



# 起底涉企谣言背后的黑色产业链

《中国经济周刊》记者 郭志强 | 北京报道

一个接一个的涉企谣言，让一家千亿市值上市公司舆情负责人张奋有点烦。

“涉企网络舆情，目前像是一个无解的题目。我们企业还有点资源、渠道和专业人才，但是在处理企业舆情时仍感到力不从心，那些中小企业碰到涉企谣言时有多难，就可想而知了。”张奋对《中国经济周刊》记者感慨。

多位采访对象告诉记者，面对一些不痛不痒的涉企消息，企业少有精力关注。而如今部分自媒体矩阵一而再再而三地盯着企业造谣生事，造谣抹黑企业和企业家，以此换取不正当利益，这就给企业带来了较大困扰，正所谓“造谣一张嘴，辟谣跑断腿”。

是谁在炮制和传播这些谣言？他们有何目的？为何会呈现愈演愈烈的态势？背后的产业链是如何谋求非法利益的？

## 网络谣言愈发困扰企业

近年来，网络谣言有泛滥之势。公安部近日公布的数据显示，今年以来公安机关已侦办网络谣言类案件 2.2 万余起，依法查处造谣传谣网民 2.5 万

余人，依法指导网络运营者关停违法违规账号 16 万余个，清理网络谣言信息 132.2 万余条。

不仅是数量大，网络谣言正呈现出新的特点。8 月 27 日，在国新办新闻发布会上，公安部交通管理局局长王强指出：“近年来，受‘流量经济’刺激，网络谣言的内容广度、传播速度、更新频率、影响范围以及社会危害性等都在显著增强。”

这些特点在涉企谣言中表现尤为突出。

今年 6 月，一家华南地区的医疗器械大型企业遭遇侵权信息骚扰。当时，公司某款肢体矫正产品颇受市场追捧，但在网上该产品受到其竞争对手恶意中伤，并给该产品贴上“智商税”等标签。

“我们关注到产品舆情后，紧急发布澄清信息。两个小时不到，该话题就上了微博热搜，这十分蹊跷。”该企业品牌负责人方芳告诉《中国经济周刊》记者。经过舆情摸排分析，他们发现竟然是竞争对手在背后花钱买热搜，人为制造话题热点。“为了降低恶意中伤带来的影响，公司也只能花钱

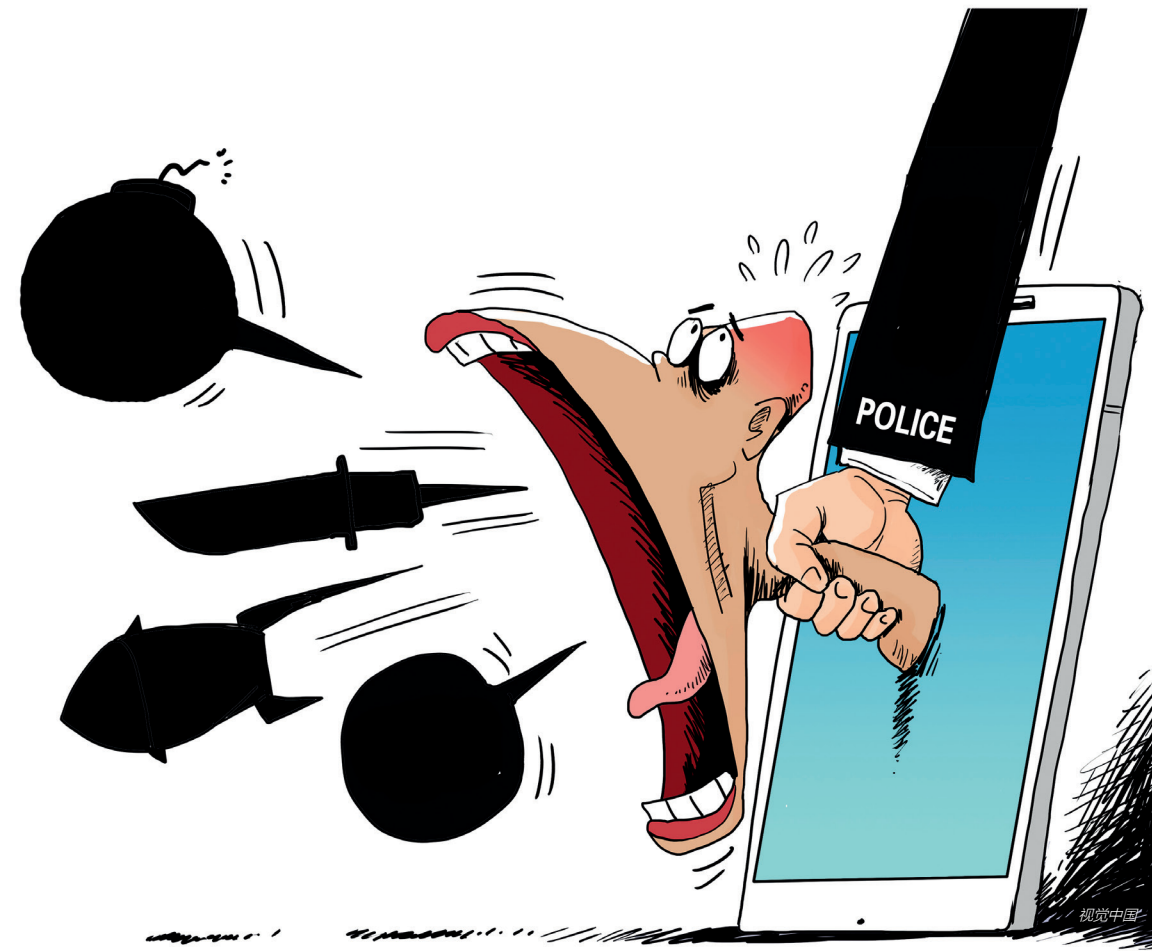
下沉热搜。围绕热搜榜排名，我们企业与竞争对手来来回回博弈，最终双方都没捞到好处，反而便宜了热搜平台。”方芳说。

记者在采访中发现，网络涉企侵权信息的背后除了有竞争对手的主观恶意，更多的则是自媒体的有意为之。

一些追求流量、博眼球的自媒体，通过恶意剪辑拼凑涉企信息，在网上传播。一家零售百货上市公司就深受网络谣言困扰，公司自 2021 年以来，陷入债务危机，一时网上针对实控人和上市公司的负面信息甚嚣尘上。

8 月下旬，该零售百货公司品牌负责人彭娟告诉《中国经济周刊》记者，早在 2021 年前后，企业因为债务问题面临空前的生存经营压力，当时很多自媒体不经求证，从网上随意截取企业的不实信息，拼凑成各类谣言，让企业和老板陷入无尽的舆论漩涡。

彭娟回忆时仍心有余悸：“这两年公司舆情才稍许平稳，在 2021、2022 年两年间，我通过有关部门处理的各类涉我们公司的不良信息就多达 1000 多条，那段经历不堪回首啊。”



## 谁是涉企谣言的幕后推手

采访中，多位大型企业和上市公司品牌负责人都提到一点，涉企侵权信息在网上发酵，多有幕后推手，推手们会借助“网络水军”推波助澜。

今年，华北某省一老人因手术死亡，事后家属找到某网络大 V 曝光此事，该大 V 在没有向医院核实的情况下，第一时间转发了这条消息，推动了这起医疗事故在网络的发酵。半天时间不到，这起事件迅速冲上微博热搜。

“医疗事故微博话题被冲上热搜后，我们发现了‘网络水军’的身影，微博评论区在同一时间段内，同一地址 IP 集中出现了针对医院的同类负面评论，很明显背后有人在带节奏、刷

流量。”上述医院的舆情负责人王振接受《中国经济周刊》记者采访时表示，当时他们通过分析这些高度类似的评价信息，推测背后有网络推手在推动舆情发展，于是有针对性地在网上收集证据。

其中一个细节值得注意，有部分娱乐博主也在大肆参与转发相关信息。而随着这起医疗事故被网络大 V 不断放大后，卫健部门也介入进来。

张奋告诉记者，网络具有开放性、虚拟性、地域差别模糊的特点。在这种环境下，一方面网络推手很容易招募水军，另一方面水军在实施不正当行为的时候也比较隐蔽，很难被发现。

公安部门针对网络水军进行了严

厉打击。“公安部高度重视，部署全国公安机关持续开展打击整治网络谣言专项行动。”王强表示，“我们深挖幕后操纵、造谣炒作的网络水军、MCN 机构等突出违法犯罪活动。共查处此类案件 623 起，抓获违法犯罪人员 3397 人。”

## 涉企谣言背后的利益链条

今年 6 月，国家网信办曝光一批涉企侵权信息典型案例。其中一起案例值得注意。某文化传播有限公司注册的“奇偶派”账号，蓄意发布对某信息科技公司年度财务报表进行负面解读的信息，并在该信息科技公司与其沟通信息内容真实性问题时，借机