



朋友圈里“网红”产品背后有哪些真相?

新华社记者 杰文津 汪奥娜 颜之宏

顾客排长龙、满屏炫富照、荣誉证书数不清……近年来,很多年轻人的朋友圈,时常转发一些时尚、流行的“网红”产品。“新华视点”记者调查发现,有些“网红”产品的“爆红”人气,实际上是通过夸大其词的宣传甚至造假炮制的。

“网红”产品有哪些“气质”

近年来,一些“网红”产品以众人追捧、竞相购买的热销形象引人关注。在全国著名城市商业街,常有一些餐饮或服饰店的门前顾客排成长龙。在网络上,一些产品的消费评价与跟帖动辄成千上万,内容都是交口称赞。“网红”产品有哪些“气质”?

“功能神器”型。颇有名气的微商品牌“尚赫”有一款名为“尚赫辟谷餐”的产品,鼓吹轻松瘦身,并宣称可以治愈牛皮癣等多种顽疾。网上还流行一种所谓的“防晒丸”,声称“当天吃当天见效,防晒持续时间可达6个小时”。

“荣誉等身”型。自称获各种国内、国际大奖,有各种权威机构为其质量“背书”,畅销全国甚至风靡全球。

“浮夸炫富”型。通过发布“喜提豪车与新房”类的照片高调炫富,鼓吹只需加盟或代理某“网红”产品即可迅速暴富。

“尚赫”旗下有多款减肥瘦身健康产品,多篇网文大肆宣传一些无学历、无工作经历的“小白”,因代理该品牌而迅速买新房、豪车。

有的“网红”化妆品代理商在微信朋友圈中发布“获得巨奖、豪车”的照片,有印着玛姿宝标志的海报大肆宣传“高利润高回报;10%代理成为千万富翁、50%代理成为百万大咖、80%代理拿到豪车奖励”。

打造“网红”产品套路

记者调查发现,事实上,一些所谓“网红”产品,是通过打擦边球的夸大宣传甚至弄虚作假打造的。

套路一,线上刷“赞”,线下雇人。曾专门做“网红”店推手生意的吴先生告诉记者,消费评价大都可以造假,而且这个造假生意形成了相当规模。

据了解,到各电商平台刷消费体验评价的,分为“素人”和“达人”。前者微言轻,只能“壮壮场子”,大概每人每条2-5元不等。后者的评价因“号召力大”,一句顶一万句,收费也贵,具体标准为:消费评价、体验等100字以上,配3张及以上图片的,4级达人50元/条、5级达人60元/条、6级达人80元/条、7级达人120元/条。

此外,线下的排队现象也可能是假的。记者进入一个名为“兼职共享大平台”的QQ群,群主称记者可自行发帖招人排队,制造销售火爆的场景。雇一个人一般3小时内100-150元。“现在是夏天,室外排队挺辛苦,你可以出价高一些。”群主说。

套路二,虚构荣誉,自抬身价。经记者求证,玛姿宝品牌所谓“3·15打假保真荣誉标志”“打假保真放心消费联盟单位”,来自一家名为“中国保护消费者基金会”的民间组织下属的“打假工作委员会”。该基金会副秘书长刘丰称,基金会并未授权玛姿宝品牌使用相关标志,且该标志仅代表商户向基金会缴纳了一定金额的质量纠纷赔付保证金,并不具有任何与产品质量相关的证明作用。

套路三,合成照片,虚假炫富。记者发现,大量标榜“迅速暴富”网文的主角,常常缺名少姓,无从查考。另外,“喜提房车”系列照片也大多是电脑合成的“赝品”。

假“网红”多为三无产品

多位专家表示,由于不是正规厂家生产,缺乏正规的生产流程和检验,不少“网红”产品质量堪忧。

北京营养师协会理事顾中一说:“消费者对那些吹嘘能健身治病的‘网红’绝不可轻信。”例如,“网红”产品“尚赫辟谷餐”鼓吹“清除宿便”“排毒”,其实,由于能量严重摄入不足,“辟谷”很可能导致肌肉分解、基础代谢下降,造成多器官损伤,甚至增加心血管疾病的风险。而声称“几丁质”为生命第六要素的宣传,更是无稽之谈。

中国互联网协会秘书长、北京师范大学法学院副教授吴沈括认为,炮制“网红”产品的多种套路,已明显涉嫌严重违反广告法、反不正当竞争法、产品质量法、食品安全法等多项法律的相关规定,应引起市场监管部门的关注。同时,相关监管部门应加大对互联网平台的监管与追责。

腾讯微信平台相关负责人接受记者采访表示,对微商的管理高度关注。日常管理中,对用户举报较多、涉及销售假货、诈骗和商业侵权的个人微信号,均进行封号等处理。他们提醒广大用户,注意辨别朋友圈信息的真实性,保护自身权益不受侵害。

多位专家表示,除了加强立法规范、提升市场监督技术能力、加强处罚力度之外,消费者要保持对“网红”产品的理性态度,特别是对一些直接食用和接触身体的化妆品、服装等,要多方核实信息,避免遭受损失和伤害。

(据新华社电 本报有删节)



新华社发 徐骏作

我国已成全球容量最大的电影市场,但电影业仍面临着诸多挑战

中国电影工业化之路怎么走?

本报记者 徐 潘

连年保持着“中国速度”,已超越美国市场规模的电影产业,《泰囧》《美人鱼》《战狼2》《红海行动》《我不是药神》等“爆款”不断的电影产品,以及西方电影里通过出现越来越多的中国元素“来讨好”国内观众,让业界看到了我国电影市场的巨大空间。

然而,光鲜的成绩背后,国内电影产业仍面临着工业化挑战、高质量发展、专业人才短缺等问题。

高票房难掩行业隐忧

刚刚过去的上半年,中国电影产业再次迎来收获。二月,春节档票房超100亿元,刷新世界单月票房纪录。今年上半年,实现票房320亿元,大增17.8%。

与电影市场蓬勃发展相伴的,则是我国电影基础设施建设的突飞猛进。2012年以来,全国电影银幕数量不断增长,尤其在2016年,平均每天新增银幕数量高达19块。

最新统计数据显示,目前全国银幕数量已接近5.5万块,超过整个北美地区总和,稳居全球首位,这也确保了我国成为全球市场容量最大的电影市场。

与此同时,国内电影工业化体系也初见端倪,如电影工业园区、后期制作、互联网售票、宣传营销以及电影衍生品市场开发等都在逐步完善。尤其是视频网站建设,已成为助推和改变电影营销和发行方式的新渠道。

但是,在电影产业效益方面,中国跟发达国家以及印度、俄罗斯等国相比,却不尽如人意。而国内院线数量高达48条,如此高数量也导致了同质化等问题。

而有迹象显示,票房和资源还在进一步向头部电影聚集。统计2017年票房排名前十的电影发现,这十部电影的票房均超过了10亿元,占去年总票房的36.38%。而排名前二十的电影票房总和达295.63亿元,占2017年总票房的一半还多。

与之对应的是,2017年全年一共上映了483部电影,有些影片票房甚至只有几千几百元。

电影票房结构的不均衡,直接导致了电影投资亏损率很高,也有人戏称投资电影就是“押宝”游戏。与此同时,电影产业出现的IP跟风、版权、低俗化、明星高片酬、假票房等问题同样突出。

在业内人士看来,这些现象都很大程度上反映出中国电影产业的快速发展是依靠数量带动而非质量牵引。



视觉中国 供图

规模持续扩大却人才短缺

来自中国电影数据信息网的最新统计,7月1日至17日,中国电影市场暑期单日票房日均超过2亿元,其中部分周末的单日超过4.5亿元。

一段时间以来,类似这样电影票房市场的繁荣,让不少人都把电影产业和“好莱坞电影”“拍大片”画上等号,认为电影就需要高投入、高科技、高票房。

然而,对于中国电影怎样由大做强,依托国内大的观影市场实现后发优势,不少业内专家都认为,国内电影产业发展不能光看漂亮数字,广大电影工作者需要创作出更多有筋骨、有内涵、有深度的好作品,在电影工业化的道路上培养大量专业化人才。

中国电影产业规模持续扩大,与北美电影市场相比,票房上早已等量齐观。但是在人均观影次数和电影创造上,依然差距明显。以观影人次为例,韩国、日本、美国等发达国家的人均年观影次数超过4次,而国内的人均年观影次数才过1次。

这些年的票房“红利”,也是因为消费升级引发的三四线城市消费向一二线趋同,带来观影人口大量增加。有调查显示,近年来,三四五线城市票房增速非常明显,在春节档的二月份三四五线城市票房占比高达53%,国内观影人次和规模还在持续扩大。

然而,由于目前国内电影工业尚没有建立起前

期拍摄、后期制作、宣发、放映完整的工业化体系,高科技影棚建设、先进拍摄设备的使用,数字化后期制作等都属于中国电影的短板,需要大量借助和引进国外的技术和设备,相关专业人才更是短缺。

开心麻花影业、阿里影业的负责人在谈到这几年进入电影行业时,最大的感受就是很难找到特别专业的人才。

“电影制作的各个环节都需要专业人才。”有电影发行方人士指出,现在一提到工业化就想到好莱坞,认为一定是大制作,其实这是个误解,发达的电影产业一定是各个制作环节的标准化和专业化,这对电影从业者在各个细分领域的专业化程度要求非常高。

以与影视相关的配乐为例,电影配乐都是小作坊的形式来进行生产,除了运作不规范、变现途径少以及盗版严重等问题,最关键的是人才匮乏,以至于配乐在很多电影里都是无足轻重的,投入所占比例非常小。相比之下,好莱坞的顶尖团队规模则可能达到上百人,同时服务多部电影的配乐创作。

“电影配乐人首先是个电影人,他要对电影有足够的认识才能进入到电影音乐制作。”据影视音乐评论人张磊介绍,目前国内缺乏的恰是既懂音乐又懂电影的人才。

人才的短缺也使得目前国内电影产业还是严重依赖票房收入。阿里影业负责人介绍说,电影产业今后要发展,就必须从单纯依赖票房收入扩展到更

为广阔的非票房收入,通过拓展衍生品、IP授权、乐园业务等方式和从业人员本身对行业资源的运用,实现电影作品的多元商业变现,扩大非票房收益。这一切,都离不开相关的专业人才。

电影工业化不能急于求成

根据《电影蓝皮书:全球电影产业发展报告(2018)》数据显示,近10年来,中国电影市场以30%左右的平均增长速度领跑全球市场。国内电影产业正在凭借市场规模优势崛起,5年内将成全球第一大市场。

然而和不少产业一样,电影市场虽然大,但这么大的市场没有形成汇集最优秀人才和建立合理规则的足够动力,电影工业化水平仍处于初级阶段。比如,明星和导演对资源的过度占有、“圈子文化”盛行,制造虚假影评和虚假票房等等,这些都阻碍电影产业走向现代化和规范化,也被一些人形容仍像个“大农贸市场”。因此,业内对于加速电影工业化的呼声一直不断。

去年3月1日,有关部门宣布正式实施《中华人民共和国电影产业促进法》,该法案对电影产业化改革的实践经验进行了总结与提炼,并以法律的形式为未来发展提供了顶层设计和路径规划,意味着中国电影将在更加规范化、法治化的环境中迎来新的机遇。

如今,《电影产业促进法》对行业的规范作用和推动效应已开始逐渐凸显。而提高电影整体发展的工业化水平,已经成为业内的普遍共识。

电影工业化究竟指的是什么呢?开心麻花影业董事长刘洪涛在“上海国际电影节金爵电影论坛·电影工业化之路”上表示,电影工业化是一种能够连续生产“爆款”的能力,它并不是高科技化的意思,其核心是剧组里每个人分工细化,每个人各司其职,带着工匠精神去做好每个环节的工作。

事实上,工业化的核心要素就是“分工”,而电影工业化即任何事情都可以项目化、标准化、流程化。电影工业化改变了过去一针一线小作坊的时代,让电影生产迈入流水线,分工明确,环节把控,保证最终产品质量水平。

“工业化势在必行,电影不能没有工业化,但工业化也不是万能的。国内电影特别缺少能走向世界的既叫好又卖座的作品。”也有声音认为,基础不牢,地动山摇。国内电影的发展必须要尊重电影产业发展规律,西方电影工业化成熟,源于其电影产业发展的基础扎实。国内电影近些年发展迅速,但也出现了急功近利、短期内挣快钱等很多问题。在产业发展上,还是应该先将基础打得更加扎实,循序渐进。

自由行时代该如何欢迎散客

本报记者 赵 昂

根据北京市消费者协会发布的《2018年北京旅游消费市场体验式调查报告》,在全部北京一日游体验路线中,有55%的线路存在强制消费现象,多为在合同中未明示但影响行程的隐性强制消费项目。

曾几何时,山寨旅游机构的各种“北京一日游”为人们所诟病,如今,山寨的“一日游”少了,正规旅游机构的“一日游”中,强制消费现象依然屡见不鲜。“一日游”问题的背后,其实是消费者旅游消费的方式在发生变化。随着居民收入提高,加之网上订票订酒店更加便捷,许多人在国内旅游会选择自由行,自己订好酒店机票,离开“自己待腻的城市”,到“别人待腻的地方”享受假期时光。对于散客而言,在市区内的交通食宿尚且可以自理,但城市周边的景点散客则难以到达,这就是为何“北京一

日游”的目的地多为十三陵和长城的原因所在。如果搜索其它城市的“一日游”,也能发现类似的情况,比如青岛多为崂山、西安多为兵马俑加华清宫、厦门鼓浪屿多为土楼等。

事实上,“北京一日游”不是没有过强有力的正规军,但很快正规军就干不过游击队。经营“一日游”,需要保持每天都有持续的客源,“一日游”不会有回头客,这就意味着要每天寻找客源,寻客成本不小,但为了拉到客源还要不断降价。但是,经营“一日游”所需的车辆、导游、交通、门票等众多成本却不是个小数字,且因旅游时间短随时存在不确定因素,比如赶上交通拥堵、恶劣天气等,难有回旋余地,更令成本和预期收益难以预估。

在这样的情况下,旅游机构打价格战吸引客源,然后再用各种强制消费的方式获取利润。毕竟,“一日游”客人与导游只相处一个白天,又身处人生地不熟的他乡,再加之次日还有其它行程,即使明知

自身权益受损,维权意愿也不高,操作起来也不易。

那么,不依赖旅游机构,散客能否自己到达这些周边景点呢?原则上是能做到的,但现实中,这并非多好的旅游体验。因为,周边景点多位于乡野,基础设施薄弱,搭上一天只有几班的乡间公交车去旅游,想也不现实。

也就是说,之所以会有如此巨大的“一日游”市场,是因为许多地方的旅游配套设施依然薄弱,这样的薄弱点指的不是道路和酒店,而是游客在旅游过程中所感受到的服务体验。比如,相对于很多发达国家和地区的城市,针对游客有各类专用车乘车券,比如赶上交通拥堵、恶劣天气等,难有回旋余地,更令成本和预期收益难以预估。

如果一个地方的公共服务,让当地人都感觉到不便,那么游客自然会选择让“一日游”代劳。正是公共服务领域的薄弱之处,让“一日游”不仅有了庞大的市场,更为关键的是,经营方相对于游客有了更高的议价能力和空间,自然也令监管方难以下手。

一个旅游城市的竞争力,不取决于机场车站有多壮观、宾馆餐厅有多华丽,而是取决于能否友好地服务游客,让对目的地认知度几近为零的外来者,也能有舒适的消费体验。毕竟,对于旅游行业整体来说,一个散客走走停停、吃吃喝喝、玩玩买买,其带来的整体效益,恐怕远远高于大部分时间在大巴车上的游客。城市管理者能否从旅客体验出发,针对一个个旅行痛点,设计出更便捷的出游交通工具,让一日游变成快乐游,无疑会释放出一个城市更大的魅力。

产经观察

慢生活催生民宿热,然而民宿产业发展中的低档且同质化倾向成为硬伤

民宿产业情怀背后期待“钱景”

本报记者 吴 铎思

近日,成立四个多月的连锁民宿品牌有家民宿宣布获得来自携程、途家、58产业基金的数千万美元战略投资,并与网易严选达成合作。与传统的民宿不同,“有家民宿”自成立以来就主打连锁化模式,力图通过品牌连锁、筛选精品房源、统一软装、统一管理、集中采购等措施,突破民宿行业质量参差不齐的困境。

近年来,慢生活催生民宿热,我国民宿数量从2016年末的5万多家发展到2017年末的20万家,呈现井喷式增长。然而在快速发展中,民宿产业遇到了发展的无序化、产品的同质化等问题。相关数据显示,除了少数入住率超过90%的明星民宿外,更多的民宿入住率极低。

野蛮“生长”的民宿

“价格便宜,走几百米就到了海边,挺适合带着家人来度周末。”这是福建省直某机关单位的王永江到平潭体验后的感受,“只是结账的时候,没有发票。”

事实上,当前大多数民宿尚处于灰色监管地带,没有合法证照,无法开具发票也就不足为奇了。来自南靖县旅游局的摸底数据显示,当前全县民宿数量近200家,其中大多位于土楼景区。但这些民宿中,拥有合法证照的不足一成,大部分民宿处于默许经营,脱离监管状态。

在海岛东山县,同样存在这样的问题。此前,东山县旅游局针对势头正劲的民宿业,开展了一次摸底调研,发现尽管本土民宿业已成态势,但依然未走

出野蛮生长的阶段。零散、粗放、同质化,是主要问题。全县民宿中,拥有特种行业许可证,工商营业执照、卫生许可证等齐全证照的,不超过10家。

据了解,近年来,民宿处于快速发展期,浙江是我国家乐起步最早的省份之一,最新公布的《浙江民宿蓝皮书2017》显示,截至2017年底,浙江省民宿已达16233家,参与就业创业的农民将近10万人。

“其实我们 also 想规范发展,但按现在的规定,很难办手续。”在南靖县经营着一家民宿的陈军说,“消防许可证、特种行业许可证、税务登记证、工商营业执照等每个证都不好办下来。”据了解,获得特种行业经营许可的前置条件之一,便是通过消防安全审批。但民宿所依托的建筑具有特殊性,单体规模小,建筑结构、耐火等级、疏散口和防火间距等难以达到旅馆业标准。

福建省人大代表吴新铭表示,民宿是一个蓬勃开发的领域,却没有全国性的指导规范,更没有切实可行的法律法规依据,让众多民宿身处尴尬境地。导致各地民宿质量参差不齐,一方面是基础设施不完善,另一方面安全隐患也较为突出。

重“情怀”更重前景

“开民宿往大了说,是一种情怀,但更重要的是看中这其中的发展前景。”