

当今中国，有超过90%的智能手机上都安装了微信，25%的微信用户每天打开微信超过30次，55.2%的微信用户每天打开微信超过10次，每月活跃用户达到5.49亿，用户覆盖200多个国家，微信支付用户达到了4亿左右，直接带动的生活消费规模已达到110亿元。

可以说，微信已不再仅仅是一部手机应用，现在已经成了我们生活中不可或缺的工具。微信是时下最受网民欢迎的软件之一，它除了具备即时通信、游戏、生活服务等功能外，同时也带动了一股微商热潮。虽然迄今为止仍然没有人对微商做出一个明晰的定义，但它的火热程度却有增无减。但同时，经过央视报道之后，传说中的微商致富神话被一一戳破。人们到底该如何看待微商？



致富神话已戳破 你如何看待微商

个体微商：在压力中求生存

尽管已经成为微商两年多了，但每当有人问起陈小姐的职业，她仍然不知如何回答。她说，街坊邻居会用诧异的眼光看自己，身边的朋友对此也是不予置评，这让她感觉到代购是一个灰色职业，做微商虽然付出并不比其他行业少，却没有为自己带来相应的自豪感。

陈小姐原是一家房地产公司的行政人员，每月的收入水平属中等。后因家人长期在澳洲生活，在澳洲当地华人代购风的影响下，陈小姐也加入了这个行列，主营奶粉，兼营保健品、食品等。经过两年多的经验积累，她目前已经辞职，成为一名专职代购。

谈起此前央视曝光的微信朋友圈三无面膜之害，陈小姐不禁感慨：去年在朋友圈卖面膜的人赚钱了，但那是实实在在坑朋友的钱。她说：微商目前监管空缺，一些人趁机扰乱市场秩序。以她主营的奶粉类商品为例，由于价格竞争，有人把货品掺假销售，有人则将临期奶粉改换日期。此类不诚信的经营行为，导致公众对整个微商群体产生了质疑。这些负面影响，毁掉的不仅是微商的个人形象，甚至波及整个市场。

“虽然利润低，但我们靠产品质量赢得客户的信赖。”陈小姐经营的食品类商品，对安全的要求非常高。因此，她向买家推荐的都是经过时间考验，有着良好口碑且在澳洲

当地得到公众信赖的产品。对于自己代购的奶粉和保健品，陈小姐十分自信，她说客户的回头率很高，经客户介绍来的新客户也在不断增加，这是她从事该行业的动力。

她说，微商是建立在人与人之间信任基础上的，虽然这种关系省去了客户在选择上的麻烦，但客户同时又要承担对产品本身不了解以及缺乏监管所带来的风险。因此，大多数人仍选择到实体店购买的方式或到大型电商平台上选购，这也是个体微商难以做大的原因之一。微商的人门门槛虽然低，但是想要生存发展下去，和其他行业同样处处有难题。

比如奶粉，本来在母婴社区销售是不错的渠道，但想要依托成熟的母婴社区来经营，则需要交2万元押金。而在入驻这些成熟社区后，如何快速实现与目标客户的对接，这些问题对于个体微商而言压力很大。

尽管如此，微商经营门槛低、经营模式灵活便利的特点，仍吸引着越来越多的人去尝试。

品牌微商：知名品牌进驻微商拓销售

随着互联网移动端销售额的不断增加，加上微商引发的令人瞩目的市场份额变化，吸引着传统企业及知名电商争相涉足。

据了解，今年万达、苏宁、国美等传统品

牌企业也开始试水微商。

分析人士指出，微信公众平台所产生的影响力和冲击力，使得传统企业必须想办法结合微信公众平台和互联网方式，去创造新的服务客户的模式。面对这一趋势，有业内人士高呼：快把现有业务接到微信上，否则你失去的不仅是一个机会，而是一个时代！

微商发展：社交因素是关键

前不久，央视在报道微商乱象时指出：“部分微商形似传销”，并提出了一个新名词——微传销。该报道呼吁，莫让微商带来交际“微伤”。

对许多人而言，朋友圈是分享日常生活、交流感情的社交平台，但微商尤其是个人微商的出现，却使人们在身份认同上产生了混乱，进而影响了彼此间的人际关系。试想，当你把微信好友的身份认同为亲戚或者朋友，期待获得感情上的交流时，对方却希望你建立一种以金钱交易为基础的关系，这是否会对人际关系造成伤害？

做为移动端最快速的销售渠道之一，微商已成为一种趋势。移动互联的特质是信息爆炸和人与人连接的有甄别传递，而微商首先需要建立的，正是人与人之间的信任和长期的关系。能否通过对生活品质、生活态度等社交因素的探讨，建立起与客户之间长期

信任的社交关系，也许正是未来微商成败的节点。

科技带来进步，伴随着争议与自我的完善，微商也将给我们的生活带来更多便利。

有人说微商跟传销差不多；有人说微商就是在朋友圈刷屏卖货；有人说微商是做社区生意；有人说微商就是O2O。

而在传统电商的眼中，微商还只是一只羽翼未丰的小鸟。如果说电商企业是正规部队，那么微商现在还只能算是杂牌军，缺乏评价系统，没有完善的监管机制。

从本质上而言，微商是电商的另一种表现形式，在销售渠道上更倾向于微信、微博等社交平台，同时，一些新兴垂直社区平台也在微商销售渠道中占有一席之地。(南方)

您举报我监督 维护消费者权益

IT/通信新闻监督热线

手机乱扣费
消费信息不透明
IT产品质量等问题

请拨打IT/通信新闻监督热线

13839451901
13592220023

监督邮箱: zkrbzjz@sina.com