

刷流量成热门生意、真人“水军”要价更高、流量刷出天价片酬

揭秘演艺界“刷流量”灰色利益圈

“

所谓“刷流量”，就是通过人工干预的手段（俗称“水军”）有偿增加对网站、网页、视频、社交媒体信息等各种对象的访问量、浏览量、点击量、回复量等。

据一位“水军”透露：一些耳熟能详的影视界“流量鲜肉”“流量小花”常常在“刷流量”方面一掷千金，一次投入可达上百万元。

“刷流量”行为在影视制作、艺人推广和广告代言等领域广泛存在，各方均陷在分食“刷流量”所形成的利益圈中，难以抽身……

►这是一个粉丝经济的时代，粉丝的关注可以带来超高的身价、丰厚的回报，这也就成了整个演艺界不惜通过“刷流量”等手段博取眼球的内在动因。
新华社发 闫珉摄



本报记者杰文津、任丽颖

当前演艺圈，不少明星都被誉为“流量担当”，流量关乎人气，更决定身价。然而，近日被公认为重要“流量标签”“引流神器”的某社交网络平台，被曝花钱即可登上“热搜话题榜”，引发网络关注。

在影视领域，通过互联网手段雇佣“水军”“刷流量”等方式进行“流量造假”，已经对诚信声誉、评价标准等行业基础因素构成严重破坏和干扰。

虽然有关方面已采取应对措施，但《新华每日电讯》记者调查发现，目前“流量造假”的服务依然普遍存在，且十分易得。这使得影视制作方、播出平台、艺人、广告商等方面实施或默许“流量假造”的动机，非但没有消除，反而更趋强烈。

一掷百万“刷流量”，真人“水军”成主流

2017年上半年，有媒体报道，热播剧《三生三世十里桃花》创下全网309亿播放量纪录，且最多时一天内播放量增加14亿。随后，电视剧《孤芳不自赏》被指“买水军刷好评，做完后赖账”，大量“水军”在论坛、豆瓣刷屏“讨薪”。“刷流量”产业链由此曝光在公众视野当中。

《新华每日电讯》记者在淘宝平台分别搜索“流量”“点击量”“微信”等关键词及其组合后发现，大量“刷流量”店铺依然存在。简单浏览，这些网店主要以“推广”为名，从事统称为“刷流量”的业务。据网页介绍显示，这些店铺的成交量由几单到数千单不等。

据一些商户介绍，所谓“刷流量”，就是通过人工干预的手段（俗称“水军”）有偿增加对网站、网页、视频、社交媒体信息等各种对象的访问量、浏览量、点击量、回复量等。比如，通过“水军”刷高某网络播出平台上影视作品的观看量、某条微博的转评和点赞量、某场网络直播的观看人数等。

“当前，水军”分成技术型和人工型两种。”曾从事“水军”业务，现在一家大型网络公司从事技术工作的李华（化名）告诉记者，“技术型水军”通过写代码、开发软件等方法寻找网络平台漏洞，或通过自动化程序同时操控大量手机端、电脑端注册账号来实现“刷流量”的目的。

一家名为“深度网站流量ip关键词搜索pv点击率排名优化SEO推广浏览量访问量uv”的商户，向记者展示了他们办公场所的照片。

照片中，比家电卖场中密度更大、数量更多、排列整齐的手机阵容，令记者印象深刻。目测照片展示的一层办公区中，至少有近千部手机。商户告诉记者，工作人员会通过特制

软件，操控这些手机完成各类“刷务”。

有些极端的情况下，还会通过“黑客”手段，批量盗取他人闲置或使用率较低的账号进行远程操作。在账号主人完全不知情的情况下，使用他们的账号观看视频、点击网页或与某些社交媒体账号互动。

除此之外，某知名艺人工作室负责新媒体推广的郭女士向记者透露：“除了从外部刷，也有一些平台的内部技术人员收了钱，可以直接操作数据”。

据调查，近年来，随着各类平台对自身技术系统与员工管理等多面实施“堵漏”，“技术型水军”由于操作难度上升、效果下降，已渐渐成为支流。“现在用软件程序刷出来的东西很快就会被平台检测出来并且过滤，而且也缺少个性化的内容”，李华说，现在业界主流是打出“真人刷流量”招牌的“人工型水军”。

“找我们不是帮您刷流量，而是几十万会员在帮您做推广。”这是一家自称“每一个网络流量都来自真实人工访问”的网店在业务介绍中加粗标黑的内容。这个网店另一个同样显著标识出内容是“八年老店”。

自己经营一家文化传播推广公司的吴女士告诉记者，这家自称“不是刷流量”的网店正是典型的“人工型水军”。

据吴女士介绍，与“技术型水军”相比，其特点是“劳动力密集”——人多。一个“水军”公司通常能够调动成百上千甚至数万真人“水军”，他们成分复杂，但通常以两大类为主：一类是大学生，另一类是以此为业的“职业水军”。他们的工作是每天不断地亲用手不同的手机号、不同邮箱注册各类平台账号，然后根据自己“上线”的要求完成点击、观看、评论、回复等操作。

因为是真人操作，这类“水军”较难被技术手段识别。特别受雇主青睐的，还有他们可以完成各种“定制版”的互动任务。而比起纯技术操作出来的点赞或评论，被称为“精品评论”的“手工制作”，价格要贵出五到十倍：一个普通点赞的平均价格是5毛，而一条“精品评论”目前至少是5元。

记者在与一名位于四川成都的“水军”攀谈的过程中了解到，一些耳熟能详的影视界“流量鲜肉”“流量小花”常常在“刷流量”方面一掷千金。“常常一次就能有几十万、上百万的投入”。当记者提出想要更深入了解细节时，该“水军”警惕地拒绝了。

“你不要毁我们这个行业。”他对记者说。

平台卖榜标高价，明星买榜撑片酬

记者还从多名资深业内人士处了解到，之前的媒体曝光对“刷流量”业务起到的作用不大。类似行为在影视制作、艺人推广和广告代言等领域当中依然广泛存在，甚至愈演愈

烈。究其原因，各方均陷在分食“刷流量”所形成的利益圈中，难以抽身。

“那些没有作品还总活跃在各种社交媒体上的流量担当”艺人，基本都是刷出来的。”郭女士十分肯定地向记者透露了这个“业界规律”。

据记者多方求证，为了帮一些缺少作品的“流量”艺人维持“一线明星”的地位，其经纪公司或其本人只有靠不断增加在主流社交媒体平台的曝光率。某社交网络平台的“热搜榜”“实时榜”等，因其平台用户规模大而受到各方青睐。以“热搜榜”为例，业内惯例是向该网站缴纳数万元费用，平台即可将指定的内容上榜到5到10名的位置，并停留一段时间。“停留的时间非常短，能不能保住榜位，得靠自己买‘水军’来刷榜撑住。”多位操作过相关业务的内人士向记者介绍，如果不买到足够的“水军”来“刷榜”，“掉出去了就得重新买榜”。

而这笔买“水军”的费用是多少，要视当天榜单竞争热度而不同。一位艺人经纪说，一次买榜刷榜投入十几万到几十万非常正常。而这不过是维持一名“流量担当”最基础的日常工作。

然而，巨大的投入对于经纪公司和艺人来说，也意味着巨大的收入。以某作品不多但人气“火爆”的“流量小花”为例，多名影视界资深从业者向记者透露，她以“刷流量”为生是业内公开的秘密。但是该艺人一部电影的片酬是5000万元起步，一集电视剧的起步片酬则是500万元。

中国传媒大学艺术学院电影所副教授李春认为，“当前，我国演员片酬档位的主要标准是演技水平和流量号召力，其中流量号召力对投资人的影响力越来越大，有时甚至是决定性的。”

而现实中大量出现“流量里有黄金屋，流量里有千钟粟”等“流量封神”的实例，也越来越刺激各方面对“粉丝经济”的迷信和盲从。记者了解到，那些拥有“一线”“超一线”名号，却没有“流量”支撑的艺人，同比薪酬只有“流量担当”的1/3，甚至1/10。

据业内人士介绍，许多网络影视投资人的投资直接与某些“流量担当”绑定，要想获得投资，只能花天价去请这些艺人。

不仅影视投资，广告主对于广告代言人及作品的“流量”往往也有要求。这成为他们选择广告代言人的核心指标。

在一家著名日资广告公司工作多年的南先生以他正在操作的一场知名国际化妆品品牌广告活动为例，向记者说明“刷”流量是如何左右广告界的。“艺人或者网红能够带来多少真实的流量，其实谁也不清。比起数据怎么来的，从哪里来的，大家更需要屏幕上、报告上那些漂亮的数据。重要的是，我们工作完成了，他们工钱拿到了。”

伤了演技伤投资，涉嫌违法应整治

2017年8月，媒体报道了视频播放平台爱奇艺状告“刷流量”公司破坏市场公平并索赔500万的新闻，“刷流量”的行为似乎再也无法维持一种“你好我好大家好”的假象。事实上，记者调查发现，“流量造假”对各方面的“锈蚀”远比想象中严重。

据记者了解，这不是爱奇艺与“水军”的第一次“交火”。此前，一些视频制作方利用爱奇艺的收入分账规则漏洞与技术不足，雇佣“水军”来“刷流量”，使爱奇艺蒙受巨大的经济损失。此后，爱奇艺一方面堵塞技术漏洞，一方面修改完善了与分账方法直接相关的“有效点击”规则，包括规定了“6分钟有效观看”等内容，防止“水军”趁机“薅羊毛”。

据专业技术人员介绍，目前，爱奇艺的技术手段已经能够做到通过对账号活跃异常度、观看时间长度等多因素的筛选，基本剔除“水军”的影响。“现在刷视频点击的也少了，刷出来顶多是忽悠广告商，在平台分不到钱。”金女士说。

比起经济损失，李春认为“刷流量”给影视演艺界带来的伤害更加深刻持久。“很多年轻演员已经不知演技为何物了。”一档名为《演员的诞生》的综艺节目让不少观众直接见证了当今一些年轻的“流量艺人”们苍白的演技，这与他们巨额片酬身形成刺眼的对比。

另一方面，靠“流量造假”堆积起来的繁荣也使许多影视投资人跌落陷阱。网络大电影《妙金男勇夺真爱》的投资人因为被“刷”出来的美丽数据所误导，投资后出现巨亏，如今陷入借贷度日窘境的他“发誓再也不投电影了”。“演员没有演技，投资没有活力，长此以往，行业怎么会有真正繁荣？”李春痛心地对记者说。

多名专家还向记者表示，“刷流量”种种行径已经涉嫌违法甚至犯罪。

中国互联网协会研究中心秘书长吴沈括认为，虽然我国目前对“刷流量”缺少系统直接的法律规范，但根据《反不正当竞争法》《刑法》中关于诈骗罪和非法经营罪的相关规定，也能对一些产生比较严重后果的行为作出约束。其中，窃取他人账号的行为明确触犯了刑法中关于窃取公民个人信息的相关规定。情节严重的，可以处3年以下有期徒刑或者拘役，并处或者单处罚金；情节特别严重的，处3年以上7年以下有期徒刑，并处罚金。

国家检察官学院沈海平教授认为，社交网站“卖榜”行为，属于不正当竞争行为，违背商业伦理，如果这类行为在现实中造成了他人的利益损害，则可能承担民法上的损害赔偿任。他还建议，对于网络数据造假行为，在发挥法律的治理作用的同时，应加强社会诚信机制、行业自律机制的建设，比如设立失信黑名单制度等。

流量造假：『无人被害』还是『无人生还』

看似人畜无害的“流量造假”将互联网社会中的各方面、你我他都裹挟进来：一个演员的成败变成了不看“才气”而看“财力”的“撒币”游戏；“品质与品位”的“身价”在“流量与流行”面前开始越来越“抬不起头来”；越来越多的观众变成在神剧和烂片的温水中被煮熟的青蛙……

看似人畜无害的“流量造假”将互联网社会中的各方面、你我他都裹挟进来：在文艺领域，一个演员的成败变成了不看“才气”而看“财力”的“撒币”游戏；在文化经济领域，“品质与品位”的“身价”在“流量与流行”面前开始越来越“抬不起头来”；在“大众审美”领域，越来越多的观众变成在神剧和烂片的温水中被煮熟的青蛙；更严重的是，当数据造假的病态成为日常运营中的常态，不断被污染的数据流还能否支撑起数据产业兴旺发展、升级超车的美好梦想呢？

这“凶案”不是没有受害者，而是人人都是受害者。而改变这样的局面，我们并非无可奈何，更不能无所作为。

直播平台掌握能筛除“水军”刷流量数据的技术，自然同样能够有将其屏蔽的技术；法律专家认为“流量造假”的大多数手段，都涉嫌违法甚至是犯罪，应当归入依法处置的轨道；对舆论能产生重大影响的社交平台，则应当拿出更大的企业责任感，而不是更大的利润饥渴，更明白公信力是用来“爱”的而不是用来“卖”的这个道理，更重要的是如果它不明白这个道理，有关部门的行政处罚措施应当有力到能让它迅速地明白起来……

对于一个社会而言，我们不能接受我们的审美取决于价格；对于一个产业而言，它的繁荣不可能建立于虚假之上。我记得，阿加莎·克里斯蒂还有一部更加经典的作品，叫做《无人生还》，很惊悚。

■记者手记

看似人畜无害的“流量造假”将互联网社会中的各方面、你我他都裹挟进来：一个演员的成败变成了不看“才气”而看“财力”的“撒币”游戏；“品质与品位”的“身价”在“流量与流行”面前开始越来越“抬不起头来”；越来越多的观众变成在神剧和烂片的温水中被煮熟的青蛙……

本报记者杰文津

阿加莎·克里斯蒂有一部小说，讲的是一列飞驰列车的豪华车厢里发生一桩命案，大侦探费尽周折寻找凶手，结果却发现，整节车厢里除了死者，所有人——包括贵妇、暴发户、列车员、翻译等，全都是凶手。

这部小说畅销至今，前不久又再次搬上银幕，获得好评。

但我要告诉你，现实中有些事件比小说更加吊诡离奇：在追逐高流量的这趟“列车”上，所有角色——艺人经纪、制片人、播出平台技术员、做过社交平台员工的“黑客”、传播公司负责人、广告公司项目经理等，都是参与违法行为的“凶手”。然而，在这起“凶案”中，似乎找不到受害者。

我的采访从这些“凶手”开始。

一位曾在社交平台工作过的“黑客”告诉我，修改数据、劫持账号很平常，人工“水军”很平常，内鬼很平常，谁给钱就给谁做，赚外快也好，做业务也好，在商言商，这是生意，身怀技术“利器”，谁会和钱过不去呢？

一位艺人经纪告诉我，绝对不可以没有“流量”，没有作品也不能没有流量。而且真金白银买来的流量，一不偷二不抢，利己不损人，“天价”片酬是你情我愿，我敢出价，片方舍得，有何不妥？何况“流量担当”自带经济效益，“天价”是“天理”。

一位制片人告诉我，要刷流量啊，怎么能不刷，不刷就没有一线人气！“金主爸爸”张嘴就问有哪几个“流量担当”，没有扭头就走，有就大把撒钱。

一个播出平台的技术人员告诉我，因为“水军”刷点击而在影视产品收入分红中吃哑巴亏的时代，已经一去不复返。技术进步已基本筛除各种“水军”类型的影响，既然平台不吃亏，有人愿意花钱刷点击刷数据，造人气忽悠广告方投资，平台能从中多分一份额，平台为何要制止？

广告项目经理告诉我，自己知道自己请的艺人在刷流量刷数据，但是刷就刷吧，反正最后好多广告效果评估，靠的就是数据、流量，数据漂亮大家都省心，拿钱都踏实。

似乎，这是一场没有受害人的“凶案”。至少到此刻，那些在淘宝上叫卖“流量推广”“数据营销”的商家们，依然会这样告诉你：然而，真的是这样吗？

如果真是这样，那位年轻的制片人在说起因为无法支付“天价片酬”而白白浪费的好剧本时，是在为什么而流泪？

如果真是这样，某著名播出平台为什么要斥巨资控告经营流量造价业务的公司？

如果真是这样，艺人经纪为什么会抱怨在某著名社交平台买榜的开销负担越来越重？花在艺人培训充电上的费用却越来越少？

如果真是这样，为什么那么多影视表演领域的前辈会悲叹同一句话：再这样下去，这一代年轻演员就毁了。

如果真是这样，我们为什么会面对越来越多的神剧、烂片竟然渐渐感到麻木？

“流量造假”，看上去人畜无害，实则却将互联网社会中的各方面、你我他都裹挟进来：在文艺领域，一个演员的成败变成了不看“才气”而看“财力”的“撒币”游戏；在文化经济领域，“品质与品位”的“身价”在“流量与流行”面前开始越来越“抬不起头来”；在“大众审美”领域，越来越多的观众变成在神剧和烂片的温水中被煮熟的青蛙；更严重的是，当数据造假的病态成为日常运营中的常态，不断被污染的数据流还能否支撑起数据产业兴旺发展、升级超车的美好梦想呢？

这“凶案”不是没有受害者，而是人人都是受害者。而改变这样的局面，我们并非无可奈何，更不能无所作为。

直播平台掌握能筛除“水军”刷流量数据的技术，自然同样能够有将其屏蔽的技术；法律专家认为“流量造假”的大多数手段，都涉嫌违法甚至是犯罪，应当归入依法处置的轨道；对舆论能产生重大影响的社交平台，则应当拿出更大的企业责任感，而不是更大的利润饥渴，更明白公信力是用来“爱”的而不是用来“卖”的这个道理，更重要的是如果它不明白这个道理，有关部门的行政处罚措施应当有力到能让它迅速地明白起来……

对于一个社会而言，我们不能接受我们的审美取决于价格；对于一个产业而言，它的繁荣不可能建立于虚假之上。

我记得，阿加莎·克里斯蒂还有一部更加经典的作品，叫做《无人生还》，很惊悚。



扫描左侧二维码
关注新华每日电讯

任飞帆

近两年，中国网播剧持续发力，聚集人气，成为文化领域当仁不让的“蓝海”。成绩很多，问题也比较突出。其中，特别值得关注的是网播剧点击量注水现象普遍。

与电视台收视率造假、电影票房造假逻辑类似，网播剧点击量造假目的是通过数据吸引广告商和真实用户。第三方机构调查结果显示，2017年年初某网剧前台点击量数字高达153亿次，但真实点击量仅有17亿次，注水近九成。针对2017年1、2月上线的20部剧集抽样调查，总体注水量高达六成。

点击量造假情况严重，为什么鲜见曝光和批评？原因在于点击量造假不是在一个环

节出现问题，整个产业链都对造假行径“睁只眼闭只眼”。

根据造假主体不同，点击量造假分“官刷”和“野刷”两种。前者是指视频网站在后台直接调整播放次数，利用“羊群效应”吸引真实用户来点播。后者是指剧组、演员、粉丝等通过购买刷量服务，人工大幅度增加点击数字。

从短期来看，参与造假者都会从点击量造假中受益：演员可以拿出一份漂亮的成绩单，提升商业价值；视频网站可以提高宣传力度，吸引真实用户来点击；制作方以此向广告商开出更高价格，吸引投资；投资人可借此吹大资本泡沫。

从长期来看，这个看起来似乎“人人受益”的造假行为将对文化行业乃至整个社会造成严重负面影响。

一是干扰正常市场秩序，“劣币驱逐良币”。既然播出成绩可以随意修改，谁还愿意在创作上煞费苦心、提高品质？由于点击量是大多数投资方评价网播剧唯一指标，点击量造假将导致剧组急功近利，高价争抢“流量明星”制造噱头，挤压制作成本，伤害剧集艺术品质。

二是加剧文化企业资金链断裂风险。点击量造假和热钱涌入互相助推，导致金融杠杆过度使用，一旦行业遇冷、泡沫破裂，整个行业将背上沉重债务。

三是造假行为本身违背诚实守信的社会主流价值观，有的甚至涉嫌商业欺诈、违法犯罪，作为“以文化人”的文化行业，其造假行为将对行业风气乃至社会风气造成无形却恶劣的影响。

只有在风清气正公平合理的环境下，网播