

“工业垃圾摇身一变成儿童维生素 D3”“工业垃圾制造儿童面霜”“儿童神经酸被查出多种致癌物”……这些骇人听闻的标题是不是让家长们心头一紧？近日，在网络平台上，一些账号专挑儿童健康相关话题“下狠手”，通过发布所谓的患儿照片、伪造权威报道、发布夸张数据等手段炮制谣言，制造儿童用品“安全焦虑”。这类谣言的套路是什么？背后的真实目的又是什么？

儿童维生素D3有毒 覆盖90%家庭？

声称儿童维生素D3有害 引发家长焦虑

紧张的背景音乐全程烘托，“紧急曝光”的大字标题格外扎眼。“毒儿童维生素 D3 覆盖 90%家庭，有害物质超标 10 倍，长期吃致肾衰竭”“工业垃圾做的，你敢给孩子吃吗？”画面里，这些文字接连出现，救护车急救的场景让人揪心。这样骇人听闻的内容戳中了不少家长的焦虑神经，评论区里几乎没人追问信息来源，满屏都是担忧和恐慌。但事实果真如此吗？

记者调查发现，短视频平台上“毒维生素”相关内容扎堆，句式模板如出一辙，核心数据却乱成一团。所谓“毒维生素 D3 覆盖家庭比例”，有 80%、88%、90% 等多个版本；“有害物质超标倍数”更是从 10 倍、

30 倍到 80 倍不等，差距悬殊。实际上，记者检索发现，并无权威机构发布过“毒维生素 D3 覆盖的家庭比例”相关数据，也没有“工业垃圾制造维生素”的公开报道。

这些内容通常标注时间和地点，换个时间、改个地点、换组数据，同一账号就能连发几十条相似内容。记者找到了一则短视频，声称“现在市面上的维生素片大多是假的，里面全是色素和防腐剂，根本没啥营养，吃了还可能对身体有害”。18 秒的视频里没有标注内容来源，也没写明依据支撑，直接断言维生素有害，且配图上的字迹扭曲模糊、无法识别，疑似 AI 制图。

“儿童维生素有毒”类谣言频频出现

记者溯源发现，至少在今年 2 月，宣称儿童维生素 D3 有毒的内容就开始出现在短视频平台上，随后此类谣言便频繁出现在网络上。

2025 年 6 月 12 日，网上出现明确针对儿童维生素 D3 的谣言视频，宣称“致癌儿童维生素 D3 曝光，20 个市面主流品牌检测只有 5 款达标”。此后 9~11 月，这类谣言进入爆发期，比如 9 月 23 日有视频称“维生素 D3 含大量一级致癌物、有害物质超 30 倍”；10~11 月更是出现出“覆盖 90%家庭”“工业垃圾做原料”“超标 40 倍”等五花八门的版本。

不只是儿童维生素，记者调查

发现，常见的儿童药品和补剂、儿童洗护产品，都被套进了这个造谣模板，所谓的“工业垃圾制造儿童面霜”“大批垃圾废料被做成儿童洗衣液”“问题儿童钙已经曝光”等视频也频频出现，此类视频多数是为了制造焦虑、引流带货。

北京师范大学法学院副教授、中国互联网协会研究中心副主任吴沈括表示，将虚假的信息内容导入到正常的信息流转的场域中，扰乱了正常的信息生成和传播的秩序，这样会让社会信任度遭受损害。公众在面对这样一系列真假难辨的信息过程中逐渐产生一种群体焦虑。记者发现，如此造谣目标还是博流

量、起号，然后带货。这些视频后半段，往往会推荐几款所谓“通过检测的合格产品”。

对此，中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍直言，将谣言与儿童话题绑定，背后藏着明确的利益算计。“这类营销号贩卖恐慌和焦虑的情绪，不单纯是一个账号的行为，往往是通过传播矩阵的方式，让家长去相信他们散布的信息是‘真实’信息。他们的目的无非是两个，一个是通过贩卖焦虑情绪获取相关流量，另外一个则是让家长对这个账号所说的内容产生信任感，再通过比对、拉踩的方式去推销自己的产品，把流量直接变现。”

谣言主观恶意大 监管需联动

针对此类专门盯着儿童话题下狠手的造谣行为，北京邮电大学互联网治理与法律研究中心主任谢永江表示，必须拿出针对性措施，提高违法成本，筑牢保护儿童的网络防线。

谢永江说，这种“造谣式起号”借家长护崽心理牟利，主观恶性特别大，危害也特别重。中央网信办近期开展为期两个月的“清朗·整治恶意挑动负面情绪问题”专项行动，聚焦社交、短视频、直

播等平台，着力整治宣扬恐慌焦虑情绪等问题。监管需要联动，建立一些快速的核查通道，严惩造谣账号，多管齐下，形成多方共治的场

景。业内人士表示，像这种明显缺乏根据的内容，首先平台必须承担起应有的责任。从内容审核、账号资质、广告标志到商品链接的溯源，都不应再给“擦边恐吓”“情绪绑架”留下操作空间，对屡次制造恐慌、虚假营销的账号，应当提

高违规成本，比如禁言封号处理，并对实体信息做出识别，避免其换个马甲继续收割。

其次，监管部门也需要更主动地介入，将“造谣式带货”纳入更明确的治理范畴。对恶意编造、散布虚假信息并从中牟利的行为，依法追责、公开惩处，形成清晰的示范效应。只有让造谣者真正付出代价，才能遏制这条畸形产业链的蔓延。

（来源：央视新闻等）

一周辟谣

无人快递车“吵架”？
回应：为AI后期合成

近日，网络上大量流传“无人快递车吵架”的视频片段，视频配音主要内容有：“让一下，向右让一下”“你不认识字”“听不懂人话”“你有没有驾驶证”“有人吗？请帮帮我，我出不去了”“退！退！退！”等。

记者向新石器等国内主要无人车企业求证后得知，该类型视频中的“吵架”声音均为 AI 后期合成，并非无人车真实播报系统发出。无人车运营有严格规范，配备后台实时监控与异常干预机制，遇拥堵或故障会及时处置，不存在“吵架”的场景。此类 AI 合成声音混淆真实运营情况，不符合真实道路通行中的沟通逻辑，对大众造成了严重误导。企业呼吁，请广大网民明辨信息真伪，切勿轻信、传播不实内容，共同维护清朗的网络环境。

（来源：互联网联合辟谣平台）

小众聊天软件更私密？
18款APP存涉诈风险

“加个小众聊天软件吧，更私密”“这个专属 APP 里能领高收益“微信、抖音上聊不清”……当陌生网友或“客服”抛出这类说辞时，你可能已踏入诈骗陷阱的第一步。随着电信网络诈骗手段持续翻新，小众通联 APP 逐渐被不法分子利用，成为诈骗链条中的关键一环。近日，北京市网信办、市公安局、市通管局依法联合约谈 18 款小众通联 APP 运营主体，通报其存在的涉诈风险，责令限期整改，切实履行主体责任。

依据《反电信网络诈骗法》《网络安全法》等法律法规，三部门提出明确管理要求。一是全面落实实名制。在与用户签订协议或确认提供服务时，依法要求用户提供真实身份信息，用户不提供真实身份信息的，不得提供服务。二是完善监测识别机制。对利用其服务从事涉诈支持、帮助活动进行监测识别和处置、对监测识别的涉诈异常账号立即重新核验，并根据风险等级采取限制功能、暂停服务等处置措施。三是健全内部管理制度。完善反诈内部防控机制和安全责任制度，防范被不法分子利用。积极配合监管执法工作，为公安机关办案提供技术支持和协助。四是加强反诈宣传提示。在 APP 注册、使用环节的显著位置，通过公告栏等方式加强反诈宣传，提高用户反诈意识。同时，完善用户投诉通道，及时受理处置用户举报。

下一步，三部门将继续加强协同配合，全面开展网络巡查与执法检查，对拒不整改或整改不到位的相关主体，依法予以行政处罚，通过各方协同发力，有效遏制电信网络诈骗，守护人民群众“钱袋子”。同时，也提醒广大用户，提高反诈意识，时刻保持警惕，不点击未知链接，不下载安装陌生 APP，不向陌生账户转账。

（来源：网信北京等）