

谁在炒作苹果 App 排名?

360的App下架风波暂时告一段落,一个新的地下产业却浮出水面:苹果应用商店(App Store)中的排名炒作行业(他们自称为“下载量优化”)。其后,媒体追踪到了一些排名炒作的企业,却没有回答一个问题:谁在“消费”这些炒作?

2012年1月,在不断的被投诉五个月后,一款叫做“超级手机号码追踪器”的应用从苹果 App Store 中下架了。对于这一结果,一直“追杀”该应用的王凌在满意之外仍感到无奈。在这五个月中,他坚持在博客和推特上更新他的“欺诈 App 追杀记”,并通过各种渠道向苹果举报。

“十几个欺诈 App 只下架了一个,九家开发商只关了一家。而且,几乎一模一样的骗局在不断继续上演;杀死了‘超级手机号码追踪器’,还有手机追踪器,超级手机追踪器,手机追踪电话追踪定位器。”王凌说。

结成团伙炒作销量与好评

王凌是一名 iOS 开发者,曾经在苹果平台上开发出了颇受欢迎的效率日程 App Voodoo。2011年8月19日,王凌发现,一款名为“超级手机号码追踪器”的 App 进入了苹果中国应用商店的畅销前十名,在付费 App 中排名第四,前三项是大名鼎鼎的水果忍者、植物大战僵尸和高德导航。

熟知苹果系统的王凌知道,未遭破解的苹果系统不可能提供手机号码追踪的功能供第三方开发者调用,相似功能仅仅在苹果官方提供的“Find my iPhone”应用中提供。随后王凌发现,这个欺诈 App 的后面,其实存在一群刷排名、评价的专业“僵尸”用户;而顺着这些用户的评论足迹,他又发现,有几个 App 开发商,共用这些僵尸用户来刷评论。通过这些用户集中给好评、甚至购买,欺诈 App 得以冲淡了大量受骗用户的负面评价,反复冲入

苹果的销售排行榜。

进入苹果销售排行榜的好处显而易见。据一些开发者介绍,如果 App 进入分类排行榜的前三名,日下载量可能会达到一万多。这些下载量又足以使其保持在分类排行榜前列,如此累积,不到一个月的工夫,就可以累积数十万下载量。对于收费 App 来说,大量下载量意味着直接收入;即使是免费 App,也可以通过内置广告、推荐和巨大品牌影响力来获取间接收益。

自购加好评维持 App 排名

至于如何提高 App 的排名,则需要针对 App Store 的排名规则来下手。因此,“评价炒作”行业应运而生。

开发 AR 浏览器的触景无限负责人表示,欺诈 App 虽然对免费软件影响较小,但对收费软件的开发者影响很大。

王凌为记者分析了整个欺诈 App 产业链的运作过程:欺诈 App 上线后,通过黑卡购买、使用僵尸账户等方式拉高其在应用商店中的排名,诱使大量不了解内幕的消费者购买;欺诈 App 开发者再用这些资金继续自购 App,维持其排名;当消费者发现应用功能与描述不符时,App 开发者购买或共用大量僵尸用户,使用“评价炒作”团队大量发出五星评价,冲淡受骗用户的负面评价,继续维持 App 在应用商店中的排名,诱使更多消费者受骗购买。

淘淘镜开发者王豫鹏认为,这对小的 App 开发者非常不利。大的开发者有资金基础,可以花费几十万刷流量,小

App 开发者则做不到这点,往往是“应用还没有露面就不见了”。

王凌发现,围绕着“超级手机号码追踪器”这款欺诈 App,有部分僵尸用户进行了好评投票,这部分用户同时又给深度睡眠、十倍睡眠等毫无科学根据的 App 同样投了好评票(本报去年曾报道过的超级驱蚊器等 App 亦属此列)。

当面向苹果举报方获解决

2010年8月,王凌先后给苹果官方公布的投诉邮箱发了两封举报邮件,但均未获回应。同时,王凌还委托人与苹果中国市场部联系,并自己在应用商店中欺诈 App 的页面上直接使用“报告问题”按钮进行举报。但一直没有效果。

2010年12月5日,苹果在北京组织开发者技术交流,王凌利用这一机会,当面向苹果的两个技术团队提出举报。这两个团队给了王凌一个通过 iTunes 投诉虚假评论的渠道。王凌用这一渠道再次进行了投诉。

一个月之后,2012年1月7日,苹果的回复电子邮件终于到来。1月11日,苹果再次发出跟进邮件,声称他举报的问题已经转给相关团队。1月20日,中国农历新年前夕,王凌发现“超级手机号码追踪器”已经被下架。此时,距他第一次向苹果正式发邮件举报该 App,已经过去整整五个月。

专题采访/本报记者 阳森 刘夏 林其玲

开发者指苹果监管不力

欺诈 App 在苹果中文应用市场形成产业,首先来自于这一行业巨大的利润。与巨额收入形成对比的,则是应用市场日益激烈的竞争。

王凌表示,现在应用商店中“竞争惨烈”,在这种激

烈竞争下,有些 App 只能采用炒排名、刷好评等非正常方式制造销售量。

王凌认为,苹果公司在执行制度上的不尽责也为欺诈 App 横行留下了空间。根据中国的《消费者权益保护法》,

虚假的产品说明、雇用他人进行销售诱导,均属于违法行为。尽管苹果商店有投诉 App 甚至投诉评论的渠道,但各种投诉都无人理会;邮件给专用的投诉邮箱,却要靠半年后的面谈才能见到曙光。

苹果“审核”压力过大

iOS 系统上的阅读平台唐茶总监李如一对记者表示,从他的经历来看,苹果应用商店对违规 App 的投诉通道还算畅通。他举例称,自己曾经在应用商店上发现有日本作家东野圭吾的盗版书应用,遂将应用名、开发商等信息通过与王凌所用相同的投诉邮箱发送给苹果。一周之后即接收到回复。

对于王凌投诉的处理周期长达五个月、自己投诉仅一周后即得到回复的悬殊对

比,李如一猜测:“这些处理工作毕竟都是人工完成,某些环节出现疏忽、脱节或遗忘也不是不可能”。

医疗垂直社区丁香园 CTO 冯大辉对苹果中国的应用商店管理流程也感触颇深。“总的来说,应用商店的管理态度还是积极的。但苹果在开发者管理方面显得手段过于单一,有些开发账号一口气投放几百款应用,都用一些挑逗性画面、文字作为卖点,只要有几款通过审

查,它们引起的下载潮就会把原有的分类秩序冲击得乱七八糟。”

另一位 iOS 开发者、App 推荐网站 iApp4me 创始人郝培强表示,苹果在这方面的确存在巨大的审核压力。苹果应用商店中有 50 万以上的应用,可能有几万的开发商,苹果的审核压力很大。本来苹果审核中文 App 就很难保证审核得很好,审核内容是否欺诈就更难了。

黑卡肆虐国内苹果生态圈

与免费 App 可直接刷卡、刷榜类似,针对收费的 App,iOS 产业链上也有不少中间商提供个性化的“黑卡”服务。

所谓黑卡,就是与 iTunes 账户绑定的来源不明信用卡。先由美国色情网站、钓鱼网站等以各种手段获取用户的信用卡有效期和卡号最后三位数。然后中间商从这些网站手里购买美国人信用卡信息,这些信用卡就变成黑卡。

接下来中间商开始在各个论坛上发出广告,接受普通

消费者或者 App 开发者订单,大量刷卡下载 App 应用。对消费者来讲,可以花一元人民币的价格,买到一美元的应用或者游戏道具,而对 App 开发者来说,购买黑卡“服务”,可以让其应用在短时间内获得巨大下载量,在排行榜上的位置扶摇直上。

此前,一些开发者抱怨、投诉称黑卡造成了大量的坏账。对此,进步思创 CEO 汤仲宁告诉记者,最近半年里,这种状况很大一部分是开发者利用这一途径,刷排名造

成的。“从这个角度讲,是开发者自己在毁掉这个系统。”

“那些刷排名的软件,仔细观察很容易就能看出来。这些游戏往往评价非常低,到不了三星,但排名却能很靠前。在行业里,我们管这种行为叫做自消费,以前自消费用的是真实人民币,这也无可厚非,但现在就演变成用黑卡。目的无非是吸引投资机构注意,节省广告费。”汤仲宁认为,“听说有的投资者居然支持这种行为,这对开发环境很不好。”

