



商家寻商机盯上“朋友圈”

微信商店，谁来监管？

□晚报记者 金月全 文/图

两年前，许多人每天早上起来的第一件事是刷微博，现在，这个习惯换成了刷微信。

“亲们，虾蟹全部到货，蟹少得可怜，这是要断货的节奏吗？喜欢蟹的亲抓紧了，这次蟹虽少，但是质量特好。”眼下，微信除了聊天、发布心情状态，还成了商品展示平台。记者发现，越来越多的微友成为微信商店的卖家和买家。

如今，在网络世界，微信商店以其独特的经营模式，倍受微友青睐。周口的微友们也早已hold不住了，纷纷涉足微信商店，其中不乏公司、医院、培训机构、个体户，他们有的是为了推广公司业务，有的是为了赚钱，有的就是图个乐……微信商店风靡的同时也引来诸多疑问——“朋友圈”营销，是便民还是扰民？微信商店交易主要靠信任契约来维系买卖，当交易出现问题时，如何维权？谁来监管？

微信平台成了“卖场”

“这是我们影楼的微信账号，你用手机扫一下二维码就行了，店里的各种活动信息每天都会更新。”记者从周口市区一家婚纱影楼了解到，去年开始，该影楼就推出了微信公众号，目前关注的微友达上千人。

记者了解到，目前在微博、微信朋友圈内做营销的餐饮店也很多。“店里的新品菜，只要关注我们的微博平台就可以看到了，顾客可以发微信订餐，我们有专人送外卖。”市区一家快餐店的负责人说。

一年前，许多人每天早上起来的第一件事是刷微博，现在，这个习惯换成了刷微信。记者了解到，有不少开网店的人在微信中发现了宣传的好机会，他们在朋友圈中发布“文配图”的销售信息，吸引订单。

在育新路经营儿童服装的小张，之前一直在淘宝、微博上发布店铺的商品信息。半年前，她开始用“文配图”的形式把销售信息发布在微信朋友圈中，“还有朋友把我们的销售信息转发到自己的微信朋友圈里，帮助宣传。没想到，有时短短两三天时间里，我就能接到5张订单。”小张告诉记者，“现在，我几乎每天都会在微信上发布销售信息，我的客户可以随时在微信上找到我。”

和小张一样，市区很多销售公司、医院、培训机构和个体户在开实体店的同时，把小店“搬”进了微信，进行多渠道销售，他们中不少人认为“即使不赚钱，也能赚个吆喝”。

一年多前，市民田女士开始通过微信朋友圈做销售。现在，做服装、女鞋生意的她每月可接到上万元的订单，收入两千元左右。田女士表示，与完全公开的微博相比，微信朋友圈相对私密，所有信息都是在朋友之间“流通”，人群针对性较强，诚信基础也更为牢靠。

某微信商店的王女士介绍，一般在微信上的买家95%都是熟人，每件商品赚上二三十元，生意好的时候每天都能售出5件至8件商品。不过，微信商店没有相对的实体店，也几乎不囤货，大部分都是卖家收到订单后，再与厂家联系发货，经营成本相当低。

业内人士表示，微信商店这种营销方式主要起到一个广告作用，但能否叫好又叫座还不好说。作为线下商店，用“微营销”经营的同时，关键是要做出特色。此外，越来越多的行业开始加入微信，微信的实时互动也改变了营销的格局。比如酒店，可以根据文字输入、地标定位甚至图片定位开发周边酒店的推荐列表；比如租车行业，可以进行取车点定位、附近空车信息反馈。

“朋友圈”营销，是扰民还是便民

“外送出发，没订餐的亲要抓紧了，辣子鸡最后两份，冷吃兔特价100元最后两份，虾+蟹套餐290元还剩4份。”

“短款发货了，但是材质不一样，因为要这种材质才好看噢，加宽了肩部，要的抓紧！”

“爆款，2014年特流行平底鞋，质量是看得到的好，怎么搭配怎么好看，怎么穿都美！”

“4月1日起，刷某银行信用卡看电影，可享受5折优惠！”

……

点开微信朋友圈，微友发布

的销售信息让人应接不暇。

谈起微信商店，在市区一家投资担保公司上班的赵女士对记者说：“说实话，我觉得有一点烦。我们以前在微信朋友圈里分享的是心情或者好文章。自从一个朋友开始在微信上卖小饰品，微信朋友圈里全是她的商品图片，这样的广告真让人心烦。但碍于情面，我有时不得不应她的要求帮忙点赞。实际上，我都想把她屏蔽了。其实我不喜欢找熟人买东西，一来东西贵了不好讲价，二来有时随便问问，结果

朋友一个劲儿热情推荐，不买都不好意思，只好违心花钱。”

28岁的小胡是西华人，大学毕业后从事网络团购工作，对微信商店这一新鲜事物欣然接受。“微信圈里的朋友有时会发布很多的国外代购商品，价格比国内专柜的便宜多了。”小胡说，“偶尔，我会把多买的或者不适合的东西低价转让，信息就发布在微信朋友圈里，如果有朋友正好想要，就能帮朋友省钱，自己也省心。”

“图片交易”可能引发纠纷

记者发现，目前，微信交易都是买家通过微信图片挑中货品，接着付款给卖家，卖家通知厂家直接发货到买家手中。整个过程中，买家都看不到实物，看到的只是一幅幅让人心动的图片。而且因为大部分客户是熟人，双方在交易时也只有口头约定，这样一来，就有可能出现卖家拿到钱之后“跑路”的情况，也可能出现买家拒绝收货要求退货的麻烦事。

项城市民张女士是一位资深微信商店店主，她曾经就遇到过，一位买家（同时也是朋友）对到手

的货品不满意，并坚持退货，可远在深圳的厂家给张女士的出货条件就是“只换不退”，最终，张女士只好自己留下货。

不久前，周口师范学院教育科学学院的小李在朋友微信圈看到一则卖手机的信息。价格低廉、外观又时尚的手机让小李很心动。意外的是，通过银行转账支付999元货款后，小李收到的却是一款翻新机。等到小李要求退货时，才发现这则消息是朋友转发的，卖家也早已失去联系。

不过，记者采访多名在微信商店买过商品的顾客，他们大多

表示很信任店主。当被问“如果交易中发生不愉快的事情该如何处理”时，他们表示，会先跟店主沟通，如果不能达成一致，那双方的友情和信任度会大打折扣。

经常在微信商店购物的市民杜先生认为，选择微信商店购物，就应该预料到可能存在的风险，一旦出现问题，买家也应承担部分责任。

资深人士则认为，跟电商一样，作为新兴的购物平台，微信交易最终也需要规范、管理、升级。

微信商店，谁来监管？

微信上开店程序简单，无须实名认证，也没有租金、推广佣金等运营成本，这些优势为一些本想在淘宝、京东等电商平台上开设店铺，但碍于条件苛刻无法实现梦想的网民提供了一个新的交易平台。

据了解，经营微信朋友圈的模式大概是，每天在微信上发布商品信息，付款方式可到实体店

内购买，也可在网上交易。没有评价机制、没有信用担保、没有第三方交易平台，微信店的交易模式完全基于买家对店主的信任。

记者从“腾讯微信官方客服”了解到，目前微信支付功能虽已开通，但并不支持微信朋友圈购买功能。腾讯公司对于微信朋友圈内私人营销账号引发的

安全风险，只能以机器过滤、安全提示、用户举报等方式来防范。

河南团结律师事务所律师赵万军认为，“微信交易”虽然便捷，但也隐藏着很多法律问题，一旦发生纠纷很难维权。所以双方在交易过程中，应将一切可能发生的问题都事先做好约定，以便日后维权。