

网红经济如何更靠谱？

钟俏莹

“双11”的热潮刚刚退去，电商平台上多家人气店铺交易额破亿，表现抢眼。依托新型传播平台，有人依靠姣好的面容，有人展示特殊的才艺，有人借助社会热点，在短期内吸引了大量粉丝追随，成为网红。然而，不论是吸引大批年轻人争相“打卡”的网红奶茶店、网红书店，还是紧跟潮流、销量巨大的网店品牌，在满足了人们好奇心理和个性化追求的同时，宣传不实、性价比不高等问题也引发争议。专家指出，微博广告、品牌代言、直播、电商等多渠道流量变现方式催热了网红经济，但网红经济也需要加强规范和引导。

不实宣传不可取

如今，推崇网络红人的眼光和品位并进行消费已经成为相当一批年轻人的消费心态和行为。

所谓的“网红”现象，其实就是常在社交平台上依靠鲜明而独特的性格和人格聚集社会关注度，获得大量的粉丝追捧后形成定向营销市场。其背后，往往具有一个庞大商业化运营团队。

据了解，卖产品和接广告是网络红人常用的变现方式，网红依靠自身人气创造话题增加活跃度积累粉丝量，再经过一系列的营销推广手段吸引粉丝购买，提高粉丝转化率获得流量变现。据艾瑞咨询与新浪微博在2018年6月19日联合发布的《2018中国网红经济发展洞察报告》显示，截至2018年5月，中国网红粉丝总人数达到5.88亿人，2018年网红经济规模将突破2万亿元。

伴随技术革新和消费升级，持续的创新和质量的保障对维持粉丝信任、确保用户黏性显得至关重要。

齐颖是北京一所大学管理学专业的在读硕士研究生，跟许多年轻女孩一样，网红淘宝店里新潮的服饰和多样的款式符合她的审美需求。

“我会有固定关注的网红淘宝店铺，尤其是换季或者上新的时候总会更关注店铺动态。”齐颖说，“但是我买来的大部分衣服当时看着好看，一穿就不行了，或者存在其他的质量问题。如果综合考虑商品的价格和使用寿命，感觉网红代言的商品性价比并不是很高。”对此，齐颖很纠结。

精修过的照片、编导策划好的短视频、线上花钱刷好评、线下雇人排队……不少人发现，网红宣传中或多或少存在夸大甚至是虚假的成分。过高的宣传预期和较低的性价比形成的强烈落差会过度消费粉丝的支持。齐颖说：“我更在意其他买家评论对网红店铺的评价，一旦发现是虚假宣传之后就基本不会继续关注了。”

有人气更要有品质

今年22岁的陈泽南家住杭州，刚走上工作岗位不久的他常爱“打卡”当地的网红美食店铺。由于网络红人的推广代言，一些风靡直播、微博、朋友圈的网红店往往需要排队等候，但这并不影响他的热情。

“如果是我喜欢的东西，就算要等一个多小时也可以接受，排队的时候跟同伴一起聊聊天，时间过得挺快的。”陈泽南说。

值得注意的是，新媒体宣传方式为网红产品“一夜爆红”提供了便捷的快车道。

“虽然转发到微信群或者朋友圈的方式是在做间接宣传，但往往能获取优惠。”陈泽南说。他认为网红的宣传只会作为购买的首次动力，产品品质才是后续的推动力。

作为眼球经济、社群经济、粉丝经济的产物，网红不仅是社会现象也是商业产品。网红经济搭乘着电商、直播、新零售的快车，融合了直播、社交、区块链、共享经济等多种新模式，正在构建上下游全产业链的整体布局。

然而，如果过分依附营销炒作、外表包装等手段，形式大于内容，就会让网红经济难以维持。金女士是独立设计女装品牌的创始人，大学阶段尝试过做电商，也有在直播平台的公会近距离接触网红的经历。2016年，金女士成立了自己的品牌、注册了淘宝店铺。金女士告诉笔者，“现在网络上‘好看的皮囊’和‘有趣的灵魂’太多了，也有打造网红的团队和系统运营的成熟模式，但没有辨识度和活跃度很难留住粉丝”。

相比于网红，金女士则更倾向于找普通人进行宣传。“淘宝上一些网红的产品介绍，把打版和用料吹嘘的不得了，专业的人看起来就知道太假了。为了回避网红代言的产品性价比不高的刻板印象，在宣传的时候我们会找一些普通的人。”她说。

规范引导很重要

专家指出，包装和美化是催生“网红经济”的必要手段，拥有巨大销售量的网红店铺依靠外形靓丽的模特以及社交平台上的粉丝来带动消费，但也易出现脱离实际的宣传，引发行业乱象。

中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍认为，网红团队背后都有商家赞助，双方互利互惠。不过，网红帮助商家营销宣传，借此积累人气、获得提成，却鲜少考虑赞助商资质、商品性价比等宏观性、长期性问题。网红经济需要贴合实际，也需要与其他市场主体一样接受监管、符合规范。

“网红现象的出现，在市场上确实有很大的带动作用。但因为网络的特殊性，对网民的导向具有偏差，因此我认为大多数网红塑造的生活也不一定有很大的参考价值。”金女士说，“现在‘网红’有时候是贬义词，也有很多负面新闻，大众在买单的同时也存在一定的质疑，还是需要引导和规范。”

朱巍表示，2019年1月1日即将正式实施的《电子商务法》将对网红经济作出有力的法律约束。“规范和引导网红经济发展需要做到网络直播全程留痕，对商品资质进行严审，若出现售假行为则严惩，由平台承担主体责任，从而为消费者提供保障。同时，网红经济应朝着去中心化发展，防止虚假宣传的行为。”朱巍说。

北京航空航天大学人文与社会科学高等研究院经济学讲师段硕表示，在数字时代，网络渗透到人们日常生活的方方面面，改变着人们的社交方式、消费方式、出行方式、支付方式、投资方式，网络达人成为风云人物。但在实践中，用户体验越来越成为影响品牌实际地位的因素之一。“包括网红经济在内的整个网络经济正在重构实体经济。时代在变化，没有什么经营方式具有先天的、免受挑战的获利权。因此对商家而言，只有遵守经济规则，充分重视产品和服务本身，创造核心价值才能稳定立潮头。”段硕说。

国家统计局发布监测报告显示

女性就业占全社会逾四成

本报记者 徐佩玉

国家统计局近日发布对《中国儿童发展纲要（2011—2020年）》和《中国妇女发展纲要（2011—2020年）》2017年实施情况的统计监测。监测表明，两份《纲要》提出的多项目标已提前实现。其中，到2017年末，全国女性就业人员占全社会就业人员的比重为43.5%，超过《纲要》制定的到2020年40%目标。

全国本专科女生1447万人，占52.5%

国家统计局对妇女发展状况的监测显示，近年来妇女就业情况明显改善，女性专业技术人员持续增加。2017年，公有制企事业单位中女性专业技术人员为1529.7万人，比2010年增加260.3万人，所占比重为48.6%，提高3.5个百分点；其中女性高级专业技术人员为178.9万人，比2010年增加77.3万人，所占比重为39.3%，提高4个百分点，已提前达标。农村贫困妇女人数大幅度减少。2017年，全国农村贫困人口为3046万人，比2010年减少近1.4亿人，减少人数中约一半为女性。

女性社会保障水平提高。2017年，全国参加基本养老保险的女性近3.9亿人，比上年增长3800万人；参加失业保险的人数为7950万人，增长54.4%；参加工伤保险人数8594万人，增长51%。

女性接受高等教育水平比重继续上升。与2010年相比，2017年高等教育在校生中女研究生人数为127.8万人，占全部研究生的48.4%，提高0.6个百分点；普通本专科女生1447万人，占52.5%，提高4.7个百分点；成人本专科女生320万人，占58.8%，提高5.6个百分点。2017年，高等教育毛入学率为45.7%，比2010年提高19.2个百分点。

义务教育阶段基本消除性别差距

国家统计局对儿童发展状况的监测显示，学前教育得到优先发展。2017年，全国共有幼儿园25.5万所，其中城市公办幼儿园1.83万所，农村公办幼儿园7.63万所，分别比2010年增长69.5%、91.6%和97.7%。2017年学前三年毛入园率为79.6%，比2010年提高23个百分点，超过《纲要》目标9.6个百分点。其中，女童学前三年毛入园率快速上升，由2010年的56.6%提高到2017年的79.6%，年均提高3.3个百分点，已提前达标。

义务教育普及程度不断提高。2017年，九年义务教育人口覆盖率已达100%，初中阶段毛入学率超过100%，小学学龄儿童净入学率达99.9%。九年义务教育巩固率已经高达93.8%，比2010年提高2.7个百分点，持续接近95%的《纲要》目标。目前，义务教育阶段已基本消除性别差距。2017年，小学学龄女童净入学率为99.9%，与男童基本持平；义务教育阶段在校生中女生所占比重为46.4%，略低于2010年。

儿童关爱保护机构数量增加。2017年，全国共有儿童收养救助服务机构663个，其中儿童福利机构469个，未成年人救助保护中心194个，分别比2010年增加134个和49个。

“入园难”矛盾仍突出，农村孕产妇健康要关注

监测显示，近年来妇女、儿童健康状况总体提升。2017年，5岁以下儿童死亡率为9.1%，5岁以下儿童低体重率为1.4%，这些指标均已提前实现《纲要》目标。妇女健康方面，孕产妇死亡率继续降低，由2010年的30/10万降低至2017年的19.6/10万，已提前实现20/10万的《纲要》目标。

国家统计局的监测报告同时指出，虽然《纲要》中多项指标提前达成，但是仍然存在一些亟待解决的问题，主要有幼儿园“入园难”“入园贵”问题，农村孕产妇健康问题等等。

2017年，全国财政性教育经费中，学前教育经费所占比重较上年提高0.4个百分点，学前教育投入力度加大，一定程度上缓解了“入园难”问题。然而，家长对孩子就读幼儿园的质量、教师素质、教师职业技能及增加学前教育优质教育资源等方面都提出了更高要求，需要继续发力、化解新矛盾。

此外，由于“二孩”政策的全面实施和女性初婚和初育年龄的不断推迟，2017年农村孕产妇死亡率有所上升，妇幼健康领域地区间发展不平衡的问题依然存在。妇女病检查率也始终呈波动态势，2017年为66.9%，仍低于最高值2013年的68.7%。

“好管家”得认可



近年来，江苏省连云港市海州区委区政府充分发挥村社“党员廉管家”作用，全程监督辖区内各项征地拆迁工作，确保规范合理。图为近日，海州区浦西街道党工委聘请的十余名“党员廉管家”在对征收补偿款发放环节进行监督。

郭睿 夏君敬摄影报道



百姓舞台赛技艺

近日，重庆市北碚区蔡家岗街道举行百姓大舞台群众文艺之星大赛，来自街道各个社区、学校、医院的文艺爱好者自编自演舞蹈、小品、快板等文艺节目，歌颂改革开放40年取得的丰硕成果。

刘新吾 秦廷富 摄影报道



“社区党校”亮点多

杨红义 张晓丽

有特定机构、特定场所、特定师资……山西省闻喜县西城社区党委在每月最后一周的星期五举办的“社区大讲堂”，被当地干部群众亲切地称为“社区党校”。

据了解，社区干部由于身份多元，年龄、文化、社会阅历差异较大，给高标准开展社区建设形成挑战。早在2011年，闻喜县社区管理办公室就致力于打造“学习型社区”，并作出了有益探索。

全员参与是“社区党校”的最大亮点。西城社区党委开动脑筋，动员社区的164名干部人人备课，围绕社会主义核心价值观、家教家风、社区创新工作等正能量内容，每期选出6至8人轮流上台讲课。为形成竞争机制，每一期讲座，社区党委都邀请专家评委、主干评委和大众评委，对讲课者从主讲内容、语言表达、综合印象等方面采用百分制进行现场评分，根据排名分档给予奖励，并将此列入各居委会年终百分制考核项目。

如今，到“社区党校”听课，成为许多普通社区居民生活的重要内容。退休干部张益民是苗圃社区的居民，也是“社区大讲堂”的忠实粉丝、受益者。“通过这个平台，能近距离听到党的声音和感受到祖国的飞速发展。每期大讲堂，我都按时参加。”当地居民张益民说，“特别是听了有关法律的课程，居民的法律观念更强了，遇事知道向‘法律’要答案。”

前不久，苗圃一小区的物业管理人员要强行更新电表，与居民发生争执。作为网格长的张益民并没有急于调和，而是巧用在大讲堂学到的法治思维，请来电力部门工作人员采取先易后难的方法，挨家挨户耐心讲解新电表的可用性和方便性，促成了新电表更换工作按时完成。

“社区大讲堂，贵在‘磨刀不误砍柴工’，最终是要提高战斗力、凝聚力。下一步，我们将把大讲堂逐渐延伸到全县各居委会和小区。”闻喜县社区办主任张广远说。

物联网巧解垃圾分类难题

本报电（梁嘉玮）居民通过自行选择投递物品种类、扫码、投入物品，按结束投递键即可完成垃圾分类投递。不久前，江苏无锡惠山区洛社镇张镇家园内安装了7台智能垃圾分类回收机。当地政府利用物联网技术和经济杠杆等办法推动垃圾分类，一个多月下来，共处理可回收型生活垃圾近7吨。

据了解，该垃圾回收箱具有智能识别、防水、防火、防爆、GPS定位、满桶预警、自动投口防夹手等功能。回收箱经手机扫码打开后，居民可将废纸、纺织物、金属、塑料瓶等可回收型垃圾分别投入不同的回收箱内。入箱后，回收机会对投入的废品进行分类识别和称重，最后根据不同废品的市场回收价格计算返还金额，居民只需下载相应的“APP”，便可获得收益。