

# 微店想挖淘宝“墙脚”？

专家表示:对淘宝尚构不成威胁



## 如何开张？

### “一键搬家”把淘宝店搬过来

来自淘宝的官方数据统计，截至2013年底，淘宝店铺有900多万卖家，其中活跃的、成熟的约有300万家。而根据国内微店平台之一的“微店网”一家的宣传资料，就号称目前已有400多万卖家在该网完成了微店注册，此外还有微店宝、口袋通、51微店等多家第三方注册平台，正在帮助无数人将店铺开进微信的平台，不断壮大着微店的队伍，大有赶超淘宝规模的趋势。

据了解，微店是从2013年下半年开始逐渐风靡微信朋友圈。只要在手机应用商店下载任意一款微店客户端程序，根据提示依次填写真实的手机号码、姓名和身份证号后，输

入店铺名称，微店账号就创建成功了，随后就可以上架自己的商品进行销售了，且销售的类目没有限制。店主只要手机在，就随时随地都能接收到微店的各种信息提示，非常便捷。而且几乎所有的微店手机应用都有一个“一键搬家”的功能，就是帮助卖家将淘宝店一键“移动”到微店中来。不少淘宝卖家表示，这个功能“很实用，很方便”，利用这个功能将淘宝店同时开进了微信朋友圈的人不在少数。

业内人士断言，此番微信支付渠道的放开，是对微店卖家的巨大“红利”，其便捷的注册和支付流程，短期内出现爆发式的用户注册量应该是可以预见的。

## 如何经营？

### 起步容易，推广难逃“朋友圈”

微店最便捷之处在于初期的推广是在微信上做朋友圈的生意，所以一开始很容易成交，但想走出自己的朋友圈去进一步推广做大，难度却不小。“微信朋友圈市场太小，开店做生意和网友在微店上购物的气候还没形成，并且腾讯方面也没怎么大力推广微店。”不少微店店主向记者表示了担忧。

市民赵女士曾经在淘宝开过童装店，她进一步分析了淘宝店与微店的困局。“开淘宝店成本相对高一些，如果想做出品牌，还要加入人工、竞价排名广告位等成本。但是淘宝的品牌知名度和认可度很高，规模也够大，而且交易市场已非常成熟。这些优势都是微店目前无法挑战的。但是淘宝目前也面临着经营的困局，现在开淘宝店没有好产品不但赚钱难，想让买家进入店铺看一眼都难。”赵女士觉得微店通过朋友圈来做生意，就直接简单得多。开店流程简单，推广费用低，朋友圈就是天然资源，加入微店里的“微店联盟”，各商家间互相推广也是免费的。“分成推广”虽然要花钱，但佣金比例最低只有1%。另外，微信上的商机才刚开始涌现，做生意有时抢占

先机也很重要。不过她承认，微店的劣势也很明显，暂时看不到微店能做大生意的苗头，仅是适合特色食品、小玩意的销售。腾讯对其推广力度不大，知名度和认知度不够，影响做生意的人气。

记者在百度微店贴吧看到，网友们交流的话题全部都是微店的推广方法和经验。记者加入的多个微店QQ群，群友们的交流也高度集中于各自微店的互相推荐。记者感受到微店店主们正在被店铺推广的瓶颈折磨着，每个人都期望自己的微店走出自己的朋友圈，走进更多不相识的人的朋友圈，从而达到交易量的上升，实现这种低门槛创业的盈利。

在采访中，记者也发现，目前微店所困惑的诸多问题都是参照淘宝的制度和流程。业内人士感慨：淘宝平台通过多年的经营，已经培养了中国数亿网民的购物习惯，想改变这种根深蒂固的习惯，对微信平台是个极大的挑战，除非能有更加创新便捷的方式，更加安全的支付体验培养微信用户新的“购物习惯”，这对微信平台来讲也是一道难以逾越的坎。

## 如何维权？

### 交易规则尚不完善，维权有点难

不可否认，微店是一种门槛很低的创业方式，微店的诚信没有任何监管，只靠道德约束，难免会被无良商家利用，此外支付也是一个最不安全的因素。在微店购物如果遇到购物欺诈，应该如何维权呢？

“微店发生购物纠纷，想追究微信方的责任是很难的。”中国互联网协会信用评价中心法律顾问、知名IT与知识产权律师赵占领说：微信与淘宝相比，交易规则尚不完善，在网络购物领域对交易纠纷涉及很浅。淘宝自身已经建立起一套售后服务保障制度，如果在淘宝店交易过程中出现纠纷，与卖家协商仍然无法解决的，买家可以通过发起维权来申请

淘宝客服介入处理。但是微信只是提供了一个交易平台，它自身并不涉及买卖双方的交易。而且它对自愿加入微信平台上交易的双方也没有关于处理购物纠纷的承诺和约定，因此单独追究其责任并无法律依据。目前的微信更多的是一个信息发布平台和支付平台，想保障自己的权益，消费者在支付的时候应该选择安全的支付方式，如果觉得不够安全，可以放弃交易。但是根据新消法中关于网络购物的相关规定，假如消费者买到假货，或者卖家恶意不发货，消费者有权要求微信平台提供卖家的真实信息和联系方式，如果微信平台不提供，消费者则可以向其追责。

3月4日晚间，腾讯宣布微信支付全面开放。通俗地说，就是微信把自己的支付系统向商户开放，所有商户都能在微信上开店做买卖了，这无疑是在微信平台上又开了一个“淘宝”，针对性不言而喻。记者了解到，微信用户已超6亿人，微信入口俨然是移动互联网时代最大的入口。巨大的人气和客流，对开微店的各类商户而言是无法抗拒的诱惑。腾讯和阿里相互出招挖“墙脚”，展开一场对互联网消费市场主导权的捉对厮杀。专家表示，依托在微信上的微店虽然很火，但目前实力对淘宝尚构不成威胁。

现代快报记者 吕珂

## 采访后记

### 微店VS淘宝店 差距不是一点点

网友小狮子的微店和淘宝店2月28日同时开张，主营进口母婴用品等。两店开业半个月，淘宝店的成交量是190笔，而微店只有2笔。虽然两个店大多都是依靠朋友捧场，但是她坦言，微信和淘宝相比差别还是太悬殊了。

小狮子认为，首先，微店的商品展示功能太简单，通常只有一张照片展示商品，而淘宝则可以“360度无死角”地展示上架商品，给买家形成非常具体、直观的视觉感受。其次，微店的推广范围很有限，只限于自己的朋友圈。而在淘宝页面，只要输入卖家店铺或者商品的关键词，就能很快找到卖家。第三，也是最要命的，微店的支付功能存在很大安全隐患，买家没有可以信赖的第三方平台保证，就直接付款给卖家，而卖家无论是否发货都能在两三天后收到这笔货款，这样相

当于买家付款是在毫无保护的状态下“裸奔”。此外卖家无法更改价格，想“包邮”也不行。微信目前尚无评价系统，买家购买时没有可以参考的信息，这些都成为微店经营的“硬伤”。

“目前我还是看好淘宝，大家也都觉得淘宝更好用。微店也会继续开着，有买家咨询我也会积极回答，但是我会问问买家有没有淘宝账号，如果买家方便，会让对方去淘宝的页面里看商品的详情和图片介绍。”尽管如此，小狮子依然不会放弃微店的经营，她表示，买家在两个店都可以下单，不过更倾向于淘宝，毕竟付款有担保平台，对买家的权益是一份保障。