

不久前，央视等媒体聚焦流量造假问题，某艺人发布宣传新歌视频的微博，发布9天转发量就达到了惊人的1亿次以上，相当于三分之一的微博用户都转发了这首歌曲。

流量造假现象被媒体曝光，也引发各方进一步思考，流量营销的背后是如何运作的？到底谁在助推和买单？相关监管又该如何跟进？本报就此进行调查。

谁在往流量里注水

□见习记者 王璐丹

1 流量造假撑起的幌子

在石家庄某软件公司工作的王泽帅，大学期间曾做过微博自媒体，一直希望在自媒体行业中大展拳脚。我的微博账号有三万多粉丝关注，但是大部分都是我买的，不能进行点赞评论，实际上真正关注我的也就一两百人。

王泽帅说，不光他弄虚作假，他的朋友也常常请他做人工水军。

王泽帅的朋友陈先生，在某律师事务所做律师，单位对每月在网上接待的咨询数量和好评数量有指标要求，被逼无奈只能请亲朋好友假装咨询刷数量，并且还让他们统一给好评。

记者身边请亲朋好友做人工水军的案例不在少数，朋友圈里也经常看到：自己家的，麻烦大家帮忙投票，每天可以投三次，可连续投两个星期。

参与这种投票作假的，并不仅限于人工水军。石家庄某金融公司的原女士，参与了

公司员工之星的投票评选，通过某电商平台购买了投票数量。她无奈地说：大家都买了，我要是不买，如果最后人家1万票，我却只有100票，也太说不过去了。

王泽帅的同事张焕，从事市场推介工作7年了，由于跟推介公司打交道时间久了，隔三岔五就会收到一些莫名其妙的微信好友申请，备注信息都是微博、公众号、抖音涨粉，时不时还有一些电商平台刷单的邀请。以前我姐卖橡胶枕，我帮她刷过几次单，从那以后，这些刷单的商家好像都认识了我一样，各种刷单返利

帮别人刷单的经历，让张焕十分清楚网购的套路，但是看到网上的好评率和购买率那么高，还是忍不住剁手。她不好意思地笑着说，前一阵我花一千多块钱买了一件兔毛大衣，买的时候看到好评如潮，可谁知道，买回来，兔毛横飞，穿了一次就压箱底了。

某公司职员小南告诉记者，她因平台电商数据造假而遭遇的一次“吃亏”经历。不久前，她在某点评网站搜索到石家庄一家综合评分5星、好评率96%的美发机构，于是团购了价值108元的首席设计师的洗剪吹套餐，谁知她进店只是剪了个刘海，却看到商家拿来了965元的消费账单。

小南目瞪口呆地询问原因，商家说他们是网红店，理发师技术精湛，产品高端。虽然不情愿，但她只能硬着头皮付了钱。

记者根据小南提供的信息，在网上搜索到了那家网红店，发现清一色的五星好评，譬如价格实惠、无推销、性价比高、等等，但仔细看，有些评价图片明显是从网上下载的，并不是真实消费者的真实评价。

花钱买了教训的小南事后醒悟到，一些所谓网红店，不过是靠着流量造假撑起的幌子。



流量刷手 新华社发 商海春作

2 榜单第一是怎么刷出来的

说起买粉丝的原因，王泽帅坦言：主要是为了提高文章的浏览量，想让自己写的东西被更多人看到。

如果说，王泽帅买粉丝的目的是想有被关注的感觉，那么一些刷单的电商平台，则主要把这当成了一种营销方式。

某电商品牌保定代理店店长张园从事电商行业两年了。我所接触的电商，几乎所有店铺都是需要刷单的，这只是一直以来的一种推销手段。他并不以为意，都是一样的东西，凭什么别人的就可以到搜索第一、第二，我们的东西却没有人能看到。

业内人士介绍，所谓刷量，就是利用自动化或人工手段，提升网站、社交媒体等目标对象的流量，就连各种投票活动，都可以通过砸钱刷出个榜单第一。

但是，提高浏览量、粉丝量、购买量等数据指标，显然只是刷量的表象。

河北大学新闻传播学院副教授、新闻系主任甄巍然认为，人们为追求流量而人为创造出刷量，使原本数字经济必然产物的流量经济上，硬生生长出一个信息毒瘤，陷入了只要有流量，就有经济价值的误区，不断被经济利益所驱使。

记者实地走访上述那家网红理发店，并以客人身份加了理发师的微信，发现其朋友圈除了发型案例以外，还有一条颇为吸引人的招聘信息。信息显示，理发店造型设计师的月均工资给到五千到十万，并且还有不定期国外旅游、互联网全资源捧红等，流量带来的红利可见一斑。

在流量经济中获利的，不仅是网红商家这样的需求方，还有那些流量数据的供给方。

甄巍然认为，从目前的形势看，这种扭曲的流量经济已然形成了完善的产业

链，产业化颇具规模。

作为产业链条中供给方最上游的刷量机构，有一套规范的业务体系，可以直接对接用户的需求。比如，承担着自媒体刷量工作的机构，不仅可以承接明星势力榜的刷榜业务，也可以为有流量需求的自媒体账户提供粉丝业务、转赞评业务以及阅读量业务等。

大部分刷量机构直接对接大客户，即消费频率高、消费量大、企业客户。在北京某媒体公司上班的楚女士介绍：多数自媒体消息的阅读量的月均工资给到五千到十万，并且还有不定期国外旅游、互联网全资源捧红等，流量带来的红利可见一斑。

当刷量机构发展到成熟阶段，所拥有的人力资源与日常的业务需求无法匹配时，就会衍生出不同层级的掮客，也就是刷量代理。

业内人士透露，刷量代理

是有偿帮助更下游的客户完成刷量需求的中介。他们通常会与一些刷量机构维持长期合作关系，收费比刷量机构稍高一些，从而获得差价，虽然每一单赚取的金额很少，但由于市场巨大，也赚得盆满钵满。

记者根据王泽帅提供的二维码，找到了一家刷量代理组织，被告知，粉丝按照初级粉丝、仿真粉丝、精品真人粉、超品真人粉、达人粉等不同级别，收取不同的费用，最便宜的45元/万，最贵的是880元/万。阅读量的售价也分为短微博和长微博，短微博阅读量定价是6元/万，长微博阅读量4元/万。

除了机构组织的商业行为，刷量也存在很多个体行为。石家庄某中学读高二的

小召，是某明星的忠实粉丝，我太喜欢他了，只要他出新歌我就会疯狂打榜。记者询问她是如何操作的，小召说：

我会买一些微博小号，然后把小号绑定上会员就可以刷榜单了。小召认为，为了自己的偶像花点儿钱，出点儿力，根本不算什么。

有些人追星以求精神上的满足，有些人刷单则是被小恩小惠笼络了去。

张园告诉记者：我们有好几个专门刷单的群，哪个商家有单要刷了，在群里说一声，每刷一单就能得到6块钱的佣金，要是往群里拉人，也可以赚上几块钱。

还在读大三的小王就加着好几个刷单群，记者扫眼看过去，每个群都非常活跃。小王说：没事儿了就会给那些商家刷一下好评，对我也没什么损失，动动手就能赚几块钱，刷得多了还能赚好几十。

这种不需要付出脑力和体力，就可以快速获得利益的赚钱途径，对于很多人来说都是无法抗拒的。

3 数据流量交易也要监管

王泽帅在采访结束时告诉记者，现在他已经不再做自媒体，他的微博账号还是会写点文章，做些影评，可是却不再追求曝光度了。买粉丝、买广告费钱不说，关键是花了钱还没用。如今的他摆正了心态，不愿再随波逐流，只希望做最好的自己。

河北师范大学新闻传播学院广告系主任宋维山认为，造假刷量，不仅对消费者和媒介平台造成了伤害，更严重的是，它也造成传播内容的僵化，使内容本身失去了生命力和活力，时间一久，消费者认清了套路，内容也就失效了。

还是那家网红理发店，记者打开平台的评价界面，发现诸如真不知道这种店的五星是靠多少水军刷出来的、刷得星级再高，没有两把刷子也走不长远等评论，在诸多好评中格外刺眼。

甄巍然认为，在打击数据造假行为问题上，对于个人来说，最重要的是对此类行为产生价值判断，不盲听盲从，摒弃不劳而获和贪不义之财的思想，做到不以恶小而为之。

盲听盲从显然是众多消费者的通病。宋维山说：究其原因，主要还是由于消费者心态不健全，追求质量高的同时又要求价格低廉。因此我们都认清产品本质，形成健康的消费观念，也就不会为他人做嫁衣了。

面对流量造假，消费者个人的抵制毕竟是微弱的，需要平台媒介、政府、行业等多方的共同努力。

宋维山认为，平台应给消费者提供多元化的判断维度，建立更加全面健康的平台考核价值指向，拓宽判断途径，而不是依靠评价等单一指标作出决定。他还建议，相关部门应

尽快完善数字经济市场监管体系和评估制度，强化平台的自律性，抑制伪造流量和商业信誉行为滋生。

对于层出不穷的刷单现象，京东、阿里等多家电商平台都采取了监管措施，制定严格的公司政策，禁止刷单行为的出现，如发现有商家或工作人员有违反该规定的情况，均按公司规定严厉处罚。

业界已经意识到，流量欺诈和数据造假行为正在伤害整个行业的发展，从行业自律到监管体系和机制等领域都亟待完善。

其实，2014年以来，《中国互联网定向广告用户信息保护行业框架标准》《中国移动互联网广告标准》等相继实施，要求广告协会建立统一的行业标准和数据监测标准，防范数据欺诈。同时，国务院颁发《社会

信用体系建设规划纲要（2014—2020年）》，提出建立健全电子商务企业客户信用管理和交易信用评估制度，严厉查处电子商务领域制假售假、传销活动、虚假广告、以次充好、服务违约等欺诈行为。打击内外勾结、伪造流量和商业信誉的行为，对失信主体建立行业限期禁入制度。

而且，《中华人民共和国反不正当竞争法》第九条规定，今后除了对经营者自己产品的虚假宣传外，帮助他人进行刷单、炒信、删除差评、虚构交易、虚构荣誉等行为，也将受到严厉查处，网络水军等不法经营者将依法受到处罚。

对此，专家指出，虽然国家出台了相关政策，但实际执行过程中，要对流量造假行为进行整治和清除，首要一点还是要明确监管责任，进而加强对参与数据流量交易各方的监管，从源头

上杜绝部分机构或经营单位通过地下或幕后的交易行为构建正常的市场交易秩序。



随着监管完善，数据流量交易将越发规范。本报记者 田瑞夫摄

观察

注水的流量走不远

早在2016年，微信曾对内部统计接口进行了一次升级，屏蔽掉一些刷单工具。不少浏览量轻松达到10万+的公众号，一夜之间，浏览量跌至之前的十分之一甚至更低。

也就是在那时，很多人第一次直观意识到，一些看起来光鲜亮丽的数据，或许经不起推敲。

数据流量本无好坏和善恶之分，但在利益诱惑面前，一些人抓住了它的漏洞，肆意买流量、买粉丝、刷好评，以至于在行业内形成了规模化、组织化、产业化。当刷量、刷单的行为打破了商业平衡，商家开始变本加厉，全力以赴比拼着刷量技术，而忽视本应关注的东西。

正如媒体评价的，依靠流量造假出现的所谓漂亮数据和所谓爆款，其伤害的不仅是普通民众，挤压原创生存空间，更助长了社会的浮躁风气，最终危害社会主义核心价值观。

其实，人们也知道，注水的流量走不远。总有一天，刷量的套路会众目昭彰。当谎言被揭穿，真相浮出水面，吹嘘出来的流量泡沫终会破裂。

真正聪明的营销者乃至商家，不会不考虑整个商业生态，以及产品受众，更不会涸泽而渔，焚林而猎。在互联网语境下，他们也关注流量，但更关注自身产品的质量以及创造创新能力。

前不久，国内某商家一款不知名的羽绒服，以合理的价格、保暖耐用的品质、流畅的供应链体系，在市场上口碑相传，走红纽约。自去年底至今，一直保持亚马逊全美服装类销售冠军的纪录，成为美国女性衣橱里的主要产品，被人们称为“亚马逊外套”，实现了草根羽绒服的逆袭。要知道，亚马逊外套第一年，总共才卖出去400多件，谁也没有想到，现在它竟然跻身纽约的时尚潮流，在城市中风靡一时。

可见，质量诚信也许并不能很快为企业赢得快钱或一夜知名，但可以赢得更长久、更丰厚的口碑与商业价值。优秀的公司，优秀的品牌，看重的是产品、用户、战略、供应链等更加本质的东西。

在消费升级趋势下，无论是互联网电商还是实体企业，紧要的是严控产品及内容本身的质量，着眼核心竞争力的打造，才是立身之本、发展之道。

基于互联网的各类传播、营销乃至商务活动，带来了诸多变革，同时也在影响和改变着人们的消费方式。流量造假可能带来一时之利，一时之红，但随着人们认知的越发成熟，监管机制的完善，社会和市场最终还是会选择那些注重质量与体验，服务和价值的东西。

文/见习记者 王璐丹