

网售商品销量高好评如潮的背后:

刷单删差评已成产业链

近日,阿里、京东等十家企业代表共同签署了《电子商务诚信公约》,从货真价实、童叟无欺、客观公正、保护数据、奖惩有效、开放共享、守信履约七个方面,倡议各电子商务平台认真践行公约。此前,电子商务法出台,从立法的高度对电子商务诚信建设作出规范。据了解,在新反不正当竞争法中也增加了对电商刷单行为的规范。

尽管如此,为了获得经济效益,还是有很多商家在商品的销量和评价上动心思。针对这一现象,记者展开了调查。



A 刷单好评的背后

在北京某大学读大四的王艳曾经做过刷单工作,“那个QQ群至今还很活跃,还有人在刷”。

据王艳介绍,刷单的商品主要是衣服、鞋帽等,在不少电商平台都有商家在刷单。淘宝查刷单比较严格,给淘宝商家刷单要求账号的淘气值在700以上,而且每天最多只能刷七单,但是给淘宝店铺刷的收益也高,一单能拿到5至7元。京东、拼多多这样的平台要求相对较低,每单只能拿到3至5元,但每天能刷的数量较多。

“我们在下订单时要将商品链接复制到一个叫‘消费者联盟’的平台上,一般情况下不需要垫付货款。为了确保记录真实不被查出来,店家一般会给刷单员按照订单上的地址寄一个价值一两元的小礼品,这一单就算完成了。”王艳告诉记者。

李楠是一名刚生完孩子的家庭主妇,经常靠刷单赚外快,从刷单员干起,目前做到了“讲解员”的职位。

“讲解员”的工作就是在刷单员通过不同渠道加入刷单行列后,向他们讲解具体操作流程。每为一个新人讲解一次我可以获得3元,操作比刷单简单多了。”李楠说,“刷单成员扩展有点类似于传销组织,刷单人员介绍新的刷单人员可以拿到一定数额的佣金,我们称呼上家为‘师傅’,介绍一个新人,师傅可以赚15元左右。”

记者通过介绍加了从事刷单的工作人员的微信号,在对方的指导下,记者先注册了一个平台的账号,然后按要求将自己名称改为“女神朋友莎莎讲解xx”,其中“女神朋友”指代接待者为“女神”,“莎莎讲解”指代“莎莎”介绍了业务流程,中间还要求作者将隐私设置改为“不允许任何人添加我为好友”,理由是“主动添加你的都是骗子”。记者在其他刷单群中也遇到过类似隐私权限设置的要求,群主反复叮嘱,“主动加好友的都是骗子,不要相信”。

讲解完毕,莎莎向记者收取199元白金会员费,“不交会员费不能接单,交了之后会根据刷单数量返还,等你刷够200单自动返还会员费”。

B “差评”成为赚钱工具

买家购买商品,通常都是一看销量,二看评价,删除差评并提高好评率是商家惯用的手段之一。据记者了解,差评有时候也会被恶意利用,具体操作是雇佣差评师给竞争对手的店铺刷差评,降低对方的好评率,从而增加自己的销量。

经营篆刻石网店的周先生告诉记者:“做生意总是会遇到各种各样的麻烦,我曾经遇到过恶意差评师。对方收到货以后挑货物的毛病,态度非常差,要求只退钱不退货,还跟我们要红包,否则就给差评。其实我们都知道,这多半是竞争对手在搞事。”

“有时也会有店家要求给某个店刷差评,佣金比刷销量高一些,但是由于麻烦比较多也缺德,店主老来骚扰,所以我们都不太做。”李楠说。

据了解,除了可以刷好评、差评,还可

以删除中评和差评。记者在搜索引擎中输入“删差评”,搜索出的结果充斥大量相关信息,如“专业电商售后,沟通解决中差评,不再为中差评烦恼”“内部删除中差评”等。

记者尝试添加网页上的联系方式,一名QQ网友称他可以提供两种服务以供选择,分别是售卖传授删除差评方法的学习视频和由他删除差评。教授删除差评的视频价格为100元,由他删除则一个差评81元,并向记者承诺“看了视频教程,十分钟左右搞定首单”。

记者询问是什么方法,他说:“通过技巧和软件配合,让客服判断为恶意差评,直接删除。”

另一个微信网友则称自己的朋友是软件工程师,“你把买家电话和地址订单号给我,通过登录信息反馈数据,然后抓

包黑掉买家账号,删除后台评价,69元一个”。对方承诺,可以先付一半,删除成功后付另一半。

淘宝店主周先生告诉记者:“打着技术删差评旗号的基本都是骗子,最常规的删差评方式还是主动联系买家,同意买家的一些条件让买家主动删差评。但现在也有一些店家会冒险将评论区外包出去,由外包公司操作,或者刷好评或者删除差评。”

按照周先生的提示,记者在网站上找到了这样的服务,名称为“淘宝买家和评论的采集”,提供售前售后客服外包、电话邀评、店铺评价维护。记者询问是否可以删差评,对方回复:“是外包业务中的一项,包括在内的。每条好评两元,差评另收费。根据差评时间不同,价位也不一样,7天以内的差评每条50元,7天以上的差评每条70元。”

C 差评买家详细信息遭曝光

据记者了解,由于差评对商品销量造成的直接影响,许多商家甚至会在贴吧、论坛曝光“差评人”的相关信息。

淘宝店主周先生告诉记者,一些贴吧内有大量被卖家公布的差评师,并附有他们详细的家庭住址和联系方式,“有的可能是差评师,有的可能也就是跟店家没有沟通好,被店家公布信息泄愤”。

记者在这种贴吧看到,贴吧有两万六千余条帖子,这些帖子大都与删差评或者曝光用户信息有关,不少帖子用语极端,如“遇到这样的差评师真想杀了他”“曝光一个变态人、心理有问题,专门给人差评”。

记者看到,在这种贴吧内被公布的信息大多非常详细,包括姓名、电话、家庭住址、淘宝ID等。

记者随机拨通一个帖子中的电话,帖子显示,这个电话是一名白姓女士的联系方式,住在河北省石家庄市某小区,门牌号也非常清楚。经白女士确认,贴吧内曝光的姓名、电话和家庭住址都准确无误,她对自己的信息被曝光表示恐慌,“我很少给店家差评,也不记得与哪个店家纠缠过,怎么就被曝光了呢?这件事情太可怕了”。

相关链接:

多家电商公布双11玩法 “剁手”前应先学会“避坑”

双11又快到了,多家电商平台最近对外公布了今年的活动玩法。记者看到,京东推出27天超长大促,阿里携带外卖团队一起备战,唯品会、苏宁等也给出一些优惠力度和新玩法。总体而言,津贴直减依旧是主流,团队作战成为新亮点。10月23日,第三方研究机构发布电商平台评级,有些平台被列为“谨慎下单”甚至“不建议下单”平台。业内人士表示,在买买买之前,一定要注意避坑。

记者看到,今年电商平台备战双11时,有两个特点,一个是团队作战,另一个则是津贴

直减。京东表示,将联合60家门店一起参与,从10月20日持续到11月15日,27天的超长期大促创造历史之最。

阿里巴巴的双11集结了其数字经济体业务,全面覆盖线下吃喝玩乐场景;合并后的饿了么和口碑今年首次参与天猫双11。双11期间,全国用户用饿了么点外卖、买东西,用口碑点餐、购吃喝玩乐套餐都能享受最高5折的优惠。10月20日开始,天猫全品类超50万款商品开启预售,支付定金即可获得立减优惠。天猫发放的购物津贴统一采用“每满400元立减

50元”的规则,可跨店、跨品类使用。

此外,业内人士提醒,迎接双11,消费者需理性消费。首先要选正规电商,注重网店信誉;秒杀、让利、赠红包等促销手段,容易让人冲动消费。建议消费者购买商品前,要事先了解商品市场价,再对促销活动进行评估是否有实际优惠,警惕明降实涨的价格陷阱,防止掉入“假优惠”陷阱;此外,要慎重预付定金,防范消费陷阱,建议消费者在缴纳“预售定金”前一定要详细了解营销活动细则。

(韩丹东 李紫薇)

