

# 集赞兑奖,被忽悠了 点赞营销,被掺水了

## 腾讯:不鼓励此营销方式,消费者可通过微信举报功能检举

“关注账号征得26个赞,可获取精美香水一瓶”、“集赞送四天三夜港澳游”、“599个赞,送价值1万元的春季排毒营”……连日来,这些诱人的信息在微信朋友圈内频频出现,由于成本低、人气旺,商家热衷于集赞赚粉丝,用户也纷纷召集微信好友帮忙点“赞”以求获得商家许诺的奖品。

这看起来是一举两得的美事,其实正在一步步走向失控,一方面是商家出尔反尔,集齐“赞”后礼品往往不能兑现,集“赞”演变成集骂;另一方面则是看似疯狂的“赞”里实际已经掺入了不少水分,淘宝上就已经出现了“卖赞”一族,排名靠前的店铺销售量都达到了五位数以上,足见其火爆程度。

■三湘华声全媒体记者 杨田风

### 案例 集赞免费游海南? “其实是坑人购物团”

随手点赞,几乎成了杜女士浏览微信朋友圈时一个习惯性的举动。

3月14日,她看见朋友圈分享了一个名为“集赞送名牌锅”的活动时,爱好烹饪的她立刻心动了,顺手也加入转发求赞的队伍。

为了集满100个赞,杜女士几乎给所有微信朋友都发了条“求赞”信息,但她完成集赞任务反馈给活动方时,活动方却不承认了,“说必须写一些广告语转

发求赞才算数,但活动页面上根本没有说明。”杜女士非常气愤,她认为商家是在忽悠人,自己沦为了商家广告营销的道具。

无独有偶,本月初,湖南大学大四学生陈丽微点赞获得了一家旅行社提供的“免费海南5天4夜单人游”,当收到旅游卡时才发现只是3天游,而且是“来回交通费用自理”、“参团费用380元/人”,“这些要求商家事先根本没有提及。”陈丽气愤地说道。

### 现状 成本低,人气旺 集赞营销像病毒蔓延

自从微信的点赞功能盛行以后,商家出福利赚人气,消费者点赞赢礼品。这看起来一举两得的美事立马受到前所未有的欢迎,其中也不乏如实地做到“积攒送礼”承诺的诚信商家。

记者注意到,冲在这场点赞大潮最前头的,都是本地餐饮、娱乐、消费等商家,策划“集赞”送礼的“幕后操盘”,也多是熟悉网络的年轻人。然而这些“看起来很美”的“集赞”活动,其实正在一步

步走向失控。

长沙一家公司3月上旬通过微信公众账号发布了“集赞送礼”活动,没想到几分钟内就有上千人参与,火爆程度大大超过了预期,商场有些招架不住,惹来一片“骂”声不说,最后还被微信封了号。

长沙一家影城的策划人陈星则向记者透露,虽然微信点赞成本低人气高,但正是过于火爆而使得情况不可控,公司也已完全封杀集赞营销。

### 市场 网上兴起“互赞群” 点赞变“刷赞”

在陈星看来,让“集赞”活动走向尴尬的,除了赶不上变化的计划,还有那些躲藏在屏幕后面,为点赞而疯狂的网民们。

眨眼间成百上千的“赞”,在达到宣传效果时,也让不少商家都感到有些后怕。而这些疯狂的“赞”,其实掺了不少的水分。

陈星告诉记者,他们在此前的集赞营销中,就发现了相当一部分的“点赞专业户”,“他们朋友圈的页面转发的全是各种‘集赞’活动。”

事实上,随着“点赞”的流行,数量惊人的“互赞群”如雨后春笋般涌现。

百度的互赞吧里,已有每月4万人的活跃记录,相关搜索里,

“互赞群号”、“互赞软件”赫然在内。

淘宝网上甚至出现了不少卖赞店铺,记者在淘宝上输入“点赞”两字,共搜索出2382件宝贝,价格在每个0.1元—1元不等。有商家打出了“微信刷赞,全网最低”的广告,30天内已售出44815件。

“我们全部都是真人点赞,每个号头像不重复,保证两个小时全部到账,买得多还有额外赠送。”一名卖家告诉记者,“买赞”后,他就会用大量的号加买家微信,只要接受了好友请求,就可以看到朋友圈里的消息,就能点赞了。记者发现,在相关的评价中,不少买家表示是为了“积攒送礼”而来,还分享了点赞暴增的截图。



声音

### 【工商】 点赞营销可视为 “口头约定”,违约可追责

对于网友微信点“赞”遭遇忽悠的问题,省工商网络监管办公室主任王祖锡认为,尽管没有相应的书面合同,但通过微信的方式,也是一种口头约定,适用于《合同法》的规定。只要微信用户通过转发,并收集到相应的“赞”数转发给商家,双方就可以视为形成合同,如

果商家不兑现承诺,就是违约,涉嫌虚假宣传甚至欺诈,微信用户可以向当地工商部门举报。

需要提醒的是,网友最好在转发商家微信时就要对其页面进行即时保存,并保存相应的聊天记录和相关证据,以方便维权。

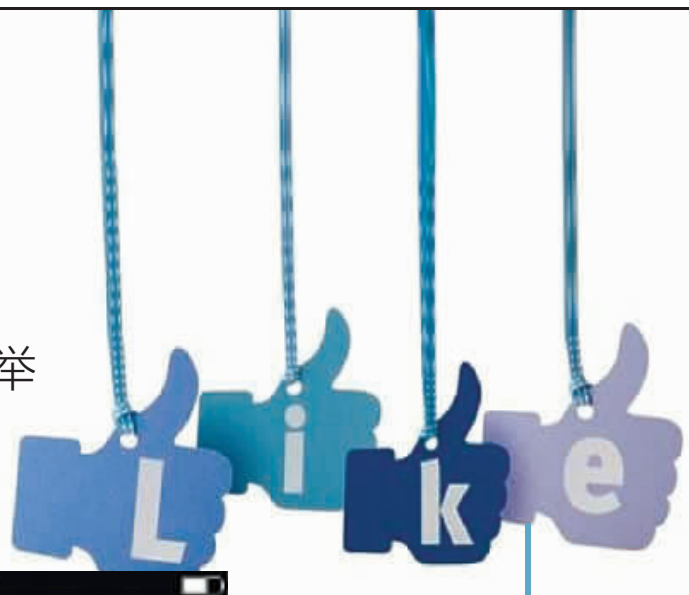
### 【腾讯】 不鼓励“点赞”营销

令消费者防不胜防的是,由于微信个人账号的申请比较容易,涌现出不少“李鬼”。山寨的账号把正规企业的logo做在微信上,一般用户难以分辨。不排除大部分就是这些“山寨”账号发布的集赞内容充斥着消费陷阱。

针对商家通过“点赞兑奖”免费赚吆喝的行为,腾讯公司公关部杨莉在接受记者

采访时表示,朋友圈中的“集赞”促销已引起腾讯方面的重视。

腾讯不鼓励商家强制或诱导用户将营销信息分享至朋友圈的营销行为,并提供了相关的举报机制,如果发现恶意营销和消费欺诈等不良行为,可以通过微信的举报功能进行检举。经核实后将根据实际情况对账号进行不同程度的处理。



### 商家赖账三招

#### 后发制人

长沙伍家岭的邹女士反映,不久前她在微信朋友圈转发了某影楼集赞赢孩子写真集的活动,现场兑换时却被告知只有前50名有资格,而在点赞帖中,商家并未说明。

#### 百般抵赖

天心区一中教师邓先生集满某珠宝店赢精美玉杯的“赞”后,兑换时对方却称已没货,让再等等,再去仍然没货,最后不了了之。

#### 拖字诀

长沙某商场员工赵女士集齐了42个赞,前去领取价值368元的化妆品套装时被告知,由于活动参加人数过多,要集齐80个赞才能领奖,当她集齐80个赞时,对方表示,现在要集齐100个赞才能领奖。赵女士无奈只好放弃。

### 记者手记

### 别让“集赞”成“集骂”

当求赞、点赞,互赞充斥着微信朋友圈时,才发现这已经形成了一盘错综复杂的“棋局”,每个人扮演的,都不过是一颗棋子的角色。当商家对“集赞”寄予厚望,指望“空手套白狼”时,得到的是一片骂声,还有一群“点赞专业户”的捧场。而商家们的“忽悠”,也给不少指望“天上掉馅饼”的人们狠狠泼了一盆冷水。

面对这个新江湖,王祖锡认为有待观察,“这毕竟是全新的东西,刚刚出台的《网络交易管理办法》将微博营销纳入了管理规范,却还是没有跟上微信的节奏。”

不过话说回来,人在江湖漂,又怎能不挨刀。网民的愤怒,商家的委屈,都告诉了我们一件事,这个点赞的世界,并不单纯。

■三湘华声全媒体记者 杨田风