



## 卷首语 |

女孩子要“打卡”网红餐厅，在朋友圈发上一张精修的网红景点游客照；男孩子要“晒”球鞋，“种草”明星带货的好物……要说这两年最火的词，那一定非“打卡”莫属。

身处万物皆要“晒”的社交时代，“打卡”已从工作人员上下班时把考勤卡插入磁卡机，演变成了品尝热销美食、留影热门旅游景点、购买网红推荐品牌好物等行为记录。

眼下，打卡经济与网红效应如影随形。网红地在哪里，人们就去哪里“打卡”；微博大V推荐什么，消费者就跟着买什么。对于消费者而言，跟着网络红人的“打卡”攻略吃喝玩乐，无疑是“了解一座城”的最佳途径；对于商家而言，一旦让店铺成为网红“打卡”点，就如同戴上了“流量光环”，消费者前赴后继，商家也赚得盆满钵满。

需要注意的是，当消费者循着社交媒体上的“打卡”攻略完成探店、拍照、修图、发朋友圈等一套精美的自我包装动作，或在直播间主播“倒计时”、“限量”、“最后五千份”等煽动性词汇引导下不假思索地疯狂砸钱下单时，也别忘了热闹背后可能存在的商业陷阱。

■黄亚苹

●心态  
万物皆要“晒”  
“打卡”成潮流

●市场  
动辄排队长  
谁在造“网红”

●观点  
爆款要“长红”  
靠流量更靠质量

02-04

