



2024年 评价透明度报告



前言

在信息爆炸的时代，“先攻略后消费”成为主流，消费者日益依赖客观、真实的第三方评价以降低决策成本、提升消费体验。作为深耕本地生活领域的消费决策内容平台，大众点评始终秉持“以客户为中心”的核心价值观，以构建可信、透明、多元的评价生态为使命，持续推动行业良性发展。



本报告为大众点评首度发布透明度报告，旨在系统阐述平台2024年度在评价治理领域的核心举措与成效，涵盖评价真实性保障机制、作者写评权利保护体系，以及平台与商家共建诚信生态的实践。

评价的公信力不仅是平台赖以生存的基石，更是服务好用户、赢得信任的关键。平台建立全链路多维度风控治理体系，保障评价的真实性与公正性。同时，平台高度重视用户反馈与社会监督，通过多元化沟通机制倾听多方声音，持续迭代治理策略，将用户权益保障贯穿于产品设计、运营规则及服务流程之中。通过技术创新、制度完善与生态协作三位一体的治理框架，我们致力于为消费者提供更具参考价值的决策信息，为商家创造公平健康的营商环境。



概览

通过此报告，您将了解到：

**大众点评评价展示规则、
审核流程、治理举措**



**大众点评服务用户，优化写评机制
坚定保护用户真实写评权利**



**大众点评服务商户，优化营商环境
共同营造真实健康发展实践**



目录

前言

概览

评价的积累 01

- 2.68亿条真实评价，记录用户实际体验

评价展示规则 02

- 多重标准全面强化审核，维护平台公信力

评价审核旅程 03

- “四道安全防线”多重审核，保障评价真实公正

多种治理机制 10

- 用户反馈、社区共治、违规商户处罚，多种“组合拳”全面治理

安全写评环境 12

- 落实信息保护，畅通投诉渠道，做用户个人隐私“守护者”

差评骚扰治理 15

- 严厉打击、快速拦截，保护用户“差评自由”

生态共建机制 16

- 携手合作，推动评价生态向好发展

结语 17

评价的积累

【大众点评收到2.68亿条真实用户评价】

2024年，大众点评收到 **2.68 亿** 条真实用户评价，覆盖境内外 **818.18 万** 家商户，用户通过文字表达感受的同时，也提交了 **6.83 亿** 个图片/视频，生动记录了用户的实际体验。

用户可以根据自己的真实体验，对商户提供的产品、环境、服务等进行评分和评论，这些评价涉及超过 **320** 种商户类型，覆盖餐饮、生活服务、旅游度假等类型商户：

76% **美食类评价**
覆盖全国各地地方菜、西餐/海外菜系、本地小吃快餐、面包甜点、水果生鲜等

16% **生活类评价**
覆盖美容美发、生活服务、洗浴足疗、电影演出、商场购物、拍照写真等

8% **旅游出行类评价**
覆盖酒店民宿、景点、周边游、旅游项目等各类商户或出行地点

平台上有新增评价的商户逐年递增，从2023年的 **610.76 万** 家商户上升到2024年的 **818.18 万** 家商户，年同比增长 **34%**。

有评价的商户数



评价展示规则

“合法合规、真实可信”是大众点评评价展示的基本准则

大众点评依据《中华人民共和国消费者权益保护法》、《中华人民共和国反不正当竞争法》等法律法规，制定了平台评价展示规则，并通过规则中心对外公布《美团评价规则（总则）》、《美团评价规则（细则）》、《美团用户诚信公约》、《美团商户评价诚信管理办法》等平台规则。

包括但不限于以下问题的评价，不符合大众点评的评价展示规则：

【违反法律法规、国家政策方针、监管要求的评价】

包括但不限于涉及政治敏感、淫秽、色情、暴恐、赌博、暴力威胁、反政府言论、破坏社会稳定、违反法律法规、违背社会公序良俗等内容的评价。

【炒作好评或受利益干扰的评价】

虚假评价是指非真实体验的用户产生的评价，或受商家利益干扰产生的评价。包括商家或员工直接或找亲朋好友刷好评、通过创建批量小号刷好评、购买刷评服务、线上或线下召集用户刷好评、组织会员刷好评等行为产生的评价。

【恶意评价】

恶意评价是指以恶意攻击被评价商户而产生的非正常体验评价。包括存在直接竞争关系的同行写评价、通过代运营或直接召集其他人写的非真实体验评价、意图迫使商户或相关人员给付额外利益而写勒索性评价、以诽谤诋毁为目的恶意写评等行为产生的评价。

【养号刷分评价】

养号评价指用户为提升等级或获得活动奖励，在没有真实体验的情况下发布的评价。

【无关或低质的评价】

用户本人没有亲身经历的评价、凑字乱打等难以阅读且对其他用户没有帮助的评价、抄袭重复等低质评价。

评价审核旅程

依据评价展示规则，大众点评会对评价开展审核。平台引入行业顶尖的技术专家，并建设数百人的审核运营团队，结合风控模型和人工研判，严格审核处置评价。

2024年，**2071.72万** 条评价经审核后判定为违规并不予展示



评价审核旅程

01 黑产安全防护网

大众点评在注册、登录、浏览、交易等多个环节层层布控，识别机器行为、虚假账号等黑灰产风险，保障每个环节的安全性和可靠性。

02 机器审核

提交到大众点评的评价，会经过数百种风控模型自动审核。黑产账号、利益关联方虚假评价、恶意攻击评价、含违法违规内容等类型的评价会在机审环节快速拦截。2024年，**58.4%**的违规评价在机审环节完成处置。



大数据算法和智能检测技术：大众点评运用包括大模型在内的数百种先进算法识别虚假评价，努力保障评价的真实性。大众点评沉淀了数万个数据特征，使算法专家能够捕捉潜在的异常行为模式和虚假内容风险，并采取了一系列措施来应对虚假评价问题，保障用户体验。



持续的大数据回溯：结合最新技术和最新的评价行为表现，机审对历史评价定期回查，随着信息的不断补全，持续的检测和回看评价，保障评价的客观性和公正性。



可疑评价筛查：风控模型识别到无实际体验、疑似虚假等类型的风险，推送人工审核研判流程，通过评价、账号、补充材料信息等多维度的审核，保障审核的全面性和准确性，为用户展示真实的评价。

评价审核旅程

03 人工研判

为进一步做好评价审核工作，平台引入审核专家并组建了专门的人工审核团队。

对机审判定可疑的评价进行人工审核

在机审捕捉的异常提示下，进一步人工分析行为模式在具体评价场景的合理性，并审查评价作者的历史内容、商户近期其他用户评价内容的相关性和合理性，最终对评价进行判断和处置。

人工审核团队由 **数百人** 构成，

7*24小时 排班，分布多个审核基地，

在疫情等突发情况下也能保障审核的及时有效。

99.7% 的新增评价在提交后第二天的24点之前被研判完成。



评价审核旅程

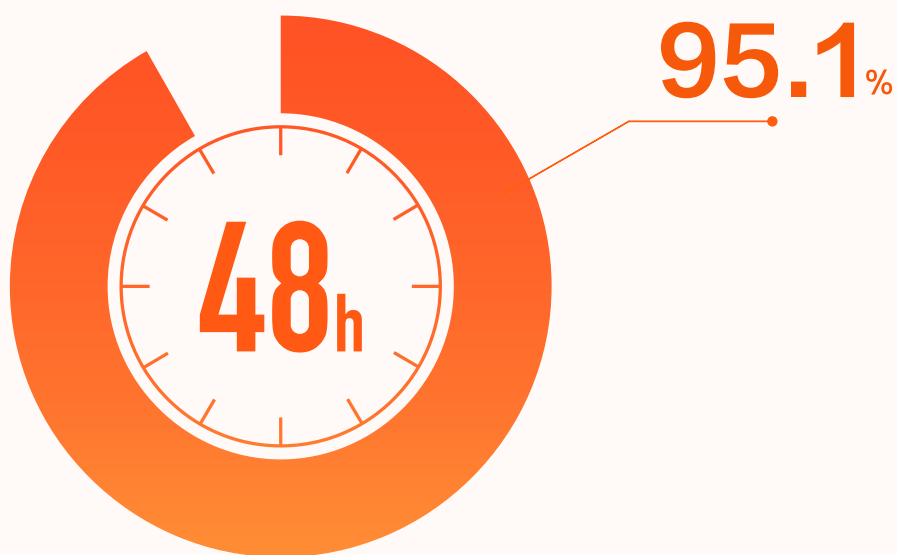
04 争议评价处置

a. 畅通评价投诉渠道，对争议评价补充审核

为更好服务用户，大众点评开通了客服热线、线上自助投诉等通道。用户可随时向平台反馈评价问题。同时大众点评成立了专门的审核团队，结合用户提供的补充材料，对复杂案件争议评价进行再次审核。

2024年，大众点评收到超 **290.02万** 条争议评价

95.1% 在收到后48小时内完成审核调查

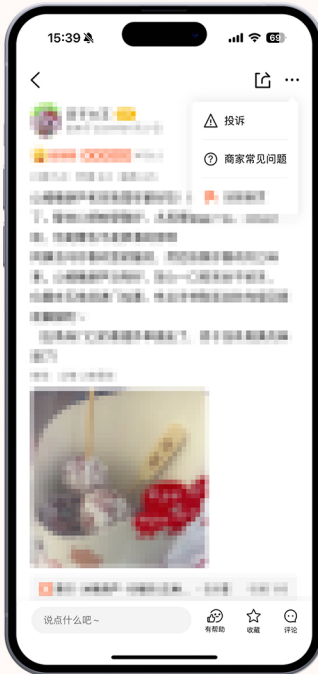


95.1%争议评价在收到后48小时内完成审核调查

评价审核旅程

举报评价路径

发现评价/用户存在违规怎么办？



点击评价右上角“...”投诉



选择投诉原因



提供有效证据



查看投诉结果

发现商户存在炒作怎么办？



点击商户页右上角“...”投诉



选择投诉原因



提供有效证据



查看投诉结果

评价审核旅程

申诉评价路径

发现评价不展示怎么办？

渠道一：



点击“系统消息”



点击“我要申诉”

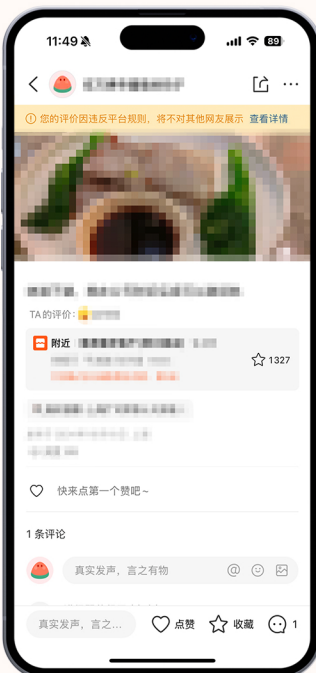


点击“申诉”



申诉结果通知

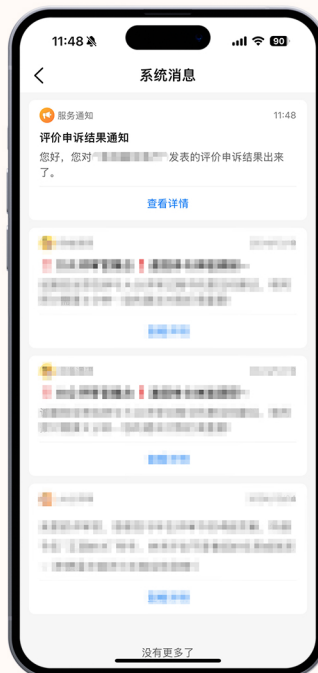
渠道二：



点击进入“评价详情页”
点击小黄条上的“查看详情”



点击“我要申诉”



点击“申诉结果消息”



二次申诉页面

评价审核旅程

b. 大众评审

大众评审是平台搭建的多元化在线纠纷解决机制。为保证评审程序公平公正，评审程序由举证环节和投票环节组成。平台会先请用户及商户双方参与举证、还原事件原貌，再交由评审官判定和投票，用少数服从多数的原则决定评价是否适合展示。秉持社区共治的理念，大众评审官均由独立于平台的广大用户构成。符合资质的用户可报名成为评审官并参与投票，平台工作人员无权干涉投票结果。

2024年度

平台累计通过大众评审解决评价争议 **38.90 万** 起
 这一年，共有 **227.24 万** 名点评用户作为评审官参与投票

多维度联合打击

为保障商户与用户的合法权益，维护平台秩序，实现商户规范化运营，大众点评参与中央网信办“清朗”系列专项行动，并根据《中华人民共和国民法典》、《中华人民共和国反不正当竞争法》、《中华人民共和国广告法》等法律法规及《美团用户服务协议》、《大众点评用户服务条款》等平台服务协议，治理商户、用户的虚假评价行为，并配合市场监管局等部门合力打击不正当竞争行为。大众点评会对违反《美团评价规则（总则）》、《美团评价规则（细则）》、《美团用户诚信公约》、《美团商户评价诚信管理办法》等规则，组织或参与虚假炒作、内容违规的商户、用户落处罚，包括但不限于预警、扣分等处罚方式。



多种治理机制

大众点评对违规进行严格治理



处罚机审

基于统计学和人工智能方法，大众点评研发了“扰乱平台评价秩序识别”系统，可从多个维度对异常的数据进行排查和判定。机审对检测到的明确违规商户和用户，进行预警，对预警后继续违规的，进入人工审核并下发处罚。



处罚人审和调查

为保障不同商户类型的审核合理有效，大众点评建设了专门的商户治理团队，结合取证、线下调查等补充材料，谨慎研判并下发处罚。



商户治理

大众点评对炒作好评、利益干扰用户写评价、恶意攻击竞争对手等违规行为的商户进行教育和处罚。处罚措施包括但不限于违规行为公示、扣除商户评价诚信分、禁止内容分发、所有评价不展示、禁止上榜、终止与平台的合作。

- 2024年，**57.57 万** 家商户被警告，**6.74 万** 家商户被处罚。
-



用户治理

大众点评对参与炒作好评、养号刷分等违规评价行为的用户进行教育和处罚。处罚措施包括但不限于违规行为公示、禁发评价、评价不展示、用户等级降低、撤销VIP、取消参与平台评价活动机会。

- 2024年，**31.01 万** 名用户被处罚。

多种治理机制

【2024年治理案例——诱导好评治理】

在外旅游时，因环境不熟悉，真实的评价对用户旅游城市的体验更加重要。旅游城市多数以游客为主，商户需要通过线上口碑和流量来获客，评价也是旅游城市商户运营的重要策略。

2024年，通过线上评价负反馈和线下走访，“旅游城市刷评价明显”、“商户反馈只能跟风刷评价”、“好评长不出来”等声音引起我们的高度重视，并启动了旅游城市利益诱导好评治理专项。通过线下走访、投入回访和调研资源、“黑衣人”暗访、加强诱导行为识别技术、加重利益诱导处罚等举措，旅游城市利益诱导换好评现象明显改善。对比项目开展前，关于利益诱导的用户负反馈明显下降，以哈尔滨为例，诱导负反馈下降 **47.3%**。

惩防结合，标本兼治，大众点评加强建立与商户的沟通渠道，关注对商户经营过程中的评价公信力的规则教育，与商户共商“合规促评”的通路。

以某火锅品牌为例

大众点评与该品牌运营负责人多次沟通用户频繁反馈的问题，并达成共建共识。

- 首先大众点评为品牌高层及各大区门店进行公信力培训；
- 其次该火锅品牌把公信力举报物料摆放在门店明显位置，接受用户的监督；
- 第三门店日例会宣讲合规促评指南，周期性产出风险报告预警至品牌方供内部管理。



安全写评环境



大众点评高度重视保护用户隐私数据，按照法律法规要求和业界成熟的安全标准，采取严格的措施来保护用户隐私安全。商户无法通过用户在大众点评的评价或消费行为查询到用户的联系方式。

用户信息保护

大众点评在落实个人信息保护工作时，严格遵守相关法律法规要求，参照国家标准和行业最佳实践，践行“以客户为中心”的价值观，始终将用户权益置于首位。

坚决贯彻“用户自主控制”、“透明”、“必要”和“技术保障”等个人信息保护的原则和理念。我们认为，没有安全就没有发展，用户隐私安全是大众点评诚信体系建设的重要内容，是平台和用户之间信任的基石。无论过去、现在，还是未来，我们都秉持这一发展理念。



安全写评环境

大众点评采取多重措施严格保障用户隐私信息安全

01 制定简明易懂的隐私政策

向用户告知我们收集使用个人信息的规则以及用户行使自己相关权益的路径，在保障用户查询、更正、删除、注销等权益的基础上不断完善用户的控制权；同时，在一些收集用户敏感权限和个人敏感信息的场景中，我们还采取了增强式告知的形式，充分尊重用户的知情权和选择权。

02 宣导隐私保护制度

研究制定符合法律法规和国家标准要求的隐私保护规则制度，加大宣传力度，提升全员隐私保护意识，旗帜鲜明地传递公司坚决保护用户信息的立场和坚决打击侵犯公民个人信息的决心和态度。

03 遵从Privacy by Design原则

将隐私保护嵌入研发生命周期，从研发各环节落实个人信息保护相关要求。在产品设计上，进一步优化功能，保障用户个人信息访问、更正、删除、撤回同意、注销账号，响应用户请求的权益，为用户提供整体的隐私保护解决方案。

安全写评环境

04 积极开展安全评估

推动各业务和产品条线开展PIA (个人信息安全影响)评估，严守个人信息的收集和共享环节，将隐私保护理念融入到产品设计和开发流程中，并不断提升技术防护水平，切实保障用户的信息安全。

05 建立严密数据安全管理体系

在政策法规层面，设有专门政策研究团队参与隐私保护问题的合规评估，落实国家政策法规的最新要求。在内部管理上，我们部署访问控制机制，确保只有授权人员才可访问个人信息，公司员工在处理机密数据资产时，必须遵守机密数据管理流程与技术标准要求。同时，我们也定期举办信息安全和隐私保护培训和考试，加强员工对于隐私信息保护重要性的认知。

06 强化技术保护能力建设

完成数据脱敏、数据权限系统搭建、数据安全风控监控系统搭建、敏感数据发现机制搭建、数据防泄漏机制建设、数据加密能力建设等多项技术举措以及启动隐私保护专项。同时使用加密工具，数据安全审批平台等，为用户的信息安全提供全方位保障。并使用受信赖的保护机制防止数据遭到恶意攻击，为数据安全保驾护航。

差评骚扰治理

2024年，大众点评加强差评骚扰行为的治理力度。积极布控差评骚扰信息的识别和拦截能力、处罚骚扰行为、优化骚扰举报功能、开展信息安全用户教育等举措，保护用户写真实客观评价的权利。



2024年，点评App共拦截 **156.27万** 次差评骚扰，警告 **3.67万** 家商户，处罚 **1.35万** 家商户。

除了在线上治理骚扰内容和行为，大众点评还对用户开展信息安全教育，科普个人隐私被泄露的潜在渠道，疑似隐私信息被泄露问题的反馈量较科普前下降 **50%**。



生态共建机制

携手合作，推动评价生态向好发展

平台发现不少餐饮商户存在过度促评的行为，不仅影响了用户体验，也对大众点评评价公信力造成影响。

2024年，平台深入商户，悉心倾听，共商获取线上流量与保障用户体验双赢的新解法。多次拜访商户，探讨合规积累评价的方法，并对违规商户做指导教育。同时，开展多场商户恳谈会，聆听商户在积累评价、维护其店铺评价公信力上面临的问题，共同营造真实评价生态、推动行业良性竞争与健康发展。

- 开展商户恳谈会，聆听商户在合规促评上的问题，共建真实可信评价生态。



结语

提升评价公信力和透明度是一项重要且长期的任务，我们将秉持以客户为中心，长期有耐心的理念，持续探索并创新方法与策略，增强用户信任和满意度。

我们也诚挚地邀请广大用户、商户与我们一道，积极参与到大众点评评价公信力的建设和完善中来，共同打造一个更加开放、透明且值得信赖的点评社区。

感谢您对大众点评的信赖和支持，我们期待在未来的日子里，成为更多用户探索美好生活的选择，帮大家吃得更好，生活更好。