

为提高销量、增加美誉度，一些卖家寻找网红、大V刷单炒信

网红的好评、直播带货的流量，可信吗？

G 诚信建设万里行

本报记者 杨召奎

在电商平台上，用户评价往往是消费者选择商品的重要参考因素。正因如此，一些不良卖家为吸引消费者的注意力、获取更多交易机会，寻找网络红人、知名博主等进行评价，以此提高商品销量、提升用户好评度和店铺信誉。此外，一些商家通过邀请网络红人、知名主播等进行直播带货，以此提高关注度，扩大品牌影响力。

然而，网红、知名博主的好评，直播带货的关注度、流量，可信吗？国家市场监管总局近日发布2021年度重点领域反不正当竞争执法典型案例——网络虚假宣传篇，对一些商家利用网红效应虚构评价以及直播带货中虚构关注度、流量等刷单炒信问题进行了曝光。

利用网红效应虚构评价

2020年底，浙江省杭州之壹品牌管理有限公司根据11家大众点评平台入驻商家打造所谓网红店的需求，招募大量大众点评平台网红、大V到店付费用餐。

这些网红、大V在用餐后，编造好评“作业”发布并予以高分点评。杭州之壹品牌管理有限公司对网红、大V的“作业”审核后，将餐费予以返还。该公司通过此类方式在大众点评平台内帮助相关商家提高了星级并大量增加优质评价，通过内容和流量双重造假，帮助

阅读提示

在刷单团伙操纵下，“粉丝”可以有，“互动”可以买，“好评度”能够提升，“播放量”可以增长。从最初的人工刷量到现在的机器刷量，刷单炒信这一网络黑灰产已经发展到影响商家生存的地步，造成劣币驱逐良币的负面效应，必须加以整治和清理。

商家欺骗、误导消费者。

无独有偶。广东省深圳市诺曜网络科技有限公司自2020年4月起，利用微信朋友圈发布“增加大V数量、小V到店体验、增加浏览量”等服务内容，承诺帮助客户提高在餐饮平台的星级和排名。

该公司利用不同账号登录操作，为平台内店铺虚假评价“五星”满分，而非实际到店消费者的真实评价。该公司通过虚假好评等方式，帮助其他经营者进行商业宣传，欺骗、误导消费者。

上述两家公司的行为违反了反不正当竞争法第八条的规定，分别被当地市场监管部门罚款20万元、1万元。

雇佣“水军”刷单炒信

近些年，刷单炒信日益呈现出组织化、职业化、规模化等特点，甚至形成黑灰产业。

国家市场监管总局有关负责人表示，在刷单炒信这条产业链上，组织者、卖家和“刷手”是3大主要角色，在严厉查处卖家刷单行为的同时，还应严肃追究帮助刷单主体的法律责任。

在浙江省台州市，陈某在2018年、2020年前后分别注册了浙江小辣信息科技有限公司、浙江番茄信息技术有限公司、浙江辣椒信息技

术有限公司3家企业，申请“企业QQ号”并雇佣员工21名，分设成“排单组、审核组、导购组、售后组”，运营刷单炒信工作。

同时，陈某还借助“小水滴”“大水滴”“猫头鹰”专用刷单软件，搜索有刷单需求的商户，分配“刷手”刷单任务，完成虚假交易，帮助网店经营者在平台的评价体系内获取更高的商业排名、信用度和用户访问量，误导消费者。

自2018年9月至2021年4月29日，陈某刷单2951750单，刷单商品总金额3.59亿元，获利372.93万元。

陈某的行为违反了反不正当竞争法第八条的规定，被当地市场监管部门罚款200万元。

网店的好评、销量可以刷，直播间里所谓的粉丝量、观看量、点赞量也可以刷出来。一些卖家通过营造直播间的虚假繁荣，诱导消费者冲动消费、非理性消费。

在江苏省常熟市，赖某莎于2020年12月开始与常熟市常福街道熊之达服饰商行进行合作，为该店铺销售的服装在抖音平台上做直播视频营销。

今年1月19日，赖某莎在进行直播活动时，通过雇佣专门在直播时刷人气的“水军”，进入直播间刷虚假流量，增加直播时显示的在

线人数，制造直播间虚假的高人气，欺骗、误导消费者。

赖某莎的行为违反了反不正当竞争法第八条的规定，被当地市场监管部门罚款2.3万元。

影响商家生存

中国人民大学法学院教授刘俊海认为，设置网络点评和排名的初衷，是通过统计与展示互联网用户消费后的真反馈形成的大数据，反映人气、实力和市场口碑等信息，以帮助消费者更便捷地做出判断和选择。然而，在刷单团伙操纵下，通过组织大V到店免费体验后发布指定好评，“刷手”在不实际体验或者使用商品的情况下发布虚假好评、使用虚假注册的会员账户发布好评等多种手段，“粉丝”可以有，“互动”可以买，“好评度”能够提升，“播放量”可以增长。

“刷单炒信，本质就是造假，即在点击、阅读、观看、消费等方面，利用造假手段让自己的数据好看，误导市场，诱导消费，实现自身利益最大化。当前，刷单炒信已经成为市场的一颗‘毒瘤’，必须对其重拳出击，从严从重查处。”刘俊海说。

国家市场监管总局有关负责人表示，从最初的人工刷量到现在的机器刷量，刷单炒信这一网络黑灰产已经发展到影响商家生存的地步，损害了广大消费者的知情权、选择权等合法权益，破坏了公平竞争的市场秩序，造成劣币驱逐良币的负面效应，不利于互联网生态健康发展，必须加以整治和清理。

中国-东盟贸易规模30年扩大85倍

本报北京7月29日电（记者杜鑫）今年是中国-东盟建立对话关系30周年。30年来，中国-东盟贸易规模扩大了85倍。2020年，东盟成为中国最大贸易伙伴，中国则连续12年保持东盟第一大贸易伙伴地位。今年上半年，双方贸易同比增长38.2%，继续呈现强劲增长势头。这是记者从国新办今天举行的新闻发布会上获悉的。

商务部部长助理任鸿斌表示，东盟是中国周边外交优先方向和高质量共建“一带一路”的重点地区。

据介绍，东盟是中国最主要对外投资目的地和外商直接投资来源地。截至今年6月底，中国和东盟国家相互累计投资总额超过3100亿美元。

在基础设施合作方面，截至今年6月底，中国企业在东盟国家开展工程承包合作累计完成营业额接近3500亿美元。中老铁路、印尼雅万高铁以及中新共建国际陆海贸易新通道、中印尼和中马“两国双园”等一批重大基础设施项目顺利实施，互联互通不断加速。

在区域经济融合方面，据中方统计，中国-东盟自由贸易区建成10年来，双方之间90%以上的货物可享受零关税待遇，中国自东盟享惠进口占全部享惠进口的一半左右。去年11月，双方共同参与签署区域全面经济伙伴关系协定（RCEP），推动区域经济一体化建设取得重大成果，为本地区疫后经济复苏、稳定全球经济发展发挥重要作用。

中国-东盟博览会是深化中国-东盟经贸合作的务实平台。

第18届中国-东盟博览会和中国-东盟商务与投资峰会将于9月10日至13日在广西南宁举办，主题为“共享陆海新通道新机遇 共建中国-东盟命运共同体”。

两部门部署防汛防台风工作

本报北京7月29日电（记者王冬梅）据气象部门预测，今年第6号台风“烟花”于7月29日白天进入山东，7月30日早晨移入渤海，逐渐变性为温带气旋。受“烟花”及冷空气共同影响，未来3天，山东北部、京津冀、内蒙古东部、东北地区中西部等地有大到暴雨，部分地区有大暴雨。据水利部门通报，未来24小时内，太湖及周边河网区，嫩江齐齐哈尔至大赉江段、松花江上游肇源江段、黑龙江同江江段，沙颍河周口河段，长江中下游水阳江、滁河，海河南系卫河部分河段将维持超警戒或超保证水位。

国家防总副总指挥、应急管理部部长黄明强调，要强化底线思维，加强统筹协调，更加精心、更加精准抓细抓实各项措施，全力打好今年防汛救灾攻坚战。7月29日，国家防总秘书长、应急管理部副部长兼水利部副部长周学文主持防汛防台风视频会商调度，与中国气象局、水利部、自然资源部会商研判，视频连线山东、河南、河北、天津、辽宁等地防指，进一步调度部署防汛防台风工作。会议强调，各级防指要继续做好抢险救援、受灾群众转移安置工作，加快重点地区排水排涝，细致开展灾情核查。针对台风“烟花”防御工作，要高度警惕“烟花”路径多变的特点，黄河、海河、辽河等流域要密切关注水情汛情发展变化，滚动会商研判，加强工程调度，做好巡堤查险和抢险救援力量前置。黑龙江、嫩江、松花江流域部分河段超警时间长，堤防长时间浸泡，要24小时不间断开展巡堤查险，及时果断转移受威胁群众。

我国跨境贸易便利化水平不断提升

本报北京7月29日电（记者周怿）海关总署党委委员、国家口岸管理办公室主任黄冠胜今天在国新办举行的新闻发布会上介绍说，我国跨境贸易便利化水平不断提升，主要体现在大力推动精简进出口环节的监管证件；持续采取措施压缩进出口货物整体通关的时间；清理规范口岸收费，推动降低进出口环节的合规成本；大幅提升口岸通关信息化智能化水平；统筹做好疫情防控和促进外贸稳发展工作等。

在精简进出口环节的监管证件方面，目前，进出口环节需要验核的监管证件已从2018年的86种精简至41种，减少了52.3%。在这41种监管证件中，除3种证件因为特殊情况不能联网外，其余38种证件全部实现了网上申请、网上办理。在压缩进出口货物整体通关的时间方面，据统计，2021年6月，全国进口、出口整体通关时间分别为36.68小时和1.83小时，较2017年分别压缩了62.34%和85.15%。在降低进出口环节的合规成本方面，自2018年以来，全国所有口岸均已经公开了收费目录清单，公布了收费标准，实现了明码标价，全国范围内已实现口岸收费目录清单向社会公示，提升了口岸收费透明度和可比性。

据介绍，我国“跨境贸易”指标全球排名由2017年第97位提高到2019年的第56位，其中在进出口均为海运方式的经济体系中排名是全球第7位。

上半年交通运输经济主要指标稳中向好

本报北京7月29日电（记者杜鑫）上半年，交通运输经济主要指标运行趋于平稳、稳中加固、稳中向好。交通运输规模持续高位运行，货运量、港口货物吞吐量保持较快增长水平，客运量延续恢复态势，客运结构也在进一步加速优化，铁路民航客运量占比持续提高，中心城市轨道交通客运量已恢复到疫情前的水平。这是记者从交通运输部今天举行的新闻发布会上获悉的。

其中，交通投资方面，上半年，完成交通固定资产投资1.5万亿元，比2020年同期增长8.3%。客运方面，上半年，完成营业性客运量44亿人次，比2020年同期增长11.1%，但是比2019年同期下降49.8%。上半年，全国36个中心城市公共交通客运量为265.2亿人次，比2020年同期增长56.5%，比2019年同期下降19.4%。货运方面，上半年，完成营业性货运量247.5亿吨，比2020年同期增长24.6%，比2019年同期增长14.9%。

值得一提的是，上半年，完成港口货物吞吐量76.4亿吨，比2020年同期增长13.2%，比2019年同期增长13.9%。完成集装箱吞吐量1.4亿标箱，比2020年同期增长15%，比2019年同期增长8.8%。

世界500强和行业龙头企业“回头率”超八成，对“智”会功能充满期待

“剧透”第四届进博会新看点

本报记者 张千

极大缩短病人术后修复时间的骨科手术机器人、悍马全球首款纯电动超级皮卡、目前世界上唯一一株在体重管理上可用作后生元的益生菌……随着第四届中国国际进口博览会（以下简称进博会）进入百日冲刺，一系列王牌亮点、首发新品提前“剧透”。

11月5日~10日，一年一度的进博会将如约而至，更多助力产业升级的新科技、服务美好生活的新概念走进中国、走向全球。

“进博会朋友圈”再扩大

记者近日从进博会获悉，第四届进博会参展的世界500强和行业龙头企业数量已超上届，“回头率”八成以上。其中，30多家全球企业首次参展，正式加入“进博会朋友圈”。

运动品牌彪马是今年即将亮相进博会的新朋友。第三届进博会首次增设体育用品及赛事专区，由于准备时间仓促，彪马未能如愿参展。去年的遗憾将在今年得以弥补，彪马还准备了一份隆重的“初见礼”：将原计划2022年3月在国外发布的两款新款跑鞋，提前到

了本届博览会上全球首发。

此外，本届进博会还是行业巨头“众星云集”的舞台：全球5大粮商将首次在进博会聚首；全球口腔行业排名前3的企业首次齐聚医疗展区；全球10大汽车企业将全部出席；世界10大化妆品品牌及其集团全部报名参展；世界10大工业电器企业集中出现在装备展区；全球前3大快递企业在服务贸易展区集体亮相……

对此，进博会副局长孙成海表示：“今年进博会的行业龙头集聚更加凸显，细分产业冠军参展更加踊跃，优质品牌展示更加集中。”

展会变“智”会

除了展出全球好物，进博会及其配套活动还在源源不断为全球经济治理贡献“进博会智慧”和“中国智慧”。7月27日，在2021进博会参展商联盟交流会上，高通全球副总裁郭涛感叹道：“进博会正在把展会变‘智’会。”

美国贝克休斯公司是进博会的老朋友。今年3月，作为全球最大的能源技术公司之一，贝克休斯成为进博会能源低碳及环保技术专业委员会会长单位。

其政府关系和业务战略发展总监励青接

受记者采访时，谈到当下热点话题——中国“3060”双碳目标（碳达峰、碳中和）。据介绍，贝克休斯正在能源低碳及环保技术领域不断尝试，并持续寻找相关领域中的优势公司进行合作，为中国实现碳中和目标提供更加完整、高效的解决方案。

“今年的进博会恰好提供了一个平台，把有志于此的企业汇集在一起，多方交流、碰撞观点、产生火花、形成合力。”励青对本届进博会的“智”会功能充满期待。

同时，作为进博会的重要组成部分，一年一度的虹桥国际经济论坛也将继续发挥“会”与“展”的“左右手”协同促进作用，借助政、商、学、研各界力量，打造世界级高水平论坛，不断产生、输出“虹桥智慧”。

进博会效应溢出“四叶草”

上海繁华的商业街南京东路555号一家名为进博会的商店里，顾客络绎不绝。工作人员对记者说：“今年4月开业后日均客流量在1万人以上，周末等节假日甚至需要限流。”不少人都是因这里的“进博会同款”慕名而来。

作为全国首个进博会消费主题业态，进博

集市仿佛一个小型的“国家展”，汇集了约40个国家和地区、超过5000款“进博会同款”及国别特色商品。进博会集市让进博会不单停留在每年11月短短的6天中，在这里，天天都是进博会。

如今，上海已累计搭建56个进博会“6天+365天”交易服务平台，引入进博会展品近18万种，涉及参展商共1390家，累计进口商品1464.7亿元。

进博会效应也给外资企业带去了持续红利。西班牙的尼古拉斯科雷亚公司是进博会“四朝元老”，2019年曾展出的最大龙门铣床，成为第二届进博会上的明星展品，也让更多普通人了解了机床产业，公司影响力和知名度得以提升。

该公司销售总监车航标坦言：“2018年至今，公司年销售额从2亿元增至6亿元，这是我们意想不到的成绩，进博会功不可没。”

百日后的进博会的溢出效应也将持续放大，让“四叶草”的影响力不只停留在6天。它会让更多外国企业愿意留下来扎根中国，让进博会这个大平台更好地服务国内大循环，促进国内国际经济双循环。



7月29日，在赤水市长沙镇高洞村，村民将收割的高粱装筐背运。

眼下，贵州省赤水市长沙、长期等乡镇种植的万余亩酿酒高粱喜获丰收，村民们抢抓晴好天气采收、晾晒高粱。

新华社发（王长育 摄）

“订单高粱”助增收

集市仿佛一个小型的“国家展”，汇集了约40个国家和地区、超过5000款“进博会同款”及国别特色商品。进博会集市让进博会不单停留在每年11月短短的6天中，在这里，天天都是进博会。

如今，上海已累计搭建56个进博会“6天+365天”交易服务平台，引入进博会展品近18万种，涉及参展商共1390家，累计进口商品1464.7亿元。

进博会效应也给外资企业带去了持续红利。西班牙的尼古拉斯科雷亚公司是进博会“四朝元老”，2019年曾展出的最大龙门铣床，成为第二届进博会上的明星展品，也让更多普通人了解了机床产业，公司影响力和知名度得以提升。

该公司销售总监车航标坦言：“2018年至今，公司年销售额从2亿元增至6亿元，这是我们意想不到的成绩，进博会功不可没。”

百日后的进博会的溢出效应也将持续放大，让“四叶草”的影响力不只停留在6天。它会让更多外国企业愿意留下来扎根中国，让进博会这个大平台更好地服务国内大循环，促进国内国际经济双循环。