士有家人在日本留学,其丈夫也在日企经常出差,自认为对这两个国家的产品有一定了解的她,正式开始了朋友圈的海外代购经营。

“当时,人民币兑换日元和澳币都很有优势,所以觉得挣点零花钱还不错,开始后,却发现并没那么容易,海关清关程序和汇率变化都对利润有很大影响。”李女士介绍,自己正式开始做代购是春节期间,澳洲保健品、日本的护肤品、保温杯和酵素等产品都受到了朋友们的欢迎,当时

的收入还比较可观,甚至能和自己本职的工资看齐。

但之后,因为海关的抽检严格,不仅到货的周期拖长,还经常会被收取税费,对于她这种本来利润就不高的微商来说打击很大。“有时候不仅赚不到钱,倒贴的时候都有。”

此外,由于不少海外代购都转为代理模式,精简了流程,她这种“一手包办”型在价格和时间上都拼不过专业微商,没有了竞争力。还有大量售后需要处理,“比如有的商品,有时候对方订了之后又不想要了,我会再转出或者自己留下。”有时候,还要查询快递的状态,实在很琐碎,这让已经有本职工作的李女士今年7月就不想干了。

做圈子里的生意更要讲诚信

“我的微信朋友圈里最早卖面膜,做代购的那些朋友现在都不做了。我没问过他们为什么,但是我自己坚信,做事情不能轻言放弃。”在微信上销售琥珀、蜜蜡以及各种紫檀手串的“果丹皮”如是说。

“果丹皮”今年29岁,有着稳定的工作,用他的话说,开始在微信朋友圈做生意“纯属巧合”。“果丹皮”有一位朋友,本身做文物修复工作,对文玩比较懂行,而且有家人在波兰,能找到比较好的琥珀、蜜蜡的货源。于是,想找朋友合伙做这方面的生意。

“可能朋友觉得我人比较实在踏实,就找我合作。因为资金有限,最初,我们就是在微信朋

友圈里发文玩饰品和手串的图片,看到的朋友如果感兴趣,就会咨询购买。后来很多人说图片不直观,更希望能先看实物。正巧,我有一位朋友开了一个很大的金饰店,就免费给了我们两个柜台。所以,现在,我们是线上线下一起运作。”“果丹皮”介绍说。

“之前,我们通过朋友圈出售的商品没有在实体店多,没想到,去年,我因为组织了一次捐款活动,认识了很多新朋友,连带我在朋友圈的出货量也上来了。”“果丹皮”告诉记者,去年,他认识的一个孩子不幸得了白血病,他在自己捐款之余,也在朋友圈发起了捐款活动,希望朋友们都能帮帮那个孩子。消息

一传十,十传百,很多朋友的朋友也伸出了援手。那时,他每天都会收到捐款,最后竟然筹得了4万多元,最后他亲自交给了孩子的家长。过程中,无论是朋友们转账的截图,还是上门送捐款的照片,他都及时在朋友圈里进行了公布。

“我觉得在朋友圈里做生意,首先就是信任,只有朋友们信任,才会买你的东西。如何得到这些信任,平时的为人处事肯定是一方面,另外一方面,你卖的货必须是真货,而且不能两天打鱼三天晒网,今天卖这明天卖那。朋友圈的生意是不好做,可我始终认为,做一件事最少坚持10年,才会知道结果。”“果丹皮”说。

【建议】

“杀熟”绝对是短视行为

在调查中,不少人提到朋友圈“杀熟”的现象越来越多。“其实,你在微信朋友圈中,购

“微商”也需要第三方监管

而对于微商营销中存在的弊端,主要是现在还没有有关的监管措施。“不能低估,微信生态圈有它的优势,但又出现这么多弊端,所以建议国家有关部门进

买就是冲着熟人的,所以诚信是首位。买贵了或者买到伪劣产品,很容易伤了朋友之间的感

行规范。”职工李慧说。

对于目前假货充斥朋友圈,破坏了行业口碑,降低了消费者的信任度,波及规范经营的从业者。电商李女士建议,微商的长

情。”王舟说,“在微信朋友圈做生意主要还是靠人脉,诚信是发展人脉的根本。”

远发展,有赖于建立起良性的市场规范。如果可以提高微商交易平台的准入门槛,对商家进行资质认证,建立起第三方支付和信用评价体系,以减少交易风险。

【买家】

朋友圈变生意圈让人反感

化妆品、书包、日用品……现在不少人发现,本承担着沟通交流作用的微信,似乎正在变味,成为人们网购的“战场”。

职员小李的微信群里人员不算多,大多是她的同事和同学。本以为这样的朋友圈主要会用来聊天,但不久前,她却发现,不少人在闲聊的时候,会突然说起正在代理某些品牌的商品。这样的对话,让小李有些不能接受。

“总觉着有些别扭,大家都是同事和同学,你不理他,不合适。你买他的商品,万一出点儿问题,或者说发现价格偏高,你又不不好意思说什么。这变了味的

朋友圈,真是惹人恼。”小李说。

在调查中,记者采访十几位市民关于“怎么看朋友圈变生意圈”的话题,不少受访者回答还是不要将生意做到朋友圈里,以免影响正常的人际交往。

“在微信朋友圈里卖东西,是个时尚。有的人纯粹为赚钱,有的人是兼职代购。”职工王先生说,“朋友圈看到过有人将产品贴到群里介绍。但多数是建议,不是一味的推销。这样的人还比较容易接受。微信的重要功能是社交,不是做生意。偶尔推销可以,但是不停发广告,会让人反感。”

维权问题碍于面子难破解

除了在微信朋友圈不断出现的商品广告让人头疼,还有不少人提到,朋友圈变成生意圈,倘若发生纠纷,买家维权存在困难。

“我感觉微信生意圈中,还存在缺少诚信的问题,有的商品是假冒伪劣产品。”职工任先生说,“我的老婆看到一款护肤品,说是她的同事代购的,是国外的正品。但是买回来发现是假货,但是碍于朋友的面子,也不好说什么。”

有业内人士透露,很多微商在营销过程中长期存在产品质量、制假售假、售后维权难等问题,导致微商被认为是无情的“杀熟”行为。

而微商之前的竞争,既给消费者带来了许多侵权隐患,又让

朋友圈里出现了不和谐的气氛。“因为有网友比较喜欢日本药妆,我就在朋友圈发了几张日本本土销售的面膜图片和广告,也让一些对微商心生芥蒂的朋友屏蔽,心里也会有些别扭。”微商李女士介绍,最初朋友圈生意就是各种三无“面膜”的集散地,自己曾经也很反感,没想到,如今她也会遭遇因为介绍的品牌不被认知所产生的“误解”。

采访中,从事法律工作的周先生则表示,朋友圈之所以会发展为生意圈,主要是建立在社交基础上。“朋友圈中的人大多是平时常常联系的人,所以存在信任感。在微信下单、付款是买家和卖家对接完成,也没有退货流程,一旦出现问题,买方权益难以得到保障。”

以人脉为基础的生意也有长处

虽然朋友圈里做熟人生意、刷屏行为被吐槽,但同样也有表示支持的市民。身为白领一族的李小姐平时工作比较忙,一般的购物都会在网上进行,“朋友圈里都是认识的人,对于他们所售的产品基本可以信赖,变成生意圈,也是为彼此提供方便。”李小姐说,她特别喜欢朋友海外代购,“一方面价

格的确比国内便宜,另一方面,朋友海外出游带点东西回来,也可以增进彼此交流,毕竟志同道合嘛。”

同样有此观点的还有电商李女士,她认为,既然有朋友圈经营的模式存在,说明市场还是有需求的,毕竟“熟人”推荐的模式,有信赖的成分在,是相对高效的营销方式。