

流量造假还有多少新花样

从早期电商组建互刷QQ群,利用人工“水军”增加点击量的“主动刷流量”,到后来采取带有误导性广告等诱导用户进行的“被动刷流量”,流量造假手段已多次更新升级

□ 张博

“有个直播平台,都是业内的我就不说名字了,它最高同时在线观看人数超过5亿,难道每个人都像约个牌局一样组团看的吗?”某MCN机构负责人杨杰对《中国新闻出版广电报》记者说道。各类网站“高”数据在近年来屡见不鲜,动辄上百亿的点击量也被很多人戏称“8亿网民不够用”,尤其在电商直播大火的当下,如何规制乱象、构建良好的行业生态,呈现蓬勃的互联网经济,被业界广泛热议,对此,记者采访了多位专家学者、MCN机构负责人和业内人士。

“利益+成就+市场”成造假动因

“小到公众号阅读量造假,大到短视频关注度、点赞数造假,早已形成一条‘产业链’。毕竟阅读量、关注度等数据指标是呈献给广告主最直观的数据体现,这一组组数字可以说就是变现的筹码。”一位不愿具名的业内人士说,在此利益驱动下,有些人便动起了歪脑筋。

对此,中国人民大学新闻学院教授匡文波表示,在互联网行业中,“用户=流量=金钱”是一个广受从业者认可的公式。他表示:“平台或内容创作者要对内容

进行变现就必须有足够规模的受众群体,受众群体的数量决定了广告投放的价格,这就必然让流量成为内容变现的重要衡量指标。”中央财经大学文化与传媒学院院长刘双舟同样指出,“直播间的人气是主播身价的体现,粉丝数、观看量、销售量、转化率等是决定每位主播价格的核心指标。”身为从业者的杨杰更是直言不讳地表示:“大家都在买数据,不买你就比不过别人。”

“除了收入的吸引外,专业吸引也是一个不能被忽视的重要原因。”中国传媒大学教授刘宏认为,技术手段的不断升级让使用技术和判断技术产生了差别,“技术让原本属于文科的事通过理科就轻松实现,这种做法显然是错误的,但其间也让有些痴迷的技术迷们感觉找到了实现空间,认为个人得到了自我价值的实现。”

在刘宏看来,流量造假是多方面原因所导致的,不仅因为利益的驱使。“市场最善于发现新的东西,比政治和文化更加具有敏锐性,互联网的快速发展所产生的粉丝经济或者叫注意力经济让其成为新的载体。”他举例补充道。西北政法大学新闻传播学院教师李璐则提出,造假后果受惩戒的可能性低也是一个不可回避的重要原因。

可以看出,流量造假是生产者、平台、粉丝等各方推波助澜

的结果,其不仅存在于社交媒体平台,电商直播平台和生活服务平台的流量造假也无处不在,正如刘双舟所言:“刷单炒信随着网购而出现,但并不是个新生事物,只是在直播电商兴起后问题显得更加突出罢了。”

“科技+常识”可简单识别

从早期的淘宝商家组建互刷QQ群,互刷信用、互刷销量,利用人工“水军”或者技术“机刷”增加点击量的“主动刷流量”,到后来采取带有误导性广告、下拉框等诱导用户自行进入特定网站的“被动刷流量”,流量造假手段至今已经过多次更新升级。

匡文波说,现在流量造假的手段越来越“聪明”了,大数据、人工智能都已经被动加入了流量造假的大军。“现在市面上有很多用于短视频营销的云控系统,它们有些可以一键启动上百个抖音号,批量点赞评论,快速推上热门,圈粉引流,一个人甚至可以控制几百台装有这样系统的手机。”杨杰说。就像刘双舟所言,“从某种程度上讲,现代信息技术的高速发展,也为流量造假起到了推波助澜的作用,使得造假门槛和成本极低。”

尽管流量造假的手段不断升级,但从检测角度而言,识别假流量并没有那么复杂。匡文波表示,从技术角度来说,现在大多

数商业网站和平台都可以轻松做到识别真假流量,大家只是碍于各自利益不愿意捅破窗户纸。对此,刘宏也提到,尽管造假的手段提高了,但相互博弈的过程中“矛”与“盾”是此消彼长的,“就像大学论文查重一样,以前只能查文字,现在可以实现固定图像的查重。”

事实上,除了运用先进的检测手段,受众通过常识也能发现虚高流量的端倪。“以公众号阅读量造假为例,其实并不难分辨,当你看到平时阅读量保持在五六千,但有时却只有三四百时,这样的公众号大多是通过购买假流量产生的阅读效果,因为当平台方进行严控时,假流量操作难度加大,此时,真实的阅读量便浮出水面。而当下被热捧的短视频平台,更是将关注度、点赞量作为考核硬指标。有些短视频内容动辄上千万甚至过亿的点赞量,但其内容的亮点何在?一个可能连自己都看不上的内容,谁会相信过千万的点赞数。”谈到如何识别真假高流量时,同为业内人士的杜雨这样说道。

“政府+社团”治理行之有效

不可否认,衡量内容的传播效果离不开数据的支撑。从电视收视率到电影票房,再到

互联网点击量,相关统计数据为内容生产提供了评价标尺。然而,这些追逐高数据的背后必定会带来一些人为的弄虚作假,那么如何行之有效地治理虚拟经济下互联网中的乱象频出呢?

“在我看来,杜绝流量造假需从三方面发力:其一,行业监管部门应继续加大铲除造假产业链的力度;其二,平台方要对监管持续发力,仅靠阶段性监管很难达到根治效果;其三,申请账号方所在单位应在考核标准制定上更加多元、科学,以此尽可能铲除主动造假的根源。”对于杜雨的建议,李璐持有相同观点,并提出目前电商流量造假欺骗性更强,病毒式传播造成的破坏性更大,所以提高造假的违法成本是切实有效的办法。

其实,对于流量造假该当何罪,目前司法界和学界都没有定论。刘双舟就表示:“目前刷单炒信的表现方式是多元化的,很难采用统一的罪名来规范,需要具体案件具体分析,因此平台应当加强管理,行业应当加强自律,但是更重要的是,有关部门对此应当给予高度重视,并尽快出台针对性的治理措施。”

“提高流量造假者的制假成本在目前来看更为有效。”在匡文波看来,政府需要监管的内容太多,很难面面俱到,因此,除了制定政策法规,平台方自己的监管,守法更为重要。“实践表明,平台通过完善和严格执行自治制度,对于有效打击刷单炒信、净化电商环境起到了很大作用。现在存在的问题是,在直播电商的平台规范中,各平台普遍重视对直播内容的治理,而对刷单炒信等虚假宣传、虚假营销、虚假交易等的危害性认识不够,各自为政缺乏合力,相关内控制度不健全、治理措施的效果有限。”刘双舟补充道。

刘宏则提议建立一个相对公平的民间机构对数据进行监测,他认为,相对于第三方机构,民间社团更加不具备营利性,也会相对更加公平和客观。

假的真不了,真的假不了。在媒体融合的当下,自欺欺人的“高”流量,只给领导看的虚流量,到最后吃亏的一定是自己。就像刘宏所说:“长期的虚流量会使媒体失去信誉。”其实,有时真流量看似“不起眼”,却是真实的体现,是问题的体现,是所应提升之处的着力点,因此,孰轻孰重,日后一定会见分晓。



8月16日,福建省三明市首届“乐购三明”直播节开幕。此次直播节实行市长县长联合直播、一二三产联合销售、平台网红共同推介,准备了价值200多万元人民币的特色产品免费赠送,为广大网友奉上丰富多彩的“明货大餐”。张斌摄

言之有信

“名牌口红”超低价 造假生意须严查

□ 东方

“券后价39元,临期(保质期)销售、工厂直销、质量保证。”张玉清(化名)被一个名为“@小牛牛”,售卖“TF”口红的抖音账号吸引。抖音账号@小牛牛直播低价售卖TF口红,导入电商平台后,价格只需正品的十分之一,最终消费者收到货发现为假口红。

其实,张玉清遇到的情况并非个例。调查发现,在抖音上,与张玉清遇到的类似账号不少,多个账号通过短视频展示、介绍

可“券后价”购买品牌口红,晚上进行直播带货。细心的人们发现,多个账号的直播时,真人往往并不出现在镜头中,只是不断有声音传出,强调口红的低价和正品质量。针对低价,他们往往给出的解释是:临期(保质期)售卖,但保证货真质量。粉丝跳转到电商平台,领取优惠券,最终购买价格只需正品的十分之一,甚至更低。

公开资料显示,我国是全球第二大化妆品市场,近年来市场规模年均增长率达10%以上。化妆品假冒伪劣和非法添加问

题,是消费者关注的热点。今年以来,国家药监局四次通报,停止销售了237个批次的假冒化妆品,涉及多个知名品牌。查处力度不可谓不大。

据相关媒体报道,关于口红造假的案例,近年来屡见不鲜。2019年11月,浙江诸暨警方找到位于广州白云的假口红生产源头,查获大批仿制Mac的口红;2017年4月,南京市公安局破获一起特大网络化妆品造假案,查获假冒成品4000余件,其中便含有多个知名品牌口红。在日化产业旺盛的广东汕头

潮南区,口红造假成为“公开的秘密”。

抖音方面表示,针对“低价售卖正品口红”的现象,根据平台规则规范已对4000多个达人账号实施封禁电商权限处罚,对200多个商家进行了清退罚没保证金。除了直播带货,在贴吧、微博、网络论坛等处检索“低价口红”,可以发现,有大量留言或网帖声称出售低价名牌口红,甚至直接标记“仿制、高仿”。

良性健康的市场环境为多方所期盼。国务院6月29日颁布的《化妆品监督管理条例》(以下

简称《条例》),将于明年1月1日起施行。《条例》在打击假冒伪劣和非法添加化妆品方面作出一系列新的规定,保证产品的可追溯性,避免形成监管盲区。

此外,针对网购化妆品,考虑到线上交易模式具有较强的隐蔽性,为避免形成监管盲区,《条例》有关规定将化妆品质量安全的责任承担主体落地。有关部门必须强化对直播带货的监管,严厉打击口红造假的违法犯罪行为,严防口红造假生意侵害消费者权益,威胁消费者健康安全。

红黑榜

2019年浙江省AAA级“守合同重信用”企业公示名单(19)

- 浙江万昌家具股份有限公司
- 湖州吉泰电力设备有限公司
- 安吉县正新牧业有限公司
- 浙江新兴工贸有限责任公司
- 浙江安吉通用电力发展有限公司
- 浙江佐力药业股份有限公司
- 浙江中荣建设有限公司
- 浙江跃进机械有限公司
- 浙江依蕾毛纺织有限公司
- 浙江省军工集团有限公司
- 浙江荣华家具有限公司
- 浙江浦森新材料科技有限公司
- 浙江欧诗漫集团有限公司
- 浙江美生橱柜有限公司
- 浙江鹭林生态环境有限公司
- 浙江龙华树家具有限公司
- 浙江鼎力机械股份有限公司
- 浙江才府玻璃股份有限公司
- 湖州兴业工业设备安装有限公司
- 德清县圆正粉末有限公司
- 德清县永恒建设有限公司
- 德清科中杰生物科技有限公司
- 德华兔宝宝装饰新材股份有限公司
- 湖州江南工程咨询有限公司
- 中国移动通信集团浙江有限公司湖州分公司
- 浙江信律通信技术有限公司
- 浙江省疏浚工程有限公司
- 浙江湖建装饰工程有限公司
- 浙江红鹰集团股份有限公司
- 浙江丰源典当有限责任公司
- 美信佳集团有限公司
- 久盛电气股份有限公司
- 湖州智聪知识产权代理有限公司
- 湖州翔顺工贸有限公司
- 湖州晶超汽车维修有限公司
- 湖州金蝶软件有限公司
- 湖州华数广电网络有限公司
- 核工业湖州工程勘察院有限公司
- 浙江瑞美生态建设股份有限公司
- 浙江正导电缆有限公司
- 浙江联合电梯有限公司
- 沃克斯电梯(中国)有限公司
- 谱拉歌世服饰有限公司
- 湖州珍露生物制品有限公司
- 湖州运河铸钢有限公司
- 湖州太平微特电机有限公司
- 湖州南洋电机有限公司
- 恒达富士电梯有限公司
- 浙江斯科能科技股份有限公司
- 浙江久立钢构工程有限公司
- 浙江久核地质生态环境规划设计有限公司
- 浙江恒盛工程咨询有限公司
- 浙江航兴建设有限公司
- 浙江富士美电梯有限公司
- 浙江德马科技股份有限公司
- 浙江爱诺生物药业股份有限公司
- 湖州中盛公路桥梁工程有限公司
- 湖州园林绿化有限公司
- 湖州市科友电脑通讯工程有限公司
- 湖州立方实业有限公司
- 湖州老恒和酿造有限公司
- 湖州经发信息科技有限公司
- 湖州二轻机械有限公司
- 浙江长兴天工建设有限公司
- 浙江长安仁恒科技股份有限公司
- 浙江英科新能源有限公司
- 浙江铁狮高温材料有限公司
- 浙江京兴物业管理有限公司
- 长兴县众诚炉料有限公司
- 长兴县浙北家用电器有限公司
- 天能电池集团有限公司
- 诺力智能装备股份有限公司
- 浙江父子岭特种耐火有限公司
- 浙江海申新材料有限公司
- 浙江天工建设集团有限公司
- 浙江双和环境建设有限公司
- 会稽山绍兴酒股份有限公司
- 绍兴两溪茶厂
- 中建建工集团有限公司
- 三力士股份有限公司

(未完待续)

——来源:信用中国网站