



1 当不了“灵魂画手”也可以“购物社交”

元旦这天，谢丽在与国内有8小时时差的伦敦醒来时，看到了许多朋友给她发来的同一条消息——“《电商法》落地，代购纷纷变身‘灵魂画手’”。在那些爆款文章里，代购们为规避检查，简单地手绘了商品的图案，还用各种中英文混杂的方式如猜谜一般标注商品的名称。

“我就回复他们，我肯定不会这么干的。”事实上，谢丽早在3年前就已逐步退出淘宝网交易，移师自己组建的微信群：“我们同一时期做代购的，都已经这样做了，主要做回头客，彼此信得过，省得费口舌解释。”

如今谢丽运营着一个约有200人的微信群，群的成员都是自己过去经营网店中积累下来的老客户。群里大多是跟谢丽差不多的30-40岁女性，有经济基础但也会精打细算。微信群最重要、最热闹的就是她“直播”购物过程。“有时候是我先去逛过，知道有哪些商品，在群里预告一下，有意向的群友就会付款。还有时候是群友想买一些特定商品，我专门去品牌店，顺便直播，有意向的群友可以直接在网上下单。”

跟网红举着自拍杆走来走去不同，谢丽的直播相对“简单粗暴”：“群友指定哪件商品，我就请店员拿出来，拍成照片或小视频发群里。有时候是群友提前已经付过款，有些是现场下单再付款。”她坦言不怕买了之后收不到钱：“能进群的都是经过这些年大浪淘沙式选出来的，大家都是朋友，犯不着为这些钱坏名声。”

谢丽是15年前随丈夫移民英国的，每天除了照顾家人的生活起居，她开始搭上当时火红的“电子商务”班车，从国外的奥特莱斯代购做起，吸引了不少网购消费者。她一周在网上上新3-4次：“当时没有那么多代购，海外的店员不了解情况，有些甚至不允许我拍照。哪像现在，有些店员还主动上身给我们演示呢。”

至于逐步从淘宝网移师微信群，谢丽坦言跟《电商法》一点关系都没有：“虽然我预感迟早会有法律出来规范电子商务，但我转移阵地跟这个无关，主要是怕麻烦。”谢丽说，微信兴起后，一些愉快成交的网友会主动要求加她微信，方便随时请她帮忙找一些商品，久而久之积累了一批老客户。而淘宝网店虽然可以拓展新客群，但是每个代购都必须面对的问题就是反复解释商品真伪和价差：“作为个人代购，我精力有限。能赚到一些钱我就足够了。”

谢丽把自己如今的代购方式视作“购物社交”，因为群里的人都认识很久了：“跟一般的微信群差不多，大家发发笑话，讨论下育儿问题，抱怨下上司或是老公。有时自己买的东西到手不喜欢，或者想转让二手，直接就在群里发几张照片，成交率挺高，皆大欢喜。”

《电商法》落地，改变了谁？

海外代购有人转型『社交购』，有人取道『中转站』



“这款洗面奶还能代购到吗？”习惯网上海淘的许敏，准备2019年“第一淘”时，发现自己常去的代购家“变了脸”。

“本店不做代购，详情请VX咨询。”很快对方回了信息。许敏知道“VX”谐音“微信”，她向来不喜欢加电商微信，怕刷屏、怕麻烦，还是淘宝货到再确认付款安全。可这一次，她不得不作出改变。

今年1月1日起《电商法》正式实施，意味着多年“野蛮生长”的电子商务有了正式的专门法律。在“海淘”日益普及的今天，这一法律落地生效，受影响的不仅是消费者，代购、微商乃至电商企业都不得不对诸多变化。

特别是作为电子商务中重要“草根”群体，各类代购反应各不相同：有人一夜之间清空货架；有人被调侃为“灵魂画手”，用各种手绘和猜谜式的“暗号”继续发布广告；也有人认为让代购走出灰色地带，线上线下一同回到一起跑线，已当其时。

“纳入法治化轨道，是电商发展的必然之路。”记者走访时，不少业内人士都表示，不少自媒体渲染的“代购全军覆没”只是对《电商法》的片面理解，其中还有包括对线上消费者保护、售假平台责任、大数据“杀熟”等诸多电子商务中存在问题的规范：“这对优化电子商务环境是有十分积极作用的。”

记者 范献丰 整理报道

2 “代购”转型是否正当其时？

《电商法》实施半个月，赵茹和她的搭档近期都在观望。“淘宝网已经停止上新了，朋友圈停更了一周。”赵茹说，她还曾经想过别的办法，比如转移到“闲鱼”上假“个人闲置品”之名继续代购，但发现“客户群体不一样”，而且“这个办法人家都在用”。

观望一周后，赵茹决定继续在朋友圈更新。但另一个直接的问题是海关加大了检查力度。最近赵茹发回国的物品已经好几次被查到：“虽然我们声明了税费自理，但买家还是很不高兴。而且这个趋势看来不是配合《电商法》，而是将成为一种常态。”

如今赵茹和搭档想了另一个办法：通过香港作为“中转站”。《电商法》实施后，赵茹的搭档已经从香港“人肉”背回了一批东西。但这样的办法不仅人力成本剧增，违法的风险始终存在。

“代购”的核心竞争力是什么？在日本生活多年的杨阳最近经常思考这个“形而上”的问题。如果说过去“价格”是重要的竞争力，随着《电商法》落地，这一优势将大打折扣：“实际上日本的物价也很高，代购本来利润就很薄。”

不过杨阳想到了中学时候学过的一句话——做生意的根本就是“人无我有，人有我优”。“现在大的平台都在做跨境电商，普通的商品通过他们都能买到，我们这些小代购不能只赚苦力钱。”

她的转机，来自一次特殊的代购经历。当时有客户指定她帮忙购买日本一个知名陶瓷艺术家的作品，还发给她这名艺术家举办展览的地点和入场邀请函，去到现场每人限购3件东西。由于客户喜欢的一件作品被人买走，她央求许久才高价购回，最后她的客户支付了比原价高出一倍的价格：“这样的代购，大平台是做不了的。如果说大的电商平台像百货公司，那么小代购未来的出路就是‘买手店’，针对更精准、专业和稀有的领域。代购收取的服务费，更多是为自己的眼光收费。”

事实上已有代购在运用这样的方式。同样生活在日本的唐丽曾经为一名客户购买到某品牌限量版的包，实际价格比国内专柜价还高：“国内专柜买不到，有货也是优先给VIP客户。我因为奢侈品店工作经验，之前代购熟悉了专柜销售才能拿到，这样的服务收费客户也认可。”



3 线上线下真能重回同一起跑线了吗？

《电商法》中明确——“国家平等对待线上线下商务活动，促进线上线下融合发展，各级人民政府和有关部门不得采取歧视性的政策措施，不得滥用行政权力排除、限制市场竞争。”

对于这一法条，坚持开实体店的汤雯十分欢迎。作为“80



后”，汤雯的梦想就是开一家街头小店销售自己挑选的设计产品以展现自己的“生活美学”。

“我们跟国外品牌谈代理费、好地段的房租、定期举办的活动都是成本，这些网店都是不需要承担的。包括同样的国外品牌，代购的价格能比我们低30%。”汤雯坦言，自己开实体店时，线下商业已不如早年那么繁盛：“过去长乐路一带店铺，一家连一家，现在很多都没了。”但在她眼中，商业对于上海这样的城市是必不可少的元素：“漫步在梧桐树下，老房子边，不期而遇一家提供优质商品的商店，不是一件很美好的事情吗？很多人去国外要专门制订购物路线，专去那些本土品牌小店，甚至花大代价代购，为什么不愿在本地这样消费呢？”

《电商法》的实施让汤雯看到希望：“至少从价格上来说，未来代购与线下实体商铺的差距在缩小。而线下店铺在社交、活动和体验方面，比代购更具优势。”