

# 《焦点访谈》曝光网络卖家不诚信行为： 想尽办法让差评变好评



## 网络购物时 好评差评成为影响消费者购买的重要指标

评价是指消费者在收到货物后对商品质量以及整个购物过程中例如物流服务、店铺的服务态度等购物体验给出的评价，评价等级分为好评、中评和差评，这能为其他人购物提供参考和依据。我们在网购的时候也特别希望看到客观真实的评价，以此来辨别商品的好坏。可现实是，在完成交易后能够认真给出评价的消费者并不多。

记者在采访中了解到，消费者们所说的麻烦，一种是懒得评，而另一种则是如果商品质量不好给出差评后，怕给自己带来麻烦，不敢评。

这些消费者的担心并非杞人忧天，而是因为买家给了卖家差评后遭到报复的事情并不是个例。

家住成都的杨女士在网上购买了两件商品，因为质量问题，杨女士给了卖家差评，没想到给自己带来了一系列的麻烦。

在和卖家沟通之后，卖家说在不影响使用的情况下，如果杨女士不退货，那么店铺会返3元钱现金赔偿杨女士的损失，对于这个处理结果杨女士表示同意。

杨女士说：“但是在我确认付款之后，他也没把3块钱返给我，卖家非要让我截图发好评，他才返给我。他的东西就是坏的，质量就有问题，卖家还让我发好评，我为啥要给他好评呢？”

杨女士告诉记者，因为没有修改差评，几天来不断的接到骚扰电话和短信。这还没完，杨女士的手机上甚至收到

了卖家发来的恐吓信息：“寻思你不给差评咱们就完事了，你不是喜欢玩吗，我们陪你，小心自己家门口让人……”

而另一位消费者因为给出差评，也接到了卖家发来的恐吓信息。今年4月25日，郑州的一位消费者购买了几包干果，发现缺斤短两和瑕疵，在和商家沟通中产生了分歧，几番交涉，对方火气越来越大，竟然威胁消费者，如果差评，立马买机票，对消费者进行报复，并且晒出了消费者家的住址和已经购买的飞机票。消费者马上向警方报警。4月26日下午，当地警方发布了情况通报：已协调关闭了该卖家经营的网店，并查封了其在属地开设的实体店。针对其涉嫌违法的言行，当地公安机关已介入调查并将依法处理。

按说买东西遇到质量问题给出差评这都是很正常的，但为何卖家会有如此过激的反应呢？

对于网店商家来说，商品的好评率高不高，有没有差评，店铺的信誉度评分的高低，这些都取决于买家的评价，并直接影响着网店的收益。

一位网店卖家说：“好多客人并不看商品介绍详情页的，直接看评价，看人家是怎么评价，而且也会专门去找差评，看看有哪些不合适的地方，如果全都没有差评的话，您可能也不太放心；差评太多的话，您可能更不放心了。所以好评对于买家来说是非常具有重要性的。”

## 差评变好评 商家想尽办法

因为线上经营的特点，很多商品的质量以及店铺的服务质量也会参差不齐，但即使消费者不满意给了差评，商家也会想尽办法让这个差评变好评。

因为差评对店铺的负面影响很大，所以如何通过跟客户沟通将差评改为好评，这几乎成了有些网店卖家的必修课。在一个给新开网店卖家培训的视频中，培训师也专门就如何修改差评的方法，重点做了介绍：中差评30天之内是可修改的，只有买家有权利修改，卖家可以返给买家5元甚至10元。

在这种环境下，甚至催生出了一个全新的职业：网购职业差评师。

一位淘宝卖家说：“同行之间恶意竞争。像我们有一些宝贝是爆款宝贝，销量上去以后，有些同行会请人给你做差评。”

为了减少差评，提高好评率，吸引更多的消费者选购自家的商品，很多店铺会用一些小恩小惠来诱导消费者好评并晒图。

这样一来，很多消费者就将原本并不够好评的商品，给了好评。但这种做法实际上会误导其他消费者。

不仅是店铺这样做，大多数购物平台为了提高自己平台的人气和销售量，也在提高主动好评率上做起了文章，手段和店铺差不多，就是诱导消费者只要好评+晒图，即可获取相应的回报。例如某平台规定，只要买家好评晒图就会送该平台的积分豆。这些积分豆积攒到一定数量，可以抵扣现金。

而在另一家购物平台，只要好评达到一定的字数，并晒图，就可以领取该平台的模拟金币，这些模拟金币也可以抵扣现金。

因此，我们在评论中就常常会看到为了凑字数的评论，有乱写的，有抄歌词的，甚至还有好评模版，不管买了什么商品，好评内容只要复制粘贴就行。而贴出的图更是五花八门，跟商品一点关系都没有。

当我们在购物平台上完成消费的时候，经常会出现一个给评价的页面，要你打分和留言，你若不评，过一阵子，平台就自动默认为你给了好评。

可别小看这些好评差评，在网上消费时，很多人因为吃不准货品和服务质量究竟如何，都会特意翻看一下评价，数数好评有几个，差评有几个，再浏览一下过来人的评语，最后才决定这钱究竟是花还是不花。也就是说，买还是不买，过来人的评语是一个重要的参考。但是，记者调查发现，这个参考有点儿靠不住。且不说，好评里有多少是因为消费者懒得评所以得来的默认好评，好评差评，有时候是乱评。

## 诱导性好评 影响诚信经营

中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍表示：“这种做法我认为不是市场正常经营的范围，因为这是诱导性的好评。以前有一个诱导性的分享，这种东西是违反传播伦理的，按照这种好评诚信的制度，如果存在这种诱导性好评的话，你就会发现，谁的资本多，谁的优惠力度大，哪家商家，哪个平台获得的好评越多，这是用资本变相去获取市场份额，打压那些诚信经营的人。”

尽管是商家想出了很多的套路，但是大多数买家依旧不会主动给出评价。针对这种情况，几大购物平台也有办法，就是限制主动评价的时间。也就是说，消费者从确认收货的那一刻起，在规定的时间内如果不主动给出评价，那么系统就会默认给商家好评，而这个好评最终会计入商家的信用评价中。

而对于默认好评的这种做法，几大购物平台都十分一致，小小的差别只在于确认时间的长短。

不管是15天还是30天，只要不评价就默认好评，对于这个规则消费者都知情吗？有消费者表示：最开始不知道，后来知道了。

如果不主动评价系统就默认好评，这显然不太客观，甚至有些霸道。记者了解到，大多数消费者不主动评价的原因主要有两个，一是懒得评，而更多的消费者是出于给出好评或中评违心，而给出差评又怕给自己找麻烦，所以干脆不评价。那消费者对默认好评的设置又持什么态度呢？

有消费者表示，这对其他消费者其实不太公平，因为有的人会看评论去选择商品，还是应该评一下。

那么，如果改成默认中评，会好一些吗？消费者表示，这样会好一点。

记者查阅了几大网购平台的用户协议后发现，默认好评规则的这几家购物平台，都没有给出解释。实际上，默认好评早已成了电商行业的潜规则。

朱巍认为，这个协议必须是事先告知的，条款之中连默认好评的规定都没有进行明确标注，毫无疑问，这种行为是侵害消费者的行为。表面上看它是一个格式条款，是一个霸王条款，但是它伤害的实际上是整个互联网诚信体系。

## 买卖要公平 评价要诚信

现在很多购物平台对这种恶意评价和卖家被差评后骚扰消费者的行为都给出了相应的处罚措施，但是花钱改差评、好评返现的情况依旧存在。我们常说，买卖要公平，也就是说买家也好、卖家也好，双方都要本着公平诚信的原则进行交易。诚信是电商行业发展下去的重要基石，那么，如何才能构建一个风清气正的网购环境，让这一行业得以长足的发展呢？

朱巍说：“所谓的网络诚信，看似是独立的东西，但是网络诚信真正把它支撑起来，可能需要各个法律法规，各个技术层面一起来支撑。网络诚信不单纯要搞互联网，诚信道德建设，更重要的是要把其他罚则和网络安全能够落实到位。”

网购之后，买家的评价，是一种口碑。但是我们看到，要么是商家用利益诱导人给好评，要么是商家用利益诱导或用吓唬人的手段让你取消差评。更让人不理解的是，你不发表评价，结果却被平台默认为你给了好评。这究竟又是为什么？如果只是程序设计有问题，改起来应该不难吧？营造诚实守信的电商环境，卖家要诚实守信，尊重消费者的评论；平台要尊重消费者的沉默权，如实反映未评价的事实；买家也要珍惜这个评价机会，谨慎落笔如实评价。因为，每一次不实的评价，就会把不真实的坑又挖大了一点，也许某一天，你就会成为被坑的那一个。



签订合同选仲裁  
解决纠纷靠仲裁

盐城仲裁委员会是盐城市唯一一家解决合同纠纷和财产权益纠纷的专门仲裁机构。

地址：市人民中路186号  
联系电话：66883701 66883301  
66883601 66883201  
传真：(0515) 88377958  
立案(咨询)：66883702  
仲裁热线：4007107113  
网址：http://www.yancheng.gov.cn/ycczw