

口碑评价真假难辨，“货比三家”为何这么难？



乱象 新华社发 王鹏作

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，严厉打击“刷单炒信”黑灰色产业链，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。

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。

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。但下单购买后才发觉“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”其实可以看作软文广告，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。

“刷单炒信”黑灰色产业链扰乱市场秩序

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、访客量、曝光率等特定指标，收费2万余元。这样一来，新店的人气和销量排名就能靠前，吸引更多消费者。

记者调查发现，有商家打着“竞拍买家秀”“代运营”开展“刷单炒信”业务。某活跃QQ群招募想做竞拍的网友，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。

形成整治合力 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守信原则，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。

广东格律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一步进行全程监管，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”行为的危害及对其甚处的法律依据，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。（据新华社电）

中消协「第三方测评」调查报告显示测评质量参差不齐

新华社北京3月21日电（记者 赵文君）中消协21日发布的“第三方测评”对消费者权益影响调查报告显示，当前市场上“第三方测评”账号众多，具备法人背景的账号仅占比23.4%，准入门槛低。测评方法和标准五花八门，测评质量参差不齐，有的涉嫌“以商养测”及“以测养商”。

中消协对抖音、微博、小红书、快手、B站、西瓜视频、微信平台等12个互联网平台共计350家“第三方测评”账号进行体验式调查后发现，93.1%的“第三方测评”存在测评标准类问题，其中缺乏测评标准的主观性测评多；55.7%的“第三方测评”涉嫌“以商养测”及“以测养商”模式难保公正性；37.2%的消费者反映通过观看“第三方测评”所购买的商品出现过质量问题；35.7%的“第三方测评”涉嫌虚假测评。

调查显示，近八成消费者会在购物前观看“第三方测评”作品，多为数码家电和美妆护肤；数码家电等具有明确的规格型号及参数标准的产品测评作品可信度较高。

与我国现行的国家质量监督抽查、企业自主委托的检验检测不同，“第三方测评”通常是指未取得国家检验检测资质认定的组织或个人，宣称通过自身测评或引用对比专业检测结果、分析调研数据、表达主观使用感受等方式对商品的质量、功能、设计、服务、性价比等方面进行横向或纵向比较，并将结果主要通过自媒体以图文、视频或直播的形式进行发布推广，为消费者提供购买参考。

中消协建议，针对从事商业行为的测评账号进行统一备案管理，强化测评人员审核，推进实名认证、商品信息认证，使测评者和商品信息有源可溯，营造良好的“第三方测评”环境。互联网平台应对平台内的测评账号加强作品审核、信用投诉管理、宣传带货管理、账号粉丝管理。

直 言 录

“素人在线看脸，深度面部分析”“提供提升颜值方向”……近日，不少社交、短视频、购物平台兴起“颜值打分”服务，颇受年轻群体青睐。随着就业季的来临，此类付费服务销量日益增加。卖家提供的服务，除了单纯的“颜值打分”外，还会提供妆容改造、穿衣风格建议等附加服务。

受“看脸”风潮冲击，不少年轻人喜欢将由化妆、打扮甚至美容整形达成的极致颜值展示于外界。这虽契合“爱美之心人皆有之”的认知，但难免存在审美偏颇。如今更发展到花钱请人为自己颜值打分的“不自信”程度，背后折射出的“容貌焦虑”不言而喻。

按理说，每个人对自己“颜值”几何应当心中有数，但缘何要花钱相面、听听别人意见？参与者虽各说各话，但心态异曲同工：在现实生活中对自己的颜值不自信，希望通过网络在陌生人面前找回自我。

审视“容貌焦虑”诱因，既有被扭

别让颜值打分徒增「容貌焦虑」

曲的审美观念误导，也有过分看脸的颜值经济裹挟，更不乏由美妆、健身、医美等新媒体平台出于利益考量的推波助澜。

规避“容貌焦虑”，最为关键的是要调整好被扭曲的认知。求职者为给用人单位留下良好的第一印象，追求美好容貌可以理解，但美的定义并无统一标准，更不可能被量化。对容貌过分关注、过于苛求，不仅无助于正常婚恋、就业，反而会成为一种心理负担，严重时还会影响身心健康。

每个人都是芸芸众生中独一无二的审美个体，千姿百态本是人类社会应有模样。即便人人追求美，也没必要更不可能千人一面。再者，“颜值打分”属于虚拟产品，此类交易极易造成隐私泄露等网络安全风险。这需要消费者增强防范意识，不要随意授权个人信息，不要随意给陌生人发送照片、证件等信息，以免给不法分子可乘之机。

腹有诗书气自华，努力提高自身能力、素质、修养和气质，力求才干与美丽并存，才能舒缓焦虑，从容而行，让自己的人生绽放独特的美丽。（张玉胜）



3月21日，中建七局四公司2023年劳动和技能竞赛启动仪式暨江渡新苑南区项目劳动竞赛誓师大会在西安举行。据了解，该公司此次竞赛将围绕“建功十四五 筑梦新征程”，动员广大干部职工全力投入生产经营大局中，广泛开展岗位练兵、技术比武、技能竞赛，以实际行动投入优质工程、精品工程建设。本报记者 鲜康 摄

西成高铁全线推出计次票服务

本报讯（梁琦）中国铁路西安局集团有限公司推出便民新举措，自3月20日起，西（安）成（都）高铁推出一等座、二等座的“计次票（20次/90日）”和“定期票（30日）”两种票制产品。

据了解，西成高铁陕西段自2022年4月11日起已开通计次票（20次/90日）产品，此次，西

成高铁计次票（20次/90日）产品延伸至四川段，实现西成高铁计次票产品全线贯通。

此次推出的计次票（20次/90日）、定期票（30日）主要满足通勤次数较多、通勤区间与时间相对固定的旅客需求。乘客只需一次购买、一次支付即可多次使用。购买计次票（20次/

90日）的用户可以在90天有效期内，最多乘坐20次在购买产品时指定发到站和指定席别的列车，最低可享受9.5折票价优惠。购买30日定期票的用户可以在有效期内，最多乘坐60次在购买产品时指定发到站和指定席别的列车，最低可享受6.8折票价优惠。

相亲还是诈骗

——部分网络婚恋交友平台陷阱重重

当前，互联网婚恋交友平台因能够提供快捷、便利相亲服务，市场规模越来越大。在手机应用商店，婚恋交友类App数量极多，不少下载量在千万以上。“新华视点”记者调查发现，这类App鱼龙混杂，有的存在大量虚假账号，一些不法分子藏身其中，以相亲为名实施诈骗，给用户带来精神和经济损失。

网络交友遭遇雷同套路 有的被骗高达数十万元

近日，山东烟台莱山公安破获一起以网络交友为名实施诈骗的案件。经公安部门调查，犯罪嫌疑人将自己包装为有多处房产、有豪车，并和朋友共同承包酒店的“优质男”。与受害者接触一段时间后，他以“承包酒店需要周转一下资金”为由，诈骗十余万元。

记者了解到，一些互联网婚恋交友平台套路多多，“婚托”“酒托”“饭托”层出不穷，甚至成为诈骗分子的“栖息地”。

青岛市民俞凡近期下载了一个主打同城交友的婚恋交友App。“在平台认识了几名女性。她们有的主动提出想深入了解，有的甚至很快就要见面。让人怀疑的是，这些人的聊天方式都很一致，并且时不时提到投资赚到了钱，建议我也参与。”俞凡说。

记者在中国裁判文书网和互联网投诉平台

黑猫投诉也均看到，关于婚恋App用户遭遇诈骗的案例和相关投诉，仅今年就有几十起。有受害者在某婚恋App上花费高价购买了VIP服务，以为后续的相亲能更放心，在此后与平台上的异性接触过程中放松了警惕，被不法分子骗取钱财，金额高达数十万元。

大量虚假账号能“轻松”注册 不法分子招募“助手”

记者调查发现，婚恋交友类App之所以频繁引出诈骗案件，与这类App中账号注册审核不严有较大关系。用户花费不菲，本以为能遇到合适的人，但很多看上去优质的对象并非真实用户。

有业内人士告诉记者，婚恋App中不少条件优异的用户，其实是虚假账号。这些虚假账号，是由“中介”通过支付报酬拉拢人注册的账号。虽然有的App似乎审核较严，需要注册者上传照片、视频等信息，但事实上，账号注册后使用者并非注册者本人，而是由客服统一运营管理。

记者找到一名“中介”，询问如何使用虚假账号。对方表示，运营人员会先对账号进行包装，在平日聊天对象嘘寒问暖，取得信任，一段时间后就可以将这些账号打包卖出。这名“中介”坦承，这些虚假账号很容易被不法分子用来从事违法犯罪活动。

加大对违法行为打击力度 引导平台强化规范

法律专家认为，互联网婚恋市场是技术革新下的产物，要通过法制规范维护其健康发展。根据我国网络安全法的相关规定，如果网络平台对注册账号审核不严，未要求用户提供真实身份信息，或者对不提供真实身份信息的用户提供相关服务，一旦账号被不法分子所用，相关平台需承担相应责任。

山东琴岛律师事务所律师王恩民表示，婚恋App如果在审核管理上存在漏洞，应当承担相应的民事责任。对于屡次出现不法分子使用虚假账号进行诈骗的平台，监管部门要加强有针对性的关注并加大惩处力度。

中国政法大学知识产权研究中心研究员赵占领等专家认为，网络婚恋平台出现的诈骗案有一定隐蔽性，有的犯罪团伙甚至身处境外。相关部门应进一步形成监管协同机制，保护消费者权益。

公安部门办案民警提示消费者，在进行网络交友时一定要擦亮眼睛，在未了解对方真实身份、意图的情况下，最好不要有经济往来。一旦对方提出借钱、转账、投资等要求，务必要三思而后行，以免给不法分子提供可乘之机。（新华社“新华视点”记者 邵鲁文）

企业快讯

宝钛集团：荣膺中国工业领域最高奖

本报讯（纪斌）3月19日，第七届中国工业大奖发布会在北京友谊宫举行，宝钛集团一举摘得“中国工业大奖”桂冠。中国工业大奖被誉为中国工业的“奥斯卡”。

陕旅集团：2023首届延安安全季消费节开幕

本报讯（李佳 张悦）3月17日，2023首届延安安全季消费节暨第五届夜经济夜生活节在陕旅集团圣地河谷·金延安盛大开幕。今年，陕旅集团金延安将持续推进夜经

陕煤运销郑州办事处：提前完成一季度发运任务

本报讯（梁琦 刘军峰）截至3月15日，陕煤运销集团郑州办事处集装箱煤炭累计发运250.3万吨，同比增长288.96%，提前完成一季度发运任务。

为确保全年1000万吨煤炭集装箱发运任务顺利完成，该办事处紧盯下游用户库存变化和实际需求，优化客户、合理调运，使集装箱发运得到进一步提升。



3月17日，陕建一建集团第五公司组织女职工在西安市长安区太阳葡萄小镇开展“同植清林林 共守康洁心”植树活动。本报记者 刘强 摄



近日，国铁西安局安康电务段组织青年志愿者深入铁路沿线学校及周边农村，采取发放宣传彩页、案例讲解等方式，为学生及群众普及铁路安全知识。魏科伦 摄