

热点时评：网红带货

专注面试搜集整理 公务员面试通关资料 2019-08-18

当前各大短视频和直播平台的“网红”凭借强大的“带货”能力，成为各路商家不断追捧的“宠儿”。然而据媒体报道，除一些正规商家合法经营外，“网红带货”市场背后存在众多乱象，诸如平台直播数据造假、虚假广告和“三无”产品横行、消费者投诉维权难等问题层出不穷。

天花乱坠的说辞，浮夸做作的表演，限时限量的诱导……这套操作手法是不是很熟悉？有细心的人发现，如今直播平台上花样百出的“网红带货”，其实跟多年前的电视购物广告雷同相似。随着时代变化，当年传统电视广告上叫卖的保健品，变成了直播平台上的化妆品，而“唯一不变”的是商品质量——跟以前一样，参差不齐、难分真假。

商家利用“网红”效益宣传商品，追逐利益最大化，这实属正常的市场行为。无论是多年前的电视广告，还是现在的“网红带货”，本质上都是为了吸引眼球，刺激潜在消费。然而，逐利固然无可厚非，但并不意味着“无底线”。数据造假、虚假广告、三无产品、消费者维权难等，这些问题早在过去的电视购物广告中都曾出现过，而它们也无一不是“搞垮”电视广告生态圈的罪魁祸首。放眼当下，网络平台如果继续任由这些问题存在，最后消磨的不仅是用户的信心与信任，还是整个网络带货生态圈的健康繁荣。

自媒体时代下，“网红带货”无疑是更接地气、受众面也更广的，而且逐年增加的资本与品牌投放，也证明它有不俗的发展潜力，但也意味着需要更多的规范与引导。各大短视频和直播平台应坚持底线思维，进一步完善内容审核机制的同时，可提高品牌合作人门槛，断绝山寨、三无品牌的投放渠道。同时，规范平台支付方式，约束平台商家建立完备的订单跟踪系统与售后机制，并配以平台客服介入机制，保障用户与商家权益。只有不断净化平台生态，“网红带货”方可健康持续发展。

