

在争议夹缝中生存 微商出路在哪？

■ 刘明伟 报道

近两年来，微商泛滥，如雨后春笋一般，朋友们经常聚在一起讨论什么是微商，如何才能做好微商，也常常有人批判“微商”本身就是一个伪命题，讨论毫无意义。

笔者这两年有幸参与了微商始祖某品牌的创立，看着它如何一步步地壮大。现在的黄金密码护肤品牌公司业务渠道中也包含微商板块，故在护肤品微商经营之路上一直都在摸索它的规范模式。现在便以护肤品微商渠道参与者的身份背景与经验，为大家简单阐述一下这个时代人人都在谈论的“微商”市场。

何为微商

首先，对于微商本身是否为伪命题，我只能套用一句老话“存在的，即是合理的”。目前遍布中国每个角落的微商人群，每年已经能够创造几百亿的经济效益，解决了数以万计就业问题，与此同时增加了众多人群的收入，它给客户本身带来的便利性、灵活性、机动性，正在冲击着传统渠道，它是不是伪命题也就无需再去过多解释，毕竟事实胜于雄辩。

那么何为微商？目前仍然没有一个统一认知的定义。

提到微商，大多数人会顾名思义，认为就是微信上售卖货品的人群，因为微信是我国目前最主流的手机移动沟通软件，但其实微商不仅涉及微信营销，微信仅仅是微商的一个组成部分，是其中的一个媒介载体。

既然微商不只是微信，那何谓微商？

提到微商，我们要从互联网的兴起说起。众所周知，我们这一代人经历了互联网革命

的三大时代。三大时代分别为：

web1.0 时代：以新浪、搜狐、网易为代表的“资讯时代”，是一个“他们说，我们听”的时代；web2.0 时代：以猫扑、天涯、人人为代表的“社交时代”，是一个“一部分人说，我们听”的时代；web3.0 时代：以微博、微信、陌陌为代表的“碎片化沟通互动时代”，是一个“我们说，我们听，人人能够参与”乐此不疲的时代。

每一个次生互联网时代，品牌商家据其不同的时代特性转变营销策略，不难看出，品牌商家传统的粗犷式广告投放方式逐步在改变，越来越多的企业抓住了互联网时代发展带来的新的机遇与便利，WEB3.0 时代为企业提供了细分市场的无限可能，其精准定位目标客户、低成本的市场调查与舆论监督、人人参与的互动病毒传播，曲线不断攀升的商家投资回报率，呈现出一个快捷高效的营销途径。在这个时代，一个好的创意，完全可以让企业仅花费几万即能达到几十万、几百万、甚至几千万的广告效果。这种低成本、高性价比的四两拨千斤的营销手段，我们称之为“微营销”。“微营销”在滥觞之初，其主要作用是品牌的传播、推广与粉丝沉淀；随着时代发展，很快一些品牌商发现 WEB3.0 时代的互联网完全可以跳出传播渠道，成其为一个很好的产品销售通路闭环，后来，逐渐发展成了人人皆可参与的“微商”时代。

深海采矿时代已经来临？

■ 中国科学院教授 高峰

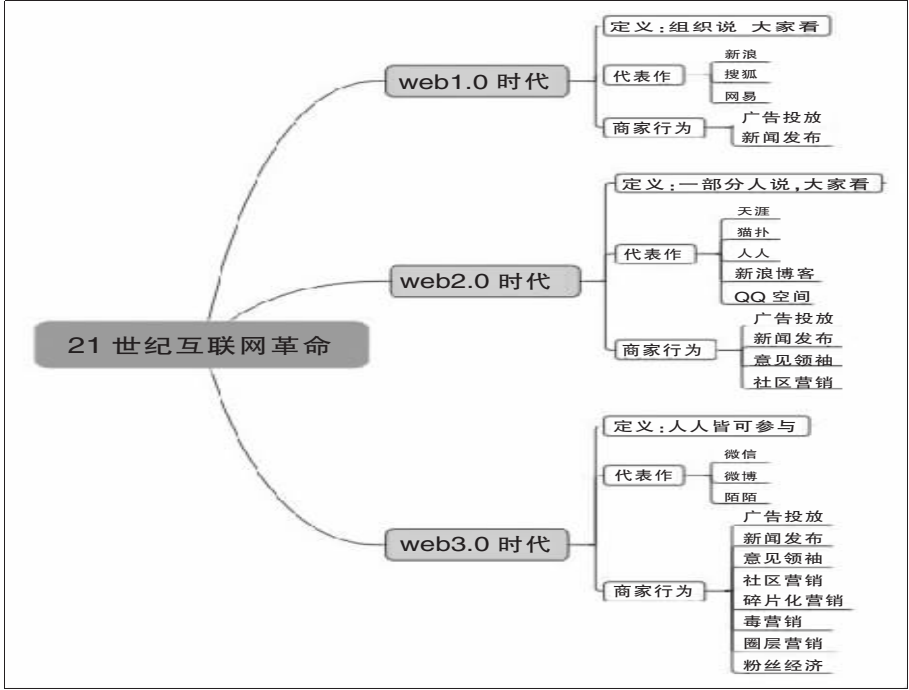
随着人类对资源的需求不断增加，陆地上的资源供给越来越乏力，一些国家和国际矿业正以极大的关注和热情瞄准深海矿产资源的开采。

新西兰矿企 TTR 日前获准在该国西海岸塔拉纳基地区开采铁矿石。这是新西兰首个海底采矿项目，也是世界上首次在海床上进行的商业金属采矿项目。这一结果预计将会激励更多公司深入深海区域开采矿产。

海底富矿超出想象

作为一个海洋国家，新西兰有一个共计 5700 万平方公里的专属经济区和扩展大陆架。该地区活跃的地质特性意味着新西兰部分专属经济区富含海底矿物，其中一个地区是克马德克火山弧。

在这个区域，地球表面的海底地壳的岩



WEB3.0 时代下的互联网，具备人人有权发布信息、建立兴趣圈层的社交化，及时沟通可阅读、可学习、整合时间效率的碎片化、以及随时随地便于支付、远程操控等智能化特点，满足了人们“我的地盘我做主”的个人精神诉求及物质诉求，同时满足了那些想增加一些收入，却因着传统渠道与电商渠道的高门槛、高成本、区域局限性而深感无门路可寻，没有时间、精力和实力的人群，这些就是微商迅猛发展的前期必要存在条件。

微商到底是什么

微商其实是以“个人”为单位的、利用 web3.0 时代所衍生的载体渠道，将传统方式与互联网相结合，不存在区域限制，且可移动性地实现销售渠道新突破的小型个体行为。

是可谓移动互联网下的 C2C 市场，其投入小、门槛低、传播范围广、足不出户便可推广与销售、只需个体行为等特点，满足了大多数有意愿自己做点生意，却不敢轻易尝试实体性创业，亦没有太多资本投入，也不熟悉企业运营的个体。

微商目前已经在市场上形成一种不可忽视的力量，2014 年的晚秋，很多国内知名品牌已经进驻微商战场。它弥补了传统市场与电商市场的渠道费等高成本、短促人员高管理要求、投入成本回收慢等问题，不仅可以快速铺开销售渠道，还可以以星星之火燎原之势，用低成本将广告铺向中国的每一个角落。

微商为何饱受争议

第一，品牌商对微商运营不了解。微商市场是一把双刃剑，尽管其具低成本、回款快等特点，但由于其门槛低、要求不高、个体行为等原因，给品牌商带来了运营管理上的难题，经常能看到某些微商为了现金流低价倾销、串货，为了利润混入假货，侵害其他微商、商

家、甚至客户的利益，随着时间的积累，很多微商及客户会对商家品牌产生质疑，导致品牌疾速死亡等现象。

第二，用法不当，刷屏不断，引人反感。微商主要的推广渠道是基于目前的微信朋友圈推广，而朋友圈是社交平台，更是一个私人圈子，大多数人上朋友圈是为了利用碎片化的时间了解朋友的最新动态，拉近朋友间的距离，看看新奇特的事物，或者利用碎片化的时间去学习与分享。发布一两次产品，大家可能会觉得新鲜，但简单粗暴地反复刷屏，则会引起朋友们的反感，进而屏蔽甚至删除其朋友圈关系。这就好比，电话是用来达成人与人之间沟通的，但很多企业却用电话营销这种手段推销产品，我本人几乎每天都会接到 3~5 个推销电话，接到这样的电话，我基本都会在 1~3 秒种之内非常不礼貌地直接挂掉电话。关于微商从业人员如何做好微商，即能拓新，又能维旧，是一个系统性的工作，我会在下一篇小结中介绍一些合理的、不让人反感的做好微商之法。

第三，大量非法暴利的三无产品混入。一方面，很多不法商家，没有资本、研发和生产实力，利用微商渠道的隐蔽性，不易监管，市场混乱等特点，生产、销售主流市场明令禁止的产品，利用效果好、价格低等噱头，不断圈钱、跑路换品牌重新圈钱；另一方面，微商从业者缺失法律法规常识，贪图效果好、利润高的产品等客观原因，也在一定程度上导致了三无产品的流入。而这些三无产品往往伪造质检文件，以明显的效果快速占有市场，而当消费者身体出现不适，媒体曝光后，却找不到生产厂商。例如“泰国童颜神器”，在媒体曝光其“扒皮膏”铅汞超标 1 万倍后，国家监管部门却找不到其生产厂家。其实，现在的非主流市场上，存在着很多这样的不良商家，只是他们大多没有被曝光，如前两周我接触的两个品牌，一个对外宣称是法国产品，香港监制；另一个号称英国伦敦出品，北京总代。从包装

硫化物资源采矿租约，计划于今年进行试开采。

此外，韩国的深海采矿财团也在汤加和斐济专属经济区内申请了矿区并进行资源勘探，计划于 2015 年进行一个年产 30 万吨规模的采矿海试。

对于今年新西兰矿企 TTR 获准的西海岸塔拉纳基海岸海底采矿区开采铁矿石的项目，估算可能高达 100 亿吨。即使只有 10% 的资源可发掘，那也将是有史以来发现最大的矿床。

其他正在考虑深水采矿的太平洋国家包括斐济、所罗门群岛、汤加和瓦努阿图，这些国家均已发放了采矿执照。南太平洋的库克群岛则计划今年稍晚以竞标方式发放海底采矿执照。在库克群岛 75 万平方公里的领海海域里，锰和钴储量丰富。

在 2012 年国际海底管理局第十八届会议上，制定深海采矿规章被作为优先事项列入 2013 年的工作计划中，并期望于 2016 年前制定（多金属）开发监管规则。而欧盟于 2013 年制定的《蓝色增长：海洋可持续发展的机遇》报告也明确提出，目前欧洲应主要集中在研发各种深海和海底特种船舶及采矿装置，为联合开采国际海底的矿产资源作好准备。

开采技术已经成熟

20 年前，大多数采矿公司都认为到海底采矿太难了。但现在有一些公司发现，去几千米的水下采矿，可能比到几千米的岩石下采矿更容易。

海上石油和天然气工业为海底采矿提供了借鉴。上世纪 40 年代中期，石油和天然气工业就开始了海上开采。如今，世界上 1/3 的石油来源于海上开采。在巴西海域，正在生产的油井深度是 1500 米；而在墨西哥湾，正在钻探 2500 米深的油井。这些技术都为海底采矿技术奠定了发展的基础。例如，从事海底采

上来看，此二者均是全英文包装，无中文标识，号称英国出品的这个品牌，在伦敦的产地是一处公寓房间；而来自法国，香港监制的产品，更是连厂家联系方式都没有。

如何辨识微商护肤品

面对如此混乱的市场，国家监管部门暂时的无奈是可以理解的，待到未来某个阶段市场成熟，监管部门将会实施整体整顿。在此，我先总结了三无产品的一些特点，也期望更多微商从业人员及终端消费者能够去分享此篇小结，去辨别三无产品、抵制三无产品，避免三无产品给自己及身边人带来危害，进而营造良好微商环境。

1. 三无产品一般不会进驻主流商场柜台，不仅因为财力所限，还有初审审、定期检的缘故；2. 三无产品一般没有实力进驻主流电商平台，如天猫、京东、唯品会、1 号店、银泰网；3. 三无产品很多都是英文包装，没有中文注解，找不到生产厂商联系方式，抑或没有标明品牌商的联系方式；4. 三无产品很多产品标注的产品成份只有十个以内，且常常出现“小分子水”、“去离子水”等高大上且现实生活中根本没有的成份来欺骗消费者。另，国家包装法明确规定，产品必须按照浓度由高到低标明全成分，这项规定也意味着若化妆品成分表中首个成分不是“水”，也基本可以辨认其为三无产品，大家看一下家中从商场买回来的产品，一看便知，其第一个成分，100%是“水”。为什么？因为这是主流市场，国家监管部门严格执法的成果；5. 三无产品往往宣称产品无铅、无汞，事实上，任何植物的成长环境中都会含有铅汞等微量元素，植物在吸取养分的同时，本身也就纳入了所有微量元素，因此在植物原液萃取的过程中，只能检验其超标或不超标，本质上是不可避免除铅汞成分的；6. 三无产品往往宣称历经多年研发，含有稀有高科技，却给不出任何研究机构及研发人员的信息；7. 三无产品往往没有雄厚的背景实力，没有听说过该出品公司或出品集团，品牌基本上都是横空出世，突然爆发。

目前的微商圈子，的确存在着很多问题，暴力刷屏、公信力弱、部分产品品质低劣的确让很多人由衷地反感，这些都将会在不久的将来逐渐规范、解决。作为饱受争议的话题，可以确定的是，微商不是伪命题，因其寄托了很多向往美好生活，受资本、资源所限没能实体创业的个体人群振奋有为的希望，也将作为一种常态存在下去。喜爱它的，会一如既往地喜爱；反感它的，可能会屏蔽或删除；需要它的，则会一直保留下去。无论你需要不需要，微商就在那里，不增不减。

（作者简介：刘明伟，“黄金密码”肌底精华护肤品牌联合创始人，CHINA HRKEY 创始人，国家人力资源服务外包研究院专家，市场战略与人力资本领域资深评论人，英国曼彻斯特城市大学 Strategic Marketing 硕士。知名媒体《世界经理人》与《创业邦》特邀专栏作者。）

矿的公司，为解决如何运送海底矿石的问题，可以使用深海型的自动采煤机器人，将矿石通过管道传送到采矿船或海上采油使用的半下潜式平台。

目前深海采矿作业最大的难题是如何克服陡峭且起伏的海床。由于上世纪七八十年代，国际上投入了 6 亿多美元用于海底锰矿开采技术的研发，深海采矿技术得到了很大发展，采用基于成熟工业技术的巨大机器人协助采矿。

加拿大的鸚鵡螺矿业公司宣布，已完成组装第一套由英国制造的采矿机械部件，用于海底采矿生产作业。这个 8 米高的机器人将用于采集海底硫化物并抽吸至海面，然后用驳船运送到 30 英里外的拉包尔港。

专家预测，深海采矿技术是未来海洋产业中的先导性行业技术，对整个海洋高新技术的潜在影响深远。

环境保护很难

与其他形式的工业生产一样，海底采矿势必会引发一些环境问题。采，还是不采，支持与反对的声音一直此起彼伏。

海底采矿对环境的影响比陆地采矿要小。海底采矿可以避免陆地采矿带来的许多问题。比如，海底采矿不存在排放酸性污水的问题，因为碱性海水可以中和酸性污水；由于硫化物沉积物就在海底，所以也无需掘洞开采而在海底留下永久性的建筑物。

有些科学家和环保人士忧心忡忡，若开始在海底采矿，可能会给脆弱的渔业和其他物种造成伤害。

显然，对于深海采矿而言，直面的重大挑战之一是实现经济增长和环境完整性的平衡。鉴于目前有关在各国领海内进行矿石开采的法律法规限制并不多，有的甚至一片空白，有专家呼吁，应尽早采取行动，通过立法保护敏感而脆弱的海底生态系统，尽量降低海底开采对环境的影响。

房地产不会崩盘 但该如何过冬呢

■ 郑楚彬

在日前一场名为“未来发展趋势”的企业家对话讨论中，万达集团董事长王健林称，他判断中国房地产不会出现崩盘，“不会出太大的问题”，原因来自三个方面，首先是中国的工业化和城镇化还在中期，离城镇化完成还有距离；其次是中国有较为真实的购房需求；最后是中国的老百姓仍有买房、买地以求“保值”的传统置业习惯。

今年以来，中国房地产市场形势急转直下，崩盘论甚嚣尘上。虽经政府放开限贷、限购政策刺激，但效果并不明显，相当部分城市的房价已经降回一年前的水平，行业由“黄金时代”进入“白银时代”已是不争的事实。

一直以来，中国地产行业都被政策所主导着，长期严重偏离市场运行规律。或者说，中国房地产业尚未真正完全市场化。在政策逐渐退出之后，中国房地产业能否经受得住经济大环境的变化，确实值得人们商榷。

笔者认为，正如王健林所言，中国地产几乎不可能出现全面崩盘，除了他所说的三个原因之外，还有一个更为重要的原因，就是政府不愿意出现崩盘现象，不仅不愿意，还会竭力救市。因为中国大部分的资产都已经注入到房地产行业，一旦崩盘，社会总资产将出现大面积缩水，而且还会严重影响到产业链条上的消费和就业，沉重打击国民经济，影响社会稳定发展。

可以说，在很长一段时间内，房地产业仍将会受到政策的适当扶持，确保其不出现硬着陆。但是，房地产业由于长期缺乏有效的宏观规划，局部地区供大于求现象非常严重，价格体系更是严重偏离市场营销规律，如果不加以有效调整，行业倒闭潮将会不可阻挡地到来。人们应当不难感受到，一年来，这个行业正逐步转向成熟期发展，房企即使加大营销努力，也很难扩大市场份额，进而增加营业利润。同时，价格战、广告战等竞争日渐激烈。

显然，房地产行业正逐渐步入寒冷的冬天。房企应该如何过冬呢？笔者认为，至少有三点值得行业思考。

首先，资金链较弱的中小型房企，应该尽量通过各种手段去化库存，盘活资金，确保现金流。中小型房企今后的经营活动，最好能尽量降低财务杠杆。毕竟，房地产利润越来越薄，如果用资费用仍像以前一样居高不下，将很容易出现资金链断裂导致企业破产。同时，一些实力较弱又无法及时去化的小型房企，最好在适当的时候实施行业转移战略，确保进一步发展，这总比竞争失败后选择放弃或清算战略来得划算。

其次，大型房企可以凭借强大的资金实力，以较为合理的性价比，兼并或收购濒临破产的中小型房企，实现市场、管理等方面的协同效应，实现有效降低成本，获取更大的利润。在中国房地产行业下行已成定局的当下，部分大型房企可以考虑“走出去”，到海外开发新市场，或者实行多元化经营，才能确保净资产利润率不断上升。

最后，中国的房地产虽然不会出现全面崩盘，但局部崩盘的可能性仍然很大，鄂尔多斯崩盘就是个惨痛的教训。在新的经济常态下，房地产企业最好展开动态性的市场调研，及时调整营销策略，在形势变化时及时去库存，才能全身而退。

T100 学院风尚 成高端园服

着装，是培养孩子性格的重要载体。在大家并不陌生的中国传统校服领域中，过于肥大的尺码和陈旧的款式常常让孩子们产生抵触情绪。关于校服的理念和设计也一度成为网络热议的话题。

11 月，刚刚结束北京中国国际时装周 T100 迎来了进军校服领域的春天。11 月 7 日，T100 与珠海市知名幼儿园，珠海启稚幼儿园签署合作协议，成为启稚幼儿园的园服供应商。

启稚幼儿园看重 T100 对于健康童装的重视，每一件送到孩子手中的衣服都经过 37 道工序的清洗、消毒处理，将健康风险降至最低。而 T100 则希望通过这次的合作，通过实际的试点和传播，扩大珠海地区学校或幼儿园的校服合作市场，让更多的孩子穿上 T100，打造美好校园生活。

相关负责人表示，与珠海启稚幼儿园的合作，是 T100 正式进军校服领域一个良好的开端，但没有终点。未来，我们期待能够让所有的孩子爱上校服，通过校服表达出独立、优雅、自信、大方的莘莘学子风尚。（改政）

遗失启事

成都瀚宇优科机电设备有限公司企业法人营业执照（正副本）注册号：5101072019473；税务登记证（国税正本）川国税蓉武字 510107780112758 遗失作废。

国药准字H46020636

快克®

复方氯酚烷胺胶囊

请在医生指导下购买和使用

海南亚洲制药股份有限公司生产

海南快克药业总经销