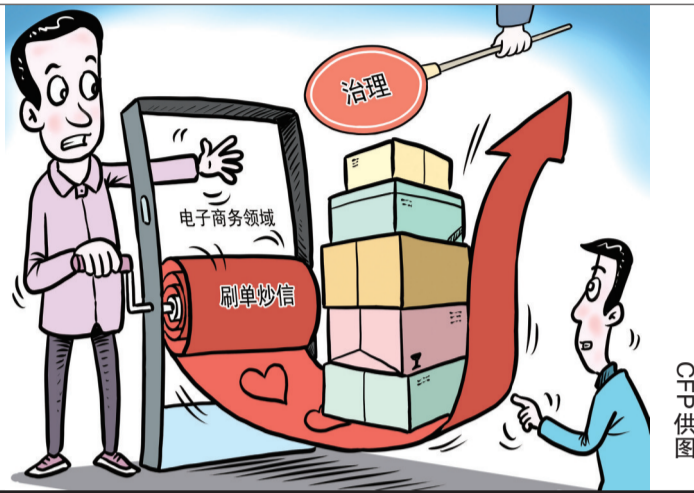


口碑评价真假难辨,导致许多消费者“入坑”—— “货比三家”为何会这么难?

随着网络购物、线上下单成为大众消费习惯,消费者越来越把商品或服务的口碑评价作为“货比三家”的重要参考。然而记者发现,一些商家抓住这种心理,通过各类“刷单炒信”方式刷好评、“攒”人气,导致许多消费者“入坑”。

近年来,各级市场监管部门组织专项行动严打“刷单炒信”黑灰产业链,依照反不正当竞争法对涉事企业和个人予以处罚。有关专家建议,要形成多方合力,全链条持续整治,不断优化消费环境。



“刷好评”靠不住

如今,网上购物是很多人的消费习惯。尽管选择范围大为扩展,但因为不能手捧实物细细端详,消费者不免少了一份踏实感。当以往“货比三家”的方式难以实现,商铺的星级、商品的评价就变得有参考价值。可是打开电商平台,齐刷刷的超高评分、千篇一律的好评文案,让人看得心里犯嘀咕:这些好评,靠得住吗?

在一些兼职信息平台 and 社交网站上,有不少明码标价、招募好评写手的信息,提供的“文案”也有模有样。有的会掺入一两句描述心理波动,比如,“买来送朋友,以为起码也要四五天,结果物流真的好快,朋友早早就收到了,还夸我有眼光”;有的会提几笔生活习惯,比如,“爱熬夜,晚上也睡不好,白天容易累,听说是肝的问题,朋友推荐了这款,效果真的好”。凡此种种,让人真假莫辨。

刷好评的套路还不仅如此。有的专门建立了网站和任务系统,发布形形色色的刷单、刷好评任务。比如,“外卖评论单”“转发文章有钱赚”“观看视频即可通过任务”,等等。还有的注册公司,打着软件研发的幌子,编写刷好评刷流量的程序。如此不惜人力、心力,就是因为看到了部分商家对好评和流量的需求,企图从中牟利。

媒体调查发现,一些电商平台和点评类应用有自己的推荐机制,商家想提高曝光度,就要在好评、销量、被搜索量等指标上有较好表现。花钱雇人刷高数据,成了部分商家眼中的捷径。刷出来的假好评,让一些消费者上了当,也迫使更老练的买家学着购物前先看“中差评”,研究体验笔记、开箱视频、各类评测……如果没有假好评的滋生蔓延,消费者本不需要如此费劲。

买卖双方的信任,是交易的基础。假好评的一大弊端,就在于它消解了消费者的信任。以往,在流动性低的传统社会和社区,店主和顾客低头不见抬头见,店铺信誉如何、服务怎样,顾客都会看在眼里、记在心里。“酒香不怕巷子深”,酿得出好酒,顾客自会闻香而来。反之,如果没点真功夫、真手艺,很快会被识破。买卖双方的彼此熟知,使得真实评价不必耗费太多成本。进入现代社会,市场交易网越铺越开、越织越密,不计其数的买卖行为发生在天南海北的陌生人之间。假好评让买家付出更多精力,只能在铺天盖地的评价中去伪存真;它也伤害了那些专心优化产品和服务的本分商家,让他们在争抢排名的大战中落后于对手;它最终也会伤害那些购买假好评的人,纵然得到了短期的亮眼数据,但最终也将失去消费者的信任。

不管是一手交钱一手交货的买卖,还是千里快递、万里传信的交易,每一笔成交的背后不只有口碑的沉淀,更有法律法规、行业监管在发挥作用。“刷来的好评”,终究比不过货真价实的品质与力量。这是经营规律,也是市场法则。 据《人民日报》

网络平台中虚假口碑评价乱象不止

记者结合近期多位消费者反映和调查发现,网络平台中虚假口碑评价问题仍然存在,且相比过去的纯“好评”,评价内容迷惑性更强。

——“精致好评”充满“诚意”。记者在某购物平台多家网店看到,评论区除“一致好评”外,评价内容更是图文并茂,洋洋洒洒上百字,充满感情,还配有“九宫格”照片。以某眼镜店为例,店内一款墨镜30天内销售100多件,评论区“全好评”,称赞不绝。但是仔细一看,几乎所有评论都是俊男靓女试戴的照片,且拍照角度、摆拍姿势和照片色调基本一致。

记者注意到,此类评论通常出现在一些个性品牌的新店铺。一位消费者说,看到这类“诚意”满满的评论,就打消了“这个牌子没见过,不知质量咋样”的疑虑。但下单购买后才发现“根本不值这个钱”,品质和设计都很普通。

——“测评+弹幕”配合诱导消费。许多消费者把测评直播作为对功效型产品的判断标准。北京市民张女士说,她在某平台直播间挑选一款气垫时发现,主播虽然在对多款产品“全面测评”,但说到某品牌时却只说优点、不谈缺点,此时的“弹幕”中也充斥如“这是我用过最牛的气垫”“非常方便”等好评信息,不少消费者纷纷下单。

一位业内人士说,许多商家已经把直播带货和测评结合作为营销手段,所谓的“测评”其实可以看作软广告,利用水军“刷弹幕”“刷好评”也是常用伎俩。

——“大V探店”冲口碑引流。记者采访发现,对于餐饮服务和休闲娱乐场所,利用“大V探店”撰写口碑已经成为一套“标准化”操作。日前,北京市第三中级人民法院审理了一起案件,某主营剧本杀的公司找到一家做“线上推广”的公司,双方约定的项目就包括付费“组织大V体验然后写点评”,结果因为效果不佳,产生费用结算纠纷,最终诉诸法院。

“刷单炒信”产业链扰乱了市场秩序

受访业内人士表示,“刷单炒信”已形成规模化的产业链。促使部分经营者“刷单炒信”的主要因素有两个:一是这些投入很快就能在平台上见到实际效果,带动销量;二是同行间的经验分享已经把“刷单炒信”当成了一种“潜规则”。

某商业推广公司业内人士透露,刷单、控评的最终目的是去契合相关平台评分的算法,同时维系住“高分”。他以某点评网站举例说,公司需要组织有着特定级别账号的用户群体去撰写好评体验,才能对“涨分”有帮助,此外,还要以“明消费暗退款”的形式虚构在线交易额,短时间内完成好评数、访问量、曝光

率等特定指标,收费2万余元。这样下来,新店的人气和评星排名就能靠前,吸引更多消费者。

记者调查发现,有商家打着“寄拍买家秀”“代运营”开展“刷单炒信”业务。某一活跃QQ群招募想做寄拍的网友,群主表示“我们主要是帮店铺提高人气,按照购物流程去指定店铺买东西写好评、拍买家秀,商家给你相应的报酬”。此外,在某购物平台上,“刷单炒信”以“代运营”“优化点评”等服务出现,其目的仍是快速提升店铺星级、评分和口碑。

“‘刷单炒信’既侵犯了消费者对商家信誉和服务质量的知情权,损害消费者的切身利益,也破坏了电商信

用评价机制。”中国人民大学商法研究所所长刘俊海说,这类没有任何基础做后盾的好信用,等于是建在沙滩上的高楼,没有坚实基础。

针对涉及虚假宣传、“刷单炒信”等行为,各级市场监管部门持续加大打击整治力度。上海市市场监督管理局日前公布一起典型案例,一家医疗美容机构为提升其网店排名,委托他人人为该网店刷单及发布虚假笔记7篇,虚假核销“全面面部水光”“光子嫩肤”等25种服务项目的消费记录94笔,虚构好评数量86篇。当事人被依法行政处罚20万元。四川成都一起“刷单炒信”案件被列入最高人民法院反不正当竞争十大典型案例。

形成整治合力,坚决打击“刷单炒信”

受访法律人士和从业者建议,监管部门、执法单位和网络平台等要形成合力,继续针对“刷单炒信”加大打击力度,坚决治理乱象。

北京市第三中级人民法院法官郑吉喆表示,无论是店铺经营者还是推广服务者,均应当知晓在进行互联网推广活动时遵守诚实信用原则,将真实信息呈现于消费者面前。要强化网络平台第一监管人的职责意识,负起主体责任,发现“刷单炒信”行为,应立即向监管部门报

告并配合调查与处理。同时不断优化算法,对研判出的“刷好评”进行“折叠”,实现行政执法部门与电商平台的携手共治。

广东格祥律师事务所律师何倩认为,要进一步细化“刷单炒信”行为的认定标准及查处的实施细则,从法律层面遏制灰色产业链蔓延。探索税收监管、质量监管、网络监管相结合的方式,对各类电商平台的后台信息等进行全过程监管,一旦发现“刷单炒信”行为,即刻追踪这条产业链上的组织

者、卖家和“刷手”,提高违法成本。

此外,根据相关法律法规,违背公序良俗的民事法律行为无效。电子商务经营者与他人签订的以虚构交易、虚构点击量、编造用户评价等方式进行虚假宣传的合同,人民法院应当依法认定无效。郑吉喆说,要采取多种形式加大宣传普及力度,使经营者认识到“刷单炒信”行为的危害及其惩罚的法律依据,进而在全社会形成一个保护诚信经营、保护诚实劳动者的良好氛围。 新华社记者吴文诩