



核心报道

微博营销

“鼻子最近干净好多,黑头都没了,XX套装很赞呐!”前阵子,好些明星在新浪微博提到某品牌的祛黑头套装。

因电视节目《爸爸去哪儿》迅速蹿红的模特张亮在个人认证微博上称“瘦了7斤看节目自己笑起来居然有皱纹了看来真的要注意了……朋友送来XX蛇毒V脸面膜让我好好保养一下!”

近日,微博上大规模出现明星发广告的现象,不少明星组团“刷信用”。不过,有网友说,那款产品效果不佳,甚至还建起“反对微博账号”。明星在微博上推荐产品,算不算广告,又由谁来监管?这种营销微博背后,又是怎样的产业链条?现代快报记者对此进行了调查。

现代快报记者 朱蓓 综合新华社



模特张亮在新浪个人认证微博上发的消息

明星组团发微博推销化妆品 算不算广告? 产品出问题找谁?

新华社发文呼吁:给微博大V的软广告降温

现象

明星集体发微博 推荐同款祛痘产品

“最近那谁他们都在用XX(记者注:某品牌)啊,听说去痘印不留痕啊,我也用用啊!好的话,我推荐给那谁啊!”微博上,明星发广告很常见,但是组团刷同一个产品,却不常见。近日,一些祛痘产品、面膜等,频繁出现在多个明星的微博上。难道是他们都开始使用同样的化妆品了?

虽然明星们大多是采用推荐的方式发微博,但他们基本都会提及品牌名称,或配上产品包装图片、使用图片,然后对产品效果“略微”夸一夸。

这些明星们加以推荐的产品,质量如何呢?前文提到的这款祛痘产品在微博上和淘宝上,差评不少。甚至有网友买来使用后觉得没有效果,直接开了一个微博账户“全国反XX祛痘产品后援会”,提醒其他消费者。

日前,现代快报记者联系上一款被推荐使用的祛痘产品网店客服。客服说,目前这个品牌只在广州设有专柜,其他城市的人只能网购。对于网友的一些质疑,客服解释称,使用这种化妆品,要看个人皮肤的吸收情况,每个人的皮肤都不同。

产业链

可以让明星组团发微博,但不保证销量

实际上,明星们组队发微博“刷信用”,可不是大家都使用了同样的东西,而是一种已经形成规模的营销模式。

昨天,现代快报记者找到一家给某护肤品牌做微博营销的网络公司。负责产品推广的曾先生说,他们的服务很多,报价也各有不同,“某明星团体就可以打包售卖,具体的还得看他们经纪人的说法。‘双11’之前,打包价才七八十万,‘双11’之后,就涨到100万了。”

曾先生说,涨价是因为微博营

销让商家尝到了甜头。如果要达到某护肤品牌现在的宣传规模,平均每天商家得给10万元左右。

曾先生还说,“打包销售”的明星团体中,粉丝多的报价高,粉丝少的报价低,打包到一起,大家互相转发,效果更好也更划算。

虽然花了几十万以至百万元,但网络公司只能保证明星发布微博,至于最后微博的转发、评论数量,还有产品的销量,他们都不做保证。但曾先生又说,他们还是会进行技术操作,帮助刷转发的。

一条微博收28万,明星“一字千金”

曾先生说,明星们也会挑产品。首先,商家得提供产品,寄到他们公司,由公司给明星试用,最后决定愿不愿意发,“经纪人会把关。”

除此之外,商家在和网络公司合作之前,还得提供公司的营业执照、产品的检测报告等证件。

那么,明星和商家之间有合作协议吗?曾先生说,商家和网络公司签合同,网络公司再和明星签商业协议,微博营销的产业链已经比较成熟,微信等平台也有人做,但还没成熟,加上微信无法打开淘宝链接,给营销带来了一定的麻烦。

至于费用方面,“肯定不低,不过有议价的空间。要是嫌明星太

贵,也可以找一些微博大号。”曾先生说,其实不少粉丝多的营销微博,价格要划算很多,“100万个粉丝的营销账号,价格才三四百元。”

北京讯达网络科技有限公司的工作人员称,一些明星单条微博发布价格为20万元左右,有的高达28万元左右。即便按每条微博都发满140字计算,明星每字售价也远超1000元,一般明星很难拒绝这种“一字千金”的诱惑。

微播易网站业务员王明(化名)称,如果想要更好的推广效果,还可以利用名人微信账号等进行宣传,再配合若干草根账号进行反馈,形成一套有效的宣传攻势。

话题

谁来给微博大V的软广告降温?

新浪微博客服人员解释称,目前通过新浪微博进行的推广都会在广告下方标注“推广”二字。但名人微博私自发布的内容并不在广告监管范围之内,除个别关键词可以被发现外,基本无法及时监测到名人发布软广告的行为,更无法对其推广的产品进行监管。

南京市工商局广告处处长张家斌表示,如果产品出了质量问题,可以调查生产企业或者代理企业,进行属地管理,“比如说产品是南京生产的,当地的质监部门就有权处理。”

张家斌说,要界定是不是商业广告,取证方面有不小的难度。但《互联网广告管理办法》正在起草,里面将可能对互联网广告究竟包括哪些范围,进行界定。“新《广

告法》的修订版还没通过,里面提到了关于明星代言担责的问题。”张家斌说,将来法律有可能会在这方面进行完善。

他提到,新《消法》中规定,名人明星、社会团体代言虚假广告导致损害,将承担连带责任,但这还要分情况讨论,比如是否有主观故意。发微博推荐产品,并不能说是代言,无法追究明星的相关责任。

中国传媒大学新闻传播学部教师付晓光表示,新媒体平台上内容传播多源,把控难度很大,应该采取自律与他律相结合的方式,这就需要微博名人、“大V”自觉遵守网络道德,意识到自己的责任和义务,另外,法律法规也应尽快明确,只有将自律与他律结合起来才能发挥最好效果。

给消费者的建议:多渠道了解产品

“他们确实使用了一样东西,在微信上推荐给大家推荐,可以说是言论自由。”江苏世纪同仁律师事务所律师方磊说,要界定这种微博是否是广告,存在一定的难度。而且明星代言有一定的定义,发一条推荐微博并不能算是代言,但起到了广告的效果。

“如果明星或者微博大V宣传了质量不好的商品,我认为这是不

太道德的行为,对他们的信誉有影响。但要追究法律责任,却非常难。”方磊认为,立法有一定的滞后性,现在更多的是,消费者要学会保护自己的合法权益。

方磊建议,消费者在看到营销微博宣传商品后,要通过其他正规渠道,多方面去了解产品的真实信息,再判断是否购买,不要因为明星“号称”正在使用,就跟风消费。

辉煌万达,冠领江宁

江宁万达广场12月21日盛大开业

开业在即价值飙升 45-150m²国际写字楼 70万起准现房急速热销

12月21日,江宁万达广场、五星级万达嘉华酒店即将盛大开业!江宁万达隆重推出“万达庆开业 百万惠全城”感恩季及欢乐嘉年华系列活动,“开业六重礼”大回馈礼献金陵!即日起至本月底,只要来江宁万达,即享进门礼、看房礼、活动礼、购房礼、开业礼、新年礼六重豪华大礼!

江宁万达广场本周六 盛大开业 惊艳南京

近年来,江宁及整个南部新城的经济蓬勃发展,但一直缺少一个标志性的商业中心和商务中心。如今,江宁万达广场的兴建和开业,即将改变这一现实。

位于江宁东山的江宁万达广场,即将于12月21日盛大开业。这座整个南部新城最大的商业航母和商务旗舰扬帆启航,包括五星级万达嘉华酒店,万达百货,万达影城,永辉超市,大歌星KTV,小厨娘,麦当劳,星巴克,南京大牌档等十余

知名品牌,都将于2天后正式与市民见面。

届时,整个江宁及南部新城的商业和商务配套,将因江宁万达广场的开业,而全面提档升级,并成为与新街口、河西三足鼎立的“金三角”繁华中心。

首席旗舰级城市综合体 铸就江宁新街口

作为万达集团着力打造的旗舰级城市综合体,江宁万达广场汇聚万达百货、IMAX影城、大歌星、永辉超市、孩子王、金吉鸟等十大主力店, Tommy Hilfiger、CK

JEANS、GUESS、欧时力等国际高端服饰,美克美家、丝芙兰、屈臣氏等潮流生活精品,南京大牌档、外婆家、哈根达斯、宜芝多等全球时尚餐饮,共计千余个国际一二线品牌,囊括购物、餐饮、休闲、娱乐等一站式消费体验,为南部新城中心带来同步世界的繁华时尚生活,升级南部新城商业规模的同时,再造南部新城的商业新气象!

坐享开业红利 写字楼 再掀投资热潮

乘势开业利好,精明的投资者综合各项优势预测出万达开业后的

繁华盛况,预见江宁万达投资产品的极大升值潜力蜂拥而至,令江宁万达广场再度掀起投资狂潮。

据悉,江宁万达广场问鼎2013年全市商业、办公销售金额双冠王,江宁区销售面积、套数、金额三冠王!连续两年蝉联全市商业、办公产品多项销冠。江宁万达国际写字楼自开盘以来热卖1800余套,不到两年时间涨幅高达13%,大有超越河西万达2年高涨38%的势头!目前,80-150m²甲级写字楼,3期火爆热销中;45-150m²精装公寓、国际写字楼准现房总价70万起,明年即可交付入住,堪称即买即收益的准现房投资精品。

精彩活动

万达杯
“最美万达 精彩一刻”
摄影大赛盛大开启 全城火热征集

万达杯“最美万达·精彩一刻”摄影大赛,摄影作品现全城火热征集!2013年12月21日-2014年1月13日,来江宁万达,参与活动就有机会获得现金大奖和惊喜豪礼!参与者请于2014年1月13日(18点前)提交电子版摄影作品,发送到2405499262@qq.com,每人最多提交10幅作品。本次活动特邀省、市摄影专家2014年1月16日进行评选,届时将在所有参赛作品评选出一等奖、二等奖、三等奖及优秀奖。