

昨天，“大号”刷阅读量的消息在网上炸开了锅。事实上，从前天开始，一则“公号刷量工具崩了”的消息不胫而走。一些平日轻松可达数万阅读量的“大号”瞬间被打回原形，阅读量大幅缩水。

青年报记者调查发现，自从2014年微信公开阅读量后，就催生了刷阅读量和点赞数的灰色产业链。在淘宝上随便一搜，就出现了几十家刷阅读量的店铺。对此，腾讯官方昨天回应说，将继续加强技术手段，确保平台的真实、公正和公平。

青年报首席记者 范彦萍

微信刷量工具崩溃 大V现原形?

业内：刷阅读量成“捞钱”产业链 微信：不欢迎任何虚假繁荣

【记者调查】

阅读刷量服务到处有卖，价格不贵服务很全

记者昨天在淘宝上输入“微信刷量”的关键词，立即跳出来许多店铺，其中一家名为“伊莎贝尔恋人”的店铺显示的月销量达到了62582次，光评论就有2219次。不少买家给了五星好评，“服务态度很赞，效果超级棒，还会附赠一些，非常划算”，“超级给力，全五星大赞，以后会常来！”还有一位买家担心地表示，“阅读量瞬间增加也挺牛逼的，就是太快了，速度有点吓人。”

昨天，记者咨询了客服价位，对方表示，“现在的价格是1000阅读量30元。”记者佯装，“这个价格太贵，很多店铺开出的是1000阅读量10元，为何你们那么贵。”该客服表示，“大家都涨价了。另外刷的速度很慢很慢，需要的拍下，急单勿下。”记者随后又追问如果要刷10万阅读量需要多少，对方回答说，“估算不了，正常情况下都是24小时左右完成，或快或慢。有的是机器做的，有的是人工。”记者随后又查看了其他店铺，大多店铺的服务很全，有微信阅读数推广、点赞、关注回复、阅读量推粉等。

据上海一家有120万粉丝的超级“大号”的创始人黄先生(化名)透露，“其实只要看发布文章的内容就知道是不是掺假。作为业内人士一看就心里有底了。譬如我们自己的号，有一篇文章晚上9点半发布的内

容，到了凌晨2点多阅读量就破10万了，这是比较正常的。”当记者问及该号如何吸引百万粉丝时，对方透露说，有正当渠道的广点通可以吸粉，但花费也非常厉害。

另一个“大号”的创始人柴先生(化名)透露说，其实刷阅读量已经是不少“水号”公开的秘密。“我们有个公众号联盟群，平时会互相交流，群里不时传出小道消息，吐槽谁谁谁又在刷阅读量了。但因为没有真凭实据，大家都只是猜测。”

柴先生透露说，在新榜上会公布各家的监测数据，但也只能作为参考。“其实，像我们做公号很久的，一路走来，很清楚如何吸粉，什么样的文章大致阅读量是多少。但我们在研究别的号的过程中会发现一些蹊跷的事，譬如晚上8点推送的文章，到了凌晨12点阅读量才1000多，但到了第二天一早9点就变成一万个了。这个阅读量的增长很可疑。再譬如有的文章，第一天的阅读量是1000，第二天是2000，到了第三天就破万了。用句时髦的话就是这不科学，因为通常而言，文章发布的前24小时是阅读量最多的。”

他还透露说，作为普通的读者是很难发现当中的套路的，因为一般只会打开一次文章，但作为业内人士，他会分析一些公号的运作模式。

底裤被腾讯扒掉，“大号们”或停更或辟谣

昨天，腾讯科技曝光了部分刷阅读量的公号的名称，有“首席娱乐官”、“金融街李莫愁”、“互联网那些事”、“罗超”等。本报记者加了不少公号负责人的微信，均没有回复。其中，“首席娱乐官”是一家公司运营的，负责洽谈商务合作的工作人员非常警惕，称一定要说明是哪家公司，准备投放哪类文章，才准予报价。除了“罗超”等个别公号外，其余多家截至昨晚9点均没有更新9月29日的文章。而“格调”更是将更新日期停止在了9月27日，当天该公号头条文章的阅读量在86755。9月26日的头条文章10万+。据公号“可欧洲”撰写的《大爆料！这些零粉丝公号靠刷阅读接广告收入上亿》中爆料，“格调”因为数据太难看，索性将9月28日的文章删除了。

这些被曝光的“大号”中，只有“罗超”等个别“大号”更新了最新的文章。打开他的公号，头条文章是《大事必有躺枪者，但我真没刷数据啊……》，该文章的阅读量截至昨晚10点半达到了6000多。罗超解释说，“今天腾讯科技报道了微信公众账号刷阅读量的问题，一时之间掀起轩然大波。其中一篇文章将我的个人自媒体‘罗超’用作例证，指出我的

微信图文阅读28日的超过1万，而今天的阅读量只有数百，并将我与其他刷阅读的‘大V’进行对比，暗示这个号的底裤也没了。此文一发，大量的用户涌入我的微信围观本号，还有一些人来‘问候我’。我写这篇文章主要是要告诉大家：我的底裤还穿着……腾讯科技此图、此文并未造假。然而，对于这种仅仅统计一篇文章的阅读量，就判定一个公号‘刷数据’的做法，我认为其有失公允。大家可以翻看我的历史文章。没错，我的微信阅读量一直以来都不高，我也从来没有希望将微信阅读量‘刷’高进而跻身‘大V’行列，否则我不可能只对个别文章‘刷阅读’。”

那么，被腾讯科技曝光的那些公号这几天的阅读量到底几何呢？本报记者分别打开他们的近日来的头条文章进行了比对。其中，“首席娱乐官”9月28日、27日、26日的头条文章阅读量分别为5492、13781和14980；“金融街李莫愁”9月28日、27日、26日头条文章阅读量分别为9275、39620、38911；“互联网那些事”9月28日、27日、26日的头条文章阅读量分别为10036、39077、41354；“罗超”9月28日、27日、26日的头条文章阅读量分别为1222、11290、3133。



阅读刷量服务到处有卖。

青年报记者 吴恺 摄

业内 | 刷阅读和点赞已成为成熟产业链

据腾讯科技透露，此番可能是因为微信官方又调整了一些后台接口，技术屏蔽了刷单工具的操作。而这种大的调整，在8月中旬已经有过一次。也许这类调整往后会愈加频繁。

昨天下午5点多，记者联系上了腾讯公关，对方发来“微信团队关于公众号‘刷量’的回应”，该回应称，“今天上午，不断有人向我们反映公众号‘刷量’的问题。随着平台的壮大，刷阅读量、刷点赞数已经成为一条较为成熟的黑色产业链，平台与黑色产业链之间的技术对抗一直存在，并且在不断升级。我们也会继续加强技术手段，确保平台的真实、公正和公平。”

该回应还称，“我们坚持认为：任何虚假的数据，对那些尊重游戏规则的玩家都是极大的伤害，平台也不欢迎任何虚假的繁荣。同时，我们相信，一个平台的健康发展，除了游戏

规则的健全以及坚决执行以外，也包括所有生态上的运营者的共同自律，希望大家共同维护微信公众平台的健康发展。”

据一位知情人士透露，在公众号最火的近几年，大量自媒体人涌入，其“数量可观”的阅读量让很多原本期望正规媒体报道企业转而投向自媒体名下。“对于企业来讲，自媒体比起媒体更为可控，如若从阅读量看影响力，未必低于正规媒体，最主要的是，他们的需求太简单，无非是要点钱而已。”基于这样的逻辑，“自媒体——企业公关部门——企业领导”的链条已然逐步形成。作为中间层的企业公关部门，同样由于自媒体可控，也在试图增加自媒体在传播组合中的分量，原本从事公正报道的严肃媒体反倒被降低权重，从而向公司上层传达对企业极为正面的舆论，以完成自身KPI(关键绩效指标)。

快评 | 别让泡沫诱导资本“脱实向虚”

昨天的微信朋友圈，传来一阵阵看穿了皇帝新衣的哂笑。由于刷阅读量工具失效，一些“大V”公号阅读量呈现“断崖式”下滑，原来动辄数万单篇阅读量，一下子跌到了区区数千甚至几百。

“退潮之后才知道谁在裸泳。”这次刷量工具的意外失效，暴露了以微信公号为主体的自媒体行业的巨大泡沫。此前，无论对于广告主、微信平台还是写手，刷高文章流量已经司空见惯，甚至淘宝上的刷量产品价格也是屡创新高。尽管众人都对阅读数的真实性心存疑虑，但不断涌现的“十万加”文章，还是撑起了越发热闹的自媒体行业与与日俱增的自媒体广告开价。

泡沫破裂，受损的绝不仅仅是读者那点碎片化的时间，而是整个互联网经济生态。在人气即投资价值的

互联网产业中，人气被具象化为点击率、阅读量、粉丝数。刷出来的“量”把真实的价值泡沫化。而市场异化的结果，就是“劣币驱逐良币”，损害整个产业的健康发展。

公众号的泡沫是当前互联网产业泡沫的一个缩影。电商的刷单、应用商店的刷量、网约车的刷补贴、公众号的刷阅读量等等，都是危害互联网产业的病毒。与之相随的后果，则是动辄数千万乃至上亿元的企业估值，吹起了一个个虚胖的企业。

泡沫的可怕，不止于泡沫本身，更在于扭曲的价值对其他行业产生的“虹吸效应”。警惕泡沫，更要警惕容易产生泡沫、甚至热衷制造泡沫的规则。一旦虚假繁荣的市场诱导资本“脱实向虚”，受到危害的可能是整个国民经济的健康发展。 据新华社电