

2025 年央视“3·15”晚会落幕，针对被曝光的违法行为，市场监管部门等迅速开展行动，依法处置曝光问题。但一些社交平台出现了很多“热心监督员”，看似贴心地整理了“3·15 红黑榜”，一边提醒他人提防“黑榜”里的品牌，另一边又表示“红榜”里的品牌可以放心消费。可是，这些榜单漏洞百出，绝大多数与央视“3·15”晚会没有任何关系，而是部分营销号蹭“3·15”热点，以“打假”之名行“造假”之实。

“3·15 红黑榜”真能相信吗？



“黑榜”真假混杂



这些“红黑榜”都是网民自行整理的，并非官方报道，不少品牌压根没有出现在官方报道中，更没有“红榜”和“黑榜”一说，真假混杂在短视频平台和社交媒体上，有大量以“3·15 红黑榜”“3·15 黑榜避雷”为标题的帖子。但比对今年乃至历年相关晚会内容，发现不少榜单中存在信息失真。

有的人榜企业不是央视“3·15”晚会的曝光对象，却被冠以“央视曝光”的名号；部分自媒体曝光、难辨真假的内容，甚至也出现在部分榜单中。

还有的企业虽曾被媒体曝光，但已经是多年前的事件。被曝光后，涉事企业进行了整改并通过监管部门检查，近年来也没有因为违法行为被监管部门或媒体再次曝光，却因为“历史污点”上了所谓“今年 3·15 黑

榜”。

诚然，有过违法违规行为的企业应当谨记教训，用诚信经营挽回声誉，但互联网时代的营商环境也强调动态监管与整改包容。如果企业已经合法经营，却一直被旧事重提甚至被加入“今年 3·15 黑榜”，并不公平。从根本上看，发帖者的相关做法并不是“监督”，而是“抹黑”，违背了优化营商环境的政策导向。

“3·15”支持监督，但合理合法的监督应该基于企业的实际情况。事实上，为集中整治涉企侵权信息乱象，切实维护企业和企业家网络合法权益，中央网信办近日已经部署开展“清朗·优化营商环境——整治涉企侵权信息乱象”专项行动。内容不准确的“3·15 黑榜”已经侵害了部分企业的合法权益，也误导了消费者。



凭空捏造的“红榜”：与“上榜”企业存在利益勾连



与“黑榜”相比，更具危害性的是凭空捏造的“红榜”。媒体核查发现，历届“央视 3·15 晚会”都没有发布过“红榜”或“推荐名单”，其他主流媒体也没有发布过类似的“榜单”。但很多自媒体以“3·15 打假公布红名单”“2025 年良心国货”“质量过关红榜”等噱头，发布所谓的“红榜”，为特定品牌“贴金”。

比如，今年央视“3·15”晚会曝光了卫生用品翻新乱象，却没有介绍任何品牌质量可靠，可在部分

“红榜中”中，出现了多个卫生用品品牌。再如，部分“红榜”上的品牌知名度并不高，却被发帖者没有任何依据地冠以“口碑稳定”“价格合理”“质量不错”等关键词。要知道，官方媒体在客观报道时，压根就不会使用这类带有明显倾向性的褒义词。

以上种种细节显示，相关“红榜”大概率是部分营销号利用“3·15”影响力，为达到自身目的而编造的。从动机上看，“红榜”造假者或发布者大概率与“上榜”企业

存在利益勾连。他们利用公众在“3·15”期间对消费信息的高度关注，炮制“红榜”，将这些企业包装成行业典范，以此吸引消费者购买产品或服务，从中获取推广费用。

从手段看，造假者为了迷惑消费者，还费了些功夫，包括在“红榜”上罗列一些知名度较大的品牌，然后才是那些知名度低的品牌。对消费者来说，如果跟着“红榜”消费，很可能误选产品或服务，为虚假宣传买单。



监督不应异化为“灰产狂欢”



不论是央视的“3·15”晚会，还是“3·15”前后不同媒体的监督报道，其根本目的都在于推动企业、行业整改与保护消费者权益，并非制造对立或营销炒作。但是，社交平台出现的各种假借“3·15”榜单的目的并非如此，并反映出深层问题。

首先，平台算法偏好“标题党”和情绪化内容，导致真假信息混杂传播。例如，这些帖子看似是提醒消费者“避坑”，其实是为了

推广与自己有利益关系的品牌，甚至不排除部分账号借“黑榜”敲诈勒索相关企业。其次，打着个人名义的“总结帖”信息模糊，法律追责难度大，优化网络营商环境任重道远。这些发布“红黑榜”的自媒体账号大多模糊措辞，用“网传榜单”“网友整理”等规避自己的法律责任，消费者乃至当事企业未必能举证他们具有主观恶意。

可从结果看，这类榜单又实实在在误导了消费者，并伤害到部分

企业的合法权益。所以，面对各种“榜单”，需要多方协同治理。对平台而言，改一改算法很重要，不能看到“提醒”“避坑”“黑榜”等看似“善意”的标题，就加权推广。而对消费者来说，也不能轻信所谓的“经验帖”“总结帖”，因为这类帖子背后，很可能正是那些打着“提醒”却算计着消费者钱包的营销号，从编造榜单到找人发布，形成一条营销灰色产业链。

（综合上海网络辟谣等）

一周辟谣

病死猪被用于制作火腿？谣言！

日前，一条在某平台发布的短视频引发网民热议，视频中大量死猪，一男子情绪激动地称“病死猪被用于制作火腿”，地点位于山西省运城市闻喜县。视频一经发出，便有大量转发评论。

山西省运城市夏县公安局对此展开核查处置。经研判，确认该视频为虚假信息。相关视频最早发布于 2019 年，当时山西省闻喜县相关部门已对该情况进行核实澄清，确认视频内容是一家畜牧公司对病死猪进行无害化处理。时隔六年的谣言被发布者朱某宏（男，现年 54 岁，夏县人）再次以“装车发货”为话题转发。

民警在烟台警方的配合下找到了朱某宏时，他还没有意识到自己发布虚假视频引发的后果。朱某宏表示，他在刷短视频时，平台以“往年今日”的形式，推送了其 2019 年 2 月 25 日转发过的关于大批死猪的视频，为引起他人好奇心，博取粉丝流量，他再次转发该视频。民警进一步调查发现，朱某宏经常在网络平台制作转发虚假信息。因涉嫌寻衅滋事罪，目前朱某宏被夏县人民检察院批准逮捕。

（来源：光明网）

街头售卖名贵“雪莲花”？多为山茶花

今年 1 月，湖州吴兴的刘女士在路边花 609 元买了“雪莲花”后报警。随后，吴兴警方打掉了一个专门针对老年人的诈骗团伙，这个团伙打着卖“名贵花茶”的口号，将几十元一公斤的普通花茶，用高价出售给老年人。事实上，所谓的名贵雪莲花是山茶花花蕾。

据了解，山茶花没有被中国药典收录，据江苏省中药饮片炮制规范（2020 版）记载，山茶花为山茶花科植物，山茶的干燥花及花蕾功效为凉血止血、散瘀消肿，用于吐血、便血、痔血、带下、烫伤、跌仆损伤等。也就是说山茶花是凉血止血的中药，并不能控制血压、血糖、血脂。

武侠小说中常提到天山雪莲有起死回生之效，可现实中它虽有一定的药用价值，但也没传说中那么神奇。天山雪莲是中国药典收录的一味维吾尔族习用药材，天山雪莲的干燥地上部分为菊科植物，天山雪莲药用部位是带花的全株；功效为温肾助阳，祛风胜湿，通络活血，用于风寒湿痹痛、类风湿性关节炎、小腹冷痛、月经不调；孕妇忌用。

如何区分天山雪莲和山茶花？其实，这两者在外观上有明显区别：天山雪莲的花朵成熟后，大小可达到拳头般的尺寸，而山茶花的花蕾则小得多。中药师提醒，一定要在医生的指导下用药，乱服中药容易引起一系列副作用。如出现不适症状，请及时前往医院就诊。

（来源：中国经济网）