

图文阅读量千次15元，转发分享量百次40元，有活跃度的微信粉500粉20元……连日来，部分微信公众号刷量工具意外失效，开始戳破众多“10万+”大号的泡沫。然而，记者最新调查发现，刷量灰色产业链和平台之间的“猫鼠斗”，仍在通过真人代刷等“变种”升级。刷量闹剧究竟“涮”了谁？

## A 刷量工具瘫痪 阅读量大缩水

9月底，随着微信系统的升级，许多原本阅读量轻松达到“10万+”的知名公众号，图文推送的阅读量大幅缩水，有的甚至只有平时的几十分之一。

随着平台的壮大，刷点赞数、阅读量已经成为一个成熟的灰色产业链。日益膨胀的数据，动辄百万级甚至过亿级的估值，一方面让读者难辨真假，另一方面也令资本为其虚高泡沫付费。

新榜创始人徐达内告诉记者，如果以9月28日当天发布内容的数据作为基准的话，那么有不到10%的大号当日跌幅超过50%，其中有124家阅读量下降了80%。“单日阅读数有所涨跌是正常的波动，超过50%恐怕就有一些刷量的嫌疑了，退潮之后才知道谁在裸泳。”

然而，微信和刷量之间的斗争远未结束，刷量的需求却还在继续。虽然以“微信+阅读量”为关键词已不能搜索，但是换成“微信+量”搜索，依然能在淘宝上找到15页商家，价格从1元到几十元报价不等。

记者在一家淘宝店看到，该店“主营投票刷票业务，内网、外网纯手工投票，关注加粉，手工扫码，详询店内客服”。其微信刷量有一套详细的收费标准：“关注6毛一个；1000个阅读80元，不保证速度，没完成的按照已做的数量结算”。

“不夸张地说，商业账号以及公关公司合作账号阅读量‘10万+’的，有不少都有刷量嫌疑。”北京快侠科技创始人孙巍说，刷量方式有两种：通过人工的方式点赞和转发互刷，或者利用软件或机器人代刷。刷量的软件都是刷单平台内部掌握，很少对外出售。

咨询机构统计显示，短短三年内，微信公众号刷量市场规模从215亿元升到378亿元，八成营运类公众号有过刷量行为，一些大号的平均真实阅读量只有显示阅读数的三成，泡沫在数轮循环中越吹越大……

## 买关注两年 狂增160亿元 泡沫在数轮循环中越吹越大

## 刷量被大面积曝光后 谁是“接盘侠”？

## 适用罪名不清 难惩罚 反刷量或成持久战

## B “猫鼠斗”升级 坐地起价、“真人上阵”

记者在调查中发现，不少微信公众号在推广中，为了快速提升关注度、阅读量，求助水军购买粉丝的方法，已经成为见怪不怪之事，甚至滋生出以刷量为主营业务、却打着互联网创业幌子的专业公司。

诚信与虚假的“猫鼠斗”，似乎从互联网诞生之始就一直存在，逐渐演变为公关公司、公号运营者、投资人、企业主等多方“心照不宣”的潜规则。当技术对其伸出打击之手时，它也在不断升级新变种。

其一是“坐地起价”。一家名为“微制造”刷量平台的客服告诉记者，

千次阅读的价格已从7元、8元涨至24元，原因就是“微信调整了，一些工具不能用了，价格上涨了”。由于现在不少改为了人工单，价格自然水涨船高，不过客服也提醒道：“如果不是很急可以再等等，后面还是会降价的。”

其二是“真人上阵”。一个专做刷号的人士对记者说，刷量的需求还存在，公司现在就是通过真人刷的方法，帮一些大号渡过难关，还会在偏远地区招聘价格相对低，但时间相对稳定的兼职人员。

广告行业人士告诉记者，人工刷

量绝对是充分利用中国的人口优势，通过建立很多专业的粉丝群，群里的人一个个都在刷量，再通过网络红包的方式进行奖励，这个也会很快把阅读量刷上来。“虽然是微利，但绝大多数任务都是瞬间被秒完。”

其三是“工具升级”。孙巍说，现在微信封杀了一些工具后，刷量技术工具也在不断迭代升级，有些“技术流”利用互联网刷量套取各种福利。有商家就向记者确保：“过去有几个常用软件，而且软件有分销机制，不同级别的账号和密码，分销的价格也不一样。”

## C 遏制刷量闹剧上演 让诚信者体面生存

诱导资本“脱实向虚”，受到危害的可能是经济的健康发展。因而，对此种乱象决不能听之任之。

国务院发展研究中心专家认为，低廉的人工成本，让即使是微利的人工刷量，也无法完全消失。但对于平台而言，如何通过更加透明的机制设置，让第三方机构监督用户的分布、访问时间等真实数据，而不是仅通过阅读量和点赞量来评价，恐怕是遏制

刷量闹剧上演的关键所在。

孙巍表示，不止是微信，包括直播、短视频等新的互联网传播或社交平台，一开始都会刷量，但必须引入第三方监控平台，给投资人以及社会公众以证明信息，同时曝光违规的公众号。对于其中可能涉及的信用欺诈甚至不正当竞争行为，也应从法律上进行规制。

记者 周琳 叶健  
(据新华社上海电)

## 两年“刷量”暴涨至378亿元 公众号 虚火 从何而来？

细究微信公众号数据“造假”的传播路径会发现，其与广告资源不断涌入互联网领域，并在各大平台间迅速流动有着相似的轨迹。

“早几年微博火的时候，企业会在官微对发布会进行图文直播，公关公司根据微博转发量和增长率给企业交代。这期间，官微的转发数字比平时百倍增加，你觉得会是怎么来的？”一家公关公司工作人员说，假数

字会直接改变广告主对广告投放效果的预期，只不过现在造假的平台从微博换成了微信，数字从转发量换成了阅读量。

当资本对直播平台施以青眼，这一疯狂又在这里重演。在过去一年里，我国先后冒出了200多家直播平台，动辄吸引亿元级的风险投资。其数据造假更成为泡沫：2015年曾出现一直播平台显示观看人数超过13亿人的事

信刷量“开刀”的原因之一。

真正的内容创业者更是“冤大头”。上海交通大学媒体与设计学院讲师魏武挥认为，当微信刷量成为常态，就会出现“劣币驱逐良币”的现象，一些实际上访问量很低的公号因为刷量可以拿到巨额营销收入，而本分的公众号因为不刷量却拿不到生意。

刷量对行业生态的负面影响也正在逐渐显现。业内人士说，现在投资人对公众号的投资也越来越谨慎

了，投资也在放缓。

微信公众平台日前发出声明说：“随着平台的壮大，刷阅读量、刷点赞数已经成为一条较为成熟的黑色产业链。”那么这条产业链，谁是最后的“接盘侠”？

记者采访发现，不少投资人在投资公号时，并非看重其内容或行业影响力，只是做“短期持有、尽快变现”的打算。通过做高其影响力和估值后，再以更高的价格出手，是他们心

然而要惩罚刷量行为，套上哪条法律条文，着实让执行者陷入了尴尬。上海段和段律师事务所律师刘春泉说，刷量欺骗了第三方，误导了投资人和消费者对商品服务、质量等要素的判断，从民事角度说是一种不诚信的欺诈或诈骗行为，涉嫌虚假宣传，同时又与不正当竞争、虚假广告“沾边”。

这让不少靠刷量谋生的人对于

成为快速获取利益的“捷径”。

第三方数据挖掘和分析机构艾媒咨询9月29日发布报告说，微信公众号刷量市场规模，在过去三年里始终保持着高速增长态势，2014年市场规模为215亿元，到现在已升到378亿元。80.6%的营运类公众号有过刷量行为；存在造假行为的微信公众大号中，平均数据真实度只有显示阅读数的30.7%。

周葆华说，自媒体生态环境的规范是这个行业、平台自身发展的内在要求，需要参与这个生态的利益相关方共同参与协同治理。“这其中包括法律法规的制定、政府部门的管理、行业自律组织的形塑、平台运营者的规则、自媒体人的自律，以及绝不是可有可无的网民的监督和参与。”

记者马剑（据新华社杭州电）

刷量法律风险不在意。“微信很难实现永久性封杀。刷量的产业链经过技术的调整，还会恢复继续走下去。”一名刷量人员说，刷量是给企业决策者和市场部经理看的，证明投放值得，正如微信团队在官方声明中所说，反刷量是一种“技术较量”，这种“猫鼠斗”的游戏一定会在相当一段时间内持续。

记者 周琳 叶健  
(据新华社上海电)

## 观察

## 愈演愈烈的 自媒体乱象该治了

微信公众号靠机器刷阅读量试图“瞒天过海”，几十元钱就能买到成千上万微博“僵尸粉”，黑屏直播却有20多个“观看者”不离不弃……随着微信、微博等自媒体平台越来越融入老百姓的日常生活，各种自媒体乱象也大有愈演愈烈之势。

面对乱象，有关部门应依法加强治理打击，营造健康有序的舆论环境。

根据国内自媒体大数据公司“新榜”对8744个微信公众号的监测显示，近期明显出现阅读数大幅下降的公号，类别涵盖了汽车、民生、娱乐等多个领域，其中缩水最严重的一个汽车微信公众号，其9月底的单篇平均阅读量与上周七天的日均单篇阅读数对比下跌了99.85%。

业内人士指出，这些正是容易吸引大众眼球从而“吸金”能力较强的领域，也是此次泡沫破灭最明显的领域。

而刷量带来的阅读量泡沫只是微信公众号乱象的冰山一角。网上有人细数了公众号的“七宗罪”，包括内容低俗、故意欺诈、传播谣言、诱导分享、抄袭泛滥、诽谤他人、垃圾信息。

中山大学大数据传播实验室发布的《“两微一端”用户报告》显示，通过对2015年4月至2016年3月间微信中被举报次数较多的2000多条疑似谣言文章分析研究发现，占比最高的失实报道类达31.4%。

事实上，随着互联网的高速发展，给人们生活带来困扰的，远不止是微信公众号，最近开始爆红的直播平台，也有赶超之势。据不完全统计，已知的116个网络直播APP已有108个获得融资，但部分“奇葩”直播和涉黄“网红”也遭人诟病。

北京市文化执法总队及北京网络文化协会6月1日公布了一批违反《北京网络直播行业自律公约》的主播名单，包括六间房、酷我（繁星）、花椒、在直播、映客、69秀（玖秀）、陌陌、咸蛋家、黑金直播在内的9家网络直播平台的40名主播被永久封禁。

易观智库互动娱乐研究中心分析师认为，一些网络直播充斥着低俗猎奇，这确实会给直播平台带来短暂的用户流量高峰并获得暂时的经济利益，但从长远来看，将走入内容低俗与高度同质化的死胡同。网络直播平台应尽快制定行业自律公约，让低俗化的主播和内容失去生存空间。

复旦大学新闻学院教授周葆华认为，自媒体只是一种广义上的“媒体”，专门从事新闻信息、特别是原创新闻生产的其实很少，真正具有影响力的品牌性自媒体需要足够的付出，也会越来越促进自律和他律。

“政府应该出台相应的法律法规，指定专门的监管部门，对不正当网络营销行为进行规范和制裁。”浙江大学光华法学院教授钱弘道说，我国亟待建立覆盖整个行业的“诚信机制”，借助大数据技术，助推互联网流量造假问题的解决。

《全国人大常委会关于维护互联网安全的决定》《互联网信息服务管理办法》等法律法规都明确规定，利用互联网造谣、诽谤或者发表、传播其他有害信息，构成犯罪的，依法追究刑事责任。

针对微信、微博等自媒体平台，国家网信办发布的《即时通信工具公众信息服务发展管理暂行规定》明确，对违反协议约定的即时通信工具服务使用者，即时通信工具服务提供者应当视情节采取警示、限制发布、暂停更新直至关闭账号等措施，并保存有关记录，履行向有关主管部门报告义务。

周葆华说，自媒体生态环境的规范是这个行业、平台自身发展的内在要求，需要参与这个生态的利益相关方共同参与协同治理。“这其中包括法律法规的制定、政府部门的管理、行业自律组织的形塑、平台运营者的规则、自媒体人的自律，以及绝不是可有可无的网民的监督和参与。”

记者马剑（据新华社杭州电）



新华社发