

越来越多的消费者在购物时受到“种草笔记”、测评的影响

“种草笔记”盛行 “杂草”丛生乱人眼

近年来,随着互联网迅速发展及线上消费的普及,出门吃饭前看大众点评寻找附近推荐;买化妆品时翻翻小红书上的使用笔记;购买电子产品前,在视频平台上搜索博主的评测视频……如今,人们的消费决策也越来越多地受到博主“种草笔记”、测评影响。这些“种草笔记”和测评在给人们带来便利的同时,也引发了许多问题。



张钰格格 摄

显示,有64.3%的“Z世代”(1995—2009年间出生的一代人)在购物时受到“种草”推荐的影响。艾瑞咨询在之前发布的《种草一代:’95后时尚消费报告》中,将“95后”称为“种草一代”,称其拥有很强的品牌传播和“种草”能力。

“跟着博主的推荐买美妆产品,让我少踩了很多坑。”小红书深度用户王女士告诉记者,自己从大学时期就一直在小红书上看“种草笔记”,关注了许多和自己肤质类似的美妆博主,并经常在博主的笔记下留言,和网友们互相探讨使用感受,即使互不认识,但通过自己的使用分享让其他人选购该商品,会收

获认同感。

肖先生是一位摄影迷,他告诉记者,“刚接触摄影时,买一套适合自己的设备需要提前做很多功课,在网上购买担心买到假货,直接去实体店又担心听了导购的介绍买了超出自己预算的相机,好在有摄影博主的帮助,直接在帖子下留言自己的‘预算+用途+摄影水平’,博主直接为你推荐合适的相机型号。”

“对消费者而言,既希望买到最好的产品,又想在购买时省点力。可在多数情况下,人们要买好东西就得‘货比三家’,纠结一番。”中国人民大学商学院副教授丁瑛指出,“种草”扼住了消

费者心理,在提高其决策效率和准确率上提供了便利。

“虚假种草”要仔细识别

正当大家享受“种草”带来的便利时,一些“杂草”也野蛮生长起来。

近年来,很多消费者养成了在购物前观看博主的习惯。测评博主对商品的亲测讲解,可以让消费者更好地了解商品的外观、功能、性价比等,避免“踩雷”。但是,记者调查发现,比起明显的硬广告植入,让消费者最摸不着头脑的还是那些隐晦的测评或“种草”类内容。

记者发现,小红书上平台上的,有的“种草笔记”会直接标注“广告”字样,但也有些“种草笔记”为了避免广告嫌疑,不直接在正文处插入广告语,而是将产品广告隐藏在评论区中,评论区的留言清一色的夸赞某产品功效好且用词相似度很高,产品的实际使用效果却不尽人意。为了应对“虚假种草”,网友们也绞尽脑汁,总结出若干反“种草”心得:打卡网红景点前先在社交平台上用“避坑”等关键词检索;多位博主短时间内推荐同一产品,要保持警惕;……

今年3月,中国消费者协会发布的《“第三方测评”对消费者权益影响调查报告》指出,93.1%的“第三方测评”涉嫌存在测评标准乱问题,其中缺乏测评标准的主观性测评多;55.7%的“第三方测评”涉嫌存在“商测一体”“以商养测”类的模式,难保公正性。

延伸阅读

为产品的情绪价值买单

“种草慢直播”获关注

今年的“618”购物节,电商平台“剑拔弩张”之际,直播间却涌现出一股“种草慢直播”的清流,令人耳目一新。用文艺复兴油画慢慢讲解一盒眼影盘,从服饰穿搭侃侃而谈到女性独立……一名名主播仿佛线下精品店的买手,以独特的时尚观念和兴趣吸引各自的消费群。

目前,“呐喊式直播”的价格战厮杀已成红海。业内专家看来,慢节奏地讲解产品,反而能够撬动用户为高客单价的小众特色品牌买单,但这一模式的长期发展空间仍待市场检验。

油画名作带货眼影盘

“服了,服了,我真的走不出来了”“好喜欢这个风格,全网最美最恬静!”“618”期间,抖音服饰主播“刘一一”慵懒地出现在直播间,将一套套极简穿搭组合展示给观众。虽然她的粉丝仅有62.5万人,但场均销售额已突破6万元,如一匹黑马出现在抖音达人带货榜。

不久前,59岁的章小蕙也出现在了小红书的直播间。最让观众推崇的一段,是她用文艺复兴时期桑德罗·波提切利的油画名作《春》,来讲解眼影盘。“你看仙子的薄纱就是这块眼影的颜色。画里面的颜色就是它的灵感来源。”章小蕙一边试色,一边讲解每个色号在油画中的出处和知识点。讲到“love letter(情书)”这一色号时,她甚至直接读了一段英文诗——来自英国诗人约翰·邓恩写给妻子的《赠别》。

“章小蕙的直播定位非常清晰,核心逻辑在于小众,讲解必须足够慢。”某MCN运营平台总监胡晓表示,这种直播方式更像是将买手店搬到线上,借助直播间流量,吸引那些和主播品味相投的消费者。

直播间的价格战不灵了

“纯货架模式的电商直播太‘卷’了,大家不可能一直打价格战。”采访中,多名业内人士称,“呐喊式直播”的价格战厮杀已成红海。“不是所有的品牌都想把自己‘打骨折’来换量,也不愿意为了销量放弃整体调性和价格体系。”胡晓表示,拼低价的售卖套路越来越难吸引到用户,头部主播逐渐流量

在。在上述电商整合营销平台负责人看来,买手模式对“种草慢直播”来说,可谓成也萧何、败也萧何。“买手模式是实现高溢价的核心,但买手模式天然无法规模化,带货无法放量,而小众商品的消费人数又很有限。一旦直播平台停止‘流量输血’,靠审美和情怀拉动的非刚需消费,长期发展空间恐不乐观。”

(北京日报)

短视频走俏以来,很多人习惯浏览探店博主推荐的商家视频,这些商家包括但不限于餐饮、游乐、景点等,不少视频还直接将商家主页或购物链接附在短视频下方——这便是“种草”。近日,在某视频平台安全部门工作的小杨对记者表示,很多消费者的浏览习惯是,一见到标记为“广告”的内容便立刻划走,导致“种草视频”流量大幅下降。“我觉得‘种草’不是广告,顶多算一种攻略。”河北省某旅游景点负责人对记者表示。

记者打开主流视频平台发现,虽然新规已经施行半月有余,但几乎所有“种草视频”都没有标记“广告”。新规之下,监管部门、博主和线下商家三方,对“种草广告”的认知,尚未达成一致。

短视频平台频频“种草”

不少商家习惯通过短视频平台进行吸粉和导流,他们认为,通过短视频“种草”,比干巴巴的在团购网站上展示商品更吸引人。“‘种草’会给人身临其境的感觉,比如我们在团购网站上展示一款188元的双人套餐,用户只能看到图片和菜品清单,但短视频就不一样了,新鲜的菜品摆上桌,探店博主边品尝边分享感受,导流效果比团购网站更给力。”北京市海淀区一家烤串店负责人说,目前他们既没退出团购网站,也重视短视频“种草”。如果“种草”为商家带来实际消费,被称为“长草”,“草”长得越多,说明“种草”越成功。

“种草”本身并不直接带有广告性质,这种行为最初是自发、自愿的。中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍告诉记者,他就是视频网站诸多“种草”者之一,“关注我账号的人都知道,我有时会推荐一些去过的景点,把觉得值得玩儿的景点拍成小视频发出来,这完全不是广告行为,我和景区之间没有半点利益交换。”朱巍表示,如果他账号里的分享和推荐内容按照广告对待,他会很不舒服,“现在在提倡分享的时代,把自己体验不错的东西分享出去,几乎成了这

一代年轻人的公约了。”

上述河北某旅游景点曾委托一名探店博主在其视频账号上推荐该景点,并在视频中附有链接,但景点负责人不认为这是广告。“我们邀请博主免费体验,觉得好就推荐,觉得不好就算了,没有一分钱费用,这怎么能是广告呢?”

“种草”和广告如何区分

根据《办法》规定,凡带有购买方式链接的“种草视频”,都被纳入互联网广告管理规范。

可这套标准,尚未获得业界广泛共识。

朱巍告诉记者,之所以主流短视频平台“种草视频”至今仍然没有打上“广告”字样,其中一个原因是:平台不易分辨哪些是“种草”,哪些是广告,“以我个人为例,我不是探店博主,只是偶尔发一

条‘种草’视频,这肯定不属于广告;而那些探店博主,即便每一条视频都是‘种草’,但也不能由此判定就是广告行为。”朱巍认为,仅凭视频附购物链接判定广告有所不妥,“我附上景区主页链接,是方便大家进一步了解景区具体情况。”对广告的判断,需要了解何为“种草”视频背后的运作方式。

视频平台有哪些责任

小杨告诉记者,目前,短视频平台很看重生活消费类商户所蕴含的商机,“抖音和快手都推出了‘某某引擎’为本地商户导流。”小杨告诉记者,商户在手机APP后台选择合作的探店博主,选好后由平台将博主派到商户进行拍摄和推广,“这些博主中,有些人与MCN机构(网红经纪公司)签约,也

“种草”到底算不算广告?

5月1日,市场监管总局修订发布的新版《互联网广告管理办法》(以下简称《办法》)实施。《办法》要求,通过知识介绍、体验分享、消费测评等形式推销商品或者服务,并附加购物链接等购买方式的,应当显著标明“广告”予以明确。

有独立发展不属于任何经纪公司的。”小杨告诉记者,不乏有的视频平台要求探店博主全职为平台服务,不允许接私活,这样一来,视频平台其实就是在做经纪公司业务。

北京市密云区某旅游景点负责人告诉记者,他们曾通过短视频平台促成一条“种草广告”,“进入视频平台后台,挑选探店达人,然后平台派派人来拍摄、体验和分享,至于达人和平台之间是什么关系,我们也不清楚。”

“任何一项法规的落实,离不开严格执法。为了保住流量而拒不执行,在法律上不是正当理由。”北京市中闻律师事务所律师赵虎表示,新规能否落地,取决于执法者的行动,“如果马上抓一两个现行,或者以严肃的态度约谈主流短视频平台,提出整改要求,那局面就会很不一样。”赵虎说。(法制日报)

专家观点

《互联网广告管理办法》第二条对其适用性作出限定:利用网站、网页、互联网应用程序等互联网媒介,以文字、图片、音频、视频或者其他形式,直接或间接地推销商品或者服务的商业广告活动,适用广告法和本办法的规定。也就是说,必须是商业广告活动,才受到管理办法管束。“应当将第二条和第九条结合起来,才能正确判断‘种草’和广告的区别。”中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍说。

平台持续推进“虚假种草”治理工作

的中介平台及MCN机构。

作为灰色产业链中的关键一环,发布者虚假营销的直接执行和推动者,因此,通过多种方式遏止违规营销内容发布行为也尤为重要。根据小红书发布的违规营销账号的治理规则,发布大量未经真实消费和体验的推广内容,或者通过违规途径获取虚假账号、粉丝、流量,进而发布营销推广内容,都会受到处罚。

“‘虚假种草’目前已经发展成包含品牌、通告平台、MCN机构等多方参与的灰色产业链,治理难度高,且需要持久作战。但我们将坚持持续,并不

断精细处置手段和强化处置力度,力求做到全链条打击治理。”小红书“虚假种草”治理专项负责人表示。

“从整个市场看,‘虚假种草’实际上是以流量的方式破坏了市场秩序,会出现劣币驱逐良币的问题。”浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林在接受人民网记者采访时表示,要想有效监管、治理“虚假种草”,核心是打开取证渠道,让用户发现问题,让平台取证。对于平台来说,管理的核心是通过算法去发现问题内容;对于用户而言,关键则是在于辨别真假。(综合)

公告栏

赵斌: 本院受理原告刘宇明诉被告赵婷劳务合同纠纷一案,已审理终结。现依法向你公告送达本院(2023)豫1402民初3764号民事判决书,如你不履行本判决,可在公告期满后十五日内向本院递交上诉状及副本,上诉于河南省周口市中级人民法院。逾期本判决即发生法律效力。

河南省周口市川汇区人民法院程坤: 本院受理的(2023)川1921民初480号原告王川楠与被告程坤民间借贷纠纷一案,已审理终结。因你方下落不明,现依法向你公告送达本案的判决书。自公告之日起30日即视为送达。如不服本判决,可在公告期满后十五日内,向本院递交上诉状,上诉于四川省巴中市中级人民法院,也可以向四川省巴中市中级人民法院在线提交上诉状。特此公告。

四川省通江县人民法院
蔡恩超: 本院受理的(2023)川1725民初1826号原告恩超与被告李昌金属合同纠纷一案,已审理终结。因你方下落不明,现依法向你公告送达本案的民事判决书。判决如下:准予原告恩超与被告李昌金属赔偿。如不服本判决,可在公告期满后五日内,向本院提交上诉状及副本,上诉于四川省达州市中级人民法院。特此公告。

四川省渠县人民法院张绍: 本院已受理原告张绍诉被告渠县民间借贷纠纷(案号为(2023)川0381民初2351号)一案,现依法向你公告送达(2023)川0381民初2351号民事判决书。自公告之日起经过30日内来本院领取民事判决书,逾期视为送达。如不服本判决可在公告期满后15日内向本院递交上诉状及副本,交纳相应上诉案件受理费,上诉于成都市中级人民法院,逾期本判决即发生法律效力。

辽宁省锦州市人民法院
陈小康: 本院受理原告陈小康诉被告陈交通交通事故责任纠纷一案,案号为(2022)黔2328民初2723号,因你方下落不明,现依法向你公告送达民事判决书,自公告之日起,30日内来本院领取民事判决书,逾期视为送达,如不服本判决,可在公告期满后15日内,向本法院递交上诉状及副本,上诉于贵州省黔南布依族苗族自治州中级人民法院,逾期未上诉的,本判决即发生法律效力。

贵州省安龙县人民法院
蒋秀英、王庆才: 本院受理原告蒋建忠与你方为买卖合同纠纷一案已审结,现依法向你公告送达(2022)冀1081民初8758号民事判决书。自公告之日起30日内来本院领取判决书,逾期视为送达。如不服本判决,可在公告期满后15日内向本院递交上诉状及副本,上诉于贵州省黔南布依族苗族自治州中级人民法院。逾期未上诉的,本判决即发生法律效力。

河北省霸州市人民法院
胡伟: 本院受理原告张德福与你方为民间借贷纠纷一案已审结,现依法向你公告送达(2023)冀1081民初885号民事判决书。自公告之日起30日内来本院领取判决书,逾期视为送达。如不服本判决,可在公告期满后15日内向本院递交上诉状及副本,上诉于河北省廊坊市中级人民法院。逾期未上诉的,本判决即发生法律效力。

河北省霸州市人民法院
曹建: 本院受理原告曹建与你方为合同纠纷纠纷一案,现依法向你公告送达起诉状副本、应诉通知书、举证通知书、权利义务告知书、民事裁定书及开庭传票。自公告之日起经过30日即视为送达。提出管辖权异议的期限自公告期满后15天。并定于2023年8月14日上午9时30分在本院审判法庭公开开庭审理,逾期将依法缺席裁判。

河北省霸州市人民法院
康朋: 本院审理的原告康朋诉你买卖合同纠纷一案,因你方下落不明,现依法向你公告送达(2023)黔2328民初973号民事判决书,自公告之日起30日内到本院领取民事判决书,逾期视为送达。如不服本判决,可在公告期满后15日内,向本院递交上诉状及副本,上诉于贵州省黔南布依族苗族自治州中级人民法院。逾期未上诉的,本判决即发生法律效力。

贵州省安龙县人民法院
周虎江: 本院审理的原告周虎江诉你合同纠纷纠纷一案,因你方下落不明,现依法向你公告送达(2023)黔2328民初1213号民事判决书,自公告之日起30日内到本院领取民事判决书,逾期视为送达。如不服本判决,可在公告期满后15日内,向本院递交上诉状及副本,上诉于贵州省黔南布依族苗族自治州中级人民法院。逾期未上诉的,本判决即发生法律效力。

贵州省安龙县人民法院
蒋楠: 本院已受理原告蒋楠诉你房地产开发有限公司民间借贷纠纷(案号为(2023)辽0381民初2574号)一案,现依法向你公告送达(2023)辽0381民初2574号民事判决书。自公告之日起经过30日内来本院领取民事判决书,逾期视为送达。如不服本判决可在公告期满后15日内向本院递交上诉状及副本,上诉于辽宁省沈阳市中级人民法院。逾期未上诉的,本判决即发生法律效力。

辽宁省盘锦市兴隆台区人民法院
徐德福: 本院受理原告徐德福诉你民间借贷纠纷一案,案号为(2023)辽0381民初1551号民事判决书,判决如下:被告徐德福赔偿原告徐德福借款本金34000元,并支付利息(从2018年2月25日至2020年8月10日按本金34000元月利率1.5%计算,从2020年8月20日开始按本金34000元月利率14.24%计算)至还款之日止。案件受理费9元,由被告徐德福承担;案件受理费650元,公告费600元,合计1250元由被告徐德福负担,于本判决生效后七日内交纳。自公告发出之日起30日内来本院缴纳诉讼费,逾期视为撤诉。逾期未上诉的,本判决即发生法律效力。

内蒙古自治区扎兰屯市人民法院徐悦华: 本院受理江苏盐城农村商业银行股份有限公司诉你金融借款合同纠纷一案,现依法向你公告送达起诉状副本、应诉通知书、举证通知书及开庭传票。自发出公告之日起,经过30日即视为送达。提出管辖权异议的期限自公告送达期满后的15日内,并定于举证证明期限的第3日15时(遇节假日顺延)在本院第三十三法庭公开开庭审理,逾期将依法缺席裁判。

江苏省盐城市盐都区人民法院安通建设有限公司: 本院受理原告张北县油梁乡二台村工程服务有限公司诉你建设工程纠纷一案,现依法向你公告送达起诉状副本、应诉通知书、举证通知书及开庭传票。自发出公告之日起,经过30日即视为送达。提出管辖权异议的期限自公告送达期满后的15日和30日。并定于举证证明期限第3日上午9时在本法院第三审判庭开庭审理,逾期将依法缺席裁判。

湖北省张北县人民法院

拍卖公告

受有关委托,我公近期拟将以下标的进行公开拍卖:一、标的物:张北县一批《拍卖标的物》。二、拍卖时间:2023年7月5日上午10时00分。三、拍卖地点:张家口融融拍卖有限公司拍卖会。四、拍卖时间:2023年7月3日-7月4日,标的物所在地。五、竞买资格:报名人需提供营业执照、法定代表人身份证、代理人身份证原件及加盖公章的授权委托书以及授权委托书原件。六、竞买保证金:具体金额请来电详询,交纳截止时间为2023年7月4日下午17时止。七、咨询电话:0313-4162208。

张家口融融拍卖有限公司

拍卖公告

接受委托,我公定于2023年7月6日在中拍平台(https://paimai.cai123.org.cn)对以下标的进行公开拍卖:标一、天津市滨海新区武定街北侧融创北湾西部分房产(属香河泰东第一间房屋)产权证,拍卖时间:2023年7月6日10时;标二、天津市滨海新区武定街南侧融创北湾东13平房产权证,拍卖时间:2023年7月6日12时;本次拍卖标的已于2023年6月27日中午12时在天津产权交易中心有限公司公开挂牌,在挂牌期间内,竞买人需按照产权交易的相关规定到天津产权交易中心有限公司办理委托登记手续,同时与我公司签署咨询并办理竞买登记手续。拍卖标的展示时间:自公告之日起至2023年7月5日止(节假日除外)咨询电话:天津市红桥区成顺北路48号。咨询电话:1311059913。

天津融融拍卖有限公司

拍卖公告

袁天昊出生证丢失,性别:男,出生日期:2008年3月23日,母亲:宋利娟,父亲:袁向国,出生证号:1640009598,声明作废。

袁魏轩出生证丢失,性别:女,出生日期:2007年3月26日,母亲:宋利娟,父亲:袁向国,出生证号:1640030496,声明作废。