

网购“好评返现”问题为何治理难?

市场监管总局17日发布《禁止网络不正当竞争行为规定》征求意见稿,面向社会公开征求意见。其中明确规定:经营者不得采取以返现、红包、卡券等方式足以诱导用户作出指定评价、点赞、转发、定向投票等互动行为。专家指出,此类行为扭曲破坏电商信用评价机制,侵害消费者合法权益,应当严格依法治理。

能涨流量、能“遮”差评 “好评返现”竟成一些网店刚需

“如果我们做的有不到位的地方,请不要轻易差评,添加掌柜微信,扫平一切不开心。”福建厦门一家炒粉店送出的外卖中附带有一张“好评返现卡”。

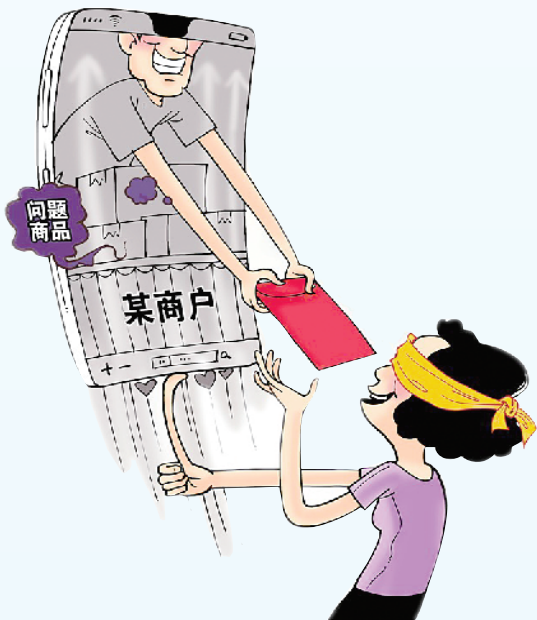
卡片上印有商家微信二维码,还注明:“全五星外加10个字的评价内容并晒图”就能够通过微信领取2元现金红包。

记者注意到,这家外卖店铺网络平台评分4.7,系统显示高于附近59.5%的商家。在187条带图评价中,有不少评论中的图片同评论人所购商品毫无关系,是“凑图”;还有一些评价仅为10个“棒”或“好”,明显是“凑字”。

还有部分商家利用微信公众号来操作“好评返现”。“商家会印制‘好评卡’引导消费者关注公众号。好评卡随商品包裹发出,其中尽量不出现违禁词。关注公众号后按提示提交订单号和好评截图就能获得返现。”杭州消费者徐女士告诉记者。

据多名商家介绍,好评率直接关系网店盈亏。“网上开店,流量就是流水,就是钱,没有好评就没有流量。”杭州“小碗菜”饭馆老板告诉记者,“好评返现”是一种非常简单粗暴的流量获取方式。

“大量的带图优质评价,能加强用户信任感、提高下单转化率。而且商家获得好评数越多,排名权重越大,在平台上曝光率就越高,获利就越大。”资深电商经营者周沂南还透露。



新华社发 王威作

能涨流量、能“遮”差评



新华社发 程硕作

“好评返现”为啥难治?

据北京市华泰律师事务所合伙人邓佩律师介绍,我国电子商务法、消费者权益保护法、反不正当竞争法、网络交易监督管理办法等法律法规均规定,电子商务经营者不得以虚构交易、编造用户评价等方式进行虚假或者引人误解的商业宣传,欺骗、误导消费者。

记者了解到,各地市场监管部门均依法打击“好评返现”。在浙江,消费者有权到相关的市场监督管理部门举报“好评返现”,由监管部门进行调查,并根据结果依据电子商务法等法律进行处理。在江苏,宿迁市宿城区市场监管局打击“好评返现”案例是江苏省市场监管局“2020年网络市场十大典型案例”之一。还有的省份监管机构参照虚假宣传、刷单炒信来依法处置“好评返现”。

京东、淘宝、拼多多等平台制定的经营规范中也将“好评返现”列为违规行为,并对违规商家进行处理。

然而当前“好评返现”问题治理成效并不理想。记者调查发现,这与法律规范执行力度不足、违法违规为“本小利大”、市场

主体对危害性认识不够等原因有关。

——法律规范“落地”难。记者发现,现实经营活动中,平台方的监管手段大多能被轻易绕过。

记者还了解到,受人力资源和技术手段制约,一方面监管部门难以对海量交易行为进行事先监管全覆盖,另一方面,由于“好评返现”往往是商家与消费者私相授受,执法取证比较困难,这些都增大了“监管落地”难度。

——行为实施简便、风险不大、利益明显。众多商家告诉记者,当前外卖、网购领域经营竞争激烈,“刷单”“刷流量”几乎成为不少商家“刚需”。

——商家和消费者对“好评返现”的违法性、危害性认识不够。北京大学电子商务法研究中心主任薛军表示,“不少网络交易经营者根本不知道‘红包换好评’是违法行为,以为仅仅是平台不让搞而已。”

另外,认为“自己得红包实惠,商家得好评,你情我愿、无伤大雅”的消费者也为数不少。

专家支招治理升级:抓落地、重教育、严处罚

薛军认为,“好评返现”行为本质上属于虚假宣传,将会严重破坏电子商务业态的信用评价体系,导致消费者权益严重受损,进而“反噬”电商行业本身。

薛军建议,各电商平台应进一步完善信用评价机制和商品排名规则,积极运用大数据、互联网技术,多维度分析识别虚假交易、虚假评价,及时发现并有效打击刷单炒信行为。

邓佩建议当前应特别重视针对“好评返

现”行为开展法治教育,让广大商家和消费者都能明晰该行为的违法属性。同时鼓励引导消费者坚定拒绝小利诱惑,重视信用评价真实性。

她还建议,监管部门可考虑联合行业协会,不定期组织“好评突出店”的线上店铺试购、线下店铺体验活动,对有关商家进行检查督导,对发现存在“好评返现”问题且拒不整改的店铺应依法依规严厉打击。

(据新华网)