

好评炒信、差评敲诈、追评当广告

部分网购评价成为赚钱工具

信用评价本是为了规范经营行为,保护消费者权益,却滋生了“买好评”“删差评”“收评价”的网络评价黑灰产业链。“买来的好评”模糊了消费者的双眼,“要好处而不可得的差评”也让商家不堪其扰,充斥广告的垃圾评价更是浪费公众的注意力。有关专家认为,要用刚性的法治“牙齿”和制度“肌肉”来捍卫消费评价信用体系,营造风清气正的网络营商环境。

信用评价赚钱的“三大花样”

购物、餐饮、电影等网站上,客观、真实的用户评价,是消费者甄别商品和服务是否靠谱的重要依据。然而,部分评价被利益裹挟,滋生出赚钱的“三大花样”。

花样一:“删差评”,职业差评师假借社会监督之名,行敲诈勒索之实。梁女士是甘肃陇南的一位农村淘宝网店主,去年她遇到职业差评师“碰瓷”:由于当时对政策了解不透,她以为自家生产、不打农药的农产品就是绿色产品,便将“绿

色产品”字样写进了产品描述中。有一个买家下单后,以产品没有绿色认证为由,提出不给赔偿就举报,最终以赔偿400元了结。

花样二:“买好评”,刷单炒信助推销量。一些电商经营者反映,网店运营成本不断走高,不借助“刷单”“买流量”等“潜规则”将被市场淘汰。电商平台和商家对自身信誉和评价的重视不仅表现为“差评删除需求”,也体现为“好评返红包”,甚至花钱买好评。刷单评论的价格

从5元至几十元不等,职业好评师以此牟利。

花样三:“收评价”,消费者闲置评价异化为商品,评价位可当广告位出售。记者网上浏览多个商品看到,不少评价“文不对题”:明明商品是一件衣服,但评价里却是一款鞋子的广告推广内容。一位收评价的“黄牛”告诉记者,完成一次任务可立结3元。为了确保广告曝光率,“黄牛”只收月销售达到500件以上的商品评价,而且只收追评。

虚假评价已形成黑灰产业链

职业好评、差评、“收评价”已经形成了一条专业的灰色产业链。记者调查发现,在QQ群里,充斥着大量“好评”“差评”“收评论”相关群组织,有的群成员高达400多人。记者加入一个差评群发现,他们操作非常隐蔽,在群里不能发言,只有通过加某个群主才能获取信息,以防被封群。

据一位办案法官介绍,刷单群体的主要操作是通过聊天工具联系“卖家”接

受任务;刷手到“卖家”店铺虚假下单并支付款项,“卖家”发“空包”;刷手虚假收货并给予好评;“卖家”将刷手支付的款项返还给刷手,并支付一定费用,刷单完成。

一位从事淘宝男装销售的商家宣先生说,遇到过以公司形式不停对店铺进行批量攻击,而且使用多个小号,一上来就跟你讲法律条款,十分专业。宣先生透露,一般一个单子索赔500

元左右,这正好达不到处罚标准,也一般不会引发商家十分剧烈地反抗。

“in有”电商平台品牌总监明廷宝告诉记者,有时候几条恶意差评会对平台的获客、供应链、客服带来极大压力和额外负担,特别是对初创的中小型电商打击巨大。尽管现有技术手段能够对买家行为作出一定的甄别,但职业评价师往往能够巧妙规避相关规定。



构建健康的营商环境仍需各方努力

随着移动互联网的普及,网络交易量越来越大,提高虚假评价监督治理力度,营造良好网购环境日益迫切。刷单炒信、职业打假的现象受到了相关部门的重视。从首例“刷单入刑”案到首例电商平台诉恶意差评师网络侵权案,一些不法分子付出了代价。

中国法学会网络与信息法学研究会副秘书长周辉认为,有些案子追究了当事人刑责,但只是针对整个产业链上的某些个体。综合防控体系仍然缺少,例如对恶意注册账号的行为性质认定。数字经济治理需要分工共治,事前、事中应该交给社会组织和平台;行政法和司法主要集中在事后对于恶意行为严厉打击上。

根据电子商务法中“15天等待期”的相关规定,一旦遭到权利人投诉,店铺的商品链接就要

下架15天,给了恶意投诉者可乘之机。中国社会科学院大学互联网法治研究中心执行主任刘晓春建议,在电子商务法具体落地的过程中,给予平台自治一定的空间,抑制恶意行为的进一步泛滥,为创设更加良善的营商环境提供制度保障。

近年来,各大互联网平台也在致力于消除恶意差评的负面影响。

“针对互联网不法行为层出不穷的现状,要做到‘老法条、新解释、新生命’。”浙江大学法学院互联网法律研究中心主任高艳东说,像恶意投诉、恶意差评等骚扰行为,如果没有达到诈骗、敲诈的程度或数额,短期内可以解释为破坏生产经营罪,但长期来看增设妨碍业务罪更有利于治理恶意行为。

(据新华网)