

面膜、衣物微购已经OUT了；蔬菜、家电维修都可以“微” 微商：小空间里的大生意

□ 徐睿雨 记者 丁林

不知从什么时候开始，当你打开微信朋友圈，出现在你眼前的不再只是好友发表的美食、自拍与牢骚，取而代之的是各种面膜与服装的宣传或代购标语，让你怀疑是否打开方式不对，错入了淘宝？没错，朋友圈还是朋友圈，只是它多了一样功能——微商平台。市场星报、安徽财经网记者调查发现，现如今，化妆品在微商平台已经成为过去式，更多新型的微商门类正在不断崛起！

A 手工画怎么处理？上微信卖

微商门类：手工制品

在大学毕业后一年的时间里，沈敏（化名）放弃了许多应聘的机会，因为在她心中，在微信上卖自己的手工艺品更符合自己的理想。

沈敏从小就喜爱画画，大学也选择了画画的专业。在毕业前夕，沈敏看着堆积成山的画作犯了愁，不能运回家，丢了也怪可惜的，室友告诉她可以在淘宝上卖。沈敏借鉴了室友的意见，一个星期下来，成效显著，不光在淘宝上售卖自己的画作，沈敏的室友还通过微信朋友圈，替她“叫卖”，一时间，微信上卖出去的画赶超过了淘宝，而沈敏的“主战场”也渐渐从淘宝转向微信。

毕业后，沈敏发现，在一些微商中，缺乏手工艺品的销售，毕竟手工艺品的制作不光耗时而且耗力，相对一些化妆品的营销，成效也是一般。“微信的发展等于刚刚才起步，它的前景不可估量。”沈敏说，她觉得现在大部分的人都是手机一族，而且微信的受众大部分都是年轻人，更能拉近彼此之间的距离。

沈敏在发现微商这个机遇之后，开始逐渐改变商品的模式，将画画与其他的工艺品相结合起来。在一些顾客的点醒下，沈敏开始做“私人订制”，顾客可以将自己喜欢的画作发给她，她再将画画在一些精美的碟子或者家装制品上，寄给客人。很快，纯手工制作的独一无二，吸引了很多的顾客。

沈敏希望自己的商品在未来能够更加的多元化，但是总体还是要维持手工制品的一个理念。不管是玻璃画、瓷盘画，还是家庭软装装饰画，都希望可以做出自己的特色。

B 朋友圈卖菜，“躺着都可以挣钱”

微商门类：蔬菜

沈腾（化名）今年40岁，原是省城某电子科技集团的技术顾问，但是几年前，由于身体的原因，他在妻子的强烈建议下，辞去了工作，去乡下种地。

沈腾在乡下的这几年，不仅仅种了菜，更是创立了自己的“绿色大棚根据地”和“采摘园”。一天，沈腾看见自己的儿子拿着手机刷朋友圈，不经意间看见儿子的朋友圈里，有很多的人在做代购和开店，沈腾想着自己可不可以也借助微信渠道将蔬菜给推销出去。

然而创立微信平台前期，几乎没有人关注，就在要放弃的时候，希望出现了。一个周末，一家公司的员工来到沈腾的“采摘园”聚会，几个年轻女孩在“采摘园”门外发现了沈腾为了做活动放置的宣传牌，看见上面有微信的二维码就赶紧拿出手机扫一扫，她们惊讶地发现，沈腾居然在微信上卖蔬菜，大家都笑称以后不会去菜市场买菜了，全部从沈腾这订购。原本一句貌似玩笑的话，最后却真正发展出了商机。慢慢开始有人加了关注，也有人开始订菜了。如今，沈腾这个微信上的“菜园”，已经发展的越来越壮大，一些大企业也从沈腾这订菜，同时自己的“采摘园”发展得也很好，这种线上与线下相结合的模式，沈腾获益颇多。

沈腾说，在微信平台，随时随地可以接单，不受地域的限制，自己再也不用长时间的坐在电脑前了；与此同时，每天的工作任务真的越来越轻松了，只要和买家聊聊天，发发微信就可以了，“躺着都可以赚钱”。

C 女友平台接单，男友上门维修

微商门类：家电维修

作为一名机械加工厂的工人，除了本职工作外，陈明（化名）也在微信上经营着自己的小生意。

高中毕业后，陈明就放弃了学业，找到一位老师傅学习机械焊接、维修设备。两年的学习后，陈明凭借手艺和师傅的引荐，进入一家机械加工厂。

在工厂上班期间，陈明认识了女朋友李君（化名）。李君是十足的手机控，一天，她刷朋友圈的时候，看见朋友圈中有人要加盟微店，李君动了心。几个月后，陈明看见李君和别人合伙在微信上开的代购店已经做得风生水起了，心里很不是滋味。

不甘落后的陈明突然想到，能否结合自己手艺，通过微商这个平台，在微信上开一家“上门维修家电”的微店，毕竟现在很少有人能在微信上从事家电维修的行业。不久后，陈明创办的“上门维修家

电”在微信上打出了口号。

刚刚创办微商平台的前期，几乎没有什么关注度，因为职业的小众化，让很多顾客觉得不靠谱。“现在的顾客，都希望可以在消费时，占些小便宜。”陈明说，抓住顾客的消费心理后，自己推出了许多优惠活动，比如“按距离收费”，“买十送五”……渐渐的，陈明的微商平台，有越来越多的人关注了。很多的顾客觉得，微信买服务，更加的快捷和方便，价格也便宜不少。

现在，陈明和李君“分工明确”：李君帮着陈明经营着微商平台，陈明负责上门维修家电。“男女搭配，干活不累。”陈明说，微商平台给他带来了不小的收益，很多的顾客因为陈明手艺好，待人和善，将陈明的微店推荐给了不少的朋友。

【延伸阅读】

品牌进入微商已成主流

微商平台，越来越多的品牌企业开始进驻。

位于肥东经开区一家家电企业运营总监刘经理告诉市场星报、安徽财经网记者，今年开始，公司主要的小家电产品几乎都在微商城上销售。与此同时，公司为了开拓微商平台，特意发动加盟商等构成了一个大型微商平台。

为什么要做微信商城？刘经理介绍，微信这个手段的优点就在于五年之后唯一可以与淘宝抗衡。“微信本身就是一个社交平台，和平时的通讯软件的概念是一样的，但是它可以聚集一圈人脉，比如微信中的朋友圈，可以通过朋友的关系，信任我的人所以信任我的产品，这个信任关系是有的，所以在微信商城里，对于自己的朋友来讲，自己销售的产品大家有可能也能接受，这样微信产品它就变成了一个社区化的营销品牌”。

不仅仅在合肥，目前全国范围内，品牌进入微商已成主流。2014年，韩束在微商渠道大获成功以后，中国的前十化妆品品牌迅速介入微商。进入2015年1月，美国的伊丽莎白雅顿宣布进军微商，成为首个进军微商的国外化妆品品牌；5月，消费品直销公司安利正式为直销员开通微店，携程旅行网上线“携程微商平台”；7月初，海尔微商平台正式上线，放言两周后要完成3万家微店布局。

韩束微商CEO陈育新就预言，韩束在微商渠道的成功一定能带动很多大品牌进入这个渠道：在品牌化的过程中微商比淘宝更容易杜绝假货，有助于微商生态圈的快速建立。他也分析：微商的低成本和直接与商家挂钩的销售模式降低了微商从业的门槛，使得微商能够迅速发展并触及人们生活的各个角落，品牌进入微商顺应了人口红利的优势。

而结合当前国家倡导全民创新、大众创业的时代背景，陈育新说，品牌进入微商不仅仅是为品牌自身点燃了新的生机，而且使得微商生态圈得以快速建立。相信无论是消费者还是微商都能够很快看到品牌的优势，让三无、劣质、没有质保条件的产品成为历史。

