

国家出手整治汽车网络乱象

为期3个月，剑指“黑公关”“黑嘴”！

据工信部9月10日消息，工信部、中央网信办、市场监管总局等六部门将联合开展为期3个月的汽车行业网络乱象专项整治行动，集中整治非法牟利、夸大和虚假宣传、恶意诋毁攻击等网络乱象。专项行动明确，对于汽车行业网络水军、“黑公关”“黑嘴”及“饭圈”粉丝等行为，要深挖网络乱象背后的相关方，依法打击惩治。



新华社发

划三条红线，剑指虚假宣传、恶意诋毁

本次专项整治行动将“非法牟利问题”放在首位，并剑指第三方平台乱象，包括通过制作虚假图片、视频，捏造故事，炒作和散布涉车企负面话题，恶意解读汽车企业销量波动，攻击汽车企业经营发展战略等，赚取网络流量，获取商业利益。利用主板机、生成式人工智能等技术，制造新型“网络水军”，产出虚假内容，制造虚假热度和趋势，规避平台监测，谋取非法利益。

其中重点谈及，利用自身话语权和影响力，以“新闻监督”“舆论监督”“科普”等名义，通过以商养测、以测养商、开展商测结合的虚假或不规范测评等方式，获取商业利益，甚至要挟汽车企业提供“保护费”。通过在汽车产品上市发布和汽车企业融资等重要节点，发布涉企虚假不实信息或负面信息，或在评论区带节奏等，胁迫企业开展商务合作。

夸大和虚假宣传问题也再度被点名，主要涉及汽车企业不规范营销。其中提到，对汽车、动力电池的性能、功能、质量、销售状况等作虚假或者引人误解的宣传，欺骗误导消费者。汽车企业操纵机构或评测类账号等搞虚假或不规范测评。引用、捏造虚假数据，选择性披露销售数据，巧立名目发布销量排行等各种榜单。借助展会、论坛等行业活动及网络营销宣传活动，制造、炒作话题，造成行业及社会不良影响。

近年来，伴随着新能源汽车的持续热销，新能源车企成为网络“黑嘴”及“黑公关”舆论攻击的重灾区。本次专项行动有意重拳整治“恶意诋毁攻击问题”。

其中提及不少备受诟病的乱象，包括以遏制、打压竞争对手为目的，诋毁攻击汽车企业或者汽车产品，抹黑企业声誉或者商品声誉，对企业进行恶意投诉。组织、操纵网络水军、“黑公关”“黑嘴”及“饭圈”粉丝，联动发布涉汽车企业及企业家的虚假、负面信息，煽动网民情绪，打“口水战”，恶意抹黑竞争对手。汽车企业高管利用自身影响力在网上“拉踩”引战。

此前，比亚迪、长城汽车、理想汽车等都曾遭遇网络“黑公关”的诋毁。在持续受到恶意中伤后，不少车企通过在社交平台开通“法务部”官方账号或向全社会悬赏的方式寻找线索，试图以此打击网络“黑公关”乱象。

车企密集发声，共同维护清朗网络空间

9月10日，六部门官宣开展汽车行业网络乱象专项整治行动后，多家车企迅速响应。

比亚迪集团品牌及公关处总经理李云飞在其社交媒体转发工信部发布内容，并表示支持。

岚图汽车首席执行官卢放发文称，这次专项整治行动非常及时、非常必要，岚图汽车将加强自律，接受监督，积极配合，共同维护清朗的网络空间，助力营造公正的市场竞争环境。

鸿蒙智行法务在其社交媒体发文表示，将持续响应国家“清朗”“净网”专项行动，坚决打击网络黑公关等网络乱象行为，维护健康营商环境和品牌合法权益。

针对此次官方出手，中国汽车流通协会专家委员会委员章弘对记者表示，在恶劣的网络舆论环境下，汽车企业被迫投入更多资源应对舆情，而非用于产品创新或用户体验优化。专项整治有助于减少企业的非必要成本，使其能够将更多资源投入到技术研发、产品升级等方面，促进产业升级与创新，提升行业的整体竞争力。

“网络虚假信息容易误导消费者，如刷好评或恶意差评、虚假宣传等行为，干扰消费者对产品的真实评价，导致购车决策依据失真。专项整治有助于净化网络信息环境，让消费者能够获取真实、客观的产品信息，作出合理的消费决策，保障消费者权益。”章弘认为，专项整治行动能够打

击恶意抹黑、虚假营销等行为，保护企业的商誉和市场竞争能力，为企业营造公平的网络舆论环境，维护企业合法权益。同时，专项整治行动可打击不正当竞争行为，促使企业回归以技术创新、产品质量和服务提升为核心的竞争模式，规范市场竞争秩序，推动行业健康发展。

“第三方测评本应是市场健康发展的‘助推器’，但当前乱象已使其成为‘破坏者’。”章弘表示，当前第三方测评缺乏统一资质要求、准入门槛低，大量无专业背景的个人或机构涌入，为追求短期利益而忽视测评质量，同时测评方法和标准的缺失导致结果缺乏科学性和可比性，为虚假测评提供了操作空间。这使得测评沦为商业营销工具，测评者为获取商业利益，可能夸大产品功效、隐瞒缺陷或恶意抹黑竞品，严重偏离监督与服务的初衷。优质产品可能因缺乏公正测评支持而被埋没，而劣质产品通过虚假宣传占据市场，阻碍行业健康发展，也会误导消费者，购买不符合需求或质量不佳的产品，导致经济损失。此外，频繁出现的虚假测评使消费者对测评机构的信任度降低，长期来看，将削弱整个测评行业的权威性和可持续性。

他认为，唯有通过法律约束、平台监管、行业自律和消费者觉醒的多方合力，才能重塑测评行业的公信力，回归服务消费者、促进市场公平的正轨。

“内卷”成效益绊脚石，今年监管持续加码

今年以来，规范汽车行业发展频繁被推至台前。国家市场监管总局、国家发改委、商务部、工信部等部门多次发文整治汽车行业乱象，反对“内卷式”的恶性竞争，重点关注虚假宣传和低价无序竞争等问题。

今年3月，国家发改委相关负责人表示，当前我国汽车行业无序竞争的问题比较突出，有的企业不惜牺牲利润抢占市场，虚假宣传恶意抹黑等现象也时有发生，将着力整治市场乱象，规范竞争秩序，维护公平的竞争。

5月底，中国汽车工业协会指出，以无序“价格战”为主要表现形式的“内卷式”竞争，是行业效益下降的重要因素；倡议所有企业严格遵从公平竞争原则，依法依规开展经营活动。随后，工信部发声批评国内汽车行业无序“价格战”挤压企业利润空间。工信部相关负责人称，将加大汽车行业“内卷式”竞争整治力度，推动产业结构优化调整，加强产品一致性抽查，配合相关部门开展反不正当竞争执法，采取必要的监管措施，坚决维

护公平有序市场环境，切实保障消费者根本利益，推动汽车产业高质量发展。

缩短账期被认为是汽车行业“反内卷”的第一步。紧盯重点车企支付账期问题，工信部开通重点车企践行账期承诺线上问题反映窗口，受理中小企业有关问题(建议)，推动重点车企改进管理流程、优化支付方式。

随后，汽车行业反“内卷”升级，整治延展至夸大和虚假宣传、智能网联汽车召回、恶意诋毁攻击等行业乱象。

7月16日，国务院常务会议明确提出要着眼于推动新能源汽车产业高质量发展，切实规范新能源汽车产业竞争秩序。7月17日，中央第四督导组对“综合整治新能源汽车行业非理性竞争问题”进行专题调研座谈。7月18日，工信部、国家发改委、市场监管总局联合召开新能源汽车行业座谈会，部署进一步规范新能源汽车产业竞争秩序工作。3天3场会议部署，国家监管正在持续加码。

(综合《新京报》《南方都市报》)