

“网红”产品，靠流量更要靠质量

“网红”产品不能只顾“红”而忽略品质，还要从专注流量转化为提高质量，进而更好满足消费者的美好生活需要

警惕虚假宣传、过度营销，携手将存在安全风险的产品赶出市场，方能避免劣币驱逐良币，让品质优秀的“网红”产品脱颖而出，更好满足市场需求

时下，“网红”产品凭借新奇概念、独特设计，契合年轻消费者的个性化需求，在一些社交平台形成传播热度，吸引了消费者的目光。同时，“网红”产品注重对接消费热点，讲究线上线下营销策略，改善了消费体验。然而，也有不少“网红”产品只顾“红”而忽略品质。

据媒体前不久报道，被称为“遛娃神器”的儿童轻便童车，抽样结果100%存在安全风险，且存在商家无法提供质量检测证明的情况。类似热销产品网络关注度一般较高，却潜存着质量安全问题。比如，发光冰块不过是内置了LED小灯泡，而一旦被误食便危及身体健康；走红的美白产品暗地里添加了违规的化学成分，使用时会释放出甲醛；发光气球受到追捧，但遇到明火或高温极易发生爆炸，此前就曾发生过气球炸伤多人的事故……如何保障“网红”产品质量，有效防范相关安全风险，成为亟待解决的问题。

其实，“网红”产品并不局限于特定物品，也可以是景区、餐厅、游乐项目等。有数据显示，我国“网红”经济规模已达2万亿元。如此规模，“网红”产品更要从专注流量转化为提高质量，更好满足消费者的美好生活需要。如果总是投机取巧、追求一时“爆款”，忽视了产品质量安全，最终只会害人害己。对“网红”产品来说，只有经得起时间检验，才能赢得更大的经济效益与社会效益。

从目前情况看，还缺乏明确的法律法规来规范“网红”产品背后的营销手段，但相关网络平台负有相应责任。例如，根据《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》规定，为产品提供服务的网

络平台，有责任和义务对其采取监管措施。事实上，由于“网红”产品可以带来巨大网络流量，一些网络平台对违规营销行为时常睁一只眼闭一只眼，更不必说关心产品质量。因此，应压实网络平台的主体责任，从源头把好“网红”产品的审核关口。

从根本上讲，需要加强市场监管，加大质量安全监管力度，显著提高违法成本。建立健全相关产品生产者、销售者诚信追溯机制，对严重失信者予以公开曝光。在全社会倡导“质量兴衰，人人有责”的理念，普及质量安全知识，引导消费者“用脚投票”，提升群众的质量意识、安全意识和维权意识。警惕虚假宣传、过度营销，携手将存在安全风险的产品赶出市场，方能避免劣币驱逐良币，让品质优秀的“网红”产品脱颖而出，更好满足市场需求。

“网红”产品流行，适应了消费经济转型特点，反映着消费新态势。应当鼓励“网红”产品强身健体，既找准消费热点、挖掘“卖点”，也注重内在、确保品质，在追求“名气”的同时筑牢产品质量的底线。市场竞争，说到底要靠产品质量和服务水平。守护产品质量安全，激活“网红”产品的价值优势，中国质量、中国品牌的前景必将更为可期。