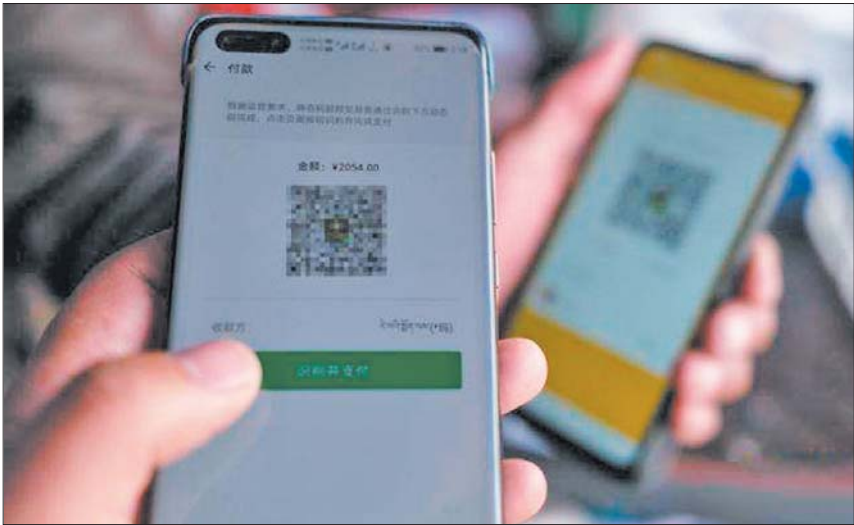


# 微信松绑外链，谁之幸

## 实现“互联互通”，长远来看各平台都受益

不用复制“鬼画符”般乱码，在微信能直接点开淘宝链接了？11月29日，微信发布新一步的外部链接管理措施，其中提到，即日起，点对点聊天场景中可直接访问外部链接，并将在群聊场景试行开放电商类外部链接直接访问功能。

伴随着微信逐步松绑外链，过往几年轰轰烈烈的互联网“圈地运动”或将成历史往事。实际上这不是微信松绑外链的第一步，但腾讯开放外链时仍有自己的“小算盘”。



齐鲁晚报·齐鲁壹点见习记者 都亚男

### 归功于反垄断大潮？

11月29日，微信发布《关于〈微信外部链接内容管理规范〉的更新声明》，表示在有关监管部门指导下，微信于即日起开始对外部链接管理措施进行更新，其中，点对点聊天场景中可直接访问外部链接，并将在群聊场景试行开放电商类外部链接直接访问功能。

有网友提问为何仍打不开外部链接，微信团队回复称，功能覆盖需要一定时间。12月1日，记者测试发现，在手机客户端上点对点场景、群聊场景中，向好友发送淘宝商品链接，可在微信直接打开淘宝商品页面；但在电脑端上仍显示“如需浏览，请长按网址复制后使用浏览器访问”。

实际上，这不是微信松绑外链的第一步。

9月13日，工信部在国新办发布会上表示，已就屏蔽网址链接召开行政指导会，工信部近期召开会议提出三点合规标准，要求9月17日各平台要按标准解除屏蔽网址链接。9月17日，微信公布《关于〈微信外部链接内容管理规范〉调整的公告》。该声明称，外链管理措施将分阶段分步骤实施，第一阶段于9月17日起开始执行，在确保信息安全的前提下，用户可以在一对一聊天场景中访问外部链接。

伴随着微信逐步放开解除外链屏蔽，过往几年轰轰烈烈的互联网“圈地运动”或将成一段历史往事。

而在互联网“圈地运动”中最为知名的事件，当数自2018年4月燃起的“头腾大战”了。2018年4月，腾讯旗下产品微信、QQ表示要进行“短视频整治”，自此开始了对抖音、淘宝等产品长达三年的持续封禁和分享限制。抖音相关运营公司2019年9月对腾讯相关公司提起不正当竞争诉讼后，在今年3月撤诉。

但战火并未因此而湮灭，“头腾大战”在今年年初迎来了“决战的前哨”。2月2日，抖音正式向北京知识产权法院提交诉状，起诉腾讯垄断。对此，腾讯官方公众号“鹅厂黑板报”回应称，字节跳动的相关指控纯属失实，系恶意诬陷，字节跳动及相关公司还存在诸多违法违规行为，腾讯将继续提起诉讼。对此，2月2日晚，抖音再次发表声明称，腾讯封禁抖音等相关产品达三年之久，涉及数亿用户。微信封禁最初的理由是“短视频整治”，而在整治期间，腾讯自己却推出十几款短视频产品。

就在互联网各家巨头争论不休，平台与平台之间各自“占山为王”的时候，反垄断的大潮已悄然而至。

2020年11月6日，市场监管总局联合中央网信办、税务总局对阿里巴巴、京东、美团、字节跳动、滴滴、快手、拼多多、腾讯等27家主要互联网平台企业进行约谈；4天后，市场监管总局发布《关于平台经济领域的反垄断指南》征求意见稿，明确拟将“二选一”定义为滥用市场支配地位、构成限定交易行为；2021年2月7日，国务院反垄断委员会印发了《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》；4月10日，阿里被罚182.28亿元。同样的，这股浪潮也在全球掀了起来，美

国四大科技巨头谷歌、苹果、脸书和亚马逊被牵扯进百起反垄断诉讼，欧盟也多次出手，谷歌就曾被罚超90亿美元。

是不是因为赶上这股反垄断大潮，“头腾大战”才有了当前这样的一个局面呢？

北京论律师事务所律师执行主任开佰达律师认为，新媒体平台不能利用资源优势将网络用户的权利被迫让渡，反垄断也不能成为互联网竞争的新武器，建立规范有序的市场环境和监督机制才能让网络用户在多元化媒介中灵活参与和运用，有效防止出现因资本竞争或区域限制造成的扁平化管理，或是由于平台过分主导下丧失最基本的自主选择权等情况。

### 微信让步，谁在受益？

在互联网流量、用户增长放缓的情况下，平台之间打破壁垒，实现互联互通，可以想见的是，这是一场多方共赢的局面。

当这道竖在平台之间的“柏林墙”倒下时，第一声叫好来自于用户，因为最先感受到的便是用户。

当分享给亲朋好友时，不再是“鬼画符”般的乱码，不再是先复制乱码再打开应用、复制链接转浏览器的复杂操作，当用户点击链接即打开页面，体验流畅，让竞争回归本质，产品回归服务，这或许才是互联网产品的初心——互联、简便。

微信“松口”，数据得以相互让渡，这当中最喜悦的应属阿里、抖音等旗下的电商平台。

对于电商平台而言，外链得到松绑，微信的私域流量便可以获得更充分的利用，更加精细的数据被更多商家简便地获取，精细的流量运营使得提高获客率大大提升，流量成本更是相对降低。国盛证券曾发布研报称，如果是微信向其他平台单向开放，则或可带来3000-7000亿电商导流成交额，但不一定为微信带来收入。

微信松绑外链，总让人对腾讯浮想联翩，有网友认为这是腾讯的退让，但不置可否的是，腾讯或是“松绑”后的最大赢家。

今时今日，微信在国内社交平台的“大哥大”地位已难以撼动。在今年年初“2021微信公开课PRO”重头戏的“微信之夜”活动上，张小龙表示，每天有10.9亿用户打开微信，有7.8亿用户进入朋友圈，有3.6亿用户读公众号文章，4亿用户使用小程序。微信松绑外链，虽说抖音、淘宝等平台受益颇多，但微信也有着变“被动”为“主动”的主场控场力，微信上亿用户基数所带来的流量具有着不可忽视的虹吸能力。国盛证券认为，长期来看，微信和很多平台间双向的“互联互通”或可为微信带来近7000亿的额外私域电商成交额。

某位不愿具名的互联网行业资深人士向齐鲁晚报·齐鲁壹点表达了类似的观点，“腾讯推出的短视频产品一直没做起来，抖音系的内容强大，放开后腾讯的短视频产品发展更受限，这可能会对腾讯不利。外链屏蔽放开之后，凭借微信庞大的用户基数，其他平台会获益颇多，反过来看，这也会让微信整个生态更好，微信用户体验感上升。毕竟放开之后很方便就可以看到淘宝的购物链接或抖音各种各样的视频。整体而言，在反垄断的大背景之下，腾讯顺势而为，解绑外链是一个明智之举。”

开佰达表示，微信实施对外部链接开放管理，短期来看，用户对于使用体验的反响和评价可能褒贬不一，会对市场环境带来一定冲击。但就整体网络市场环境而言，无疑是通过充分利用信息化拓展市场空间，让基础设施便利最大化，进一步推动互联互通的有效实施，成为激发市场经济和社会创新创造新的风向标。

### 壁垒破除为何有人担忧？

然而，叫好声之外，还有一些不同的声音在涌动。

首先，截至目前，距离“互联互通”的局面完全实现尚有一段很长的路要走。

一方面，腾讯向阿里巴巴、字节跳动开放外链时，仍有自己的“小算盘”。

在微信点对点、群聊场景中，与腾讯存在股权关联的电商平台，例如京东、拼多多等，其商品链接均可以小卡片的形式分享，而这种详细到商品名称、图片、价格的小卡片，显而易见要比淘宝、抖音的纯数字与字母的链接要更加直观明了。

字节跳动旗下的今日头条小程序下架后，记者实测，也仍未在微信重新上架。

另一方面，在解决“支付难”上取得了一些成效，但支付领域的壁垒还没有彻底打通。

近些时间，支付领域开始互联互通，阿里巴巴旗下饿了么等平台支持使用微信支付；微信支付收款码与云闪付实现互认互扫；云闪付支持扫支付宝收钱码转账；京东支持云闪付、微信支付。但目前仍就未能在全部平台实现支付互通，例如，在淘宝系平台上仍旧不能使用微信支付。

此外，外链开放后，也引起了用户新的隐忧。“这些平台都互相联动了，它们之间数据共享，那我会不会被大数据刻画得更清楚仔细，我的隐私岂不是暴露更多了？”

除此之外，外链开放后，意在获取用户信息的“假”红包、妄图进行虚假宣传的电商平台广告，甚至电信诈骗的圈套等等类型的外链，会不会进一步泛滥，这都是用户所担忧的问题。对此，微信团队表示，后续计划开发自主选择模式，为用户提供外链管理功能。但无法否认的是，壁垒打破后，大数据搜集用户资料更加全面，用户个性化画像无疑也会越来越精准，用户的隐私空间会被进一步“榨取”。

对此，开佰达表达了自己的见解，“对于微信互联互通的升级措施，从用户的角度而言，肯定有所顾虑。比如开启该功能以后，可能会让一些诈骗链接、不良广告乘虚而入。建议用户全面熟悉平台规则，遇到问题尝试通过投诉渠道举报违法违规外链，通过个案问题的解决对营造良好的网络环境有所助益。从平台的角度而言，应当在监管部门的指导下进行外链开放，各大平台应当对网络信息安全严格审查把关，通过设立信用分级制度对外链提供平台的有效性、合法性、准确性精准把控，切实防止法律风险的产生。从政府的角度而言，外链开放无疑使监管层面迎来了新的挑战，我们期待未来国家层面法律法规的完善以及工信部出台具体监管实施举措，坚持问题导向，不断总结信息化建设的创新模式和成功经验，探索建立完善的网络责任倒查机制和追溯系统，助力网络市场发展良性循环。”

近日，“加拿大鹅”维权事件引发社会关注。

该事件起源于10月27日，上海一位女士在当地“加拿大鹅”专门店花11400元购买了一件羽绒服，回家后发现衣服的商标绣错了，而且存在面料味道刺鼻等问题。回去向门店店长投诉要求退货，店长称没有权力退货，需要总公司解决。

该女士称，购衣时曾被店员要求签署《更换条款》，条款显示除非相关法律另有规定，所有中国大陆地区专门店售卖的货品均不得退货。

12月1日，加拿大鹅官方微博针对此事发布“中国大陆地区退换货政策声明”。据声明称，加拿大鹅中国大陆地区专门店《更换条款》中第一条的含义为：在符合相关法律规定的情况下，所有中国大陆地区专门店售卖的产品可以退货退款。第七条进一步明确表示，更换条款“不影响顾客依据相关法律享有的权利”。

由于退换货条款存在国内外双标等问题，1日上午，上海市消保委约谈了加拿大鹅公司。

2日下午，加拿大鹅公司向上海市消保委递交《更换条款》的正式说明。

针对加拿大鹅提交的《更换条款》说明，上海市消保委认为有三个问题，加拿大鹅公司没有进行明确答复：

一、消费者如果在加拿大鹅购买了一件衣服，在什么情况下，可以要求退换货？具体流程是什么？

二、为何加拿大鹅退换货政策不同国家区域会不一致？

三、虽然加拿大鹅公司今天在说明函中有提到关于7天无理由退货，但并没有提到加拿大鹅全球官网上购物是30天无理由退货，而在中国执行的是7天，为什么有这样的区别？

上海市消保委对加拿大鹅提交的《更换条款》的正式说明表示不满意，下周还将约谈加拿大鹅公司，具体时间待定。

就在2日下午，上海消费者带着她购买的加拿大鹅羽绒服再次来到了加拿大鹅门店，最终门店在得到公司相关部门的指示后，给消费者办理了退款。对于最终能成功退款，消费者表示，结果是满意的，但谈到花了一个月时间退货退款，她直言非常艰难。

就加拿大鹅消费维权事件，2日中国消费者协会做出回应称：尊重消费者权益、保障消费者权益是经营者的应尽义务，任何品牌在消费者面前都没有特权。

中消协认为，经营者应当守法诚信经营，心怀责任担当，努力为消费者提供优质高效的产品和服务，切实保障消费者合法权益，把赢得消费者信赖作为企业发展、品牌长青的首要考量。

加拿大鹅的消费维权事件，也引发了这家公司在资本市场的波动。截至当地时间1日收盘，加拿大鹅公司股价在纽交所和多伦多证券交易所均跌超7%。其中，在纽约证券交易所股价下跌7.42%，在多伦多证券交易所股价下跌7.09%。

虽然在舆论的压力之下，加拿大鹅给个别消费者退了货，但是，对于市场最为关注的几个关键问题，加拿大鹅的回复依然是躲躲闪闪。消费者购买了衣服，究竟在什么情况下可以退换货？具体流程到底是什么？为何不同国家区域会被区别对待？对于这些问题，加拿大鹅理应拿出白纸黑字，讲清楚，说明白，而不是玩心眼、耍心计。因为无论是对消费者，对市场，还是对法律，这都不是选择题，而是必答题。避重就轻、缺乏诚意，难以过关。

(综合央视、财经等)



扫码下载齐鲁壹点  
找记者 上壹点

编辑：彭传刚 美编：陈明丽