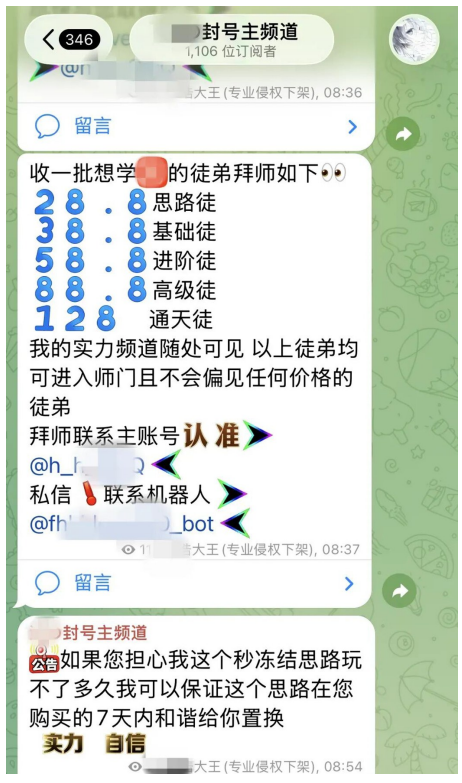
25元就能举报别人500次,1200元包下架

短视频平台上的恶意举报,竟成了明码标价的生意

一位“打号者”自称凭借恶意举报半年收入18万元左右 网络截图



“打号者”在境外社交软件上的收徒报价表 网络截图

短视频绘画博主“WORLD”的6月,过得很煎熬。

她在两个短视频平台上的账号相继遭遇“不测”:一个近6万粉丝的账号被封禁,另一个26万粉丝账号的视频被下架。

封禁和下架,都源于被同一人举报投诉。对方的来意很直接——“打钱消灾”。

根据多位博主提供的线索,记者近日调查发现,短视频平台恶意投诉已成黑产,名为“打号”的团队通过捏造事实或用AI伪造举报材料,恶意投诉致他人视频下架甚至封禁账号,以此要求博主支付“保护费”。

“打钱消灾吧”

“WORLD”19岁,是一名大一学生,业余时间全部用来画画。她在两个不同平台的短视频账号,一个有近6万粉丝,另一个有26万粉丝。

6月8日,她那个近6万粉丝的短视频账号突然被封禁。

她不知道是谁干的。直到有人在另一个短视频平台发了一条作品并@她,说是自己封了她的号。

“WORLD”去对方账号评论区要求停止这种行为,也试过报警,但都没用。

6月21日凌晨1时,“WORLD”在平台给对方发私信说:“哥,我跟你有什么误解吗?你别搞我了呗。”

对方回复“打钱消灾吧”,否则把“WORLD”的这个账号也投诉到“禁发”。“WORLD”只得向对方转账1000元“求放过”。

收钱之后,对方撤销了投诉。但其顺着“WORLD”的关注列表,把她认识的画师“几乎都搞了一下”。

“WORLD”和朋友们发现,他们所遭遇的恶意投诉行为,已形成一条名为“打号”的黑色产业链。专门利用“打号”牟利的人,也被称为“打号者”。

“25元=500次举报”

“WORLD”遭遇“打号”后被直接索要钱财,而贾博钧、“达达尼昂”等博主的作品被举报,更像是遭遇“舆情公关”。

贾博钧在50分钟内被集中举报下架的8条打假视频,都涉及同一品牌。视频发布后,多个账号突然涌入他的粉丝群“刷屏”,连续发送固定内容,恶搞博主肖像、辱骂群成员。

反诈博主“达达尼昂”的遭遇类似。他在今年7月发布了一期“快招加盟”合同诈骗的调查视频,一晚上冲到100多万播放量,随后被人以“侵犯肖像权”“侵犯著作权”等为由举报下架。

投诉记录中显示投诉人姓“李”,但“达达尼昂”说视频里并未出现任何姓李的人。他怀疑,被揭露的快招加盟利益方购买了“打号”服务。

怀疑并非没有依据。

在某二手交易平台上,一些售卖“打号”业务的卖家,以“软件批量举报”“拒绝无效投诉,只做精准打击”等字样招揽生意。

这些“打号”服务明码标价,一名卖家在商品页写着:“25元=500次举报,举报完提供举报软件截图”“50元=2000次举报”“60元=5000次举报”“不包最终效果”。

在圈内混迹多年的“打号者”张鹏(化名)说,“打号”产业的最终驱动力仍然是牟利,他称自己长期替某品牌方“干脏活”。在市场竞争背后,品牌方之间互相举报也并不罕见。

“打号者”捏造事实、用AI伪造举报材料

多位被“打号”的博主告诉记者,“打号”的核心业务场所都在境外社交软件上。“打号”被分为“端内”和“端外”两种路径。端内即通过平台举报入口提交;端外则是绕过举报系统,直接给平台官方发邮件投诉。

“专业团队会两路同时操作,一边拿着身份证去投诉,一边给短视频平台写邮箱,双管齐下增加成功率。”“打号者”张鹏说,端内端外同时施压,平台为了规避责任,不管举报的是对是错,只要有那么一点可能,就会先下架视频作品。

在境外社交软件上,多个“打号”频道的订阅者少则百余人,多则超2000人。

频道内的交流中,记者注意到一个被“打号者”反复利用的漏洞:投诉时选择“泄露隐私”,无需上传本人照片,平台即进行下架处理。

为验证这一规则漏洞是否可被利用,记者在征得同事的同意下,进行了实测。

两个小时后,同事的这条视频被下架。账号后台显示,视频状态为“禁止播放”,侵权类型为“泄露隐私”。

境外社交软件频道里,不少“打号者”分享的“心得”无非两类:捏造事实、用AI伪造举报材料。

28.8元传授“打号”经验

境外社交软件上,不仅有接单“打号”的,还有人收徒传授“打号”经验。

收徒价格明码标价:28.8元“思路徒”、38.8元“基础徒”、58.8元“进阶徒”、88.8元“高级徒”、128元“通天徒”。教学内容覆盖多个短视频平台和社交平台,针对不同平台教授不同的举报“打法”。

在一个专门针对某短视频平台“打号”的频道里,群主为招揽学徒,将其“打号”的收入置顶展示,称从2025年11月份全职接单到2026年4月,累计收益约18万元。

在另一个频道中,有人分享了一个针对某短视频平台的“打号文本生成器”网站。记者实测发现,只需填入该平台的ID与“具体描述”,即可一键生成“色情”“游戏外挂”“未成年人吸烟”等多种类型的举报文本。

在教学过程中,“打号者”会将接到的“打号”单派给学员们“练手”。

学会固定举报流程和模板后,部分学员开始随机举报短视频平台用户,并在举报成功后在群里发布战绩炫耀。具备“单干”能力后,徒弟便自己出去接活。

举报易,申诉难

与举报的低成本形成鲜明对比的,是申诉的“高成本”。

“达达尼昂”今年初创业,做了一个名为“山河调查局”的账号。他的视频被反复举报下架后,去平台申诉时被要求提供“投诉人李某某的授权”,即便他提交了所有出镜者的授权记录,仍被平台驳回。

“达达尼昂”估算,如果没有干扰,这期视频可能有400万到500万的播放量,按创作激励约100万播放量奖励7000元计算,直接损失数万元。

被记者“打号”导致视频下架后,同事在申诉时发现,平台要求提交“身份证正反面”“证明未违规材料”“申诉描述”“各类联系方式”等多项内容。同事发起申诉并未成功,之后申诉通道关闭,下架的视频无法恢复。

多位被“打号”的短视频博主表示,他们向平台申诉解禁,就算费时费力提供了大量个人资料及相关证据,也不一定能成功解禁,而打号者只需撤销投诉即可解禁。

专家:平台举报权不能沦为明码标价的商品

一位长期与多家短视频平台合作、专注反网络犯罪领域的安全技术专家告诉记者,现在主流的AI审核机制,为平台提供了“现阶段成本较低、效率较高的解决方案”,但AI只能针对明确违规违禁的用语、图片做“是与否”的绝对性判断,无法对内容语境、举报材料真伪、投诉人与内容是否存在真实关联进行实质审查。

这位专家说,投诉与申诉的成本严重不对等,等于把维权的负担全部转嫁给了创作者,这就给恶意举报者创造了天然优势。举报权是平台赋予用户的公共治理工具,不能让它沦为明码标价的商品。

对于治理方向,网络安全技术专家建议,平台应建立人机协同审核机制,对高风险举报引入人工复核;建立举报人信用评估体系,对短时间内集中投诉、反复撤诉、材料高度雷同的异常账号进行识别和限流;降低申诉门槛,保障被投诉人的知情权。执法层面,应明确此类新型网络黑产的管辖和立案标准,建立跨区域协作和并案侦查机制,平台也应主动向公安机关移送恶意举报数据线索。 据新京报