

近日，一份“调研报告”在各网络平台引发热议。不少人看完直呼“颠覆认知”，比如，这份报告声称女性最终平均寿命 84.32 岁，男性 69.51 岁，相差近 15 岁；称各行各业投诉中女性占 81.27%；甚至给出过劳猝死男性占比高达 99.21% 的结论。数据精确到百分位，这份所谓的“调研报告”乍一看很唬人。但是记者调查发现，这份看似“权威”的报告，其发布机构“甲骨文财经”根本“查无此人”，内容更是毫无根据，一戳就破。

“权威”报告刷屏 漏洞太多！别信！

“调研报告”刷屏 发布机构却“查无此人”

近期，一份号称“甲骨文财经”发布的《中国男女群体消费与生活状态差异化调研报告》在多个网络平台上被大量转载。这份报告以图表形式列出十多项调研内容，分别呈现男女在工作风险、消费习惯、寿命和婚姻观念等方面的差异。

记者在多平台检索发现：9 月 23 日，已有多平台出现关于这份报告的讨论，此后内容迅速在全网扩散，有自媒体仅发布一张报告图表、搭配简短文字，便收获近 2 万点赞。记者尝试联系较早发布该内容的多个账号，询问报告具体来源，均未收到回应。

实际上，所有传播渠道都没有提供报告原文链接。报告声称数据来源于“甲骨文财经”，记者搜索发现，各大网络平台上都没有同名账号。

记者查询发现，除了这份报告，网络平台上，还存在多份疑似与前述报告有相似来源的图表，都声称数据来自“甲骨文财经”或“甲骨文大数据”。从公开可查的传播轨迹看，这几份形制相似、内容不同的报告最早可追溯至 8 月 22 日。实际上，“甲骨文大数据”也是查无此机构。甲骨文(Oracle)主要从事数据库和云计算业务，其官方账号未发布过相关内容。

内容存在大量漏洞 数据疑似编造

除了出处存疑，这些网传报告也不具备正常调研报告应有的核心要素。上海市消费者权益保护委员会副秘书长唐健盛说，这几份调研报告没有标注样本来源、样本数量和调查方法，本质就是“三无调研报告”。“对一个群体要做调查的话，一定要找出群体当中有代表性的样本，调查样本的数量也很重要。任何一个调查在发布的时候要同步告知所有的传播对象，这个调查是怎么做的。如果没有这么说，这份调查的公正性肯定是存疑的。”

更关键的是，报告内容存在大量漏洞，数据疑似编造。以网传《2025 年重点城市群体人均每月消费额排行榜》为例，其宣称“上海女性月均消费 10872 元”，但上海市统计局公布的权威数据显示：

2025 年上半年上海居民人均可支配收入为 46805 元、人均消费支出为 27179 元，折算成月度数据，人均可支配收入约 7800 元、人均消费支出约 4529 元。网传报告中“上海女性月均消费 10872 元”的说法，不仅远超当地居民月均消费支出，甚至超过了月均可支配收入——这样的“数据”完全违背经济常识。

网传《中国男女群体消费与生活状态差异化调研报告》声称，女性期望寿命 95.98 岁，男性为 65.75 岁，相差超过 30 岁；声称最终平均寿命女性为 84.32 岁，男性为 69.51 岁。而中国人民大学人口与健康学院院长杜鹏指出，学术界没有所谓“期望寿命”“最终平均寿命”的说法，预测新生儿未来可

能存活平均年数的“平均预期寿命”才是正确表述。

杜鹏表示：“标准的说法叫平均预期寿命。平均寿命是指什么？是这一年去世的人，把他们的年龄都加起来，除以这一年的死亡人数，这叫平均寿命。平均寿命很难算，光拿这一年死了多少人，是算不出这个数的。平时网上炒作的这些人，显然不懂这个计算方法，也拿不到这个数。”

实际上，9 月 11 日，国家卫生健康委介绍，2024 年我国人均预期寿命达到 79 岁。另外，根据《新时代中国推进妇女全面发展的实践与成就》白皮书，2020 年，我国妇女平均预期寿命达到 80.9 岁。这与网传报告中提及的多个数值都不相符。

部分自媒体无视数据真实性

因为内容足够猎奇，那些虚假调研报告很快引得大量自媒体纷纷转载。更令人担忧的是，部分自媒体完全无视数据真实性，一位博主甚至毫不掩饰表示“数据准确与否不重要”。他们基于这些毫无依据的信息随意下判断、得出结论，最终对公众造成误导。

中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍表示：“《关于加强自媒体管理的通知》明确规定，平台应当要求自媒体对其转发的信息的真实性负责。这个信息也不是权威

信息源，是一个炮制出来的，把这类信息传播出去的目的就是为了增加流量，去获取直接或间接的商业利益，这种行为本身就是一个违法行为，所以按照相关规定，对于这样的账号平台要采取必要的措施，包括禁言、封禁账号等相关的一些处罚措施。”

业内人士指出，虚假报告的传播也巧妙地利用了人们的认知弱点和情绪敏感点。报告中关于性别差异的夸张数据，直接触动了当前社会关注的热点话题，容易激发两性

对立情绪。这种刻意制造冲突、挑动群体对立的内容，正是中央网信办“清朗·整治恶意挑动负面情绪问题”专项行动重点整治的对象。这场由虚假报告引发的刷屏闹剧，既是对自媒体行业的一次警示，也是对全社会信息辨别能力的一次考验。在信息爆炸时代，我们每个人都应成为理性的信息消费者，不轻信、不盲从、不随意传播未经证实的内容。只有当真相跑赢谣言，网络空间才能更加清朗，社会理性才能得以维护。（来源：央广网等）

每天一杯无糖饮料 增加糖尿病风险？

近期，关于“每天一杯无糖饮料患糖尿病风险增加 38%”“无糖饮料能不能喝”等话题登上多个平台热搜榜，引发网友关注和讨论。话题源于澳大利亚蒙纳士大学的一项新研究。该研究发现，每天喝一杯含有人工甜味剂的无糖饮料，患 2 型糖尿病的风险会增加 38%，而喝一杯含糖饮料所导致的糖尿病风险仅增加 23%。

科信食品与健康信息交流中心主任钟凯认为，上述研究存在“硬伤”。首先，该研究引用的数据均为自报数据，鉴于大多数人很难准确记清自己前一天的饮食情况，自报数据难免存在误差。其次，可能存在因果关系倒置的情况，比如血糖偏高的人更愿意选择无糖饮料。最后，队列研究仅反映关联现象，并不能证实甜味剂直接导致糖尿病。

钟凯指出，糖尿病是一种代谢性疾病，和糖的摄入没有直接关系，更不用说甜味剂了。各国研究均表明，适量摄入甜味剂几乎不会影响血糖水平。甜味剂在全球范围内被广泛应用于糖尿病患者的膳食中，《中国 2 型糖尿病防治指南》和《成人糖尿病患者膳食指导》均指出，糖尿病患者适当食用添加了非营养性甜味剂的食品饮料是安全的。

钟凯介绍，在膳食总量保持不变的前提下，用甜味剂替代糖有助于减少能量摄入，但并不意味着可以依赖甜味剂减肥。减肥的关键在于消耗的热量多于摄入的热量。国家食品安全风险评估中心总顾问陈君石认为，甜味剂面世 100 多年来，安全性已得到 100 多个国家和众多国际食品安全机构反复验证。

（来源：经济日报）

带锂电池进入电梯 更容易自燃？

网传电梯运行中产生的轻微超重或失重能导致电动车的锂电池自燃，这种说法没有科学根据。锂电池自燃的根本原因是热失控，把它带入电梯本身不会让它更容易自燃。

之所以会有电动车锂电池进入电梯更容易自燃的说法，是因为之前出现过电动车在电梯内自燃酿成悲剧的案例。而酿成事故的原因往往是使用了二次改装电池，自燃恰好发生在了电梯间。加上电梯中往往装有监控，此类事故画面更容易得到传播，让人们误以为锂电池更容易在电梯中发生自燃。

但不可否认的是，把电动车和车用锂电池带进电梯确实是非常危险的。因为，电梯是一个狭小封闭的环境，一旦电池发生自燃，电梯内温度会急剧升高，而且密闭的空间也让燃烧时产生的有害气体快速聚集，电梯里的人员往往很难逃生。所以，虽然电梯本身不会诱发锂电池自燃，但确实不建议把电动车或车上的锂电池带进电梯，避免一旦发生事故造成无可挽回的悲剧。（来源：科学辟谣）