

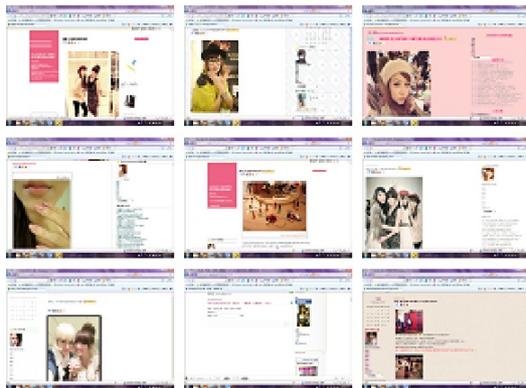


商業部落格 分享不單純

2010-12-05 記者 陳羽涵 報導



「寫部落格賺大錢」是現今大眾對部落客的普遍印象，知名兩性部落客「薇薇」論述兩性議題成就的高人氣，讓她月入二十萬；流行時尚部落客「花猴」藉由分享自己的購物經驗也讓她的人氣居高不下，進而在今年將她的文章集結成冊，正式出版《花猴教你變漂亮》。部落格在現今社會的發展下，開始不像起初做為個人空間的分享那樣單純，反而有著賺取利潤的嫌疑！



不同的部落客在自己部落格推薦一樣的產品，已是現今部落格常見的現象。(圖片來源/各部落客部落格)

BloggerAds 部落格商業化推手

大致瀏覽現今網路上知名部落客的部落格，不難發現裏頭充斥著許多廣告與廠商試用文，更令人感到不可思議的是，進而點閱後會發現廣告與試用文的重複機率相當高，這不僅代表民眾即使瀏覽了不同部落客的部落格，卻仍會接收到重複的商業訊息，也代表商業媒體們嗅到高人氣部落客所帶來的商機。BloggerAds就是其中的代表，2006年正式在台成立且在網路營運，主打的服務內容是部落格廣告聯播媒體，藉由一系列優惠利潤吸引部落客，同時也利用部落客的高人氣吸引廣告廠商。在這互利的過程中，BloggerAds扮演的是中間者的角色，在它最新的部落客文宣中寫著，「透過BloggerAds，您可以獲得豐厚的廣告報酬。將部落格寫作的熱情轉化為實質獲利，還有機會拿大獎、免費試用品，和紅利集點商品。」藉由上述文宣所講的利潤，許多本意為分享的部落客就加入BloggerAds，其中一位不願具名的人氣部落客就表示，「部落客與廠商合作的報酬範圍很廣，從免費到幾萬塊都有，但大部分都是因為可以拿到免費的試用品。」



知名網路女鞋品牌Grace Gift，邀請許多知名的部落客共同為他們的產品寫心得，並且拍攝平面廣告宣傳。(圖片來源/奇摩購物中心)

媒體歷屆廣告

推薦文章

- 變化自如 幕後的聲音演員
- 那些年 爸爸與芭樂的回憶
- 關余膚色 我想說的事

總編輯的話 / 郭穎慈



本期共有十九篇稿件。頭題〈夢想配方 攝影甜點與咖啡〉忠實刻劃一位科技新貴勇敢出走，開設一間攝影風格咖啡廳的歷程和堅持。

本期頭題王 / 洪詩宸



嗨，我是詩宸。雖然個子很小，但是很好動，常常靜不下來。興趣是看各式各樣的小說，和拿著相機四處拍，四處旅行。喜歡用相機紀錄下感動，或值得紀念的人事。覺得不論是風景還是人物，每個快門的...

本期疾速王 / 吳建勳



大家好，我是吳建勳，淡水人，喜歡看電影、聽音樂跟拍照，嚮往無憂無慮的生活。

本期熱門排行



夢想配方 攝影甜點與咖啡
洪詩宸 / 人物



橙色的季節 唯美「柿」界
陳思寧 / 照片故事



老驥伏櫪 馬躍八方
許翔 / 人物



追本溯源 探究大地之聲
劉雨婕 / 人物



變化自如 幕後的聲音演員
張婷芳 / 人物

素人部落客 立場受質疑

試用文的出現，是因為廣告廠商希望藉由部落客的分享，產生口碑行銷效應，讓瀏覽部落格的人產生與部落客態度立場相同的效果，進而促進消費行為。部落客在試用產品後就會開始打試用文，但之後的程序卻不是像大眾所認知的直接發布在部落格，而必須先經過廠商的「過稿」，因此可想而知，出現在部落格的試用文都是經過產品廠商所允許的，讓人不禁質疑部落客所扮演的素人立場是否客觀？

固定瀏覽美妝部落格的交大人社系陳同學說：「看部落格的當下也會覺得很奇怪，怎麼都在說好話，但消費的慾望還是會大於這個想法。」對於這個問題，消基會則表示「部落客接受廣告商贊助，在個人部落格上推薦產品，屬於薦證式廣告，如果發生廣告不實或誇大等情形，應該可以依公平交易法處五萬到二千五百萬元罰鍰，並與業者一起負連帶賠償責任。」

知名美妝部落客「西喜」從不接受廠商的試用邀請，她說道：「因為我討厭廠商要過稿，無法暢所欲言，所以不接受廠商試用邀請。」然而在現在的網路世界中，不接受廠商試用邀請的部落客微乎其微，大多數部落客都提供了這項服務給廣告廠商，廣告廠商則藉由RSS FEED的訂閱量以及部落格的排行榜，做為選擇部落客的依據。

部落客與廣告廠商之間商業行為的往來，讓人不禁開始質疑部落客在分享名目下的事實，「這個產品真的好用嗎？真的值得買嗎？」不免有著一連串的問題。對於這個問題，穿搭部落客「小5」表示一味地偏重廠商利益的部落客確實存在，但並不全然如此，也因此消費者自身必須擁有判斷的能力。「我想這是所謂的幾顆老鼠屎壞了一鍋粥的情況，這種一面說好話的情形是有的，我想這與合作的方式有關係，並不是所有人都這樣做。但我覺得像是保養品類，消費者或讀者自己也應該自行判斷自身情況，而不是你是乾肌，鬼遮眼地去買了油肌人推薦的產品之後又說難用，這種情況下也許產品是真的好用，但每個人的條件不同所以就會有不同的反應。」

部落客 vs. 消費者

試用文的分享變成一種賺錢工具，似乎越來越難與本意為分享的部落格劃上等號，然而部落客對自身道德的規範也不是大眾可以掌握的範圍；部落客對產品的客觀認知也並不一定與大眾的認知相符，其中所牽涉的面向不僅止於廣告廠商與部落客的利潤往來，也包含消費者的判斷能力，所以不能將一切相關責任都歸咎於部落客，消費者的認知也包含其中。

部落客利用部落格賺取利潤並不是壞事，反之，部落格裡興趣與工作產生的連結可以讓內容更加專業，不論對部落客本身或是大眾來說都是美事一樁。但部落客需要注意的重點在於如何在廠商廣告與素人立場中取得平衡，並且需要有客觀角度的準則；而大眾在瀏覽部落格時也不能一味地單向接收訊息，必須以自身的情況加以考量，才能做出正確判斷。



那些年 爸爸與芭樂的回憶

在阿爸生日那天，摳摳憶起爸爸與芭樂的故事。

橙色的季節 唯美「柿」界



新竹九降風吹起陣陣柿香，一片澄黃映入眼簾，那既是辛苦的結晶，也既是甜美的滋味。

▲TOP