



如果说二手交易平台这么多“坑”是因为卖家可以隐瞒产品的一些缺陷，那么朋友圈里的“网红”产品套路则是卖家肆意夸大产品的价值。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“爆棚”人气，实际上是通过夸大其词的宣传甚至造假炮制的。

顾客排长龙、满屏炫富照、荣誉证书数不清

人气“爆棚”？ “网红”产品玩的是套路

“网红”产品有哪些“气质”
功能神器、权威“背书”、
浮夸炫富

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。

记者在网发现一款名为“玛姿宝”的微商产品十分火爆。自称代理商的刘女士向记者展示了其中一款减肥产品“玛姿宝0卡能量圈”，称该产品具有“3·15打假保真荣誉标志”，是“打假保真放心消费联盟单位”，获得“中国孕婴童奖”“玛姿宝商业模式论证证书”“移动互联网+新零售示范单位”等多个大奖或证书。

“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：
虚构荣誉、合成照片、网络刷“赞”、雇人排队

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”。前者人微言轻，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。成都某传媒类大学学生小王已多次充当“排队人头”。

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”，其实这些标志仅代表商户向一家名为“中国保护消费者基金会”的民间组织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。

此外，针对该品牌自称商业模式被“国家科技部、商务部与电子商务部”认证通过并颁发证书的说法，科技部与商务部都予以明确否认，并且国家部委序列中也并无电子商务部这一部门。

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，“喜提车房”系列照片也大多是电脑合成的“赝品”。

记者在网发现，有商家专门从事替微商修改合成照片的生意。在一家月成交量过万的店铺，记者花50元轻松制得“喜提豪车”照片。此外，还有店家能制作效果逼真的转账记录。



隐忧

假“网红”多为三无产品，
相关网络监管应加大力度

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称：“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时表示，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、提升市场监管技术能力、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

