

用批量弹幕构筑话术陷阱 雇佣“职业水军”伪造减肥奇迹

“职业弹幕人”乱象调查



(AI生成)

用批量弹幕构筑话术陷阱,雇佣“职业水军”伪造减肥奇迹,假借“过来人”身份吸引消费者上当受骗。近日,北京市市场监管局对属地某生物科技有限公司开出10万元罚单,成为成功查办全国市场监管领域直播电商“职业弹幕人”首案。

什么是“职业弹幕人”?它为何兴起?有什么特点?在“乱花渐欲迷人眼”的消费市场中,消费者如何擦亮双眼,识别其伪装?各方如何发力打造“诚实清朗”的消费环境?记者进行了采访。

上网当“托” 扰乱市场秩序

今年6月,北京某生物科技有限公司直播销售一款名为“燃咔果冻”的食品。直播间里,“真给力,3颗就瘦了3.2斤”“3天成功7天破(减肥)平台期”等夸张弹幕不断刷屏,令一些消费者跃跃欲试。

然而执法人员通过IP地址分析和用户行为建模发现,该公司涉嫌购买第三方服务,批量发送虚假弹幕,而其雇佣的这些尚未用过产品或明知产品无效却依旧操控虚假账号刷屏的团伙,就是“职业弹幕人”。他们在直播、短视频等互动场景中批量发布事先写好的弹幕评论,虚构产品功效、用户评价,制造虚假流量。

“职业弹幕人”为何兴起?中国社会科学院法学研究所网络与信息法研究室副主任、副研究员周辉认为,“职业弹幕人”本质就是“网络水军”,“在直播行业,头部主播几乎占据市场绝大部分流量,中小主播只能通过差异化竞争谋求出路,譬如误导电商平台推荐算法,优先推送其直播间等”。周辉说,因此网络购物直播行业的“职业弹幕人”现象是行业发展的产物。

另一方面,基于网购特点,消费者尤其依赖他人体验作为决策参考。“职业弹幕人”伪装成“过来人”分享虚假好评,恰如传统电商平台刷

单、刷好评,利用信息不对称降低消费者的戒备心理,从而推动销量增长。

“老妈前阵子买了羊奶粉,说直播间里有好几万人买,很多人发弹幕说好喝营养又健康,就像能包治百病一样。”家住陕西榆林的严女士告诉记者。类似的事件早已不是第一次发生——艾叶香皂、零添加酱油、鹿肉香肠……“我前脚打电话退了羊奶粉,后脚她又在别的直播间买了黄芪,管也管不住。”严女士的话中充满了无奈。

这也是“职业弹幕人”产生的原因之一。北京德和衡律师事务所高级合伙人、律师马丽红指出,直播购

物的即时性和互动性容易催生冲动消费——不断滚动的弹幕、集体性好评的氛围、主播极具感染力的推销会压缩消费者的理性思考时间,形成“不买就亏”的心理暗示,消费场景的特殊性为其提供了生存土壤,“可以说,‘职业弹幕人’本质上就是直播电商流量竞争与利益驱动的产物”。

另据统计,我国2023年直播电商用户规模达5.97亿,占全部网民规模的五成左右。马丽红指出,对网络诚信体系而言,“职业弹幕人”极易透支公众对网络信息内容、平台和企业的信任。因此,“职业弹幕人”乱象理应得到治理。

灰色产业链 负有法律责任

早在2021年,有媒体调查到,部分个人用户通过QQ等社交APP兜售斗鱼直播平台的刷弹幕软件。该软件可以设置弹幕发送频率、内容等,并同时给很多直播间发送。2023年,安徽省亳州市公安局高新区分局成功打击一个非法经营犯罪的“职业弹幕人”团伙。据介绍,这一团伙假扮商贸公司,招聘员工养号,一人开多张卡、申请多个账号,此后把卡注销,过段时间再去开卡、养新号。每人操作30台手机,提前把话术输入进去,直播时直接按照话术评论,跟播互动,刷好评弹幕。

这些案例连同今年收到10万元罚单的某生物科技有限公司,足以说

明被曝光出来的现象仅是冰山一角,它或已形成一条相对完备的灰色产业链。

那么,“职业弹幕人”到底违不违法?

马丽红指出,“职业弹幕人”行为至少触及4部法律的底线。首先,“职业弹幕人”虚假宣传,属于“对其商品的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等作虚假或者引人误解的商业宣传,欺骗、误导消费者和其他经营者”,违反我国新修订的反不正当竞争法第九条规定;团队作为协助者同样可能承担连带责任。

其次,它违反了消费者权益保护

法第二十条,未尽到“应当真实、全面,不得作虚假或者引人误解的宣传”义务,侵害了消费者的知情权和选择权。

再其次,“职业弹幕人”团队批量操控非实名账号发布内容,违反网络安全法第二十四条网络运营者“应当要求用户提供真实身份信息”的规定,平台若未履行审核义务,也需承担相应责任。

最后,团队以营利为目的,长期大规模从事此类活动,且经营数额达到一定标准时,可能触犯刑法第二百二十五条的非法经营罪;若其虚假宣传行为情节严重(如造成重大损失或恶劣影响),还可能构成刑法第二百二十

二条的虚假广告罪。

在与严女士的交谈中,记者注意到,她特别关注母亲网购的食品及保健品。“如果说买到劣质日用品只是使用效果不佳、增加购物成本,那么不可靠的食用产品则极有可能存在安全隐患,对消费者造成身心伤害,损害消费者合法权益。”周辉说。

从这个角度讲,“职业弹幕人”行为从“扰乱市场秩序”升级为“侵害人身权益”,在法律评价上,也将从承担诸如罚款、没收违法所得等行政处罚,上升为面临民事赔偿甚至涉及刑事责任。马丽红指出,这体现了法律对个体权益的优先保护原则。

形成合力 共同治理乱象

治理“职业弹幕人”乱象,是全社会共同努力的方向。打造公平竞争的营商秩序、为消费者营造诚实清朗的网购环境,应从行政监管、平台管理与网络自律等多个维度入手,对不当引导行为加以规制。

“职业弹幕人”的违法犯罪行为表面上与普通消费者的行为不易区分。因此,监管部门打击这类乱象不仅要“直拳”出击,也要善用“勾拳”打

击。周辉指出,监管部门通过打击网络水军违法犯罪团伙,能够有效遏制“职业弹幕人”发展势头,“近年来,相关部门持续开展打击整治‘网络水军’专项行动,已经取得显著成效”。负责上述生物科技有限公司一案的北京市市场监管综合执法总队相关工作人员表示,本次执法检查首次将直播刷评行为纳入“编造用户评价”执法框架,为同类案件提供法律适用范

本。同时,工作人员通过解析直播回放、聊天记录与转账流水,突破职业弹幕人账号虚拟化、交易隐蔽化的技术壁垒,为后续处理类似事件提供了可参考的依据。

平台作为直接管理方,亟待加强管理力度。马丽红建议强化技术手段,如升级AI识别系统,实时拦截高频重复、关键词堆砌的弹幕;严格执行账号实名制,对异常账号采取限

流、封号等措施,还可以建立弹幕内容追溯机制,确保每条评论可查可溯源。周辉认为,有必要针对点击量高、成交量虚高、“打赏”金额大的直播间,建立人机结合的重点监看审核机制;对头部直播间、头部主播及账号、高流量或高成交的直播带货活动进行重点管理,有效遏制“职业弹幕人”乱象。

(人民网 王晶明)