

人勤春来早 虎年“不打盹”

虎年春节的“黄金周”画上了句号，人们收拾假期的闲适，返回各自的岗位，重启工作和生活节奏。

“田家占气候，共说此年丰”。新春来了，对于未来，大家总会寄予无限期望。更何况，今年又是

“百兽之王”来当轮值生肖。

在中国传统文化中，虎象征着力量强大、生气勃勃、勇气十足、果敢无畏。关于老虎，中国还有一句常用于安慰人的俗语——“老虎也有打盹的时候”。但是，在关键时刻可不能掉链子。

把握好大局，清醒认识形势，抖起虎虎生威的雄风、拿出生龙活虎的干劲、发扬气吞万里如虎的精神，才能一路披荆斩棘，达成既定目标。

虎年春节假期，不少人放弃休假，奋斗在工作岗位上。他们

中，有的奋斗在冬奥一线，有的则奋斗在疫情防控的前线，还有的奋斗在国家重点工程上，更多的奋斗在保障社会平稳运行、须臾不可或缺的岗位。正因有这样的奋斗和坚守，日子才越过越红火，国家才越来越富强，民族才

越来越兴盛，正所谓“幸福是奋斗出来的”。

“千红万紫安排著，只待新雷第一声”。人勤春早，实干兴邦。假期过去，让我们以良好的精神状态撸起袖子加油干，一起开创更加美好的未来。

花钱刷好评,付费删差评……

“明码标价”的消费点评谁敢信

□据新华社“新华视点”报道

“又踩雷了!”提起最近打卡的网红西餐厅,合肥市民谢宇摇摇头。春节期间跟相亲对象第一次见面,他特意在点评类平台上选了一家高分店,“没想到菜不好吃,环境还那么嘈杂,和平台上的评价相差甚远。让我好没面子。”

近年来,有关部门多次开展打击刷单炒信、虚假宣传等不正当竞争行为的专项整治行动,一些点评类平台也出手整治刷分控评等流量造假问题,每次处理的账号都数以万计,但刷分控评等乱象依然难以根除。

“新华视点”记者调查发现,刷分控评手段“花样百出”,刷分坑了顾客、乱了市场、苦了商家。

“你刷我刷大家刷,不刷你就输了”

移动互联网时代,消费时参考平台评分已成为越来越多网友的习惯。大众点评、口碑等主打消费点评的平台,成为不少网友“装机必备”。

“过去消费前总会看看点评软件,经常能发现一些‘宝藏店铺’;自己消费之后也会给店家打分,给其他网友提供方便。”在北京工作的王明明说。

消费者在点评类平台上“真心实意”地打分评价,形成了互联网自发的监督体系。这样的“线上互助”一度成了很多人的“消费指南”“避坑宝典”。

“不知从什么时候开始评分越来越假,很多评论一看就出自专业写手,根本不具备参考价值。”王明明说,现在很难再相信平台上那些“高分商家”“必吃店铺”。

另一端,不少商家也感到无奈。

“不刷评分不行啊,大家都在刷。”合肥一家烤肉店店主李先生吐槽:“现在餐饮行业竞争激烈,如果评分不好,客流量会少很多。”

“你刷我刷大家刷,不刷你就输了。”为了让店铺赢得更好的口碑,不少商家向自称可以提升评分的第三方机构求助。

“只有连锁店或有实力的网红店能长期刷分,我们这种小店‘烧’不起。”李先生表示,在这种内卷式刷分中,小商户肯定处于劣势。

在黑猫投诉等平台上,投诉虚假评分的消费者有很多,涉及餐饮、旅游以及美发美甲等领域;一些商家也投诉遭到同行或第三方机构恶意差评。

相关平台也开始注重治理刷

分控评乱象。2021年前5个月,大众点评处罚“刷好评”用户账号5万多个、“刷单”“刷评”商户1万余家,并升级了算法识别能力。

尽管不断加强技术防范能力和专项治理力度,在一些平台上,刷分控评乱象仍屡禁不止。安徽省消保委消费指导部主任胡茵表示,刷分控评会向消费者传递虚假信息,侵犯消费者知情权和选择权,对同行业经营者构成不正当竞争,造成市场混乱,也会给平台带来信任危机。

是谁“玩坏”了“点评生态”?

记者调查发现,刷分控评并非个别行为。商家、第三方机构甚至部分平台都参与其中。

——商家“盛情邀约”,顾客难以拒绝。“我们会跟顾客要好评,给好评就赠送菜品或者给予优惠。”在北京经营一家饭店的王女士发现,通过打“人情牌”、给顾客送福利,自家饭店的评分慢慢就“刷上去了”。

“商家有时会让我给好评,只要服务不是太差,我一般不会拒绝。”芜湖市民黄敏说,有时是商家“软磨硬泡”让人“盛情难却”,有时是商家提供各种优惠,因为“吃人嘴短”只能给出好评。

——第三方机构介入,刷分控评“明码标价”。记者在购物网站输入“口碑运营”等关键词,出现大量宣称可以提高评分、优化评论的第三方机构。甚至有机构声称拥有3万多名“达人”“大V”,业务范围覆盖全国,“只要你肯投入,就有专业人士送上优质好评。”

记者联系了一家机构,对方“明码标价”,表示“好评60元一条,访客量、收藏量都是1元一个”“钱花得越多,效果越好”。

除了可以花钱刷好评,还可以付费删差评。武汉一家餐厅经营者李先生告诉记者,开业不久就有机构找上门来,表示可以帮助删除差评,“订购888元套餐,可以帮助处理15条差评。”

——部分平台“出手”,协助商户“作弊”。“与平台合作,能提升店铺评级,由此能获得更多曝光和流量。”合肥一家酒店经营者王女士说,某平台工作人员会推荐安装该平台的充电宝和房态管理系统,这样可以提高店铺相关指数,这个指数越高,会拥有更多曝光量。

此外,平台工作人员还让酒店推荐客户通过自家支付入口下

单。在特定时段,一笔订单会计算为两笔,酒店销量数据更好看了。如此一来,消费者在平台搜索酒店时,若按“销量优先”筛选,酒店排名自然会更靠前。

中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江表示,互联网经济具有远程、虚拟等特点,信用体系建设尤为重要。刷分控评、刷单炒信等乱象会破坏信用体系,不利于互联网经济发展。

刷分控评涉嫌违法,点评乱象需综合治理

不久前,中央网信办部署在全国范围内开展“清朗·打击流量造假、黑公关、网络水军”专项行动,治理生活服务、书影音评分、短视频等平台刷分控评、刷单炒信等流量造假问题。业内专家建议监管部门、平台、商家、消费者多方携手,共建健康“点评生态”。

“不管是商户还是中介机构,刷分都涉嫌违法。”安徽大学法学院副院长李胜利说,反不正当竞争法规定,经营者不得对其商品销售状况、用户评价等作虚假或者引人误解的商业宣传,欺骗、误导消费者,不得通过组织虚假交易等方式帮助其他经营者进行虚假或者引人误解的商业宣传。

“平台经营者和平台内商户开展合作无可厚非,但不得协助或诱导商户刷单炒信。”陈音江说,电子商务法规定,电子商务平台经营者应当根据商品或者服务的价格、销量、信用等向消费者显示搜索结果,搜索结果应真实、全面、客观,不应被商业利益扭曲。

陈音江建议,打击黑色产业链涉及市场监管、网信、公安等多部门,要形成协同共治机制,加大监管力度。此外,刷分控评隐蔽性强,监管部门也要创新监管方式,例如通过大数据技术、算法识别等手段开展调查取证。

李胜利表示,无论是虚构交易量还是编造用户好评,相关行为都是在平台上的,在数据收集、行为监控方面,平台具有先天性的优势。因此,平台应该负起主要责任,首先应与商户保持合理的距离,商业合作应合法合规;其次应加强日常管理,优化产品与算法,避免“劣币驱逐良币”。

胡茵表示,健康的“点评生态”需要多方共建。除了相关部门和平台加强监管,商家和消费者也应行动起来。对于商家而言,“别人都刷”不应成为自己“刷分”的理由,应坚守法律底线和商业伦理,如发现相关线索可积极向有关部门和平台投诉。广大消费者在提高鉴别能力的同时,也应自觉抵制不良行为,不为“好评返现”“折扣券”等所动。



昨天,浙江杭州迎来大范围降雪。杭州市临安区气象台发布暴雪黄色预警信号并启动抗雪防冻Ⅲ级应急响应。当地党员志愿者、民兵、村民积极行动起来应对冰雪天

气,将降雪对农业生产和群众生活的影响降到最低。

图为当天,杭州市临安区太湖源镇的党员志愿者和干部群众一起清理道路积雪 新华社 图/文

北京冬奥会体育竞赛组织工作进展顺利获各方称赞

□据新华社报道

在昨天举行的北京冬奥会新闻发布会上,北京冬奥组委副主席杨树安表示,自比赛正式开始以来,北京冬奥会赛事组织进展顺利,并获得各方交口称赞。

杨树安表示,冰上、雪上的竞赛场地都得到了世界知名运动员和国际单项体育联合会的高度认可和评价。

“无论是北京、延庆还是张家口赛区,大家都给予了高度评价,认为我们这个场地非常好,完全达到了冬奥会的标准。特别是高山滑雪的场地,运动员认为这是他们见过的最好、最具挑战性的场地之一。”杨树安说。

据杨树安介绍,本届冬奥会新增运动项目都是基于以下原则:对青少年有足够的吸引力,世界范围内具有较高的国际化程度,符合国际奥委会关于缩减办赛成本、降低办赛复杂性

北京冬奥会主媒体中心展示活动受关注

□据新华社报道

记者从北京冬奥组委新闻宣传部获悉,北京冬奥会主媒体中心自1月4日运行以来,各类展示活动受到奥林匹克大家庭成员、国内外注册媒体与持权转播商以及北京冬奥组委工作人员的广泛关注。

据悉,主媒体中心展览展示内容包括四大板块:一是冬奥筹办进程,全面介绍冬奥筹办重要节点、重大标志性活动,展示场馆建设成果;二是系统展示主办城市风光和“双奥之城”风貌;三是表达中国三亿人参与冰雪运动热情;四是聚焦优秀传统文化

的总体原则,以及提高女性运动员的参与度。

据悉,北京冬奥会一共有286名国际技术官员参加竞赛组织工作,同时还有1879名国内技术官员参与冬奥会相关技术工程。

“为了组织好北京冬奥会,我们和国际单项体育联合会就每一个技术细节进行了充分研究和沟通。”杨树安说,“这是对我们特别有意义的一件事。通过北京冬奥会使我们一大批国内技术人员得到了很好的锻炼,这是一个积累经验、学习提高的过程。”

杨树安表示,北京冬奥会为我国冬季运动发展提供了独特的机会,并将助力培养更多优秀的技术人员。

据外媒报道,2月5日的女子3000米速度滑冰比赛在荷兰的收视人数超过了东京奥运会任何一场比赛。当日也是冬奥会史上在美国收视率最高的一天,观众们共计观看了3.23亿分钟的冬奥会比赛。

化,设立传统文化展示区“北京故事”和“北京小院”,展示北京文创产品。

值得一提的是,1月31日恰逢除夕,为增加中国年味特色,在“北京故事”展区还举行了春节特别活动,写福字领取新春礼包与剪纸礼包等。

美国全国广播公司工作人员在“北京故事”展区接受采访时表示,在“北京小屋”看到了许多好看的展品,很好地展示了中国传统文化,对于参与冬奥会工作的境外人员,他们很想带一些有意义的纪念品回家,不仅有奥林匹克元素,还要有当地的文化特色,这些都是无价的记忆。