

微信版淘宝“微店”低调出炉

该应用由移动导购公司“口袋购物”研发推出,主打熟人关系链交易

见习记者 刘筱攸

一款名为“微店”的应用本周低调接入了微信。这款由移动导购公司“口袋购物”推出的移动电商应用,可以通过微信开店的方式,在熟人关系链中进行交易。

微型淘宝 威胁淘宝

我们团队大半年前就开始研发微店了,根据用户的反馈不断试错与改进,纯靠老用户的口碑吸引新用户。”口袋购物创始人兼首席执行官王珂用寥寥数语勾勒出微店低调的发迹路。

这款酝酿了大半年的手机开店应用,可以定义为搭载在微信等社交平台上的微型淘宝。用户能突破地域与时间的限制,在移动端(特别是手机)管理店铺和购买商品。

据证券时报记者了解,目前微店已经实现新增订单推送、短信通知、扫码输入快递单号、查看最近30天的销售数据、每日订单成交额和访客统计、查看客户的收货信息和历史购买数据、指定优惠给特定客户等常规供应链管理功能。

资深电商人士、上市公司中青宝旗下深圳中付通电子商务有限公司副总裁张英杰表示,尽管微店在常规功能的体验上不足以绞杀淘宝移动端,而它对淘宝构成切实威胁主要在于三点:一是将出口与入口搭载在社交平台上;二是病毒式开户与传播;三是基于熟人关系链推出的创新型支付。

首先,微店将出入口搭建在社交平台尤其是用户活跃度最高的微信上。卖家可以把商品一键分享至朋友圈或推送至特定微信好友处,还可以分享至QQ空间、腾讯微博、新浪微博;买家可以通过上述平台分享的链接点击进入店铺。

出口和入口都是目前中国人流密度最大的社交平台,微店可以获得的客户流量不言而喻。

此外,记者发现,在微店应用中,用户不需要绕道去APP store下载微店应用,只需要在朋友圈、微博、QQ空间任意一处点击进入其好友分享的微店页面,就可以在下方找到一个“我也要开微店”的按钮,按下便跳转至微店的开设页面。这便是所谓的病毒式开户与传播。

简而言之,用户进入一个微店后,不仅可以购买商品,还可以直接开设一家属于自己的网店。值得一提的是,开设微店只需要手机验证、身份证录入、银行卡绑定、填写店铺简介四步,整个过程耗时不到5分钟,不设门槛,简易便捷。

张英杰称,从微店的受众来源与获客渠道不难发现,微店玩的是熟人关系链营销。配合着关系链营销,微店推出了有别于传统支付方式的邀约型支付。

具体来说,就是卖方主动把买方指定的商品通过“微信收款”这个功能,将付款页面推送至买方,买方按付款选定付款方式和填写收货地址即可。

这种支付方式是我夫人给我的灵感。她经常找别人代购,这个过程需要提供物品的型号、款式,并且与代购者约定好价格。而代购者通常会在购买到相应物品后,跟我夫人确认,并且

告诉我夫人需要支付的价格。我认为在购物付款这个环节,由卖方来发起付款,会使买方的用户体验更好,也促进了下一次交易的可能性。”王珂如是向记者解释设计邀约型支付的初衷。

在目前的微店应用中,买方的支付手段包括支付宝和百度钱包;而卖方可以关联工、农、建、招、交、中信、浦发、民生、平安九家银行的银行卡(而且不需要开通网银功能),交易款项T+1到账。

风控待考 不择阵营

由于尚处于上线初期,微店的功能还不算十分完善,比如现在卖方在后台销售管理中还不能看到每日访客与新增订单。

“这与服务器迁徙有关,微店的后台功能将在近两日全部实现。”王珂称。

然而,这并不是微店最大的瑕疵,其目前最严重的缺陷是支付制度对买方权益的保障。

众所周知,淘宝设置的支付宝,实际上具备资金托管功能,可以解决买卖双方的信用问题;而微店暂时没有。微店直接让资金单向流入,只能从道德层面保障交易的公平,支付的风控制度上存在缺失。

这一点(指卖方收到钱不发货)我们目前还没有办法控制。我们一开始做的是熟人营销,所以设计的支付流程靠买卖双方的社会关系自行维系。”王珂说。

除此之外,微店目前没有接入微信“我的银行卡”一栏,不得不说是种遗憾。业内人士认为,我的银行卡”目前已培养起诸多微信用户的支付习惯,成了微信用户购物的入口,如若后期能直连微店,微店将如虎添翼。

目前微店能支持支付宝支付并分享至新浪微博,相当于微店同时联姻了腾讯与阿里两大巨头。但这样的“和谐”能保持多久并不好说,因为微信和淘宝曾经就封杀了彼此的商户入口,将来微店被迫放弃其中一派的入口,也在情理之中。

对此,王珂表示:那是它们(腾讯和阿里)的事情。我只管做我的事情,把产品雕琢得更精细,其他让市场去选择。”



官兵/制图

微店对淘宝有多大杀伤力?

见习记者 刘筱攸

购物口袋创始人王珂,这个1984年出生的大男生,正在做一件可能颠覆阿里帝国的事情。

日前,王珂率领一个170人的团队推出了一个叫“微店”的APP,大小只有18.1MB。微店的业务模式类似淘宝,且比淘宝更适合在移动端扩撒,因为它将O2O(线上至线下)、社交、电商三层属性无缝黏合在一起。

你可以把微店理解成一个微信版的淘宝,一个让你一边玩着微信一边买卖东西的应用软件。淘宝近两年才从个人电脑端渐渐转战至移动端,而微店一出生便定位至移动端。笔者认为,从开店的低门槛、设店流程的简易、店面入口病毒式扩撒、卖家发起的邀约型支付方式、直连社交平台、熟人关系链获客,都可以直观地看到

微店对移动端的辐射与掌控力。

从买方角度,微店可以让用户在社交和娱乐的同时完成购物和支付;而从卖家来说,出口和入口均搭载在拥有海量用户的社交平台上,客源的稳定性得到保障。更重要的是,身份隔离的买卖双方有了交集地带,买方甚至可以通过卖方的店面入口自设店铺。

易观智库刚发布的互联网研报有这样一段表述:移动互联网工具类、商务类需求呈现明显的渗透趋势,即购物等需求以功能的形式嵌入到社交、娱乐应用之中,将有助于互联网企业培养其受众支付习惯——这正是互联网应用真正可怕之处,而微店无疑将这个可怕之处展现得淋漓尽致。

马化腾怎么也没想到,有一天会假人之手向阿里发起猛烈狙击。

笔者并没有危言耸听。微信的正确试图凭借着社交平台积聚的几何倍数于

阿里的用户,撬动阿里想撬动的互联网金融(包括经纪业务、理财产品代销及设计、信贷业务、直接融资等)、智能生活、在线教育、远程医疗等等。

笔者认为,拿到微信这张船票后,腾讯成了一个最具杀伤力的、足以灭掉原版的追随者。而之前被媒体炒得沸沸扬扬的微信支付、微信和某基金合作推出类余额宝等,都没有这次王珂基于微信推出的微店来得凶狠。

因为支付宝钱包、余额宝只是阿里主业上衍生出来的模式,腾讯若要复制抄袭,马云口中酸两句也就算了。而如今,腾讯以另外一种模式让阿里旗下的数亿用户在微信平台上开店,就是走阿里起家时走的老路,就是动到了阿里的命根子。

总而言之,微店就是打着微信开店的旗号,收复淘宝的遗老遗少,并有望成为马化腾狙击淘宝的最猛弹药。

爱建信托“哈尔滨信托计划”收官

证券时报记者 刘雁

耗时多年的爱建信托“哈尔滨信托计划”追索事件近日终于画上了句号。

上海爱建股份近日发布公告称,接子公司爱建信托报告,哈尔滨信托计划已经终止。目前,该信托计划1.69亿元份额对应资产已落实。

作为爱建信托最后一个历史包袱,哈尔滨信托计划一直是外界关注的焦点。根据信托财产分配的议案,爱建信托将以公司持有的约1.69亿

元信托计划份额对应获得哈尔滨相关足额房产资产,具体房产资产待经评估资产价值后确定。

这一信托计划本为解决爱建系资金漏洞而设立。上世纪末,爱建股份时任部分高层不断通过挪用信托资金炒股,导致巨额亏损。

彼时,为了弥补资金漏洞,公司将这部分坏账以债权的名义转让给富豪颜立燕,并让爱建信托发行信托计划融资,共同开发位于哈尔滨的爱建新城地产项目,期待用地产项目的收益弥补资金缺口。

此后,爱建展开了漫长的资产追索之路。目前,上述1.69亿元信托计划份额对应资产已落实,公司与哈尔滨爱达

投资置业有限公司签署了《商品房买卖合同》及补充协议,哈爱达以其正在预售中的5套商铺予以抵偿。

爱建股份称,上述用于抵偿的5套商铺总价1.7亿元,待抵偿资产变现后,超出1.69亿元部分的金额将归还上海鹏信投资有限公司(即为“哈尔滨信托计划”专门设立的SPV公司,由爱建信托受托管理)。

公司还称,由于上述1.69亿元信托计划已计提资产减值准备,相应的资产减值准备将回冲,可能会影响公司当期损益。

■理财赢家 Road to Win

收益畸高的理财产品 你敢买吗

证券时报记者 唐耀华

前天有朋友收到一条短信,推荐她购买一款收益率高达10.5%~14%的产品,资金投向国企河北融资担保公司担保的地产项目。

乍一看,这款产品比信托产品更有优势。信托产品已经算是理财产品中的“高富帅”了,门槛高、收益率也高(能达到9%左右),而这款产品的认购门槛为20万元,低于信托计划的百万元门槛,收益率还明显高于信托产品。

由于有限合伙私募基金这两年出事的不少,笔者的建议是,投资者若遇到这类产品,最好带着放大镜仔细研究风险大小。

有限合伙私募基金之所以成为去年以来违约事件出现的重灾区,与这类产品相对宽松的发行环境有关。规模在5亿元以下的私募基金,基本上只要完成工商注册,张罗个办公地点就可以拉客户了。

此前某银行的飞单事件令人记忆犹新,投资者通过该银行一位员工购买的一款股权投资计划,到期无法兑付。后来才知道资金早被挪用于补民间借贷的窟窿,无法再追回。虽然最终实现兑付,但这种机构买单的情况可能很难再发生,最终承担风险的还是投资者自己。

去年深圳还发生过打着私募基金名义向投资者募集资金,最后被证明为庞氏骗局的案例。

当然,具体产品还得具体分析。

前述产品有国企担保公司担保,相对来说有一定保障。但担保只是一个安全垫,关键还要看项目本身。

房地产开发商的实力、项目的盈利前景等都需要关注,比如房子建好后好不好卖;如果是商业地产项目的话,投资者则需考虑附近客流量大小、商铺或写字楼建好后好不好租出去等。

只有开发商把房子卖出去或者商铺(或写字楼)租出去的收益超过融资成本,在产品到期时才可还本付息。10.5%~14%的收益率,再加上其他成本,开放商的的实际融资成本可能超过15%。这么高的融资成本不是一般的企业能承受得起。

其实,购买银行代销的有限合伙私募基金相对有保障,因为银行作为专业机构可以帮投资者筛选一遍项目。但是去年年初银行已经被禁止代销有限合伙私募基金了,目前代销有限合伙私募基金的主要是第三方理财机构。第三方理财机构本来实力弱小,指望它们在发生风险时兜底基本不可能。

近年来,越来越多的房地产企业通过发行有限合伙私募基金进行融资,其中包括一些不错的房地产项目。但由于这类产品质量良莠不齐,需要投资者仔细甄别项目风险的高低,甚至核实资金是否真的用于产品所描述的项目。

相比较而言,有限合伙私募基金的风险大于信托产品,信托产品的风险大于银行理财产品。

对公客户经理 成外资银行最缺人才

证券时报记者 蔡恺

近日,安永发布的《外资银行在中国的未来发展方向》调查结果显示,外资银行在中国普遍面临运营挑战、监管挑战以及市场相关挑战。而在运营挑战一项下,38位受访的外资银行高管均表示,吸引并留住技术型人才”为最高级别的挑战。其中,对公客户经理、法律合规人才以及风险管理人才在需求最大的17类银行职位中排名前3位。

一位不愿具名的外资银行深圳分行行长对证券时报记者表示,在银行所有业务中,对公业务盈利占比最大,因此优秀的对公客户经理十分抢手。对于手头有丰富客户资源、业务熟练、经验丰富的对公客户经理,许多外资行都表示愿意高薪挖角。

角,但这类人才实在是抢手。

至于法律合规人才和风险管理人才,上述外资行深圳分行行长表示,随着中国银行业监管趋严以及法规不断更新,外资行在拓展业务的同时也将更重视合规;另外随着贷款业务量增大,中后台的风险管理队伍也应及时补充人手,以防范坏账。

不过,有业内人士表示,相对中资银行,外资银行由于进入中国市场较晚、品牌知名度比中资行低等因素,在吸收人才方面一直处于劣势。恒生中国行长林伟中近期在接受记者专访时也曾表示,外资行高管对于人才短缺一直很头疼,他们一直想方设法吸引人才,例如从中资行高薪挖角,以及通过管理培训生计划从大学毕业生中挑选人才等。

华侨银行成立第一只 人民币股权投资基金

昨日,华侨银行宣布其在中国的第一只人民币股权投资基金——华侨星城(上海)股权投资基金(以下简称“华侨星城”)正式成立。

作为上海合格境外有限合伙人(QFLP)试点,华侨银行获得1亿美元QFLP额度并在上海设立两家股

权投资机构,分别是华侨星城(上海)股权投资基金和华侨星城(上海)股权投资管理有限公司。通过华侨星城,华侨银行在开展直投业务时将不再面临境外私募基金在投资中国国内公司时的结汇问题。

(赵慎言)

北京银行发布“国际金融通”品牌

昨日,北京银行支持对外贸易、助力企业走出去暨环球金融服务品牌发布仪式在京举行,北京银行正式推出环球金融服务品牌——国际金融通。

“国际金融通”是涵盖贸易融

资、对外投资、工程承包、结算、财富管理在内的本外币一体化的综合金融服务品牌,旨在支持我国对外贸易、助力企业走出去,服务实体经济的发展。

(刘征)