

造热点 蹭热点 带节奏

——谁是网络谣言的幕后推手？

编造传播虚假信息“造热点”“蹭热点”“带节奏”，炒作敏感案事件进行引流牟利；开设假冒媒体网站和自媒体账号，打着“舆论监督”等旗号，实施敲诈勒索……这些行为被公安机关严厉打击。

公安部7月21日在京召开新闻发布会，

通报开展网络谣言打击整治专项行动100天举措成效。行动期间，全国公安机关共侦办案件2300余起，整治互联网平台企业近8000家（次），依法关停违法违规账号2.1万余个，清理网络谣言信息70.5万余条，有效净化网络生态。



热点案事件伴生谣言：严重扰乱社会秩序、影响社会稳定

近年来，一些社会热点事件中网络谣言乱象频出，严重扰乱社会秩序、影响社会稳定，人民群众反映强烈。自今年4月10日开始，公安部开展为期100天的网络谣言打击整治专项行动。公安部网络安全保卫局政委孙劲峰表示，行动期间，全国公安机关以强有力的实际行动整治网络谣言问题乱象，积极营造清朗有序的网络环境。

此次发布会公布了10起网络谣言典型案例，包括四川公安机关依法查处齐某某编造发布“武汉小学生校内被碾压身亡其母已收260万”网络谣言案。2023年5月，“湖北武汉一小学生在校内被老师驾车撞倒后二次碾压身亡”事件发生后，四川齐某某在未经核实的情况下，编造“小孩妈妈哭得伤心都是演戏，一共赔偿了260万”等谣言信息，给当事人造成严重伤害，造成恶劣社会影响。目前，公安机关已依法对齐某某处以行政拘留的处罚，对其网络账号采取关停措施。

“热点案事件发生后，往往带有巨大网络流量，一些人员借机编造发布涉事网络谣言，以达到蹭流量、博取关注的目的。”公安部网络安全保卫局二级巡视员张俊兵分析，在信息不对称的客观因素影响下，一些网民极易被谣言信息带偏认知，客观上助

推谣言的传播扩散。

专项行动中，公安机关分类分级、依法严厉打击了一批借热点案事件有组织编造传播谣言的策划者、组织者和主要实施者，共侦办此类案件500余起，约占案件总数的21%。其中，云南公安机关对编造发布“云南工商学院有女生遭3名黑人性侵”网络谣言的李某某依法处以行政拘留5日的处罚；四川公安机关对编造发布“大学生涉嫌卖淫800余次，赚120余万元”网络谣言的唐某依法采取刑事强制措施。

“网络水军”：网络谣言滋生扩散的幕后推手

“网络水军”为牟取暴利恶意炒作相关事件，成为网络谣言滋生扩散的幕后推手。

在安徽公安机关依法查处的一起“网络水军”案件中，犯罪嫌疑人刘某某组织人员开设多个自媒体账号，大量编发相关企业虚假文章，以负面炒作等方式相要挟，实施敲诈勒索，共作案100余起。目前，安徽公安机关已对涉案犯罪嫌疑人全部依法采取刑事强制措施，涉案账号均已关停。

部分“网络水军”团伙公司化运作，运营大量自媒体账号，通过批量编造发布各类虚假文章、视频吸引眼球、引流牟利；部分“网络水军”团伙在热点舆情事件中，编造传播虚假信息“蹭热点”收割流量，甚至“造热

点”，裹挟舆论、误导公众；一些不法分子开设假冒媒体网站和自媒体账号，打着“舆论监督”等旗号，以编造炒作虚假的负面信息相要挟，实施敲诈勒索，严重扰乱社会秩序，侵犯人民群众合法权益。

公安机关对编造传播虚假信息“造热点”“蹭热点”“带节奏”，利用热点话题炒作实施敲诈勒索，通过炒作热点案事件引流牟利，以及为虚假信息有偿代刷“转评赞”的“网络水军”团伙扩线深挖，依法开展侦查调查和打击处置。专项行动中，依法侦办“网络水军”案件130余起，抓获犯罪嫌疑人620余人。

“公安部将持续分类实施集群打击，严厉打击‘网络水军’团伙，全力挤压其违法犯罪活动空间，切实维护网络公共秩序。”孙劲峰说。

“流量经济”驱动：依托谣言博取关注、吸粉引流

当前，一些自媒体人员在“流量经济”的驱动下，为了在短时间内获得巨大流量，不惜以身试法。

“一些人利用公众焦虑、宣泄情绪、同情弱者、围观猎奇等心理，搬运加工、二次创作、东拼西凑、张冠李戴甚至直接造谣，挑动网民情绪、撕裂社会共识、污染网络生态，对此必须坚决依法打击。”公安部网络安全保卫局副局长李彤说。

在一起案件中，陈某某为吸引流量、让自己的网络视频账号迅速

涨粉，遂在广东深圳某地自编、自导、自演了“自己被绑架”的剧情，并配发“索要50万元赎金”的文字，相关视频发布后迅速引发大范围传播扩散，严重扰乱公共秩序。目前，深圳公安机关已依法对陈某某采取刑事强制措施，对其造谣网络账号采取禁言措施。

专项行动开展以来，全国公安机关共侦办以博取关注、吸粉引流为目的编造网络谣言案件1000余起，关停或禁言造谣传谣网络账号1万余个。

下一步，公安机关将坚决打击整治依托谣言博取关注、吸粉引流、增加广告收入、赚取平台补贴、直播带货等违法犯罪行为。

平台监管不严：谣言滋生的土壤

一些网站平台对网络谣言信息缺乏有效管控，甚至为了流量和热度，纵容网络谣言的传播，对网络生态环境造成恶劣影响。

专项行动中，公安机关督导网站平台完善信息发布审核、用户实名管理等制度，从源头堵塞网络谣言传播风险，累计组织签订责任书2180份，开展网站平台监督检查5896家（次），约谈企业652家，责令限期整改323家（次）。

在湖南公安机关办理的一起案件中，一段已被官方辟谣过的谣言信息在属地某短视频平台大量传播

扩散，累计播放200余万次，转发分享8.3万余次。

经属地公安机关依法调查，该短视频平台因网络安全管理制度不健全，导致相关谣言视频在该平台大量传播扩散。目前，湖南长沙公安机关根据网络安全法有关规定，对该短视频平台依法作出责令整改、行政处罚10万元的行政处罚。

“依法依规铲除谣言滋生的土壤，切断谣言传播链条。”李彤表示，公安机关将下大力气加强网站平台监管，不断健全完善自媒体行业准入、内容审查、责任追究等机制，完善监测、发现、辟谣、处置全流程工作规范，严厉整治编造传播网络谣言的平台和账号，严肃追究网络谣言发布传播的相关方责任。

目前，网络谣言打击整治专项行动即将结束，为了持续保持高压严打态势，公安机关已将包括网络谣言、“网络水军”、网络暴力等网络乱象整治纳入夏季治安打击整治行动中，继续开展重点打击治理。

公安部提醒广大网民朋友“不造谣、不传谣、不信谣”，提高对网络信息的鉴别、识别能力，不转发任何未经证实的信息，避免成为网络谣言传播的“二传手”。

公民发现个人合法权益因网络谣言受到不法侵害时，要及时运用法律武器维护自身合法权益；发现网络谣言违法犯罪线索时，要及时向公安机关举报。

（据新华社）



“今年防晒衣太火了”

“每天骑电动车上下班、走基层，脸和脖子全都晒伤了，又红又疼。”山东滨州的公务员李先生今年首次关注起了“物理防晒”，购置了一件199元的品牌防晒衣。

前不久，上海一家科技企业的高管汪女士为全家人都买了防晒衣。“今年防晒衣太火了。骑车、步行的人很多都在穿。有的女孩子把自己全身都包裹得严严实实。我老公这种以前连防晒霜都不用的人，也说要买一件防晒衣。”

这个夏天，高温给普通人的生活带来明显影响。除了防暑降温、防晒射病，媒体和医学专家反复提醒人们

要注意防晒。防晒衣这种原本以户外劳动者及年轻女性为主要消费群体的市场，迅速扩展到全民领域。记者看到，不少外卖小哥都自费装备了防晒袖套、口罩及防晒衣。

京东数据显示，近期防晒衣销量环比增长超过50%；天猫数据显示，在今年“6·18”期间，服饰类的防晒新品成交额同比增长180%。根据户外品牌“蕉下”的招股书数据，防晒服饰的市场规模由2016年的459亿元增至2021年的611亿元，2023年将超过700亿元。

安踏集团高级传播总监姚鹏表示，今年夏季运动鞋服行业防晒衣品类线上销量整体有两位数增长。北京当代商城一家户外品牌的售货员告

防晒衣火爆背后的冷思考

今年夏天，全国多地持续高温天气，部分地区气温达40摄氏度之上。烈日炎炎下，防晒衣销量猛增。

防晒衣的防晒效果到底怎样？这一迅速增长的市场未来走势如何？“新华视点”记者进行了调研。

诉记者，往年购买防晒衣的群体以年轻女性居多，从今年的销售情况看，男性、老年人、儿童也多了起来，一些尺码都卖断了货。

防晒衣究竟能否防晒？

在社交媒体上，关于防晒衣到底是服装“黑科技”还是收割“防晒焦虑”的话题热度持续不减。有人说穿着太闷；有人说普通衣服一样防晒；也有人说的确有效，防晒衣遮挡与未遮挡的皮肤产生了明显色差。

那么，防晒衣的防晒效果到底如何？其基本技术原理是什么？

专家说，首先要搞清楚UVA和UPF的概念。“到达地表的紫外线主要是长波黑斑效应紫外线（简称UVA），是导致晒黑的主要原因。”山东省纺织科学研究院新材料研发部部长杨琳介绍，“UPF是紫外线防护指数，表示材料对紫外线的防护能力。”北京服装学院教授龚龔说。

我国现行国家标准《纺织品 防紫外线性能的评定》规定，当样品的UPF大于40，且UVA透射比小于5%时，可称为“防紫外线产品”。

龚龔说，如果看到防晒衣的标签上标注着UPF40，就是指1/40的紫外线可透过防晒衣。业界一般认为，UPF值50为最高级别的防护，超过这个数值其实也不会有更强的防护效果。

杨琳说，防晒衣主要通过面料中使用防紫外线助剂、防紫外线纤维或增强织物密度等方式，使其具备吸收、反射和散射紫外线的作用，降低紫外线对服装的穿透力，起到防晒作用。

“从面料材质来看，聚酯纤维、尼龙、聚丙烯及一些特殊处理的天然纤维，具备较好的防紫外线性能。”龚龔介绍。杨琳表示，洗涤次数会影响部分防晒衣的防晒性能，建议产品上标注建议洗涤次数或建议使用时间。

不必盲目崇拜“大牌”“高价”

随着市场快速增长，一些防晒衣的广告纷纷大打“科技牌”，价格也水涨船高。记者在天眼查以“防晒衣”为关键词进行专利搜索，发现有效专利158件，其中“外观设计”类专利有87件。在某购物平台上，记者发现两款售价在2000元以上的防晒衣，询问客服如此定价是否运用高端技术，仅得到“我们性价比高”“新晋轻奢”“甄选品质”等模糊回应。

“太阳光下会迅速变色”“木糖醇制成的防晒衣”“一秒散热，上半身瞬间降温”“有效避开20多种蚊子，避蚊率达到97.06%”……究竟如何理解这些看起来“花哨”的功能？对此，杨琳说，添加光敏变色、接触凉感或驱蚊材料可在一定程度上赋予纺织品变色、凉感和驱蚊的功能，但对

其性能的评价仍需依据相关标准。

业内人士认为，防晒衣重在防晒，在此基础上，未来会出现更多符合消费者审美，并叠加防风、防雨等其他功能性需求的产品，以及更为轻盈、透气、舒适的面料。消费者无须盲目崇拜大牌及高价，品牌也应更多挤出营销水分，多些科技含量。

防晒衣吸湿透气性相对较差，长期穿戴可能会在炎热潮湿的环境中导致痱子和湿疹等皮肤问题，这一问题正通过技术进步得到逐步解决。龚龔说，一些品牌采用了新型纤维材料和纺织技术，如将聚酯纤维与氨纶等混纺，或采用纳米技术等使衣物表面呈现微孔结构，从而提升透气性能。

杨琳说，基于纳米材料的热湿舒适型防晒衣、基于智能电子纺织品的可监测生理参数的智能型防晒衣、基于形状记忆材料的温湿度响应型防晒衣等高技术含量防晒衣有望走进人们的生活。龚龔说，可持续发展意识的增强将推动防晒衣市场向更环保的方向发展，可能会以回收纤维制造或使用可降解成分。

“需要提醒消费者的是，防晒衣只是防晒的辅助手段之一，其他防晒措施如使用防晒霜、遮阳帽、太阳镜等同样重要，在阳光强烈的环境中要结合多种防晒方式以增强防护效果。”龚龔说。

（据新华社）