

央视3·15晚会聚焦网络信息乱象

口碑营销玩操纵 上网数据被滥用



“口碑机构”左右搜索结果

当你想要得知某个公司或品牌的口碑好坏时,是不是首先会上网搜索?殊不知,看似可以信赖的互联网评价、文章或信息,却被一些“口碑机构”暗中操纵。

晚会上,一种能肆意篡改评论并左右搜索结果的“口碑营销”被曝光,多家互联网企业可以为客户提供“口碑服务”。他们不仅可以变身网络水军刷好评、冒充真实用户自问自答误导网民,还能伪造、篡改标题评论、左右搜索结果,甚至删除负面网络信息。更新鲜的是,口碑机构有一种技术称为“万词霸屏”,消费者搜索上万个关键词,在跳出的信息中,机构服务的客户名字都能排在前面。

被曝光的“口碑机构”涉及深圳英迈思信息技术有限公司上海分公司、上海珍岛网络科技有限公司、上海牛推信息科技有限公司、上海顶匠信息科技有限公司、四川刻羽云信息科技有限公司上海办事处等。国家企业信用信息公示系统(上海)显示,这些企业分别注册在奉贤、静安、金山、嘉定等区。昨晚,本市属地市场监管局执法人员已连夜前往企业注册地进行调查。而英迈思官网上的“犀牛云·口碑营销”栏目,也已无法打开。

上网大数据被贩卖滥用

浏览了网页,没留电话号码,却莫名接到一些骚扰电话,这是很多消费者有过的经历。针对上网行为的大数据被滥用导致个人信息泄露问题,晚会点名曝光了融营通信、上市公司容联云旗下容联七陌、杭州以渔等企业。

根据记者暗访,融营通信公司可以通过

昨晚,一年一度的央视3·15晚会准时开场。今年晚会,以“公平守正 安心消费”为主题,曝光了13个问题,包括口碑营销公司、免费Wi-Fi、“土坑”酸菜、主播打赏、儿童智能手表、电动自行车、非标线缆、医美培训等。晚会还首次设置了3·15信息安全实验室,重点关注网络信息安全与儿童互动产品信息安全。

记者发现,在日常生活已离不开网络的年代,多个曝光案例与互联网及数字经济息息相关,传统的食品安全问题、产品质量问题比重有所下降。“口碑营销”机构篡改网络评论,消费者浏览网页后接到骚扰电话,电商直播间里唱起了“双簧”……置身互联互通的网络与大数据时代,千头万绪的网络信息真假难辨,消费者个人隐私安全也难有保障。



给钱就屏蔽负面信息,“口碑营销”机构套路多 图 IC



闵行的英迈思上海分部人去楼空 本报记者 陈灵玮 摄

外呼系统,为客户提供骚扰电话拨打服务,只是话术进行了伪装,例如跟消费者说“此前有过沟通”等。而外呼系统可以隐藏主叫号码,防止被投诉。据公司员工表示,通过这种“陌拜”(陌生拜访)电话,公司每分钟向客户收取

0.1元话费,一年纯话费收入就将近1亿元,服务客户达两万多家。

此外,还有一些公司为骚扰电话提供大数据支撑,包括杭州以渔信息技术有限公司、郑州绿牵网络科技有限公司、上海乘移信息

技术有限公司等。一位负责人表示,虽然用户没有留下手机号码,但只要浏览了网页,通过手机上对应的MAC号(手机识别码)就能匹配到手机号。而经过记者验证,公司提供的手机号用户确实曾浏览过对应网页。

事实上,往年央视3·15晚会就曾曝光售楼处通过机器人向用户拨打骚扰电话,一个智能机器人每天可以打出5000多个骚扰电话。去年11月,《个人信息保护法》正式施行,明确任何组织、个人不得非法收集、使用、加工、传输他人个人信息,不得非法买卖、提供或者公开他人个人信息。可如今,在黑科技的加持下,骚扰电话仍是一条“黑色产业链”,大家都是没有隐私的透明人。

翡翠直播都是“戏精”

晚会曝光了翡翠直播的种种乱象——宣称来自缅甸实则是在昆明办公,虚假宣传自导自演,宣称珠宝工厂厂主的主播身份更是胡编乱造。直播间里的“刺手式”砍价、在边境线走私代购原石等剧情,更是一群货主和主播在“唱双簧”。

比如在“永德祥玉器店”直播间,主播挖空心思编造身份。拥有三个直播基地、20多个直播间、主打代购模式的“石力派”直播间,主播会把货主请来砍价,甚至上演“冒着生命危险,携款百万,替粉丝们去中缅边境代购超值翡翠原石”的离谱剧情,开价200万元的原石,被砍到了19万元后卖出。而实际上,这是在腾冲市区附近山上演出来的。

而“承泽翡翠”直播间将现场布置成缅甸市场,货主穿缅甸服装,说着半生不熟的缅甸语,美其名曰缅甸代购,其实直播间就在昆明一栋办公楼内。至于直播间的翡翠原料,也可能是来自危地马拉的翡翠,品质较差,业内简称“危料”,价格只有缅甸翡翠的约十分之一。

颇具戏剧性的是,晚会曝光时“石力派”直播间正直播,大量粉丝涌入留言称“3·15晚会正在曝光你家。”10分钟后,直播中断。

本报记者 金旻隼

关注食品安全

老坛酸菜竟是「土坑」腌制

统一、康师傅「封存」涉事产品

老坛酸菜竟是在“土坑”腌制,工人光脚踩,甚至将烟蒂直接扔到酸菜上……昨晚,央视3·15晚会曝光湖南插旗菜业、湖南锦瑞食品有限公司等多家食品加工企业,为多家知名食品企业代工酸菜制品时,使用的是卫生堪忧的“土坑酸菜”。

事件曝光后,“老坛酸菜”一词迅速登上微博热搜。有网友表示,自己前不久才吃了老坛酸菜方便面,实在无法接受。与此同时,多家电商平台纷纷下架老坛酸菜方便面。记者在京东、淘宝、盒马等平台已搜索不到“老坛酸菜”相关商品,而以“酸菜”为关键词搜索时,一些店家在商品详情中标注了“非土坑酸菜”。

“中枪”的还有方便面企业统一和康师傅。统一企业中国发布公告称,统一已于3月15日当天在长沙市市场监督管理局的现场排查下,对采用的酸菜包原料及相关留档记录进行了彻底检查,并立即停止了湖南锦瑞公司的供应商资质。同时,统一对相关的酸菜包产品已全部进行封存。康师傅则发布声明表示,湖南插旗菜业有限公司是该公司酸菜供应商之一,康师傅已立即中止其供应商资格,取消一切合作,封存其酸菜包产品,积极配合监管部门调查与检测。

对于插旗菜业官网信息中提到,“产品直供肯德基”。肯德基昨晚也火速回应称,插旗菜业不是肯德基的供应商,跟公司没有任何关系,已勒令其马上撤下官网不实信息。 本报记者 裴颖琼

关注产品质量

非标电缆存在安全隐患 电动自行车被厂家“解码”

与电相关产品的安全关乎生命安全。昨晚的央视3·15晚会调查发现,电线电缆、电动自行车等与消费者生命安全息息相关的产品,却隐患重重。

在华南一带最大的五金市场——广佛机电五金城内,部分商家在售卖国标电缆的同时,也经营非标电缆。“世海电缆”“生科电缆”“穗讯电缆”等非标电缆,虽然外包装与国标电缆一样也有合

格证等标识,但电缆里的铜丝含量却比国标电缆少,通电后更易发热,绝缘层不如国标电缆那样耐温、绝缘,存在相当大的安全隐患。

另一个涉及产品安全问题的曝光案例,是电动自行车的“解码”改装。根据《电动自行车安全技术规范》强制性国家标准规定,电动自行车时速不超过25公里(小时),厂家出厂的电动自行车软硬

件均应有防篡改设计,以防被擅自改装或改动最高车速。

然而,生产厂家却将产品“解码”了。哈啰、绿源、新日、金箭、台铃等多个品牌的电动自行车专卖店都表示,能通过“解码”将车速提高到每小时35-40公里。无锡生产电动自行车的江苏蓝君科技有限公司,不但为经销商准备了限速解码装置,还能让电动自行车仪表不显示超速。小牛电动自行车上海总代理也称,厂家提供了解码装置。欧派、小刀、绿能等多家电动自行车厂家,都为经销商准备了解码装置。

央视曝光后,当地执法人员已到厂进行调查。小牛电动自行车昨晚连夜回应称,内部正在核实。

本报记者 罗水元

关注儿童消费

儿童智能手表泄露隐私 校外小店抽奖藏骗局

央视3·15晚会也关注围绕在儿童身边的消费安全乱象,无论是儿童智能手表窃取用户信息,还是校门口小店抽奖游戏横行,都让孩子们防不胜防。

近年来,不少低配版的儿童智能手表在各大电商平台热卖,隐私安全却值得关注。在315信息安全实验室测试中,

工程师将一个恶意程序植入一款有着10万+销售记录的儿童智能手表,实现了对手表的远程控制,可以对孩子实时定位、不间断收集移动轨迹、圈定活动范围,甚至还能实时听到孩子和家人的聊天内容,看到孩子放学在书桌前做手工。

儿童智能手表成了一双偷窥的眼睛,

根本原因在于操作系统过于老旧。这款手表使用的竟然是没有任何权限管理要求的安卓4.4操作系统,距今已将近10年,而它的最新版本已更新到了安卓12。

除了信息安全问题,校园周边的抽奖游戏也如毒瘤般吸引着孩子们掏钱。央视记者发现,不少小学周边有很多文具店、小卖店,里面充斥着各种各样的抽奖游戏,有些奖品还是“三无”产品,打开后有股刺鼻味道。抽奖游戏吸引着缺乏自制力的孩子们一次次掏钱,甚至深陷其中、难以自拔。调查中,记者对很多沉迷抽奖游戏的孩子进行劝导,但几乎都无功而返,他们坚信幸运总有一天会到来,还称“赌一波单车变摩托”! 本报记者 杨硕