

“本公司可帮您轻松应对一切负面信息。”临近“3·15”消费者权益日,忐忑的是部分企业,心花怒放的依旧是游走在灰色地带的网络删帖公司。

记者近日调查发现,因为其业务日益增多,删帖价格也跟着水涨船高。公关公司内部人士透露,删除标题或网页中含有“3·15”的普通负面帖子已经升格到2000元起价,而平日,即使删除知名网站的同类帖子,价格也仅为千元左右。

沾上“3·15”,删帖灭火价翻番

删帖公司业务量近日上升,门户、行业网站报价不一 最高删一条要价3800元

发现

网友投诉帖 多次遭删

近日,有多位市民反映,收到留有QQ号的删帖广告短信、邮件,称能帮企业在“3·15”前删除网络负面信息。而在网上,也有网友抱怨自己遭遇莫名被删帖。

“我说的都是事实,凭什么删我的帖子?”一名网友前不久在网帖中详细讲述了购买某品牌燃气热水器遭遇的一波三折。“我发这帖子,并不是针对你们的售后

人员,主要是对你们前几次的处理方式有看法!凭什么删我的帖子!”记者发现,这则网帖原帖已经不复存在,只能通过百度快照看到。

同样的遭遇还发生在网友“潇洒呆呆”的身上,他在某贴吧上反复发帖控诉苏州某电器公司克扣员工工资事宜,称帖子遭到3次删除。



调查

删除10处负面新闻 一两天能搞定

记者在搜索引擎中输入“专业删帖”,发现链接多以新闻报道为主,但改为搜索“专业删除+QQ”后,约有15.6万个页面,很大一部分为删帖广告。

记者以企业名义随机选取了3家删帖公司进行联系,自称为近日曾因欺客被曝光的簋街某烤鱼店老板,想在“3·15”前删除网络上关于此报道的新闻及论坛评论约10处。

“一般都能删,一到两个工作日就能删完。”其中一名业务员告诉记者。

“怎样才能确定被删除呢?”记者问。“删除了这网页就打不开了,删完再通过支付宝付钱。”业务员说。

记者搜索到了包括门户网站在内的10个网站的相关簋街某烤鱼店的负面新闻,同时通过QQ发给了这3家公司的业务员。

删门户网站帖,最高3800元

经过业务员们的审核,3家公司给出了不同的回复。

第一家业务员明确表示做不了,“涉及食品安全的不好办”。

第二家业务员向记者报了删帖价码,其中最贵的是某门户网站财经频道消费投诉板块的新闻,删除价格为一条3000元,其他网站价格最低为1200元。

但其中一门户网站的财经板块新闻无法删除。

第三家删帖公司的“业务水平”明显

更高一些,业务员表示均可以删除,并给出报价。

该业务员表示,因为“3·15”期间业务较多,同行的价格均有不同程度的上升,所以一律不讲价,删除的帖子多可以免费送删除百度快照的服务。

见记者犹豫,该业务员也并没有催促。“做不做随便,近期业务太多了,你考虑好了把链接打包发给我就可以了。”

记者发现,部分删帖公司还有删除淘宝店中差评的业务,每条在150元到200元。

揭秘

带“3·15”的帖子 最低2000元

“前两天刚帮朋友删了帖,这不‘3·15’了嘛,企业都想花钱买个踏实。”资深公关人士老闫近日相当忙。除了自身业务,他帮朋友进行网络删帖早已成为危机公关中的重要内容。能够以删帖为生意的公司,都有自己一套完整的删帖渠道。

近日,删除带“3·15”的负面帖子最低2000元(即出现在与“3·15”有关的网页、板块中,或标题中含有“3·15”的帖子),其他类型的普通新闻,如果是熟人介绍,删除知名网站帖子1000多元可以搞定,普通网站只需要数百元。

企业删帖分两种 十几万能“包年”

老闫介绍,删帖一般分为两种类型:一是与网站有合作的广告客户直接找到网站进行删帖。网站不再另外收费。“当然,如果是负面报道,在没有失实的情况下,网站有时也不给删。”

另一种就是通过公关公司或其他媒介付费删帖,由于不同公司与各网站业务关系程度不同,收费有高低。

一般情况下,公关公司可以找到网站相应板块的负责人或者编辑,然后付给对方一定费用。

还有企业购买包月或者包年的网络监控服务,一年下来付给公关公司十几万元,对方需要实时监控网络上相关的负面消息,并及时进行删除处理。

业务员给出的删帖报价表

网站名称	删帖费用(元)
门户网站	3000~3800
平面媒体官网	3800
知名论坛	3800
门户网站微博	3500
社区网论坛	2800
行业网站	2600

新闻链接

多部门联合 打击非法网络公关

为打击非法网络公关行为,遏制非法网络公关猖獗势头,维护互联网正常传播秩序和市场经济秩序,去年4月,工信部、国家工商总局等部门在全国范围内联合开展了为期2个月的整治非法网络公关行为专项行动。

这次整治的主要任务是,重点整治违法

违规、影响恶劣的非法网络公关行为,查处一批非法网络公关重大案件,依法严惩一批违法犯罪分子,曝光一批典型案例,清理网上非法网络公关信息,构建规范有序、文明诚信的网络环境。

据《法制晚报》

金星啤酒： 一流品质酿造快乐生活



俄罗斯美女推介金星啤酒

经过三十年努力,金星成为影响中国啤酒行业、引领中西部啤酒行业的知名啤酒企业,成为中国啤酒大众市场和中西部啤酒市场消费者首选的啤酒品牌。这一切,离不开金星对产品质量的严格要求,离不开金星在质量管理方面的孜孜以求和不断进取。

在啤酒产品从源头选材、工序检测、成品输出直到流通到市场乃至走上老百姓餐桌上的全过程,每一个环节都成为金星关注的重点,原料培育基地、设备供应商、技术合作机构、经销网络等都已纳入到企业的质量控制系统,金星在已建立的全方位质量管控体系下,完善质量预警系统,把“精确管理”思想作为企业开展质量工作的依据。

金星确立了“质量三耻”的责任观念,通过开展质量管理活动将质量意识深植员工心中:不熟练掌握操作技术和产品质量,

是员工之耻;不坚持控制产品质量,是管理者之耻;不跻身先进行列,赢不得消费者的满意和赞赏,是公司之耻。

“不走过场,不搞形式,要常抓不懈、真抓实干;要做到管理到位、责任到人,必须严格按照‘产品零缺陷’的质量目标,开展质量管理工作。”中国酿酒大师、金星啤酒集团董事长张铁山说,“金星任何一个市场热销、消费者满意的产品,都是经过市场人员长期调研、收集消费者需求,技术人员认真科研攻关,反复调试口味后制造出来的。”他认为,金星这些年之所以能够在行业整体发展中不断进步,其中非常重要的原因就是

对质量管理的重视。

“在今后生产经营中,我们将一如既往,保证向市场提供质量过硬产品,让消费者享受一流产品和服务。”

2012年,金星继续高举“质量兴企,质量强企”的旗帜,把产品质量提高到“爱我河南,增辉中原”的战略高度来认识。切实抓好全员质量意识教育,做到人人重视产品质量、人人关心产品质量、人人参与质量管理。

“今天,当我们的规模和盛誉始终趋于全省同行前列,经营技术和管理水平优于外来企业时,我们更希望与众不同。目的只有一个:要做就做最好。”

完全有理由期待,未来的市场竞争中,金星啤酒集团不仅能够保持中西部啤酒行业霸主地位,而且在不远的将来成为世界啤酒俱乐部中重要的一支中国力量,能够为我国乃至世界啤酒行业的发展做出更具价值的贡献。

亚磊