



齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 孙远明 实习生 张小雨

“我再也不相信小红书了”

近日,随着旅游景点的“美片”不断涌现,小红书也因“滤镜景点”一事持续发酵被推到了风口浪尖。

不少网友在公共社交平台吐槽,并做出对比图。经过艺术加工后的“最洋气”的咖啡店实则是路边不能容纳两人同时进入的门头;经过滤镜加成后的地铁口下沉式新晋咖啡店实则旁边还是未施工完成的地铁工地;被称为小镰仓的粉红沙滩,实则是杂草丛生的河堤。

这些“美好”景点,还有各式各样的称号,比如,西安小三亚、蓝色多瑙湖……

有网友崩溃:我再也不相信小红书了,要下载国家反诈App了!

小红书致歉,将推出踩坑榜

针对该话题,小红书在官方微博账号“小红书”发表了回应文章。

小红书在回应中“向用户真诚道歉”,反思对用户决策提供的多元信息不够充分:存在部分用户过度美化笔记的情况,且社区内“避坑”类的笔记展示不足。

此外,记者还了解到,小红书社区在2021年4月上线了《社区公约》,倡议社区创作者在分享内容时应遵守申明利益相关、抵制炫富、反对伪科学、避免过度修饰等分享原则。

小红书要推出踩坑榜之类的举措,引发网友热议。

有网友担心,一些探店博主在探店的过程中只要是收了钱就会无脑夸这家店有多好吃,写一些虚假的评价。对家也可以出钱让博主写哪些店踩雷,写一些负面的评价。

有网友评论,之前是花钱打榜往上冲,这下好了,有两个榜!还可以花钱往下掉!一头羊宰两次……宰商家坑买家!

还有网友表示,可能会出现负面公关找一些地方或者企业要钱的情况。

甚至有网友怒骂小红书要变小黑书……

买账号、买推广,一单几百元

作为一个“种草”社区,最直接的变现模式是带货或者广告。

据了解,2020年,小红书的广告业务营收约占其总营收的80%,截至2019年5月,小红书注册用户数量为2.5亿,每天有30亿次笔记曝光。这些“种草”笔记成为商家的广告发布手段,其背后巨大的营收利益也促使一些“头脑灵活”的人发现“商机”。

针对这样的现象,记者在小红书某博主那里得到了答案。并在和他的交谈中得到了另一个信息:买账号。

博主小斤是刚刚入职的公司职员,从公司同事那里得到了买小红书账号的渠道,被人拉到卖账号的

小红书变“小黑书”?

滤镜景点背后:买账号推广已不是秘密

近日,有网友在微博吐槽小红书博主发布的“滤镜景点”笔记,观看者实地探访后产生较大落差。针对这一热议话题,小红书在官方微博账号“小红书”进行回应。18日,#小红书尝试推出踩坑榜#的话题冲上热搜第二。

据报道,在小红书发展过程中,因内容引发质疑的问题频繁发生。内容失真、泛滥的软广笔记……成为让人诟病的地方。而齐鲁晚报·齐鲁壹点记者也发现,有不少店家会通过买账号、找博主推文等方式进行推广。有粉丝担心:在被大量滤镜、广告信息充斥后,小红书还是原来那个小红书吗?

“ ”



“最洋气”的咖啡店实则是路边不能容纳两人同时进入的门头。



地铁口下沉式新晋咖啡店旁边还是未施工完成的地铁工地。

重要的不是“红书”或“黑书”,是客观公正

齐鲁晚报·齐鲁壹点评论员 孔雨童

近日,有网友吐槽小红书“滤镜景点”给大众带来误导,引发热议。17日,小红书发文致歉,承认一些博主确实存在P图美化,同时声称今后也将对“避坑”等内容作更多展示,并尝试推出踩坑榜之类的产品,便于大家获取更多元的信息。

“小红书”加了“小黑书”的内容,就解决问题了吗?部分网友的吐槽挺犀利:“营销手段+1”“以后,可以花钱踩别人,或者得花钱不被踩了”。作为一个“生活方式分享平台”,截至2021年月活破亿的小红书俨然已经成为一个“国民种草机器”。很多人在这一平台上分享推荐各类美妆、服饰、美食、风景等内容,另一些人以此作为消费指南。在这样的平台上,把照片P得美美的再发布,似乎已经是一种常态,但这其实不算一个核心问题,毕竟“爱美之心人皆有之”。而这个以“分享推荐”为核心,“普通人帮普通人”为口号的平台,正在日益成为商家营销的“必争之地”,广告推广和普通分享的界限越发模糊,信息失去客观公正性,或许这才是更值得注意的问题——当下很多新产品上市,都会请

该平台上对应的美妆、美食、旅行博主分享“体验”,辅之以水军,这早已是明晃晃的事实。打开网络搜索平台营销,一些针对小红书营销的资源、案例也已成熟齐备。

当然远不只小红书。微博就曾声称“热搜”绝不能买,但实际上,一些显示热度不高的词条也曾频频登榜,2020年,国家互联网信息办公室就曾指导北京市互联网信息办公室,约谈该平台负责人,针对微博在一些事件中干扰网上传播秩序,以及传播违法违规信息等问题,责令其立即整改。更有甚者,一些社交平台甚至跟营销水军、网络打手们都有合作关系,这些“个体”可以视需求随时变换“红”或“黑”滤镜。

17日,小红书发布了名为《坚持真诚分享,坚持普通人帮助普通人》的道歉声明。但就其内容,无论是去除“滤镜景点”或是拿“黑榜”来中和,这都是治标不治本。“金钱”滤镜,才是最应当摘一摘的。在这个遍地营销的真实世界,虽然“去营销”本不可能,但平台也应当在维持客观公正的信息传播上,多担负一些责任;而打击、规范各种为了金钱戴上红黑滤镜的营销、恶性竞争,也是主管部门和互联网企业应当长期践行的课题。

公 告

为改善道路通行条件,
保障交通安全,拟对郭店
收费站东岗入口超宽车道
雨棚进行施工。定于2021
年10月19日至2021年11
月15日对郭店收费站东岗
入口货车限行,请过往车
辆根据施工提示谨慎行驶
或择路绕行,因收费站施
工给您出行带来的不便,
敬请谅解。

山东高速集团有限公司
环济有限公司
2021年10月19日

狠抓“无违建”创建工作 打造“魅力北园”

为深化巩固拆违拆临建绿透绿工作成果,济南市天桥区北园街道狠抓“无违建”创建工作,打造魅力北园。一是网格管理,加强监督。在各村居划定自查区域,指定专人巡查的基础上,城管科联合执法局北园中队成立巡查队伍,建立巡查日志。二是从源控违,从严拆违。以零容忍的态度严控“双违”,有效遏制违法违章建设势头,实现违法建设“零增长”。

今年已完成第一阶段违法建筑台账14处,面积8300平方米;第二阶段违法建筑台账拆除任务共18处,面积10800平方米;清理“三小一堆”共33处合计428m²。对拆后地块,“以建绿为原则、不建绿为例外”,优先用于建绿透绿,其余用于公共服务、还路于民等,拆后地块清运覆盖率达到100%。怀新昱

节后机票价格大跳水,淡季提前 候鸟航线票价最低仅为旺季三成

每年国庆节以后,民航市场都会进入传统的销售淡季,不过,今年这个淡季来得有点早,记者发现,全国多地的机票价格均有明显下降,淡季提前,原因是什么呢?

生活在北京海淀区的冯宇,每年都会趁着国庆节后的机票打折,送父母、外婆从老家黑龙江鸡西去海南三亚过冬,而今年,她表示,这个日期提前了差不多一个月左右,从鸡西飞到北京,含税只要一个人800元左右,从北京再飞到三亚也是800多元,性价比较高。

冯宇说,今年低价票不但比往年来得早,可选的航线也比较

多,云南、广西、四川等航线也出现打折,她也给家人增加了一个新的出游目的地——云南,按照现在的机票价格,全家四口人出游至少比旺季少花上万元。

业内人士表示,机票价格走低除了传统淡季因素外,还和今年从北向南的候鸟航班启动比较早有关,很多游客在十一假期之后就陆续开始出游,提前释放了部分需求,导致淡季票价持续下探,最低机票价格仅为国庆档的30%~50%。而这样的低价机票还会持续一段时间。

据去哪儿网公共事务总监徐光晔介绍,到大理、丽江、三亚、海口,从北京出发的裸票价

群里,在这些账号里选择一个自己喜欢的账号,不同的账号价格不同,“粉丝四千,有两万赞,才三百元”。之后就可以开始接单了,小斤加了三四个接单推广群,每个群200到400人不等,平时做一些探店、穿搭和产品推荐。“4000粉大概一单推广200元”。这些探店的推广并不是小斤直接与店主对接,而是有专门收集信息的类似中介的公关来决定这单推广的报酬,不同的粉丝数有不同的报价,不同的产品有不同的报价。

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者发现,也有一些公众号会每天不定时发布一些小红书推广通告。根据产品来招募不同粉丝数不同类型博主,定价也不同。据网友小桃透露,她在朋友的推荐下与一家MCN公司签订合约,与博主小斤的操作流程大致相同,不过与博主小斤不同的是小桃受公司的合约捆绑。公司提供给签约博主品牌方的信息,并且帮忙做数据,所赚取的佣金要与公司分成,不断累计的接单额会改变与公司分成。

变味的小红书曾遭下架危机

小红书成立于2013年,是国内大型的“种草”内容社区和生活方式平台。真实分享曾是小红书的王牌,而如今小红书失去部分用户信任,失真的网红滤镜和泛滥的软广笔记,让小红书陷入一种撕扯。更早之前,小红书上发布的9万多篇烟草软文引发争议,随后小红书宣布,下线了所有提及烟草的笔记。

此外,据南方都市报报道,小红书App内还存在微商公然发帖展示卖国家违禁药品,甚至大量笔记“安利”5日速成学会微整形的培训班等违法犯规现象。

2019年7月30日,小红书一度被包括华为、VIVO、OPPO等在内的安卓手机应用商城下架。

2020年10月,小红书宣布启动对炫富、低俗软色情等不良信息内容的专项严打,当月还公布了“啄木鸟”计划首月成果。

小红书如何一直“红下去”?

早前,“小红书App被各大应用市场下架”成为热议话题时,中国政法大学传播法中心的朱巍在接受采访时指出,“未来社交电商的健康发展不能只依赖于网红和流量,只顾‘种草’、不顾后果的推广是短视的饮鸩止渴,可能会把平台和品牌都拉下水。”

小红书作为“种草”平台,最核心的在于将真正好的产品推荐给用户。挣钱的同时,也要严格要求自己。否则,有钱就可以发推广,平台不去审核,也不关心真假,以及商品效果是否属实,最终伤的还是平台自身。虚假信息在平台上泛滥时,也会丢失用户的信任,进而遭到卸载。

小红书是该反思了,不要和“分享真实”的初衷背道而驰,不要被流量和金钱绑架,若还是继续放任下去,小红书还能继续“红下去”吗?