

羊毛党防范与应对

——基于薅消费券羊毛分析

郑丽丹, 毛玉慧, 王美珍, 温紫薇, 黄仪晴, 许德武

浙江师范大学经管学院, 浙江 金华
Email: 1206863671@qq.com

收稿日期: 2021年3月29日; 录用日期: 2021年4月20日; 发布日期: 2021年4月27日

摘要

近年来, 随着电商促销模式的逐渐成熟和固化, 伴生了不少有规模有组织的专业羊毛党, 身处互联网灰色地带的他们利用电商平台的运营规则与漏洞, 套取差价, 赚取佣金。疫情后, 为了促使经济复苏, 政府发放了大量的消费券, 然而在全民掀起抢券热潮的同时, 黑灰产业链的羊毛党也闻风而来, 迫不及待地利用已有的技术手段利用漏洞将消费券套现从而非法获利, 对疫情后经济复苏产生阻碍。本文从“薅消费券羊毛”这个角度入手, 由绍兴两姐妹的事件出发思考, 在深入研读国内外文献的基础上, 经过问卷调查, 从政府、商家、消费者和相关平台四个维度探讨“薅消费券羊毛”的防控措施, 从而延伸至对电商良好生存环境与诚信健康的电商交易市场体制的倡导呼唤。

关键词

羊毛党, 消费券, 乘数效应, 防控措施

Prevention and Response to the Econnoisseur

—Based on Getting the Best Deal with Consumption Coupons

Lidan Zheng, Yuhui Mao, Meizhen Wang, Ziwei Wen, Yiqing Huang, Dewu Xu

School of Economics and Management, Zhejiang Normal University, Jinhua Zhejiang
Email: 1206863671@qq.com

Received: Mar. 29th, 2021; accepted: Apr. 20th, 2021; published: Apr. 27th, 2021

Abstract

In recent years, with the gradual maturity and solidification of e-commerce promotion models,

many large-scale and organized professional fleece parties have emerged. In the gray area of the Internet, they use the operating rules and loopholes of the e-commerce platform to obtain the price difference and earn money. After the epidemic, in order to promote economic recovery, the government issued a large number of consumer coupons. However, while the whole people were rushing to grab coupons, econnoisseur in the black and gray industry chain heard the news and couldn't wait to use existing technology to exploit loopholes to consume. It brings an obstacle to the economic recovery after the pandemics. This article starts from the perspective of "getting the best deal with consumption coupons" and is based on the incident of "two sisters from Shaoxin". Through questionnaire surveys, this article will discuss the prevention and control measurements to this situation from four dimensions including government, merchants, consumers and department concerned after the further study of domestic and foreign literature. The prevention and control measures of "getting the best deal with consumption coupons" extend to the call for a good living environment for e-commerce and an honest and healthy e-commerce trading market system.

Keywords

Econnoisseur, Consumption Vouchers, Multiplier Effect, Prevention and Control Measures

Copyright © 2021 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

近年来,随着电商促销模式的逐渐成熟和固化,伴生了不少规模庞大、组织严密的专业羊毛党,职业水军的刷差评等现象也层出不穷。我国在疫情后为了刺激经济,发放了大量的消费券。但就在全民掀起抢券热潮的同时,也有羊毛党也闻风而来,迫不及待地“薅消费券羊毛”,利用不法手段将消费券兑换成现金。

2. 消费券的实质与案例选取

根据“生命周期消费理论”,人们的消费开支受到很长时间范围内收入的影响[1]。受到疫情影响,许多人会因为面临失业、生意无法进行等情况缺少对未来收入的保障,从而选择消费降级,减少消费。消费降级不利于经济的复苏,政府为了防止经济陷入消费者不敢消费、促使工厂的产品卖不出去而停产的死循环,做出增加公共支出的决策,在全国各大城市发放消费券,金额超过 100 亿。

然而在消费券实行的过程中,钻漏洞、“薅羊毛”的情况也不在少数。绍兴日报报道了一起“薅消费券羊毛”事件:绍兴两姐妹分别为饭店和水果店的商家,由于水果店无法核销餐饮消费券,妹妹便使用姐姐的饭店收款码,记账后对账分钱。除此之外,两姐妹还开展 8 折收购餐饮券,截止被查获,姐妹俩已陆续非法获利一万余元[2]。通过该案例可知在没有严密的使用限制与监控条件下,商家与用户不免钻空子、动歪脑筋。消费券核销仅仅通过识别收款码属性远远不够,借用收款码、更改店铺信息等就可以简单操作。

在凯恩斯的经济理论中,政府在经济萧条时期,通过增加公共支出,增加国民收入,促使总需求成倍扩大,从而促进企业再生产,带动就业和消费,以此形成良性循环,该手段称为“乘数效应”[3]。国家发行消费券的目的是为了刺激消费,拉动经济发展,通过对市场的不足进行宏观调控以及结合市场

自身的市场调节使国民经济恢复或发展稳定，这是拉动经济发展的一种手段，也是保证社会再生产协调发展的必要条件，而“薅消费券羊毛”事件就是在窃取国家的公共支出，故防控措施的完善与实施迫在眉睫。

3. 关于消费券薅羊毛态度研究：基于调查问卷数据分析

出于把握“薅消费券羊毛”的现象情况，本调查组在消费券发放一定时间后发布网络调查问卷，经过5日的调查数据汇总，共计收回397份有效问卷。在被调者填写问卷前，充分说明清晰羊毛党的含义与定义标准。

3.1. 八成以上网民有过薅羊毛的经历且对此具有好奇心

在调查中薅羊毛经历的问题中，60.9%的人有薅羊毛的经历，39.1%的人没有薅羊毛的经历。对于是否会选择尝试薅羊毛的机会，33%的人选择不会，而67%的人选择会。

从以上问题数据中可以明显地看出，有三分之二的人都有过薅羊毛的经验，且没有尝试过的人也愿意去试试。也许他们第一次“薅羊毛”是猎奇的心态。但如果他们真的可以从中获利，想必会有接下来的第二次、第三次以及无数次。如果“入坑”的人继续向周围人推广安利，“羊毛党”的规模会呈指数化暴涨，这就是“羊毛党”群体最令人恐怖之处，有如“蟑螂繁殖”的速度。所以国家、相关政府机构必须要采取有效、及时的措施防止这一可怕的群体继续发展。

3.2. 网民对“薅消费券羊毛”行为标准判定了解程度不足

关于对薅羊毛的认知问题，72%的人认为转卖消费券属于薅羊毛行为，而28%的人认为转卖消费券不属于薅羊毛行为。对于消费券，54%的人都清楚其使用规则，25%的人较为模糊，剩下21%的人对消费券的使用规则并不了解。对于消费券平台判别不正当行为标准的了解，51%的人是较为清楚的，28%的人较为模糊，但是有一定的了解，21%的人士对消费券平台判别不正当行为标准是不了解的。

从以上问题的数据可以清楚，很多人对消费券都是有一定了解的，也清楚转卖是“薅羊毛”的行为。但对于消费券使用规则和不正当行为标准了解的就只占半数了，将近一半的人不太清楚，所以他们很有可能在无意中薅到“消费券”羊毛。所以，政府需要让大众了解这些规则和标准，防止无辜的消费者成为“羊毛党”的帮凶。

3.3. 网民积极抵制“薅消费券羊毛”

关于薅羊毛，72%的人对组织薅消费券的形式表示不赞同，22%的人表示无所谓，剩下6%的少数人表示赞同。关于消费者认为是否需要用一定的手段抵制羊毛党，74%的人认为需要，而16%的人对此表示无所谓，剩余10%的人认为不需要。

从以上问卷数据可以看出，大部分人不赞同有组织地薅消费券羊毛的行为，并且认为需要采取一定措施抵制。这说明大多数群众的消费观念都是理性的，人们对“薅羊毛”行为的抵制，为后续政府采取相应措施奠定了基础，有利于监管与防御的顺利实行。

3.4. 防控薅羊毛行为需要多维度考虑

对于无法预防薅羊毛行为的原因，34%的人认为法律体系不够完善，30%的人认为技术支持不够，23%的人认为平台的支持力度不够，剩余13%有其他原因。对于羊毛党，31%的人认为可以通过加强法律界定和社会道德倡导去抵制薅羊毛行为，27%的人认为可以通过加大技术资金来抵制羊毛党。

从以上两个问卷数据可以看出，原因大多从技术、法律、平台方面考虑，相应的防御措施也是从技

术、法律以及社会道德的约束方面考虑，所以人们对消费券的管理存在的漏洞以及防范措施都有一定的了解，同样为后续政府采取相应措施奠定了基础，有利于针对性监管与防御的顺利实行。

3.5. 薅消费券羊毛给“羊毛党”带来的收益与给政府造成的损失回归分析

按照自变量薅消费券羊毛产生的盈利与因变量给政府造成的损失之间的关系，如图 1 所示，使用回归分析法描述它们之间存在的某种线性相关关系。之后，根据表 1 中数据，按照 95%的置信水平，计算出该组数据的显著性水平。P-value 在(0.01, 0.05)区间范围内，说明差异显著，即两组数据相对可靠，有较强说服力。

Table 1. Analysis of variance of data on the revenue and government losses brought to the “Econnoisseur” by collecting the consumption coupons

表 1. 薅消费券羊毛给“羊毛党”带来的收益与政府损失数据方差分析

方差分析：单因素方差分析						
方差分析						
差异源	SS	df	MS	F	P-value	F crit
组间	15.0224	1	15.02235	6.280962	0.017482	4.149097
组内	76.5353	32	2.391728			
总计	91.5576	33				

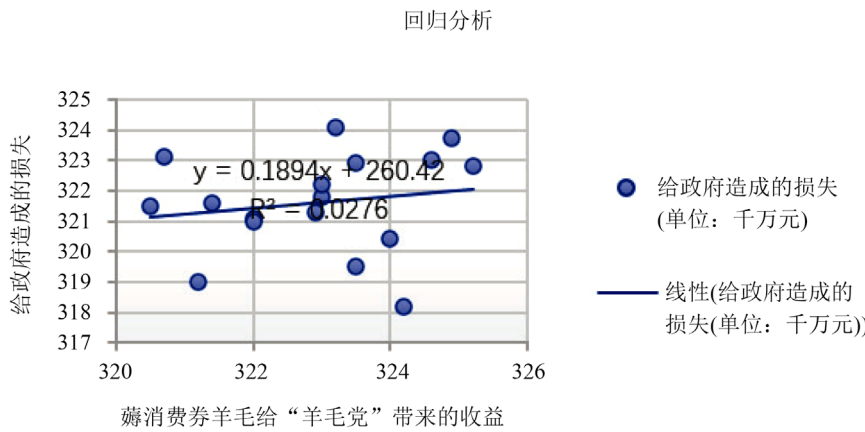


Figure 1. Diagram of the relationship between the revenue brought to the “Econnoisseur” and the government’s loss by collecting the consumption coupons

图 1. 薅消费券羊毛给“羊毛党”带来的收益与政府损失关系图

4. 多维度的防控措施建议

4.1. 政府需要做好事前防控，也要做好事后监控

在发放消费券之前，政府应要求各相关部门做好事前防控，了解熟悉投放平台是否实名制、安全性、用户领券时是否能排除风险、撤销追回时的风险防范与风险监控等问题。政府部门须加强对申领消费券的人员、商家的信用监管，还须做好“下半篇文章”，跟进加强监督管理工作，让消费券按照既定的设计落地有声。

在技术上，应当针对“羊毛党”所采取的虚拟定位等欺骗手段使用大数据等新技术加强监控，有效

切断“全国通吃”的暗黑渠道；在监督上，加强消费券流通全环节的监管，尤其是对商家的管控，加大经济惩罚力度，以起到震慑作用。

4.2. 商家借用技术进行防控

针对羊毛党抢券的行为，商家可以进行一定的技术防范，设置抢券的要求，需要有真实的购买记录次数的前提。可以运用反欺诈数据服务实时监控产业链中存在的风险数据；通过地址模糊匹配和单位名称模糊匹配识别用户中可疑的地址信息。同时实行网络实名制，将服务的客户与线下一一对应，减少借用黑卡无量刷单等情况的出现。可使用手段：IP 地址入手；同一设备 id 的控制；同一手机号控制；对邀请人每日的奖励做上限；记录新用户的使用时长；记录邀请时长；新用户充值或消费后，再给予邀请人奖励。对于商家核销消费券，商家可以将消费券与消费者进行对应，避免多次转手。

关于套现，商家借助垃圾注册防控、养账户群体的识别等技术进行区分识别，尽力从线上就抑制一些羊毛党的行为，环环相扣，以至线下配合套现的数量在可控范围。

4.3. 商业管理平台是至关重要的一环

商业管理平台针对商家可以说明通过不正当行为薅羊毛获利的惩罚机制，并且规定商家核销入账每日对账核查，单日入账数额与消费人数不成比、且相差数额较大，需进行自证或一次警告。不断增强预警系统的先进性和有效性，确保及时、全面发现异常交易，使该用户进入平台的黑名单。

警告无用、继续违法薅羊毛或有其他重大违法薅羊毛的行为，对于商户将立即取消参与“消费券”核销资格，对于个人将立即取消个人抢券资格。同时，平台将提请有关部门将违规者列入失信黑名单，并依法追究相关法律责任。涉嫌犯罪的，将依法移交公安部门处理。

参考文献

- [1] 李柳颖, 武佳藤. 新冠肺炎疫情对居民消费行为的影响及形成机制分析[J]. 消费经济, 2020, 36(3): 19-26.
- [2] 周梦琪, 马杰. 消费券违规套现两商家面临严惩[N]. 绍兴日报, 2020-05-06.
- [3] 李宏伟. 我国的宏观调控与国家干预理论——读凯恩斯《就业、利息与货币通论》随想[J]. 西南金融, 2008(2): 25-26.