新闻 从现象到真相 欢迎报料:63529999

晨报特级首席记者 张益维 实习生 董海润

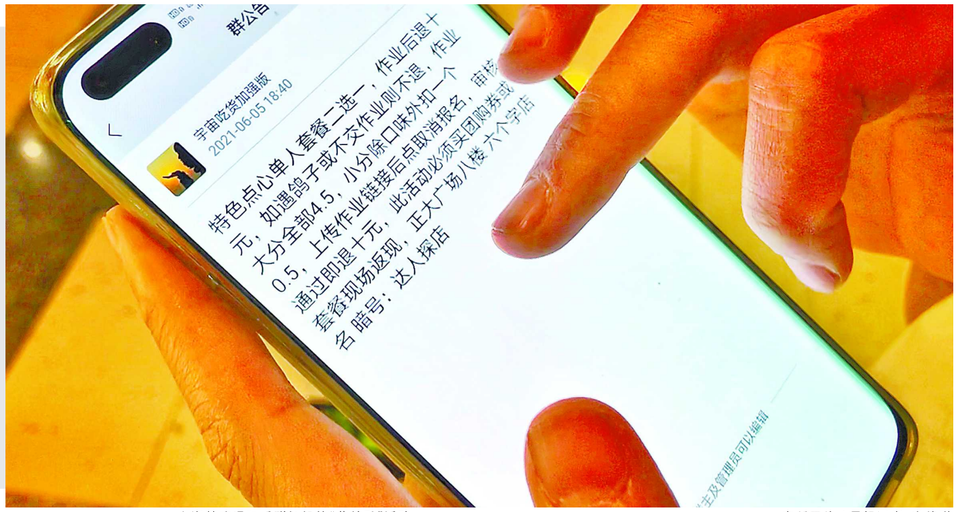
“只要你善于编故事、写评价，甚至可以通过‘薅羊毛’的方式，解决自己的一日三餐。”在职业“羊毛客”眼中，“天上掉馅饼”的好事，随时都在发生。

为了做大畸形“薅羊毛”灰黑产业链，有人甚至开发了专门的小程序，方便商家和“羊毛客”间相互联系。

职业“羊毛客”究竟是怎样一群人？他们的背后，又隐藏着怎样的商业潜规则？

起底职业“羊毛客” 公认的潜规则与造假产业链

以“吃喝玩乐”为名实为“薅羊毛”，享受免费服务同时完成商家“任务”



上海某吃喝玩乐群组织的“薅羊毛”活动

记者亲历“薅羊毛”活动

记者在参与活动过程中吃到的食物

本版图片 / 晨报记者 张佳琪

没有暗号 真实顾客去吃就行了。只要留意一点，结账完拍收银条发我， 最晚 晚上8点半之前。不要用大众点评买单， 微信 支付宝 都可以。餐费是店里原路退回账户的

店铺名 ■ ■ ■ ■店）

昨天 下午3:03

收银条不要超过40元的餐标，吃完隔天就可以出好评。大众点评上

@所有人
会发抖音二维码，你进橱窗买东西，让你买几单就几单，前提你的抖音订单必须清0，一个抖音号20单，0.5一单，可以做2个抖音号。
这几天没订单，有了会在群里发

流程.docx
4.4 MB

微信电脑版

可以看一下流程，很简单的

“羊毛客”收到的订单

职业“羊毛客”

连衣裙、帆布包、精致淡妆……站在空空荡荡的南京西路818广场地下2层某快餐店内，说话温言细语的小D，看上去和普通白领没什么不同。

6月6日中午，在广场地下2层，无视对面川菜馆嘈杂的长队，以及萦绕在快餐店周遭的循环广播“亲爱的顾客，大众点评收藏本店铺完成打卡，可领取可乐一听”，小D独自站在这家仅有一名食客的快餐店内，一番精打细算，为自己配了一套价值40多元的快餐：土豆丝、口水鸡、米饭……

除了这些外，小D还坚持让服务员为她加了一份炖蛋。由于店内当日炖蛋已基本卖完，小D只能得到常规炖蛋的二分之一。

结账时，小D向收银员提出，这份炖蛋要用大众点评的团购券买单。对于交易的双方来说，这是一个心照不宣的暗号：小D，并不是一个普通的食客。

在小D支付餐费的一刻，两场交易正在同时进行。明面上，小D向商家支付了餐费，购买了自己的午餐；暗地里，商家向小D退还了这笔午餐费，但要求小D填写一份大众点评好评“套餐”：3到5张图、100字以上精选评论、以及4.5分以上的评价。

小D，是在南京西路上班的普通白领，也是一名兼职“羊毛客”。

这不是小D第一次参加“薅羊毛”活动。作为大众点评的Lv3（指大众点评会员等级）会员，由小D账号写出的好评颇受商家们的欢迎。她吃过免费鱼鲜馄饨、撸过免费的猫，娴熟地混迹在各大吃喝玩乐群中，以完成商家的指定“作业”为代价，换取免费的服务。

在“羊毛客”的世界里，小D并不算是个“高玩”，她有些后悔知道“薅羊毛”玩法太晚，好多评论都没有写，以至于账号的等级不算高，无法参加对会员等级要求更高的“薅羊毛”活动。

“我是今年才知道的，是从小红书上看到的。”小D说。她成为“羊毛客”只是个偶然。最初，她只不过是为了在小红书上寻找关于省钱的小技巧。

小D是这个群体中大多数人的缩影。在无意识浏览网页的过程中被诱惑，怀着好奇心开始了第一次“薅羊毛”，尝到甜头后一发不可收拾，有些人因此成了职业“羊毛客”。

在闲鱼平台，一名来自南京的职业“羊毛客”公开叫价：“大众点评Lv5，好好照相，认真写文。”他说，自己有三个大众点评账号，1个Lv5，2个Lv4，“探店70元，代发25元”。

在这个昵称为“tb1994”的“羊毛客”眼中，“薅羊毛”俨然是一门生意。他在闲鱼发布的6个商品，均与“探店”相关。

“可以（赚到钱）的，我本身很喜欢探店，意外发现这个还可以赚钱。”“tb1994”说。

像“tb1994”一样，利用“薅羊毛”赚钱的人还有不少。在闲鱼APP上搜索城市名加关键词“吃喝玩乐”，会发现一个专属于“羊毛客”的世界。

仅上海地区，以“吃喝玩乐”为名，实为“薅羊毛”相关的帖子就有数十个，这些帖子大多以大众点评、小红书、抖音、知乎等平台用户为目标，试图用免费的吃喝玩乐或金钱报酬，换取评论、点赞、刷量等服务。

公认的潜规则

常言道，哪有“天上掉馅饼”的好事，但在“羊毛客”的圈子中，“天上掉馅饼”几乎随时发生。

“美味超值日式拉面，等级要求：DPlv5+/小红书1w+粉。餐标：80/人，车马费：50/号……”

“地铁站肇嘉浜路附近小吃；内容：单人套餐；等级：3-8级……”

在一个活跃的吃喝玩乐群中，每天数十条“薅羊毛”的信息在群中滚动刷屏，内容涵盖吃喝玩乐方方面面，一个“羊毛客”如果认真报名，甚至可以通过“薅羊毛”的方式，解决自己的一日三餐。

“红人”通告小程序，是另一个参加“薅羊毛”活动的有效途径。在这些小程序中，“薅羊毛”活动，被包装为“红人”通告活动。

“上海免费染发”，大众点评账号等级“Lv4-Lv7”、要求“一个月没写过美发点评”。

代品牌方在小红书上发图文，账号可以正常收录，5元至15元的收入……

这些显示在“红通告”“咸豆通告”等小程序的活动，被小红书等“红人”博主们以“0粉素人”也可以“恰饭”（互联网语言，意为赚钱）的窍门推广。相似的信息，每天都有十数条到数条不等。

“薅羊毛”活动并不是真正无偿的，“羊毛客”们对此心知肚明。在享受免费服务的同时，“羊毛客”也必然需要按照商家的要求，完成一些“任务”。

“教大家怎么参加一下群里的活动，这些都是我体验后进入的优质群。”闲鱼用户“强强1004”说。

在闲鱼上，“强强1004”以出售本地吃喝玩乐群为生。他所出售的所有群，大多是高度活跃的上海本地“薅羊毛”群。

“我自己是Lv7，好多人的活动我也有参加。”“强强1004”说，“群里（活动）都是免费的，会给额度体验，多了自己付，所有体验都需要在大众点评给好评。”

类似的要求也出现在各类红人通告平台上：“发小红书带上指甲油，需收获7天内完成，需审稿。”“时尚红女装博主招募，收货5天内出稿，配合改稿……”“素人招募，需要天猫店铺拍单+好评。”……

隐藏在诸多如“审稿”“配合改稿”等要求背后的，是一套公认的潜规则：“羊毛客”们，需要用商家指定的评论内容，作为置换免费服务的条件。

在这个圈子里，饱含赞美的评价、实际到店的行为、购买产品后产生的销量，都可以作为“报酬”用以支付商家的服务，而一个“羊毛客”账号的等级、评论的质量、粉丝的数量，则决定了他可以获得“免费体验”的额度，以及获得报酬的多少。

低等级的账号主人同样也可以“恰饭”。很多不要求真实到店的“任务”，对账号等级要求并不高。

“能写差评的来，等级没要求，写得真实，3星以下，优质点评结25。”“扫码关注公众号，佣金五毛……”“淘宝单，本金3.5，销量3一个。”……

代发好评、代发差评、代刷销量、代增加粉丝数……只要愿意，这里总有任务可以赚钱。

造假产业链

这是一笔“轻松钱”。

像小D参与的到店体验后给出好评的形式，是最容易被大众所接受的一种“薅羊毛”形式。

在这个类型的活动中，“羊毛客”只享受免费服务，并不会因为写好评赚钱。

“拍4张照片，围绕菜品口味、服务，站在真实消费者角度写120字以上评论，推荐3个推荐菜，口味打5分，其他全打4.5分……”

这是记者亲历的一则“薅羊毛”活动，商家给出的经费是每人40元。

因为40元仅够支付一个推荐菜的费用，记者不得不编造出其它菜式的口感，以完成商家交代的“任务”。

然而，撰写虚假好评，就如潘多拉的魔盒，一旦开始，事情就会向不可控制的方向发展。

一旦“羊毛客”们接受了用好评置换到店服务后，那么，接受为“不到店任务”写好评，再置换金钱的逻辑，就顺理成章了起来。

此时，“羊毛客”的“瞎话”，已经从半真半假，变成了全都是假的。“薅羊毛”者的身份，也从单纯的“羊毛客”，变成了“网赚人员”。

在互联网上，这样的订单多如牛毛。在记者暗访期间，目睹了数十份这个类型的订单。订单内容涵盖考研培训机构、奢侈品鉴定、高端海鲜礼盒、品牌充电器、中医门诊等各种商业领域，评论和文章发布的平台也涉及小红书、知乎、抖音等多个平台。

付费请人说假话这一产业的活跃程度，令人震惊。

记者曾被人以2.5元一条的价格要求在小红书发布一条笔记，笔记的内容和图片都是支付者提供的，内容为：“我的（妇科）炎症属于比较老实的，就是一旦上火就会发作，发作一次可比我生孩子痛苦了……然后在小红书看到了雅安ting，到现在差不多用完了，没有复发……”

实际上，记者从未使用过这款产品，也从未生过小孩。

为了做大畸形“薅羊毛”灰黑产业链，有人甚至建立了专门的小程序，方便商家和“网赚人员”间相互联系。

一个名叫“呱太平台”的小程序，就专供商家发布有偿点赞、评论等“任务”。这个平台自称可以为小微企业提供高效、快速、稳定的推广，能为商家提供点赞、流量、转发以及粉丝。

记者在“呱太平台”上随机领取任务后发现，这个小程序，实质就是将一些分散在各处的“不到店任务”汇总起来。例如，在一个名为“知乎评论”的任务中，记者被要求随机选择诸如“我也买了足宜舒，用了大概一个月了，脚气确实慢慢在变好了”、“用了楼主的方法以后我脚气没了”等三条评论中选择一条，用自己的账号评论在指定的知乎问答中。

如果完成“任务”并通过审核，记者可获得5毛钱，累积到几元钱后，收益可以从“呱太平台”上提现。

在“呱太平台”，每天都有上百条“任务”等待领取，内容涵盖“快手关注”“微博超话助力”“拼多多红包”“小红书点赞、收藏、评论、举报”“微信视频号点赞、评论”“知乎点赞、评论、举报、关注、收藏”“抖音点赞、关注、评论”等。

幕后的主导者

“薅羊毛”畸形灰黑产业链繁荣的背后，是商家和“羊毛客”之间的一场共谋。而在这场共谋中，商家扮演了绝对主导者的角色。

以最常见的用好评置换免费体验为例，“羊毛客”们想要免费体验，离不开商家从上到下的配合。

“到店和服务员说是章粮先生预定的，每人按照1人100额度点，用餐后不用买单。”在记者暗访参与的一次“薅羊毛”活动中，活动的组织者这样告诉记者。

在记者暗访过程中，“章粮”这两个字好似一个交易密码，几乎餐厅的所有人都露出了恍然大悟的表情，服务员们理所当然地接受了记者吃饭不付钱的举动。

“真的不用付钱吗？”离开餐厅时，记者特意反复询问。餐厅里的服务员回答十分坚定：“不用，直接走就好啦。”

在商家眼中，源源不断的“羊毛客”，其实是为刷好评的职业水军或人肉刷单员。

在一次参与“薅羊毛”活动的暗访中，有商家承诺，如果可以为其拉来更多的“羊毛客”，记者可以在领取免费的服务之外，获得额外的奖励：“你这边比较期待一个怎么样的政策，我可以和投资人讲一下。”

在商家鼓励下，许多资深“羊毛客”会利用自身对“薅羊毛”圈子的熟悉，成长为专门为商家招揽“羊毛客”的“中间商”。

每个“中间商”手中，都存有大量吃喝玩乐群等渠道，他们会将从商家手中接到的订单，通过这些渠道派发给“羊毛客”中，从中抽成赚钱。

一些做大了“中间商”，甚至成立了公司，并以“MCN机构”“代运营机构”的名义展开运营。

那么，商家为何如此热衷于组织“薅羊毛”活动呢？

这是因为“羊毛客”们可以为商家带来肉眼可见的收益。

一些自诩专业的运营机构，是此类活动最忠实的鼓吹者。在一些小红书运营机构口中，对素人进行广告投放，是其投放策略中重要的一环。

“素人意味着口碑，口口相传。”在一篇关于小红书投放套路的知乎问答中，一业内人士这样回答。

比起报价昂贵、审核严格的小红书品牌合作人，廉价的素人更容易营造“好评如潮”的效果，由此衍生的小红书代写、代发产业链，屡次被媒体曝光。

同理，雇佣代发账户在知乎上发软文，也能给商家带来不菲的收益。一名专门做知乎推广的商家告诉记者，通过大量招募代发账户发布软文的形式，可以起到铺广告的作用。

“每个月60篇，持续两个月，这样知乎上就有大量你的品牌宣传文章，百度也会收录一些，但可能排名比较差。这样做的目的是通过大量的广告铺放加知乎的推荐机制，展现给精准用户起到宣传作用。”他说，不只是大公司可以通过雇人发软文得利，一些小微企业，也可以通过雇人发软文的形式，获得客源。

在暗访过程中，记者曾以网友的身份，随机联系了两条曾雇人在文章下方刷好评、点赞的知乎文章作者。

在收到记者问询后，这些看似只是在做经验分享的文章作者，在私信中立即将其推荐的教育机构、医疗机构联系方式发送了过来。

这些联系方式大多是个人微信账号，没聊几句，就开始进行推销。

对于大众点评商家而言，找级别高的账号刷好评，还意味着可以提升商家星级和排名。

在美团大学餐饮学院商家小讲堂的主讲人张满洋看来，一则评论发布的时间、写评价人的星级、评论长度以及图片数量，都会影响这则评论的权重。

对于商家而言，找级别高的账号刷好评，获得的收益远远超出成本，因为15%的消费者会通过商家列表页进入商铺，而评价会直接影响商家在大众点评商家列表页的排名，排名低意味着没有点击，失去曝光，失去浏览，失去订单。

日益明晰的共识

为了刷流量、编写虚假好评，商家与“羊毛客”之间的这场共谋，看似没有损害其他人的利益，甚至还令“羊毛客”收获了想要省钱的小实惠，但这样做的结果却是让各类商业平台充斥着谎言，让消费者无从辨别真伪，进而导致劣币驱逐良币，破坏了整个市场诚信经营的基本准则。

在观韬中茂律师事务所郭振伟律师看来，“羊毛客”通过撰写客观、真实评价获取免单的行为，属于商家合法的营销手段，并不违法。

但是，如果“羊毛客”明知商家刷单炒信，仍按照商家要求有偿虚构交易、撰写虚假好评、编造用户评价则是欺骗、误导消费者的行为，不仅侵害了消费者的知情权，还攫取了其他经营者的交易机会，使得诚信商家受到排挤，扰乱了市场公平、正当竞争的交易秩序。

郭振伟律师指出，“羊毛客”明知该类行为涉嫌虚假宣传却仍然参与的，属于共同侵权人，在追究商家或刷单组织者的相关责任时，参与刷单的“羊毛客”也负有连带赔偿责任。

而“羊毛客”专门组建刷单团队，为网络电商提供刷单服务，组织虚假交易、进行虚假宣传的行为，甚至可能构成非法经营罪。

“千里之堤，溃于蚁穴。”一名互联网从业者直言，一个个虚假刷单、虚假评价看似不起眼，却可能像一个个蚁穴那样，毁了整个市场公平竞争的堤坝。

在这种共识下，整个社会对“薅羊毛”等网络灰黑产业的态度日益明晰。

2021年3月，上海市市场监督管理局对6家涉嫌从事刷单炒信、组织虚假宣传的公司展开了集中执法行动，因为这些公司涉嫌根据商家指定要求编写虚假好评、刷流量，侵犯了消费者的知情权。

2021年5月31日，最高人民法院民三庭庭长林广海在最高法发布会上介绍，为维护社会公共利益，人民法院通过案件裁判严惩网络刷单炒作信用、身份盗用、“薅羊毛”等网络灰黑产业及不诚信行为。

与此同时，各大商业平台也开始行动起来，从制度、技术等层面，封堵编写虚假好评、刷流量的漏洞。

在大众点评，参与商户、品牌商或第三方免费试吃、试用样品等换好评活动，一经发现，商家和评论撰写者均会被平台处罚。

在小红书，创作者在分享和创作过程中，受到商家提供的赞助或便利，需申明利益相关，违规发布推广笔记，将会被警告乃至处罚。违规推广笔记也会被限制曝光。

在知乎，发布垃圾广告内容会被《知乎社区管理规定》列为可能会采取删除违规内容、暂停或终止违规用户账户功能的不良行为。

如今，在社会各方的共同努力下，职业“羊毛客”的工作正变得愈来愈隐蔽。

“群里的活动不要发朋友圈，到店以后也不能提及自己没出钱，就把自己当成真实的消费者哦。”近日，在“强强1004”整理的吃喝玩乐群使用攻略中，这一点被醒目地标注出来。

为了模拟真实消费者的行为逻辑，每个参与“薅羊毛”活动的人都被要求学会“做路径”。

所谓“做路径”，就是效仿真实消费者思考方式在APP上完成一系列搜索动作，防止被软件识别出作弊。

“找几家店进去浏览一分钟以上，通过关键信息找到目标店铺，进去后浏览一分钟以上，游览包括推荐菜、评价、团购、位置地址……”

为了强迫“羊毛客”们认真“做路径”，“中间商”们甚至不会直接告诉“羊毛客”们目标商铺的名字，而是给出诸如位置、推荐菜等关键信息，逼迫“羊毛客”们像真实客户一样，自行搜索。

“羊毛客”们很清楚，一旦演得不够真实，被系统识别出作弊，他们和商家都要被处罚。

一名大众点评V8账号用户告诉记者，他现在已经基本不再参加这类活动了。

“这是不符合规则的，平台会打击的。商家邀请‘羊毛客’过来，商家会被处罚，‘羊毛客’也会有问题。”他说，“一旦平台发现你参与过此类活动，可能会把你的账号等级降级，甚至不再让你参加官方组织的活动。”