

从操控评价到敲诈勒索

恶意差评如何演变成刑事犯罪



{资料照片}

你是否因为一条差评而放弃购买心仪的商品？你是否因为几句恶评而对一家餐厅望而却步？

近年来，网络恶意差评愈演愈烈，从电商平台蔓延至生活服务、社交网络等领域，形成了一条隐秘的黑色产业链。是谁在操控这些恶意差评？它们又如何影响着我们的生活？

2月11日，最高人民法院发布依法惩治利用网络敲诈勒索犯罪典型案例。其中，网络恶意差评案件再次引起公众关注。

谁在操控网络评价？

2024年，一家时装品牌经营的网络直播间，春秋款服饰是他们销售的主力商品，二三月份则是产品的销售旺季，在这个时间段，这家品牌方几乎每天都会直播平台进行网络直播。

可在2024年3月中下旬的直播中，忽然出现了许多账号的集中留言，有人说在这个直播间购买的衣服穿上会掉毛，有的则称自己购买后想退货，还劝其他人不要购买，这样集中出现“差评”的情况几乎每隔一两天就会发生，商品的销售也因此受到了影响。无奈之下，商家只得报警求助。

警方调查后发现，发布这类负面用户体验的账号其实从未在这个网络直播间里购买过任何商品，这些所谓的“差评”应该都是虚构的。

民警顺着这些发布虚假差评的账号梳理后发现，这家遭受恶意评论的网络直播间并非个例，这些账号还经常在其他直播间中散布不实的恶意留言。

究竟是谁在网上肆意诋毁他人？他们的目的又是什么呢？

经过办案人员调查，一个名为“诚信交流群”的网络聊天群逐渐浮出了水面。

这个群里有400多人，群主和管理员经常会发布所谓的兼职任

务，其中有一部分是刷好评、刷关注、刷点赞，但更多的所谓兼职工作则是要求群成员对他人账号进行恶意评论和辱骂诋毁。

“诚信交流群”里发布的任务单中，一条虚假留言和评论的佣金一般标价为一元钱左右，而像这样的兼职任务，群主和管理员几乎天天都会派发。群里的人接单之后，他们会利用手中掌握的账号，在指定的平台直播间或者评论区里发布虚假内容并且进行截图，再将截图返回“诚信交流群”给群主或者管理员确认，以此赚取佣金。

而上述案例并非个案，近年来，这样的恶意差评不胜枚举。

据中国消费者报发布的《2022年网络消费环境调查报告》显示，超过60%的消费者表示曾因差评而放弃购买某商品，其中约20%的消费者认为部分差评存在夸大或虚假成分。此外，近30%的商家表示曾遭遇过恶意差评，其中约10%的商家因此蒙受了重大经济损失。

除了上述情况，还有职业差评师通过差评来敲诈勒索。

《法治周末》记者调查发现，职业差评师现象存在于各大电商平台和餐饮外卖平台，有的利用平台的评分规则和店主对差评的恐惧心理，实施敲诈勒索；有的活跃在QQ等社交平台的群里招揽客户，提供“刷评”服务，如收费替人打压竞争店铺，不到1000元即可购买30个左右的“差评”。

北京市东城区一家面馆的店主王铮（化名）也曾遭遇过职业差评师。

“2023年，我的店刚开张时，美团外卖评分一直都维持在4.8分，但在3个月后，突然出现了一波差评。”王铮告诉记者。

王铮介绍，第一波差评且大多和食品卫生相关，“差评说吃了拉肚子我当时真的以为存在食品卫生问题，当晚就开会要求所有员工都要戴头套和口罩”。

第二天，王铮就接到了一个电话，对方表示昨天吃了王铮家的炸酱面后吃坏了肚子，要求负责人出面给一个说法。王铮刚想告诉对方可以再来店里免费体验吃面，结果对方问他昨天是不是收到了很多差评，如果想删掉就“补偿客户”1500元，要不然会有更多差评。

王铮很生气，这明显就是敲诈，王铮挂了对方面电话后，发现之后每天店铺都会收到五六条有关食品卫生的差评。

遭遇集中差评后，自己的面馆销量直线下降，如果评分低于4.5分则店铺发展更为困难，“我们现在就开始搞各种优惠活动，希望能赶紧把评分搞上去。”王铮说。

利用“差评”敲诈涉嫌刑事犯罪

一起因编造事由向网络平台商家恶意索赔敲诈勒索案进入了此次最高法的典型案例中。

案情显示，2021年1月至2023年4月期间，被告人相某漫在多个线上外卖平台购买食品并投放异物，随后拍照反馈给平台和商家，以不赔偿就投诉相威胁先后向4家餐饮店铺索要共计人民币3169元。

法院审理认为，被告人相某漫以非法占有为目的，以投诉相威胁勒索多家被害店铺钱款，数额较大，其行为已构成敲诈勒索罪。

相某漫到案后如实供述罪行，依法可以从轻处罚；其自愿认罪认罚，依法可以从宽处理。据此，对相某漫以敲诈勒索罪判处有期徒刑七个月，并处罚金人民币四千元，并责令其退赔违法所得。

“消费者的评价和投诉对入驻电商平台商家的口碑及后续经营有着重要影响。合理差评和正当投诉有利于维护消费者的合法权益，提高商家的服务水平和竞争力。然而，一些不法分子盯上了投诉维权渠道，通过伪造有关食品安全的事实，以投诉、举报相要挟向经营者勒索钱财，利用线上平台商家重视评价、害怕影响生产经营等心理实施敲诈勒索犯罪。”最高法在阐述案例典型意义时指出。

利用线上平台恶意“索赔”，不仅严重侵害了经营者的财产利益，也扰乱了正常的市场秩序。人民法院依法予以打击，有利于遏制恶意差评的蔓延，避免消费者被误导，维护企业合法权益，营造良好的营商环境。

我国电子商务法明确规定，禁止以虚构交易、编造用户评价等方式进行虚假宣传。此外，刑法也对敲诈勒索、损害商业信誉等行为作出了明确规定。

中国政法大学知识产权中心特约研究员赵占领在接受《法治周末》记者采访时表示，职业差评、恶意差评行为违反了反不正当竞争法和电子商务法，若通过此手段索

要钱财，则涉嫌刑事犯罪。

“职业差评破坏了电子商务市场正常的秩序，还会误导消费者，需要多方联合起来共同治理打击。”赵占领说。

据公开报道，近些年发生多起“职业差评师”案件，有“职业差评师”因敲诈勒索罪被判处1年至2年不等的刑期。不过，由于评论带有一定的主观性，目前法律法规没有对什么是恶意评价、恶意评价应当如何规制进行明确规定，甚至相关规定存在争议。

平台如何堵住漏洞？

除了法律规定，近年来，各大电商平台和点评平台纷纷引入人工智能和大数据技术，通过分析用户行为、评价内容、IP地址等多维度数据，识别并过滤恶意差评。

例如，2月18日，大众点评发布《2024评价透明度报告》，首次公开评价审核机制，阐释了为了评价真实作出的治理举措。其中，第一道防线是黑产安全防护网，主要聚焦用户账号，运用AI技术首先识别黑产等非真人类账号行为。

第二道防线是机审，该环节能识别“店员刷评”“恶意差评”等评价类型。据介绍，2024年，有近60%的违规评价在该环节被拦截。最后，还加入了人工研判和平台畅通申诉渠道。

还有电商平台推出的“差评预警系统”能够在差评发布后的几分钟内判断其是否存在恶意行为，并对可疑账号进行封禁处理。

针对网络差评的乱象，中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍认为，应该引入“通知-删除”原则，商家遭遇恶意差评后向平台申诉，即通知平台，平台需要告知发表评价的用户这则“通知”，在透明的规则下删除评价。否则发表评论的人搞不清是商家还是平台删除了评论，从而无法继续通过诉讼等渠道维权。

朱巍告诉记者，技术管控特别是用人工智能的方式来进行过滤，把一些可能出自网络水军的信息屏蔽掉，这是平台的安全保障义务之一。

他表示，网络水军最后注册时的账号往往是虚假账号、僵尸账号、机器注册的账号，这些账号因为是没有网络实名的，严重违反了我国网络安全法关于信息真实身份认证的制度。

“从这个背景之下，平台也应当定期清理这些僵尸粉、机器粉，还有一点平台必须要建立起非常明确高效便捷的投诉举报机制，当权利人发现自己的权利被侵害的时候，第一时间可以告知平台，平台要专门联系相关人员进行及时处理。”朱巍说。

来源：《法治周末》