

网络营销不能只有套路没有规矩

本报记者何晨阳

举办“全球性”“国际性”活动，少不了工商、城管等多部门审批，可令人纳闷的是，一些地方群蝇乱舞的“美食展”，为何能如此轻易地通过各种审批、逃避多部门监管？

“××被世界瞩目了，全球美食狂欢节袭来”“哇！这次××要火了，奇幻海洋馆开业”……相信不少人都在朋友圈都见到过这类文章标题。最近，宁夏一些自媒体又在大量发布类似文章，因为吴忠市将举办一次“全球瞩目”的海洋展。

不过记者发现，这个听上去很唬人的海洋展之所以能“火”，并非因为布展精美、参展阵容强大，而是因为质疑如潮。不少银川市民去年曾被标题、宣传口号、营销套路类似的活动吸引，购票参观海洋展，结果发现那场展览就是几个大鱼缸和一些宣传画，与活动前的宣传差别巨大。有观众购票参观后留言称“随便去银川哪个花鸟虫鱼市场都比这丰富”，还有参观者说该展览应该叫“梦幻海鲜展”。

这样的例子并不少见。此前，一则号称“××被世界瞩目了”的“全球美食狂欢节”推广消息，被宁夏某自媒体转发，虽然文章极力推介相关美食盛会，可网民搜索发现，这个自称“高品质的吃货盛会”“高规格城市经典”的美食节，咨询热线竟是某镇一个调味品店的电话。

玩类似套路的网络营销，并非只在宁夏出现。《新华每日电讯》记者检索发现，“××被世界瞩目了”曾被出现在襄阳、包头、赣州、平凉等，文章内容几乎如出一辙，这些地方不少网民参加完类似展会也大呼上当。比如，一位甘肃平凉

网民参加本地的“花海美食节”，看了半天没见花，向安保人员打听，才知道“花海”竟是脚下铺的塑料喷绘。

网络营销玩套路并非不可，有些精心设计的借势营销，堪称经典。可能会有人说，网络营销玩套路搞促销，消费者看后觉得文图与实际不符，虽有上当之感，但一个愿打一个愿挨，无可厚非。其实不然。无中生有、极尽夸大之词，或硬给自己戴上“国际”“全球”的帽子混淆视听，不仅有拉大旗作虎皮之嫌，更显得既不地道也不规矩，还会造成负面影响。

一位曾参加过类似“国际美食节”的网民就留言称，看宣传很高端，专门开车前往，但进去之后发现所谓的“国际美食节”就是臭豆腐、烤鱼等，“这么低端的美食节以城市品位为其背书，让人以后都不想再去那座城市了”。

宣传时吹得天花乱坠，实际却是一地鸡毛。如此“高端”活动，这样的网络营销，忽悠

者赚得盆满钵满后拍屁股走人，伤害的是慕名而来的消费者，受损的是活动举办地的城市声誉。当前，很多地方都在力推全域旅游，城市声誉这种无形资产愈发珍贵。

也有人会问：既然朋友圈转发就免费送票，那被吹得神乎其神的雷人展会靠啥挣钱？这当中套路更深。一位曾参加过类似展会的银川市民说，他当时冒着被好友屏蔽的风险，既转发又集赞，就是想兑换一张号称“免费送”的海洋展的门票，结果到现场被告知“门票送完了”。

不是群众太天真，而是忽悠者太可恨。玩营销套路欺骗消费者的人，其实也明白，消费者受骗一次，可能就会及时止损，远离这些“高端”活动，因此他们学会了“打游击”“换马甲”。但万变不离其宗，从营销套路和雷人手法看，风靡各地、骗人不少的雷人“美食展”“海洋展”“恐龙展”等，可能是同一拨人所为。

扫黑除恶要搬三大“绊脚石”

本报记者宋常青

近日，记者在西部某省基层调研时发现，当地正在积极推进扫黑除恶专项斗争，打击以把持基层政权、垄断农村资源和村霸等为主的农村黑恶势力是重点之一。虽然专项行动效果显著，但政法部门在农村扫黑除恶专项斗争中，还面临三大绊脚石。

绊脚石之一，在于村霸违法行为的“灰度”较高。据基层政法工作人员介绍，近些年农村群众的法治意识显著提高，村霸们逃避打击的意识也不断提高。有基层干部说，村霸们并不傻，他们不会利用纯粹的暴力来垄断市场、欺行霸市，一些法律边缘的、灰色的手段才是村霸们的首选。

以记者调研的西部某市为例，当地新开了一家水泥厂，会有村民组织村中闲散人员到水泥厂堵门，要求接手水泥厂的运输权利；有的村霸到建筑工地干扰施工，意图霸占砂石料供应、运输等。基层执法部门对此最头疼的地方在于，明知这些村霸目的非法，但因手段往往游走走在治安与刑事之间，训诫教育没什么实际效果，依法进行打击惩戒的难度又很大。

绊脚石之二，在于村霸同基层政权千丝万缕的联系。农村是熟人社会，乡镇、县区同样交织着各种各样的人情网、关系网。虽然目前各地加大了地方党委、政府重要领导以及纪委、政法委、组织部长等重要岗位干部的外调力度，但行使党委、政府具体职权、职能的大量科级干部，仍以本地人居多。他们长期工作生活在一起，有些人同村霸之间有着千丝万缕的联系，甚至从小就是亲戚、朋友、同学。这种源自亲情、友情的干扰，无法彻底隔离。

加之村霸们为寻求庇护，往往会通过利益输送等各种手段主动攀附，使个别干部成为自己的“消息树”“保护伞”，极大地增加了执法打击的难度。国内近期陆续公布的扫黑除恶专项斗争成果中，不少都可见“保护伞”的影子，甚至有的案件中“保护伞”直接变身黑恶势力的“带头大哥”。

不久前，记者在中部某省的一个贫困村村遇到了58岁的村民张俊拴。在他家里，记者见到老张口中家里最贵的“家电”——用防灰罩遮盖着的电脑显示器和键盘。老张说，他和老伴儿都不会上网，电脑只有逢年过节，儿女回来了才能派上用场。

老张所说并非个例。这个省通信管理局做过一项调查，从2016年开始，相关工作人员曾多次走访安装宽带的村民，问他们安装宽带用来干什么，大多回答是“耍”。一位通信管理部门的干部说，在已经通达宽带网络的村庄，尤其是中西部地区农村，看电视、上网等娱乐活动占据村民大部分时间。

农村“通了宽带干什么”这一问题应引起足够的重视。尽管政府很清楚要利用好互联网，不仅仅是娱乐，还要让更多农民受益，但好事办好却不易。

记者调研发现，中部某省在探索农村信息化建设方面不可谓不多，但效果却不尽如人意。早在2005年，当地开始探索建立乡村网络文化站，这项工程投资20多亿元，免费为农村送去电脑终端4万多台，覆盖2万多个村。如今，记者调研走访发现，昔日如火如荼建成的网络文化站几乎荒废，偃息一个也沦为“乡村网吧”。

农村信息化的探索尝试还在继续，但仍遇到不小困难。记者在一些村庄见到了“科普中国乡村e站”。不过，有的村干部说，由于不会操作电脑，也不清楚如何使用。一位村支部书记对“科普中国乡村e站”如何使用还算比较清楚，他说，利用互联网，通过电脑让农民可以在村里学习农业技术，还能在线请教专家。不过，当记者让这位村支书操作时，他鼓捣半天却连不上网。这位村支书面露难色说，以前都是驻村第一书记操作，但随着这位驻村第一书记任期结束，这个科普中国乡村e站也就没有人再会使用了。

多年来，农村信息化建设从来不缺重视，培育农民利用好网络的尝试也在继续。《新华

日报》记者调研时看到，有的一家农村店铺挂起多个牌匾，有的村庄集合了多个信息化惠农平台。很多农村地区，电子商务服务点、科普中国乡村e站、电子商务进农村综合示范点、各类电商设立的村级体验店等随处可见。

面对农村信息化建设“纷纷挂牌”现象，一些基层干部有两方面看法：一方面农村信息化建设虽然难度大，任务重，但是政府没有放弃，相关部门也没有因此而退缩。比如，电商扶贫的探索，还涌现出一些农产品电商先进县、微商村，还有了“网红”农民。“互联网+三农”让农民足不出村就能随时上网沟通、查找农技资料、了解农产品行情，为农民开创了信息化新生活。

另一方面，要防止“纷纷挂牌”导致形式大于内容。比如，记者在有的农村淘宝体验店看到，除了门口多了几块牌匾，这些体验店与其他乡村店铺没有区别。更值得注意的是“挂牌”可能造成的资金浪费，因为一个牌子就是一个

“烦民证明”



「烦民证明」

漫画：美堂漫画

本栏编辑：张贵峰

农村“网路”修好了，农民如何才能走好？一是避免好的信息化应用下乡就失灵，做好培训很关键；二要加大信息平台整合力度；此外，开发针对农村网络文化内容也非常重要

本报记者魏巍

在2005年，当地开始探索建立乡村网络文化站，这项工程投资20多亿元，免费为农村送去电脑终端4万多台，覆盖2万多个村。如今，记者调研走访发现，昔日如火如荼建成的网络文化站几乎荒废，偃息一个也沦为“乡村网吧”。

农村信息化的探索尝试还在继续，但仍遇到不小困难。记者在一些村庄见到了“科普中国乡村e站”。不过，有的村干部说，由于不会操作电脑，也不清楚如何使用。一位村支部书记对“科普中国乡村e站”如何使用还算比较清楚，他说，利用互联网，通过电脑让农民可以在村里学习农业技术，还能在线请教专家。不过，当记者让这位村支书操作时，他鼓捣半天却连不上网。这位村支书面露难色说，以前都是驻村第一书记操作，但随着这位驻村第一书记任期结束，这个科普中国乡村e站也就没有人再会使用了。

多年来，农村信息化建设从来不缺重视，培育农民利用好网络的尝试也在继续。《新华

每日电讯》记者调研时看到，有的一家农村店铺挂起多个牌匾，有的村庄集合了多个信息化惠农平台。很多农村地区，电子商务服务点、科普中国乡村e站、电子商务进农村综合示范点、各类电商设立的村级体验店等随处可见。

面对农村信息化建设“纷纷挂牌”现象，一些基层干部有两方面看法：一方面农村信息化建设虽然难度大，任务重，但是政府没有放弃，相关部门也没有因此而退缩。比如，电商扶贫的探索，还涌现出一些农产品电商先进县、微商村，还有了“网红”农民。“互联网+三农”让农民足不出村就能随时上网沟通、查找农技资料、了解农产品行情，为农民开创了信息化新生活。

另一方面，要防止“纷纷挂牌”导致形式大于内容。比如，记者在有的农村淘宝体验店看到，除了门口多了几块牌匾，这些体验店与其他乡村店铺没有区别。更值得注意的是“挂牌”可能造成的资金浪费，因为一个牌子就是一个

举办“全球性”“国际性”活动，少不了工商、城管等多部门审批，可令人纳闷的是，一些地方群蝇乱舞的“美食展”，为何能如此轻易地通过各种审批、逃避多部门监管？即便不能事前预料相关展会的坑人套路，但市场监管部门接到群众举报后，能否设立“黑名单”，将这些坑人的展会主办者录入名单，让其为不诚信付出代价，以避免有更多人被骗呢？

宣传的是李逵，以真面目示人时却是李鬼，细究起来不难发现，这些活动之所以能成功吸引众人关注，还在于活动主办方运用了一些自媒体公号做宣传，打了广告法的擦边球。用自媒体公号玩套路，其实已涉嫌虚假宣传，甚至有违广告法。《中华人民共和国广告法》第一章第四条就明确规定“广告不得含有虚假的内容，不得欺骗和误导消费者。”从以上网民的体验来看，类似雷人的“全球美食展”“海洋展”等通过盗图等手段将李鬼美化成李逵，已属于严重欺骗和误导消费者的行为。

对于这种行走在法律边缘、扰乱市场秩序、损害消费者利益的行为，既需要监管部门优化监管手段、提升监管能力，也需要相关法律法规得到及时修正，以避免出现监管盲区。只有让只玩套路不守规矩的人付出代价，才能让市场主体心存敬畏、时时规范自身行为。

新华社记者钱铮

日语中的“造物”一词不限于“制造产品”这一字面意思，还包含着日本企业的工匠精神等丰富内涵。如今，伴随大众消费偏好从满足物质追求逐渐转向享受服务过程，日本制造业也从只顾生产的“造物”转向注重体验的“造事”。

而今，消费者对单纯提供功能性价值的商品越来越不感兴趣。日本大型综合广告代理商JR东日本企划公司的一项调查显示，52.1%的受访对象表示“家里已经充斥着各种东西，不想再增添家当了”。

相对于不断消减的物质欲望，人们对经历和体验的重视度不断增长。市场研究公司GfK集团的一项调查显示，在日本所有年龄层的受访者中，认为“比起拥有某种产品，体验某种东西更加重要”的人远远多于持相反意见的人；50岁以下受访者中，认为“有时间比有钱更好”者多于持相反意见的人。

在这一大背景下，能提供经历和体验的服务，人气渐增。比如，在匠人指导下，亲手打造结婚戒指；在商店购买食材时，参加商店组织的料理课程；到饭店吃鱼时，先垂钓，然后请厨师烹饪自己钓上来的鱼等。

不仅是日本消费者，访日外国人的消费偏好也呈现这样的变化。根据日本观光厅发布的访日外国人消费动向调查结果，2016年第四季度的访日游客中，回头客的比例达到了61.6%，甚至其中有14.3%的人来日本超过10次。

大量回头客访日目的不再是“买买买”，而是寻求更丰富的体验，比如，泡温泉、体验和服、体验茶道、参观美术馆或博物馆、欣赏日本传统歌舞表演等。

国内人群和入境游客的消费价值追求集体转向，正迫使日本企业改变以往埋头只顾生产的做法。雅马哈发动机公司是日本最大的游艇生产商，占据日本游艇市场约60%的份额。雅马哈发动机公司公关高管堀江直人说，公司原本只是生产游艇，随着大众消费方式的改变，越来越多的人注重消费“事情”，而不仅是消费“物质”。他们通过海洋俱乐部经营共享游艇业务，以顺应人们注重体验的消费趋势。

日本制造业如何顺势应变

新华社东京电

算清城市停车收费这笔账

本报记者张建

吉林长春是目前国内少数几个马路停车位不收费的特大城市之一，已实行多年的不收费政策，给百姓带来了满满的幸福感，交通秩序在政府整顿下显著改善。然而，长春市发展改革委近日就《二环路内试点区域停车位及“两横三纵”快速路桥下停车场运营管理方案》(概要)公开征求公众意见和建议，引起了当地百姓的高度关注和猜测，争议也随之而来。

支持者有之。正如官方提及的，收费旨在进一步规范本市机动车停放服务收费行为，提高智能化车管理经验服务水平，缓解道路交通压力，并借鉴其他城市的经验做法，通过价格杠杆调节停车供需矛盾。

持反对观点的人也不在少数。有人在认为，现在市区停车秩序良好，暂时不需要收费来管理。从2015年至今，虽然长春市大多数街路停车位停止收费，但由于交警等部门持续加大执法和管理力度，不仅施划了大量停车位，还让目前的城市停车秩序比以往任何时候都要好，乱停车和“黑收费”等问题大量消失，从侧面反映出过去的收费没有太大意义。

另一方面，收费可能增加百姓日常生活支出。长春市2016年度月平均工资是5579元，一位在收费区域的市民按照一天工作8个小时，一个月工作日20天计算，按照此次拟定的收费标准，商圈周边停车位一个月费用为520元，约占工资收入10%。在城市公共交通尚不完善的情况下，对于那些必须开车上下班的市民来说，不菲的收费会降低他们的幸福感。

任何一项涉及公众切身利益的政策，不管百姓支持也好，反对也罢，都从一定程度上反映出百姓对有关政策的关切，而政策也应该回应百姓所需。因此，有关部门在出台相关政策的时候，应该尽可能地倾听民众呼声，倾听相关专家意见等等。

长春这次拟出台的停车收费政策，目前公示的只是收费方案概要，没有公布方案全文，收费区域具体街路划定、收费主体如何确定、收费去向等问题都没有明确交代。这些问题，有关部门可能考虑到了，但此次没有公示，可能诱发人们的质疑和猜测，更不利于政策出台后的实施。

此外，这次公示的时间只有5天，时间较短，很多人可能还不知道这个事情，更别谈讨论和提出意见建议了。地方政府在出台某个涉及民众利益政策的过程中，如何确保各种声音得到充分的表达，也很关键。

城市停车位属于公共资源，理应得到充分利用，依法依规收取一定费用本无可厚非。但目前提应当是经过广泛的讨论和论证，社会各界在收费问题上达成共识。

然而，这些年来，不少地方的停车收费，到底收了多少，花了多少、怎么花的，收费停车后百姓私家车被刮蹭了谁来赔付，始终是本“糊涂账”，谁也说不清。

想要预防因停车造成的交通拥堵问题，治本之策还在于完善公共出行体系，打通城市断头路，利用好现有的停车资源、疏通交通微循环，让百姓不再为出行的“最后一公里”犯愁。

城市停车收费考验着公共治理能力，检验着城市管理水平。有关方面应该努力做好信息公开工作，让社会公众积极参与到城市管理过程中来，科学利用城市停车资源，及时回应公众关切，算清这笔账，让各种停车收费清清楚楚、明明白白、干干净净。



扫描二维码
关注新华每日电讯