

社交化电商兵临城下

阿里向左 微信向右

微信攻势猛烈

在微信之前,腾讯电商的梦想一直惴惴不安,无论是早先的拍拍网、QQ网购,还是后来的QQ商城,腾讯电商一直停留在涅槃初期。即便是拿下3C领域的猛将易迅网,注资包括珂兰钻石、好乐买、高朋等诸多的电商企业,腾讯电商所展示的气魄仍旧不足,至少现阶段还没有直接叫板阿里的苗头。

不过,微信改变了这一切,至少改变了想象的空间,把偏安一隅的商品网购竞争范围一下子扩展到了包含商品、本地服务、金融等种种线上线下交易行为的泛电子商务领域。

由于微信的社交工具属性以及阿里是产品向社交层面延展的触角,本来风马牛不相及的两家企业,在社交电商的大潮下正面开战。

事实上,相对于阿里巴巴近些年不间断的尝试,微信挺进社交电商更像一种突变。甚至在微信5.0之前,外界还只徜徉在自媒体等内容属性更强的媒体平台层面。“王牌产品驱动生态,是腾讯的天然优势,之前QQ进入游戏、进入门户概莫如此,微信也是这样。”有行业观察家这样判断微信的社交电商初衷。

作为一款社交工具,微信在资源层面的“众包”(指企业不自己生产,而交给开放的社会个体资源,比“外包”更为分散)优势,让其一上马便咄咄逼人。这一层面的王牌功能就是公众账号:企业可以有两个选择,要么专门运营微信销售通路,要么直接在公众账号上腾挪已有的资源。后者曾因微信营销账号的风生水起而备受关注,淘宝客就是其中的主推力量。他们把淘宝、京东等平台上已有的商品信息通过Web形式分发给微信用户,微信无疑能快速成长为淘宝、京东的流量入口。

出于各自的打算,微信和阿里双双封杀了淘宝客的微信营销号。有人认为,互相封杀是种赌气和报复;但多数分析家则认为,源自两者都想营造“销售闭环”的私心,至少都不愿意形成美丽说、蘑菇街对于淘宝的强依赖性——用户从微信进,购买环节却由阿里掌控。

如果说被封杀的淘宝客微信账号是第三方行为,且是微信的“被动进攻”模式的话,那么打通微信支付则是微信有意在开拓封闭化社交电商路径,目的就是让企业专门搭建微信销售通路变得更为容易。目前试水的企业包括高朋、麦当劳等,其公众账号不仅承担着与用户沟通的作用,同时还在强力拓展其销售模块。

不仅如此,作为实践移动购物和支付重要创新的“扫码支付”,被微信不遗余力地推向了台前,虽然现阶段还需要跳转至商家官方页面才能完成购买,但完成微信支付对接可能只是“最后一公里”的距离。

有意思的是,微信支付尚未上线就已经透露了对用户个人理财业务的兴趣,包括转账、缴费甚至快速跟进“余额宝”类移动金融业务。

“历史证明,阿里屏蔽百度是正确的。”在接二连三曝出微信与阿里巴巴的争斗后,凡客副总裁许晓辉这样判断。而在“报复”、“恐惧”、“封闭”或者“开放”等敏感词语的背后,至少能肯定的是,无论谁与谁结为社交化电商联盟,腾讯微信和阿里巴巴只会渐行渐远。



阿里攻守兼备

作为直接的竞争对手,阿里与微信的关系近期最被人关心的还是种种封杀传闻。

支付宝毫不避讳地跳出来指责微信平台已经出现了30余起交易风险,即不法分子向微信用户发布含有购物信息的“钓鱼”链接,以诱惑用户点击,最终导致支付宝账户被洗空。虽然双方均只愿意承认这只是个别案例,但随后发生的互相屏蔽淘宝客微信营销号的行动,似乎表现出了一些端倪。

无独有偶,淘宝近日又宣布,将在一个月之内全面屏蔽能够指向其他网购平台的外链二维码图片。众所周知,扫码行为最密集的用户集中在微信上,由于不少淘宝店主正计划在

淘宝店显著位置推广自家的微信店面。淘宝相关负责人表示,此举是出于网络交易安全的考虑。“部分卖家通过外链二维码图片的形式绕开淘宝正常交易流程,以达到发布广告信息甚至诈骗的目的。”

攻防双方各有各的说辞,但背后竞争的火药味不言而喻。

值得注意的是,封杀微信并非淘宝牵制不可控外部入口的惟一做法。去年,马云是否说过“不愿意美丽说等上游导流网站做大”的言论,尚是一段“无头公案”。不久前,淘宝又就“是否将折800、九块邮等淘宝店外部引流平台的销量计入网店销量统计”而征求意见,这被人人自危的导流站解读为“又一次封杀”。



折800所属团800的联合创始人胡琛,甚至亲赴杭州与淘宝交流,希望淘宝慎重考虑规则变化对外部生态伙伴的影响。

逐渐撇清不可控的微信等外部入口,大力协助新浪微博等所投资的网站,这不啻为阿里攻守兼备的两步棋,既协助了新浪微博的商业化,又让阿里的社交电商布局更理直气壮。

事实上,在防守之余,阿里的进攻武器不止新浪微博,其王牌移动产品——支付宝钱包更为咄咄逼人。据了解,支付宝正计划在移动端支付宝钱包中增设“公众平台/账号”功能,并将该体系锁定为“公众服务”,面向商家开放申请,用户层面则自由添加。

支付宝公众服务账号将包含“功能模块”和“对话模块”两部分,通过界面右上角进行切换。其中,“对话模块”与微信目前的公众账号功能基本一致:推送信息以及为用户互动;功能模块则由商家根据支付宝提供的技术支持自由设置。

知情人士曾透露,“支付宝更为重视‘功能模块’,这一部分直接涉及支付等环节,是支付宝的优势。而支付宝的商业特性也决定了其公众服务账号将侧重金融类、服务聚合类以及有长期营销需求的大型品牌”。

即便计划中的支付宝移动服务布局还未来到眼前,但在阻击微信商品网购层面,除了“微博淘版”外,还有手机购物软件——“微淘”。据称,淘宝方面对“微淘”期望值颇高,今年的天猫“双11”营销或是其首度亮剑,10亿元销售额的目标也早早确定。

至少从产品层面来讲,阻击甚至围剿微信,阿里巴巴并未怯场。

(北商)

善行河南 爱心助残

龙都电器联合川汇区残联举行家电赠送仪式

本报讯 火热的骄阳挡不住慈善人士的助残爱心行动。近日,由川汇区残联主办、龙都电器商场协办的“善行河南、爱心助残”家电赠送仪式在市区大庆南路的龙都电器商场门前隆重举行。

此次活动中,长虹电器、美菱冰箱等多家电器品牌厂商向川汇区的残疾人发放了近万份的“助残优惠卡”。残疾人持身份证、残疾证、“助残优惠卡”,活动期间在指定的龙都电器商场购买专供产品,可享受300元至1000元的商家让利。

以当日的活动仪式上,一些爱心厂商现场还向部分困难残疾人捐赠了洗衣机,并负责送货上门。(记者 田松平)

