

订

医患互信需要降维沟通

如果把公共服务当成单纯的交易,那么出资者的愿望当然应该最大程度得到满足。你要剖腹产,医生就不能选择顺产;你要孩子当上课代表,教师必须言听计从。

然而,公共服务的逻辑真的能那么简单吗?

提供公共服务的专业人员不仅是服务者,也是道义的主持者,代表着相关领域的权威。人们之所以能对专业人员产生尊敬,保持信任,就是因为公共服务在普通的等价交换之外,拥有那些最为基本的原则,不为外来的干扰所撼动。只有这样,公共服务的接受者在不合理的诉求未得到满足时,才不会感到被怠慢。

让别人尊敬你,你首先要提供值得被尊敬的东西。专业能力固然很重要,但在专业之外,也要让人看到人性的光芒。现在都在讲人工智能,但很多事务依然是人工智能难以替代的,尤其是牵涉到人类复杂感情的时候。专业是冰冷的,是高维度的,但让人们感受到专业的关怀,可以有将心比心的温暖,而且是一种降维的温暖。(中国青年报)

法院拍卖宠物并非不近人情

据报道,近日,一条司法拍卖信息火了:北京市朝阳区人民法院将拍卖一条柴犬,起拍价500元。柴犬在寄养服务中心待了1300多天,其间主人只接过一次,养了一周。不靠谱的原主人弃养了它,也让寄养中心长期蒙受损失。而法院的做法,恰恰在维护法律尊严的同时,兼顾了人情与动物权益,既给柴犬找了负责任的新主人,也可以让宠物寄养中心及时止损。寄养中心向朝阳法院执行局申请通过拍卖寄养物的方式取得一部分执行款,是合理合法的维权诉求。总之,再渺小的生命都应该被人温柔以待,但愿司法拍卖能让遭受遗弃的宠物们遇到温暖的新主人。(光明日报)



不能让最低消费成“痼疾”

餐饮最低消费问题由来已久。当前,最低消费已不局限于高档中餐馆,西餐、火锅店等均有涉及。虽然不少餐馆取消了最低消费,但取而代之的是其他各式各样的费用,包括包间费、指定消费高价菜、收取高额茶位费、限制特价菜消费、提高菜式价格,等等。设置最低消费,强制消费者消费超出其实际需要的餐饮,既侵害了消费者的自主选择权、公平交易权,涉嫌强制消费,同时也违背了绿色消费等国家大力倡导的消费理念。

保障消费者“舌尖上的选择权”,有关部门要积极亮剑,不能让最低消费成为餐饮行业“痼疾”。(经济日报)



态度新闻

数据造假成点评类网站“潜规则”?

马蜂窝承认数据造假行为

此前,乎睿数据提供的数据显示,马蜂窝的海量点评中85%以上来源于竞争对手网站,马蜂窝的2100万条“真实点评”中1800万来自于抓取其他网站。马蜂窝上有7454个抄袭账号,合计从携程、艺龙、美团、Agoda、Yelp上抄袭搬运了572万条餐饮点评与1221万条酒店点评。

而马蜂窝在回应中先是承认了数据造假的问题,其次表示没有文中所述的那么多。“点评内容在马蜂窝数据量中仅占比2.91%,涉嫌虚假点评的账号数量占比更小,马蜂窝已对这部分账号进行清理。”

但这样的说法又被对方指出“偷换概念”。

几天后,在马蜂窝召开的新品发布会上,其CEO也当场承认,数据造假问题是存在的,只是文中所述内容与事实不符。有业内人士表示,数据造假问题已经是业内的一种“潜规则”,有人的地方几乎就有数据造假的问题,而目前不论是行业还是个体,都很少对该问题进行重视和追责,也就使得数据造假进一步成为一种“潜规则”。

数据造假是初创公司“捷径”

据业内人士介绍,在数据造假上,有两种造假的需求主体,一是商家,二是平台。对商家来说,在具有影响力的平台刷单、刷量,可以提升商家的排名和影响力,更多的好评和更靠前的影响力会影响消费者的消费决定,从而为自己赢得更多的生意。因此,在许多电商网站上,甚至许多线下的营销公司等纷纷做起了代理生意,指导商家如何通过各种途径,包括刷单、促销、刷评价等方式,为自己带来利益。

一位餐饮店铺的老板对记者表示,“现在许多消费者都依靠网络平台寻找店铺,因此我们很重视这块。找了专门的营销公司帮着做,他们先帮我们提升店内的浏览量和点击率,然后再提升交易量和好评数,很有一套。假的带真的嘛,现在店里客人真

的比之前多了很多。”

而对平台来说,为何对许多商家刷评论或刷单的行为“睁一只眼闭一只眼”,甚至平台自己也会偷偷去刷呢?因为对许多内容平台来说,数据就是生命,只有平台整体保持有足够多、足够优质的评价,消费者才会形成一种使用习惯,真实的消费者打开次数多了、消费次数多了,就会带来更多的消费与评价。另一方面,是融资的需要。拿给投资人一份好看的数据,是每个初创公司的共同追求,短期内提升数据很难,数据造假可能是一条“捷径”。

此前有平台被发现大规模搬运其他平台的评价,该平台承认了存在店铺违规转载的情况,并表示:“该事件发生是因为平台新上线试运营的推荐栏目,在未经授权的情况下对相关内容进行了违规转载。”平台新栏目上线,没有评价怎么办?转载其他平台的,这也是很多评价类平台都存在的问题。

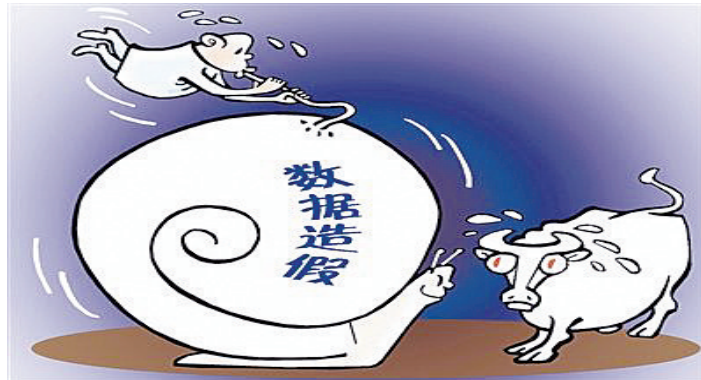
刷单成本低至2元起

记者调查发现,这种机械的刷单价格十分低廉,由于刷单、刷量、刷评论等相关技术已经很成熟,因此造假的成本其实非常低。

例如在微博平台,一家专门做微博营销的公司开出的价格是5元起,“微博转发,点赞,微博投票,价格分别如下:首次体验价5元100个,100=10元,1000=80元,1万=600元;评论:30元=100个(注:指定一条微博至少100次起刷,不够100按100算)。去别人微博底下评论的赞,最低30元100个,微博阅读量10元1万,80元10万;视频播放量20元1万。”这家公司同时帮助用户增加粉丝,粉丝还分为初级、高级、精品和顶级几类。

而为视频网站的作品刷量,报价2元起。据一家营销工作室负责人介绍,目前所有的视频网站包括优酷土豆、腾讯、爱奇艺、搜狐、乐视、PPTV等都可以操作“刷量”,价格不等。一些刷量的商户显示月销近5000笔,由此获得的不法收益也较为可观。

而一位做“水军”业务营销公司



的老总告诉记者,一部影片在豆瓣的刷分投入在5000元起。他说,基本上每部影片或电视剧在推广期都有安排豆瓣刷分、微博炒作等渠道。虽然豆瓣方面一直查得很严,但豆瓣对影视作品来说还是非常重要,因此大量公司还是会去做。他说,一般刷分不能单纯刷,还要和长短评论、点赞、讨论区搭配起来做,而这个价格通常是比较高的,“长短评、讨论区、点赞都有单价,就看项目需要多少量。”

而对于餐饮类平台,价格则相对较高,询价中一公司介绍,“专业团队操作点评,点评价格3到6星VIP账号是60元一条,1到2星账号是40元一条。量大可以优惠。”为了保证可信度,对方还表示只用当地账号写。

平台也会主动抓取内容

而平台自己也会利用“爬虫”等技术手段抓取用户信息或评论。据一位工程师向记者介绍,一些网站可以利用“网络爬虫”来抓取,“爬虫”就是将正常人可以浏览的内容,用公开的查询接口读取出来,再归纳成文档。由于评价的内容是公开的,因此很容易被“爬虫”抓取,一些网站不仅抓取评价内容,连注册用户的内容也完全照搬。

例如,小红书就曾被一网站批量侵权。多位小红书用户称,自己在小红书上的原创内容遭到点评网“达人”栏目的搬运,将自己的账号、头像和图片内容都搬运到点评网上。点评网回应称,经调查,该事件发生是因为点评网新上线试运营的推荐栏

目在未经授权的情况下对相关内容的刷分投入在5000元起。他说,基本上每部影片或电视剧在推广期都有安排豆瓣刷分、微博炒作等渠道。虽然豆瓣方面一直查得很严,但豆瓣对影视作品来说还是非常重要,因此大量公司还是会去做。他说,一般刷分不能单纯刷,还要和长短评论、点赞、讨论区搭配起来做,而这个价格通常是比较高的,“长短评、讨论区、点赞都有单价,就看项目需要多少量。”

刷单刷量者要承担法律责任

事实上,刷量行为不仅会降低网站或商户的信用,更会造成不公平竞争。上述案例中不少平台或公司都由此被告上了法院,最终被法院判处赔偿。

不过,为何还有大量的刷单、刷量行为呢?据一营销公司介绍,一是由于商家刷量的同时,也会为平台增加活跃度,因此很多平台睁一只眼闭一只眼,不会进行举报;二是举证难,许多营销公司刷量时会利用人工、技术等多种手段,伪装成真实评价,不易被发觉,更不易被取证;三是维权成本高,走司法途径等需要花费一定的时间成本和经济成本,而且最终被赔偿的金额也不高。

不过,上海徐汇法院知识产权审判庭庭长王利民则认为,应当维权。他说,在现代社会信息化浪潮中,信息、数据成为推动社会进步的重要力量,大数据以及相应应用技术尤为重要,已经成为市场经营者掌握竞争优势的重要因素。法律制度对于大数据信息所蕴藏巨大商业价值的保护与规制,应秉持保障交易安全、促进技术发展、尊重诚实信用以及公认商业道德的基本思路,刷量的行为会损害视频网站的商业利益,也会损害消费者的合法权益,应承担相应侵权责任。(北京青年报)