

为求好评商家“骚扰”顾客近十次

违规“诱导好评”现象屡禁不止，律师提醒情节严重或涉嫌触犯法律

果然財經

“网购5斤巴沙鱼没评论，商家打电话说五星好评返10元，还发来现成的图片和文案。”近日，济南市民小张的遭遇，撕开了电商评价体系虚假繁荣的一角。从电商包裹里的“好评返现卡”，到线下餐饮的“好评赠礼”，再到美甲店的“代笔评价”，诱导好评已从简单的营销手段演变为全行业的“潜规则”。这种看似“买卖双赢”的操作，实则催生了海量虚假数据，严重扰乱市场竞争秩序，侵蚀着数字经济赖以生存的信任基石。

记者 孙佳琪 魏银科 报道

多方利益博弈

“亲，五星好评+3张晒图，截图发给客服立返5元红包！”这样的提示卡片，如今几乎成为网购包裹的“标配”。不仅如此，商家的诱导手段早已从简单的返现，升级为一套“组合拳”，覆盖线上线下全消费场景。

济南市民孙女士在某平台购买两条打底袜后，陷入了商家的“催评攻势”。“确认收货后每隔两三天就收到短信，不理会就开始打电话，前后打了快十次。”商家客服的“悲情牌”让她难以招架，“说好评和绩效挂钩，工作不容易，虽然东西质量一般，最后还是给了好评。”更有甚者，部分商家将好评与售后权益绑定，消费者若不给出五星评价，将面临退换货难、售后推诿等问题。

对于商家而言，好评率已成为生存发展的“生命线”。在济南经营咖啡店的鄂鄂道出了众多商家的无奈：“一条差评的影响，可能需要50条好评才能抵消。现在消费者选店铺先看评分，分数太低根本没人光顾。”这种“唯好评论”的市场环境，迫使商家不得不采取极端手段。尤其是在餐饮、美妆、日用品等竞争激烈的领域，同质化产品的竞争最终往往演变为好评率的比拼，倒逼商家通过返现、赠品等方式“买好评”。

平台的算法机制进一步加剧了这种畸形竞争。“当前主流电商的流量分配，高度依赖销量、好评率等数据指标。当用户搜索一个商品时，好评数量和好评率高的更容易被搜索推荐。”某电商平台运营人员董先生表示，长此以往，形成“好评越多—流量越大—销量越高”的正向循环。反之，低评分商家则可能被平台算法“冷落”，陷入生存困境。在这种机制下，商家为获取流量不得不向好评“妥协”，甚至铤而走险参与刷单炒信。

消费者的心理弱点也让诱导行为有机可乘。对于多数消费者而言，5—10元的返现、一杯免费饮品等小利益，足以促使他们违背真实感受给出好评。部分消



商家求好评，甚至会要求顾客写出提供服务的店员名字。

费者则因怕麻烦、碍于情面，在商家的软磨硬泡下妥协。

多方共治破解困局

从宏观层面看，虚假评价正在侵蚀数字经济的信任基石。电商经济的核心优势在于信息透明、交易高效，而真实评价是实现这一优势的关键环节。《中国新电商发展报告(2025)》显示，2024年中国网络零售额达15.5万亿元，连续12年稳居全球最大网络零售市场。如此庞大的市场规模，一旦失去信任支撑，将严重影响经济循环效率。

《网络反不正当竞争暂行规定》明确，编造用户评价和以返现、红包、卡券等方式利诱用户作出指定好评、点赞、定向投票等互动行为均被列为不正当竞争行为；《中华人民共和国反不正当竞争法》，明确将“组织虚假交易、虚假评价”列为不正当竞争行为，规定可处一百万元以下罚款；情节严重的，处一百万元以上二百万元以下罚款，可并处吊销营业执照。

电商平台也在积极履行主体责任。记者就“好评返现”问题咨询某电商平台客服，对方明确“邀请好评”违规，评价必须真实，“遇到消费者投诉，会将商家违规行为记录并反馈给平台监管部门，核实后将严厉处罚。”

某点评类平台工作人员介绍，平台明确禁止商家以物质利益换取好评，即便不涉及物质利益，直接要求顾客写好评也在禁止之列。“平台会定期监测、回访顾客查实，一旦核实违规行为，将依据规定进行处理”。

目前，各大平台均建立了评价监测系统，通过关键词识别、大数据分析等技术手段，排查虚假评价、诱导好评行为，对违规商家采取降权、屏蔽、罚款甚至关停店铺等处罚措施。

监管部门的执法力度持续加大。2024年，全国共查办各类网络不正当竞争案件3547件，有效推动《网络反不正当竞争暂行规定》的贯彻落实。北京某生物科技有限公司因通过数十个账户在直播间发布1500余次虚假互动评论，宣传食品减肥功效，欺骗误导消费者，被处以10万元

罚款；广州某网络信息科技有限公司因直播中夸大商品功能、虚构评价，被罚175万元……这些案例释放出明确信号：诱导好评、虚假宣传等违法行为将受到严厉打击。

电商直播监管力度也进一步加大。市场监管总局和国家网信办近日联合发布《直播电商监督管理办法》(以下简称《办法》)，将于2月1日起施行。《办法》中要求“直播间运营者、直播营销人员不得虚假宣传”，对平台内违法行为处置、消费者权益保护等方面作出了明确规定。

律师说法： “商家求好评”违规 还可能涉嫌犯罪

上海段和段(济南)律师事务所的孙富果律师表示，“好评返现”行为属于《网络反不正当竞争暂行规定》第九条所禁止的“以返现、红包、卡券等方式利诱用户作出指定好评、点赞、定向投票等互动行为”，是对产品的用户评价作虚假或者引人误解的商业宣传，根据《网络反不正当竞争暂行规定》的规定，商家的此类行为一经查实，市场监管部门可依据《反不正当竞争法》处以高额罚款。如若情节更为严重，商家则有可能涉嫌刑事犯罪。例如商家组织或聘请专业刷单团伙，进行大规模、产业化的虚假交易和评价，其行为可能超出行政违法范畴，涉嫌触犯“诈骗罪”(如骗取平台消费券)或“非法经营罪”等。

根据《消费者权益保护法》的规定，消费者享有知悉商品或服务真实情况的权利，经营者负有提供真实、全面信息的义务，“好评返现”行为本身也明显侵犯了后续消费者的知情权和公平交易权。如果消费者能证明自己是因为受到商家虚假好评的误导而购买了与实际严重不符的商品(例如，商家宣传是正品但实为假货)，甚至可能认定商家构成欺诈。这时，消费者有权依据《消费者权益保护法》主张“退一赔三”的惩罚性赔偿。需要说明的是，如果仅存在“好评返现”行为，并不必然等同于对消费者构成欺诈。



文/片 记者 石晨绮 济南报道

颜色各异的塑料豆子通过组合固定、加热成型，便能“拼”出装饰画、钥匙扣、冰箱贴等实用小物。近日，记者走访济南市市场发现，这种用彩色塑料颗粒进行创作的拼豆手工正吸引着越来越多年轻人的目光，曾经的小众爱好如今悄然升温，成为兼具创作乐趣与社交话题的新兴休闲选择。

线下客流量 涨了五六倍

1月6日，济南市泉城路上的“我和小熊DIY手工实验室”内暖意融融，不少年轻人正专注于手中的“拼豆”创作。各色塑料豆在桌子上整齐排列，大家手持镊子将豆子逐一嵌入模板，从简单纹样到复杂造型，在沉浸体验中收获手作的乐趣。

“00后”拼豆爱好者柿子(化名)正对照着“豆友”分享的图纸，制作一款腊肠狗造型的拼豆作品。“拼豆操作很简单，在网上找到喜欢的图案，用对应色号的豆子拼好后，再用熨斗定型即可。”柿子说，自从去年9月第一次接触拼豆，她便彻底“入了坑”，“喜欢的IP形象和图案都能亲手实现，特别有成就感。”

店铺负责人宋女士介绍，拼豆项目在店里上线已有六年，此前客流量始终保持平稳，并未形成热潮。“去年下半年以来，这项手工突然‘出圈’，客流量较前几年上涨了五六倍。”她表示，今年元旦假期期间，1日和3日单日客流都保持在150人左右，1月2日到店顾客更是超过200人，从上午11点营业到晚上10点，店铺始终处于爆满状态。

“顾客覆盖各个年龄段，有上班族、学生，也有很多小朋友。”宋女士透露，拼豆已成为店里绝对的主打项目，仅此一项月销售额就能稳定在万元以上。

抖音生活服务发布的2026年元旦跨年消费数据显示，兼具个性化创作与社交分享属性的拼豆，如今已成为朋友间互动交流的新型“社交货币”，吸引了大量

消费者体验，带动抖音团购销售额同比飙升1461%。

“人一旦染上拼豆就停不下来。”“不知不觉拼了3个小时。”“又收到了新的拼豆图纸”……拼豆在线上的讨论热度同样居高不下。在某社交平台，“拼豆”话题浏览量已超45亿，相关讨论笔记达1557万条。网友们踊跃分享原创作品、设计图纸与制作技巧，形成“线上种草、线下体验”的联动效应。

拼豆市场 有望达10亿元

拼豆(Perler Beads)，又称“像素画”，最初是一款面向亲子家庭的益智类游戏。近年来，因其简单易上手、兼具创作感与解压效果，逐渐破圈成为年轻人喜爱的手工活动。

“对我们平时工作忙碌的年轻人来说，拼豆能在几个小时内让人专注投入，门槛不高，下班后做一做很放松。”拼豆爱好者高女士说，除了基础图案，如今越来越多的人用它制作二次元周边、偶像应援物等个性化作品，“只要找到对应图纸，从热门IP到专属物料都能实现，身边关注拼豆的朋友也明显变多了”。

随着关注度的攀升，不少从线下体验“入坑”的爱好者，开始转向线上采购材料。记者在电商平台搜索发现，拼豆豆子价格多在每千颗1.3元至6元之间，多款材料包月销量突破10万件，部分热门单品日销超500单。除豆子外，豆盘、熨斗、豆笔等配套工具也同步走俏，销量表现亮眼。

不少拼豆爱好者表示，配齐一套包含各色豆粒、烘焙布、豆铲等工具的基础套装，通常只需一两百元，进一步降低了尝试门槛。“2025年下半年开始，店铺的咨询量越来越多。”一家拼豆相关产品店铺的客服表示，“而且拼豆的豆子作为易耗品，一旦拼豆玩家‘入坑’，就会较为稳定地进行回购。”

淘宝发布的《2025年度十大商品》中，拼豆也名列其中，近一年搜索量同比增长近500%。蝉妈妈数据显示，自2025年8月起，拼豆相关产品销量持续增长，近一年销售额已突破7500万元，累计销量超100万单。有机构预测，2026年拼豆市场规模有望接近10亿元。



济南线下拼豆店人气火爆。