

“流量至上” 孵出畸形产业

是是非非“羊毛党”

“假用户防不胜防，现如今感觉无论‘烧’多少钱，都是一个结果。”这句话从方舟口中说出来，似乎充满了一股怨气。虽然姓名与“打假狂人”方舟子有一字之差，但他现在对打假的冲动，似乎不亚于前者。

方舟口中的“假用户”，就是令创业者“闻风丧胆”的“羊毛党”。这些人最拿手的招数之一，就是在网上注册假用户，赚取大小大小平台的各种促销优惠和奖励。过去的两年里，方舟创办的“孕妈”社交项目“烧”掉了500万元的补贴，其中大部分进了“羊毛党”的口袋。

能够“薅”死创业公司的“羊毛党”，究竟是何方神圣？

■董军

创企搞补贴,肥了“羊毛党”的口袋

两年前，方舟辞职创业，在浦东某高新园区的写字楼里，创办了一个“孕妈”专属的社交App项目，功能是为“孕妈”群体提供在线交流、孕期诊断、“孕妈”食谱等多项资讯服务。

根据方舟的说法，自己工作多年积累了很多与孕期准妈妈相关的市场资源，这次创业也算是有备而来。为了尽快拓展用户群体，也想到了补贴策略：每位“孕妈”注册平台账号后，即可获得30元的营养基金（用来购买营养品和相关“孕妈”专用产品）。为了让“孕妈”们有更高积极性，团队还设定这笔“营养基金”在绑定移动支付账号后可以提现。

“线上广告很快见效，上线几天后，App注册用户数量就超过1

万人。”看到后台用户数量暴增，方舟和另外两位合作伙伴喜出望外。但经过仔细分析之后，他们惊讶地发现：后台用户数虽然已经达到了五位数，但在平台上几乎没有“孕妈”在实时交流，活动区主推的积分换购产品也无人问津。“不管用什么方式补贴，都是只有提现的人，交流和换购产品的活跃用户少得可怜。”

眼看着钱一天天流出去，他开始咨询身边熟悉的创业朋友，希望找出原因所在。交流后才发现，圈子里，和自己遭遇相似的创业者大有人在，而大家对此似乎也只会吐吐槽而已。

“很明显，这就是遇上‘羊毛党’了，专门拿补贴的一群人，我都被‘薅’死两三个项目了。”另一位创业

者张志伟在交流时，分享了自己的遭遇。张志伟自称是“创业枭雄”，这个“枭雄”一词并非贬义，而是身边朋友为了形容他在创业路上屡战屡败、屡败屡战的不屈“精神”，而赋予他的名号。

一年前，经历两次创业失败后的张志伟转做行业(财经)自媒体了，而且一开始就拿到了朋友的天使投资。为了吸引用户关注，他依旧选择了烧钱补贴的手段，在公众号上大搞营销活动。一开始搞的活动，是每位参与公众号关键词抢答活动的用户，都可以获得一个5元红包。

“活动第一天，我们的粉丝就增加了五千多。”张志伟在感慨“钱真万能”后却发现，活动过后连续一周的公众号群发推送，阅读量都是个位数。

让他感到困惑的是，这场活动下

来，后台已经积累了近一万个粉丝，而且也没怎么“掉粉”，为何阅读量还是上不去呢？起码增加几十近百的阅读量，也能证明这一波粉丝的价值呀。

张志伟回想起了几年来的创业经历，担心自己可能又让“羊毛党”盯上了，这一次5元钱的红包营销，搞不好都让假用户给“薅”走了。

“以前做互联网金融平台的时候，注册补贴都是10元、20元，甚至有一个注册号奖励100元的。没想到五块钱的红包也有人占便宜。”他感叹道，自己曾创立过的两个互联网金融服务平台，都是被“羊毛党”把补贴推广的经费“薅”光的。最过分的一个，注册补贴被“薅”走了近千万元，但转化的投资订单一个都没有。“不

让补贴提现，用户没积极性；允许提现，一眨眼工夫就全都让‘羊毛党’把钱赚走了。”

而在他身边，被羊毛党“薅”走补贴资金的创业公司数量并不少。据张志伟观察，在深受其害的创业公司里，互联网金融企业这几年一直是重灾区，估计占了一半。剩下的就是O2O、购物、社交网络等平台。今年以来，“羊毛党”盯上了短视频平台以及社交性质的知识分享平台。

题图 视觉中国

创业竞争靠烧钱，用户门槛必须低

近一段时间，无锡不少网约车司机都对饿了么与美团的外卖补贴大战津津乐道：“外卖随便叫，吃不爽还可以再加一份，用户开心，送外卖的也开心。我们干网约车的，有人还专门开车去送了一阵外卖。”

在无锡出差时，听到司机师傅眉飞色舞形容的这一幕“盛况”，张岩的内心却五味杂陈。张岩所在的投资公司在深圳规模不小，而且多数客户都是有实力的房地产企业，因此，这一两年来业务一直很繁忙。

“这一年来投了好几个创业项目，确实，不烧钱抢不到市场，烧钱又频频遇到‘羊毛党’或贪小便宜的人。”张岩苦笑着表示，他们投资过的企业，几乎都需要熬过一段被“薅羊毛”的时期，才有机会脱颖而出。而在这个过程中，如何了解被投企业是否真的遭遇“羊毛党”也是一门学问。这个过程中，张岩可是没少付学费。

行业内用烧钱换用户是常态，而一旦被“羊毛党”钻了空子，吃掉的补贴有时会占到创业企业总体营销费用的七成，“补贴一直是个矛盾，门槛设置高了，用户积极性不大，门槛要是低了，什么人都想动心思。”

“羊毛党”这个圈子对他而言并不陌生，毕竟公司的业务涉及到“募投管退”全流程。曾有一个他参与投资的智能泊车应用项目做过一些预防，就是补贴车主相应的停车费——除了停车的车主之外别人无法占到便宜。但这样的预防手段，居然也难不倒无孔不入的“羊毛党”。

“不是车主就用不了抵扣的停车费，但我们依旧能看到后台有很多恶意注册的账号，占了大量尚未核销的补贴。”一周补贴期一过，这些未核销的用于抵扣停车费的补贴，就会在系统内失效，但又有大量的恶意账号注册，再次抢占了补贴。

张岩透露，此时“羊毛党”的目标，并不是想办法核销这些停车费，而是变相“勒索”创业公司。“核心团队很快就接到了匿名电话，说要解决这个事情，必须采购他们推荐的市场‘推广业务’，不然就继续注册。”

虽然这已经是赤裸裸的威胁行为，但因为创业者在明，“羊毛党”在暗，加上时间等于金钱，创业企业没有那么多精力与其周旋。因此，张岩与创始人只好“举手投降”，被迫采取私聊的方式，向对方所提供的渠道投了2万元的所谓市场“推广业务”，了结了这起闹剧。

“防不胜防，真的防不胜防。”张岩表示，“羊毛党”对于投资机构和创业者来说，就像是唐僧师徒西天取经上的劫难一样，是难以避免、必须死扛的“挑战”。只要有营销行为存在，就会给那些人可趁之机。但是，张岩也坦言，在花投资人的钱这件事上，有些创业企业并不是很“透明”，过去一年多，圈子里查出创业公司高管和中介合作“套现”的事情，并不少见。

在业务内容皆是浮云，补贴才是王道的行业大局里，有多少创业者、优秀创业项目是被“羊毛党”活活“薅”死却无能为力；又有多少创业者，对“羊毛党”睁一只眼闭一只眼，玩着“花情我愿”的流量“勒索”“搅局”游戏。低廉的违法成本和畸形的流量至上需求，让“羊毛党”这一灰色产业“生生不息”。

长期关注互联网行业的自媒体撰稿人“懂懂笔记”认为，在互联网市场，“羊毛党”并非孤立的存在。在投资机构、创业企业和中介的三方利益纠葛中，许多时候还真不能缺了“羊毛党”这个角色，这也让人们对这个市场中游戏规则“灰暗”面深感无奈。从P2P、O2O、消费金融到直播、短视频、知识分享……流量至上是王道。现如今，点击转发阅读“新闻”都能赚钱的新玩法，更让“羊毛党”有了新的用武之地。或许，只要流量的争夺没有停止，这个游戏可能会一直玩下去。

摄影 本报记者袁婧



链接

什么是“羊毛党”

以“80后”“90后”为主的网上活跃人群，密切关注各类O2O、互联网金融（以P2P为主）、社交平台、银行保险等在线渠道推出的优惠促销、有奖注册等活动，以相对较低的成本甚至“零成本”换取财物，这类行为又被称为“薅羊毛”。

“羊毛党”最初只是个人行为，但在2014年前后，随着互联网金融的火爆，“羊毛党”进入活跃期，不少资深“羊毛党”开始“抱团出击”，并逐渐形成一个规模庞大的灰色产业。有业内机构测算，在P2P最活跃的2014、2015年这两年中，九成以上的P2P平台上，每100个所谓“注册用户”中，就有至少50个是“羊毛党”。

2015年以后，随着P2P的退潮，那些有一定规模“羊毛党”“羊头”开始“转型”。他们利用各类O2O生活服务平台急于发展用户、活跃线上人气、做大交易规模的需求，开始和创业者、投资者“合作”，为这些平台提供“刷量”“跑单”服务，营造平台活跃繁荣的假象。在这一阶段，早年的“羊毛党”摇身一变成了互联网广告以及推广服务机构，开始所谓“规模化”运作。

在国内互联网行业，用“烧钱”补贴吸引用户、流量是最基本的玩法。现实中，一些刚刚起步的创业者对“羊毛党”的“刷量”服务有刚性需求——如果无法在短时间内聚拢人气，平台就根本吸引不到投资。因此，“羊毛党”和创业者在某种程度上是“既爱又恨”的共生关系。

当然，一些被“薅”干的平台对“羊毛党”恨之入骨，有人直斥“羊毛党”公司化的“薅羊毛”行为无异于流氓强盗，而利用虚假号码注册用户、借助病毒刷点击量之类的行为，已经踩到了法律红线。



“羊毛党”贪走的小便宜其实是门不算小的生意

“最初只是占些小便宜，后来发现这确实是一门生意。”

“90后”的吴俊（化名）虽然年纪不大，却已经是一家小公司的合伙人，而公司所从事的“业务”，就是难上台面的“羊毛党”。

“上大学时，我对赚钱就很敏感，网上有任何补贴活动，我都会去注册，看看有没有什么便宜能赚。”吴俊毕业后，刚好赶上小额贷款等互金机构集中创业大潮，大量现金补贴让他心动不已。于是他便和两位同窗共同组建了一个工作室——专“薅”互联网金融机构的补贴。

“那时（手机号）实名认证还不是很严，我们买了很多卡，然后在各大互金公司平台上注册账号，拿开户奖励，一般都是选择那种可以提现的推广活动。”一个多月下来，三个人从互联网金融公司拿到的开户奖励竟然超过了三万元。也就是说，毕业第一个月，他们的“工资”就已经破万了。

但是似乎好景不长，在手机号码严格执行实名制之后，他们的“生意”也遭遇了困阻。不过，很快这个问题就被“勤奋好学”的他们解决了。

吴俊透露，三大运营商的实名认证管得很严，但170开头的虚拟运营商卡号，还有不少漏洞可钻。起码到目前为止，市面上还能买到无需实名认证的虚拟卡。更有

大量“接码”的新生平台，提供有偿的手机验证码注册服务。

“微商群控，用的就是这种卡，只能暗地交易，不能公开销售。”吴俊他们通过微商的渠道，向“懂行”的人购买了一批类似的虚拟号卡，继续“薅”羊毛的“业务”。据他透露，甚至有不少落魄的微商平台会利用手头现有的群控系统，转行做“羊毛党”，专门“薅”互联网金融平台和O2O的补贴与奖励。

吴俊透露，其实许多互联网金融企业本身都是“一牌多用”，彼此“几斤几两”，大家心照不宣。所以在设置提现的门槛上，都不会要求用户绑定银行卡，这就大大降低了自己提现时的难度。

“另外，这个圈子里本身就有很多游戏规则，我们做这个也不是‘过街老鼠’，有时候大家是要互相利用的。”吴俊解释，在前两年互联网金融平台火爆时，他们与平台之间也会有紧密“合作”。“我们上面也有中介机构，就是广告渠道代理。他们会承接很多拿到投资后的平台的‘刷量’需求，就是增加注册用户量。”吴俊表示，平台需要一份好的“成绩单”交给投资人看，而越来越少的推广费用和越来越贵的获客成本，已经让平台难以承受，此时，“羊毛党”看上去成本低廉的“服务”，就

成了“雪中送炭”。“另外就是有些平台部门主管的小心思，包括从市场推广费用里拿到回扣。你想想几十万几百万的市场推广费用花出去，用户量唰唰地涨，对上有一个交代，自己还能从中介机构那里获取返点，何乐而不为？”吴俊称，中介机构为了争夺这些关键部门的投放，有时会把30%甚至40%的点返给客户，“我们其实就是在最底层的，人家吃肉，我们喝点儿汤。”

实际上，不仅是喝一点点儿汤，吴俊也隐隐透露出对未来生意的担忧，反复提到“转型”一词。尽管“生意”一做就是三年多，迄今为止他们的小日子仍过得比较滋润，但是市场需求也在变化。“一是平台的采购方也在不断寻找更加物美价廉的服务方（广告代理渠道和‘羊毛头’）；二是去年很多广告代理渠道开始升级迭代，自建‘羊毛群’，开始向平台提供有真正网贷投资需求的散户了。”

的确，经过过去两年的行业洗牌，以互联网金融为代表的平台已经开始走向成熟，从仅仅需要“用户数”，转而看重“转化率”和“成交量”。在这种情况下，中介机构不得不去寻找那些有真实需求或购买力的“活”用户，用平台方提供的投资返现或加息等手段促成生意（即渠道放单）。平台游戏规则的改变，加速了“羊毛党”群体的洗牌。