

# 跳出“好评怪圈”，让好评回归评价本身

“健身私教课结束后，教练让我在某平台上给他写好评，我不好意思拒绝，他就直接拿着我的手机，删删改改写了3分钟才结束。”前不久，北京上班族李想告诉记者，自己在某平台购买健身私教服务时，遇到了被教练索要好评的情况。

好评不仅是消费者选择服务的参考标准，更是平台为服务推流的重要参照，直接影响服务提供者的收益。记者了解到，当前，课程、酒店、餐饮等行业“刷好评”的现象越来越普遍。不少服务提供者通过主动索要好评、设置员工好评绩效，甚至让利刷单等“内卷”行为提升好评率。专家指出，跳出这一“好评怪圈”，须进一步优化平台规则，让好评回归评价体系的本质。

## 索要好评花样百出

“退房后在平台写15字带图五星好评，可以赠送免费早餐哦。”这是河南郑州某酒店前台每天要重复数十次的话术。该酒店总经理告诉记者，这是酒店为提升在某平台上的好评率，给员工设置的工作任务。

“升级房型、赠送早餐这些都是比较常规的手段，还有

更细致的酒店会给顾客提供生日服务、旅途问候服务等，通过提升客人的入住体验来让其主动给出好评。”该酒店总经理透露，行业内不少酒店都会给顾客提供不同形式的“福利”来换取顾客好评。

在北京经营一家按摩店的王先生则要求员工在服务结束后尽可能向顾客要“优质好评”：“100字以上的带图五星好评，能帮助提高店铺口碑、增加店铺流量。”

“去画室，老师告诉我如果在平台上写带图好评，可以赠送零食饮料”。“去旅游，酒店前台说如果在平台上给酒店打五星好评，可以免费升级房型”。“去吃饭，餐厅服务员会推销收藏打卡赠送点心的活动”……旅行住店、外出用餐、休闲娱乐，只要是在平台上购买的服务，不少服务提供者存在索要好评的现象。

有研究机构调查显示，当遇到服务者要求好评时，只有16.3%的受访者会无论服务如何直接给出好评，超过一半的人人会如实评价(53.7%)，还有7.0%的人会产生反感，反而给出差评。

“遇到索要好评的情况，

我一般还是会以服务质量为准。如果质量一般，服务人员还追着索要好评的话，很影响消费体验。”网友晓烨告诉记者。

## 为何执着于索要好评？

“在我们的租房平台，客户评价与个人成交量、负责区域等因素一起，作为平台给中介派单的标准之一。”北京某房产中介告诉记者，如果一位中介在平台上收获的好评越多，那后续他被分配优质客户的概率就越高。

对于一些入驻生活服务类平台的商家而言，更高的好评率则意味着店铺在平台上有更靠前的排名和更高的曝光量。“好评率越高，店铺的综合评分就越高，店铺在榜单上展示的优先级就越高。”王先生表示。

“店铺开业初期，平台会给商家设置一定的流水任务，而此时店铺资源有限，无法获得足够的曝光度，因此如果想要完成任务，店铺只能采取‘让利刷单’，即雇人在店内消费并打出好评的方式。”王先生说。

其实，平台评价与消费者认知之间也存在着一定的偏差，这种偏差又进一步加剧了“内卷”现象。

“大多数顾客给服务打四星时一般表示其对服务比较满意。但按照平台的标准，除了五星好评以外，其他都可以算作不同程度的差评。这就导致不少顾客的真实评价因为不符合平台标准，反而对酒店没有什么帮助。”上述酒店总经理解释道，“因此，我们只能更主动地引导顾客按照平台的标准写五星好评。”

这种“好评压力”最终往往会转移到一线员工身上。“我们会将索要好评的数量按比例算到前台工作人员的绩效考核里，我们是按照60%的比例，也就是来办理入住的100个客人中要有60个客人给出好评，前台才有绩效工资。”该酒店总经理告诉记者。

## 让好评回归评价本身

“目前部分生活服务类平台过度依赖好评机制，可能会陷入一种‘好评怪圈’：平台反馈数据的参考价值降低，消费者对好评的信任程度下降，反而更倾向于参考负面评价来判断商家服务质量。”对外经济贸易大学国际商学院教授陈可表示。

如何跳出“好评怪圈”，

让好评回归评价体系本质？

上海隽宜律师事务所执业律师梁晓静表示，平台将好评率与派单优先级、服务推流等直接挂钩的同时，应确保评价体系的合理性和公平性。平台应建立完善的订单分配、报酬构成等相关算法，并向服务提供者公示好评率的计算逻辑等核心参数，避免服务提供者因为不知道平台规则而利益受损。

“在入驻初期，平台应给予服务提供者以平等的流量扶持，并长期根据投诉率动态调整曝光权重，而非单纯依赖好评数量。”陈可认为，平台应进一步调整好评价权重与激励机制，将消费者好评与其他因素放在一起进行综合考量，建立更完善的评价推流体系。

“在好评逐渐失去其本身意义的情况下，平台不妨转换思路，不去过度关注好评，而是将投诉、差评作为评价服务提供者的主要指标。”陈可建议，“商家、平台和消费者等应通过多方协同合作，逐步构建起真实、健康的信任关系，让好评真正成为消费体验的客观反馈，实现评价体系的良性运转。”

(据《工人日报》记者/秦亦姝)

## 这个北方小城让钻戒“飞入寻常百姓家”



·资料图片

位于豫鲁苏皖四省结合处的河南省柘城县，曾经是国家级贫困县。目前，柘城的金刚石微粉年产量和出口量均占全国90%以上，培育钻石产量接近全国产量的一半。柘城让以前很多人不敢想的钻戒“飞入寻常百姓家”。

“钻石恒久远，一颗永流传”，这句很多人耳熟能详的广告语，将钻石塑造为爱情与永恒的象征，然而其高高在上的价格却让很多普通百姓望而却步。如今在柘城，人们戏称实现了“克拉自由”。“克拉自由”源自科技进步。

相比于形成天然钻石需要的漫长且苛刻的自然条件，在力量钻石的生产车间，放在一台六面顶压机里的石墨柱合成块历经7到15天的高温高压后，即可“孕育”出高纯度钻石原石。

截至今年9月底，柘城县已生产金刚石单晶约45亿克拉，金刚石微粉约110亿克拉，培育钻石约900万克拉，其中培育钻石产量接近全国产量的一半。

如今，“世界金刚石看中国，中国金刚石看河南，河南金刚石看柘城”已成为很多业内人士共识。(据新华社 记者/杨鑫鑫、杨静)

## 赤峰市林西县：小菌棒成为助农增收大利器

近年来，赤峰市林西县依托得天独厚的自然条件与政策扶持，通过“南菇北引”工程，大力发展食用菌产业，与全面推进乡村振兴深度融合，将此产业逐步发展成为该县继“菜、果、药、牛”后的又一主导产业。

“林西县光照充足，昼夜温差大，培育出的香菇上品——花菇蛋白质、维生素和膳食纤维等营养成分丰富，生产的鲜香菇、香菇酱和罐头等系列产品，广受海内外市场欢迎。”林西县委副书记、县长迟亚玲介绍，全县已建成食用菌产业园区18处，累计投入资金6.1亿元，对于新建集中连片食用菌标准棚200栋以上的园区，由政府和企业按

照投资比例1:1共同建设，按照“建设运营一体化”方式，园区运营企业每年按照政府投资额的一定比例向乡镇政府或行政村缴纳收益金。目前食用菌产业已形成“菌棒生产—菌菇种植—鲜菇冷藏—冷链销售—产品加工”的全产业链条，带动全县1万余人从事食用菌种植、产销，人均年增收2万元以上，联农带农效应明显。

据了解，林西县食用菌设施农业占地面积已达9875亩，建成食用菌棚6700栋，产能超过7000万棒，年可生产食用菌4.2万吨，产值超过4.6亿元。今年年底，3处新建的食用菌园区投用后，全县食用菌产能将达到1亿棒。

凭借优良品质，“林西草原花菇”成功入选全国名特优新农产品名录。朵朵花菇为当地农民撑起“致富伞”，更为全面推进乡村振兴注入强劲动力。

(据新华社 记者/康文魁)



林西县十二吐乡乌兰沟村食用菌产业园员工在码放菌棒。 杨腾格尔/摄



林西县十二吐乡乌兰沟村食用菌产业园员工在菌棒包装生产线上作业。