

# 饭店不掏钱合作就给刷差评 “水军”在点评平台收“保护费”？

## 律师：用差评威胁合作属敲诈 提醒：看评价选饭店，如何不踩雷

□本报记者 戴钢

出去吃饭先去相关App选饭店是很多人的习惯，看了曾经来过的顾客对店铺的评价，店铺的好坏似乎一目了然。可是，这些评价都是真实的吗？其实，在店铺的评论区里，有一个很难被注意到的“水军江湖”。这些“水军”能够设法绕过饭店App的评价审核机制，利用刷好评的方法提高饭店的热卖榜排名和美誉度，也能通过恶意差评迫使饭店合作，让店主不得不同意掏钱。

A

### 拒绝与“水军”合作后 新饭店出现 莫名其妙的差评

去年，小丛在群力开了一家饭店。为了扩名气引客源，她与一家饭店点评App合作，还推出了“优惠购”活动。这时有人找到小丛，称可以帮她增加平台上的顾客好评量，提高热销排名。同时，还可以邀请短视频主播到店拍摄，增加在各视频平台的曝光频量，每月要2万元的费用。小丛觉得这个价格过高，就拒绝了对方的要求。然而这次拒绝却带来了后患。

小丛说，她的饭店开业后，就严格要求饭菜质量，定价较低，走质优价廉的路线，可是在饭店点评平台上却接连出现了多条差评。其中的一条差评说，店里一个戴眼镜的总监的服务让这名顾客觉得非常不快，因此给了一条差评。可是小丛的店里从来就没有这个戴眼镜的工作人员，更不可能有什么总监。“给我们这条差评的人，可能连我们饭店都没来过。”小丛说。

接二连三的差评出现后，小丛找到同是开饭店的表哥解惑。表哥问她是不是得罪过什么人。这时她才想起她拒绝的那个自称可以增加饭店好评量的人，“会不会是为了报复自己拒绝他，而在给饭店恶意差评？”

为了弄清心里的疑问，小丛辗转找到一个专门为饭店在点评平台上从事代运营的“公关”进行咨询。这个人说，对点评平台上的商家进行恶意差评，是很多“水军”惯用的手段。当商家拒绝与他们合作时，他们就会对商家进行恶意差评。有些商家担心声誉受损，就会与他们联系请求删除差评，这时，“水军”就会提出合作要求，多数商家只能无奈同意。

B

### 每月5000元雇人刷好评 两个月刷到 地区同类热卖榜第5名

为了减少差评给饭店带来的损失，小丛决定请这个“公关”来为自己的饭店在点评App上做运营，并商定每月付给对方5000元的费用。此后，小丛的饭店在点评App上好评不断增加，不到两个月，就从一个无名新店变成了该地区同类饭店热卖榜中的第5名。

使用过饭店点评App的市民都知道，App对用户评价有一套审核机制，对于虚假评价会进行屏蔽。那么“水军”是如何绕过这套审核机制，来控制差评量的呢？又是如何增加好评的呢？

记者以饭店点评平台合作商家的身份，联系上一个网名Mr.Zou的“水军”团队负责人，希望请他帮助删除饭店点评App上的差评。Mr.Zou告诉记者，想要通过外部手段删除差评基本不可能，“那些说能找到饭店点评平台内部员工帮你删除差评的肯定都是骗子”。但是他可以帮客户联系写差评的人，让他自己删除差评。

Mr.Zou说：“要说服对方删除差评，主要是给对方好处。比如，删除差评可以返还消费金额后额外给200元钱，可以先给钱再删差评。一般人看到好处后都会同意。但这种操作需要有一定的沟通能力和控制能力，以防对方收完钱后不删差评。如果遇到实在不愿意删除差评的人，我就会组织团队里的人为你大量刷好评，将差评覆盖掉。”

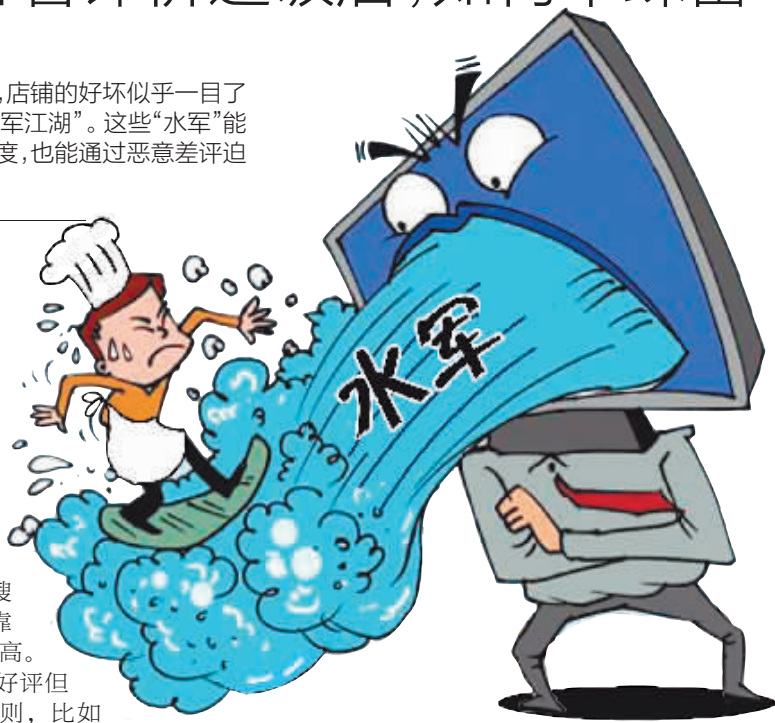
Mr.Zou表示，与其费力地去删除差评，不如努力增加店铺好评，提

高店铺在点评平台上的总体评分。“总体评分越高，在首页的搜索排名也会越靠前，曝光率也就越高。虽说是为店铺刷好评但也要遵循一定规则，比如说，一家店铺想要刷总体评分，请在几天内刷了几百条好评，饭店点评平台的系统立刻就能发现这家店铺评价异常。专业的运营团队会根据目前店铺的流量适当地刷好评，比如一家店铺在网上有10个访客，在正常情况下好评数量在2条到5条之间。如果想要增加好评量，其访问量也是需要刷到一定数量，这样才符合饭店点评平台的规则。”

Mr.Zou说，饭店点评平台上的用户分为8个级别，用户的级别越高，给出的评价占店铺总体评分的权重就越高。他们为店铺刷好评，每次20条为一组，根据用户的级别不同刷好评的收费也不同。3到6级的用户每次收费1000元；3到7级的用户每次收费1200元；3到8级的用户每次收费1500元。为店铺刷好评可以按次收费也可以包月，如果包月的话每月收费10000元。包月的好处是可以让店铺总体评分长期处于同类别店铺的前三名。

除了现实中的“水军”，记者在某网络购物平台上也发现了很多为店铺刷好评的商家，只要将店铺的名字告诉对方，支付费用后，对方就会组织人员为店铺刷好评。

除了现实中的“水军”，记者在某网络购物平台上也发现了很多为店铺刷好评的商家，只要将店铺的名字告诉对方，支付费用后，对方就会组织人员为店铺刷好评。



C

### 水军横行让市场良莠难辨 饭店经营者表示 上车容易下车难

采访中记者发现，饭店点评平台上的很多店主都遭遇过“水军”，他们普遍认为雇“水军”为商铺刷好评是一种扰乱市场的行为。但是这当中有一些人出于不同的目的，还是选择了与“水军”合作。

一家韩餐店的老板对记者说，他每月花在“水军”身上的钱就有近两万元。“刚开始同‘水军’接触的时候，只是想通过他们把餐厅的美誉度炒上去，而且当时他们要的费用也不高。可是随着餐厅的生意越来越好，他们的要价也越来越高，其间我也想过中断与他们的合作，可又担心这些人会用同样的办法，来损毁餐厅的名誉，造成不好的影响，所以我只能与他们保持合作。”

一家经营四川火锅店的老板却对记者说出了另一种想法。“就我本身而言，十分反感店铺刷好评的‘水军’，因为正是他们将市场搅得良莠难辨。可现在的情况是，一些饭菜口味一般、服务水平不高的饭店在花钱找他们刷好评。而我们这种靠实力经营的饭店如果不与他们合作，就会慢慢地被市场边缘化，慢慢地淡出顾客的视线。为了能在竞争激烈的餐饮市场上生存下去，也只能与刷好评的‘水军’进行合作。”

提醒

### 看评价选店 如何不“踩雷”

曾经在“水军”群里混过7个月的刘贺，介绍了他在饭店点评平台上选店消费的方法。

根据他的经验，在点评平台上选店要将店龄和评论数放到一起看。刘贺说：“选择消费时最好选店龄在5年以上，好评率在4.5星以上的商家去消费，这样的店‘踩雷’几率很小。因为，一家店铺能够开到5年以上，而且还持续有用户对其进行评价，肯定是有些过硬的本领，否则根本经营不了这么长时间。反之，店龄只有几个月，标志还是新店，评价数却在500条以上，而且评论区里大多都是五星好评的店，‘水军’刷好评的可能性极高。”

除了看好评外，刘贺认为看差评也很重要：“选饭店时，要看评论区里的差评是服务差，还是口味差。如果大多都是说这家饭店的服务差等无关食物品质的差评，那么这家店菜品的口味应该还可以。只注重口味的消费者，选择这样的饭店‘踩雷’的几率就会小很多。”

声音

### 用差评威胁饭店付钱 属敲诈勒索

对于“水军”收钱为店铺刷好评的行为，黑龙江星河律师事务所律师陈志芳表示，店主请“水军”为店铺刷好评，无论是店主还是“水军”，都违反了商业经营中诚实守信的原则，是一种不道德的行为。但就目前的法律来看很难找出法律条文，对这种行为直接进行约束。

同时陈志芳认为，如果“水军”团队以不合作就在饭店点评平台上给予差评来威胁商户支付钱财的行为，则是一种典型的敲诈勒索行为，在数额较大或者次数较多的情况下，行为人会构成敲诈勒索罪。



饭店评价网上的评论截图。