

# 六部门联手整治汽车行业“黑公关”乱象

## 专项行动为期3个月,重点打击网络“黑嘴”“口水战”等

工业和信息化部、中央社会工作部、中央网信办、国家发展改革委、公安部、市场监管总局等六部门近日联合印发《关于开展汽车行业网络乱象专项整治行动的通知》(以下简称《通知》),决定在全国范围内开展为期3个月的专项整治行动。此次行动剑指汽车行业“黑公关”“黑嘴”“口水战”等乱象,旨在营造良好舆论环境,护航汽车产业高质量发展。

### “拉踩”引战 汽车行业“口水战”不断

在竞争日益激烈的汽车市场,网络乱象已成为阻碍行业健康发展的一大顽疾。从恶意诋毁攻击到夸大虚假宣传,各种不正当手段层出不穷。其中,车企之间的“口水战”,恶意抹黑竞争对手等行为尤为引人注目。

今年5月,奇瑞汽车营销公司前副总经理姚飞在某车主群内,针对吉利的一款车型发表了不当言论。从网友发布的截图来看,姚飞评价竞品吉利银河星耀8时,采用了“烂车”等形容词,引发舆论关注。

随后,吉利和奇瑞方面的高管均就上述事件迅速表态,吉利控股集团高级副总裁杨学良在微博回应称,“已就个别员工言论引发的争议与奇瑞高层沟通,奇瑞展现出了诚信负责的风范,此事已得到妥善处理,告一段落”。

奇瑞汽车执行副总裁李学用也发文表示:“奇瑞品牌一位干部发表了友商产品的不当言论,我们对此事高度重视,立刻对相关责任人进行了严肃处理,停止其一切工作。”

此次事件以奇瑞迅速处理涉事高管、双方高层握手言和告终。但背后也难免折射出汽车行业的“内卷之战”早已从产品本身蔓延到了汽车之外的舆论场。理想汽车CEO李想就曾在《罗永浩的十字路口》第一期的视频播客中表示,“我们从i8开始就被黑,包括后面黑我们车主形象,这都是有操纵的。”

近期,针对恶意抹黑等行

为,不少车企都拿起了法律武器。9月4日,针对部分自媒体及其关联MCN机构的恶意抹黑行为,比亚迪新闻打假办公室官方微博发文称,比亚迪已正式提起诉讼,要求公开道歉并索赔300万元;8月30日,江淮汽车法务官方微博也发布声明称,近期“猎狐网”等网络账号多次发表文章(含视频),传播涉及江淮汽车的不实信息,误导社会公众,损害江淮汽车形象,江淮汽车已依法开展维权,坚决维护自身合法权益。

### 利用AI洗稿 非法牟利问题严重

在汽车行业网络乱象中,非法牟利和夸大虚假宣传问题同样严重。《通知》中指出,非法牟利问题包括: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。

更有甚者,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,牟取非法利益。

据公安部网安局消息,今年2

月12日,一则“广州法院对一起某品牌汽车L3级自动驾驶追尾事故作出首例判决”的网络谣言在网上广泛传播,公安机关网安部门迅速开展核查。经查,闫某某为吸引流量、赚取收益,通过AI洗稿炮制了该网络谣言,并在多个互联网平台发布,造成网络谣言传播,产生不良影响。目前,属地公安机关已依法对闫某某采取刑事拘留强制措施,相关账号已关停。

此外,夸大和虚假宣传也让消费者防不胜防。部分车企对汽车、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。

### 多管齐下 行业互信将得到加强

面对汽车行业的种种乱象,六部门联合出手,净化行业网络舆论环境。此次专项整治行动将通过组织企业自查、畅通举报渠道,深入分析研判等方式,强化汽车行业网络乱象处置力度。

一方面,组织汽车企业、相关网络平台企业认真开展自查,坚决纠正违规行为。引导汽车企业向网站平台、中央网信办违法和不良信息举报中心、企业属地省级网信办举报反映网络乱象问题线索。另一方面,建立快速处置渠道,依法依规关闭并公开

曝光一批参与汽车行业网络乱象的媒体账号,深挖网络乱象背后的公关公司、营销公司等代理方团队及购买其服务的汽车企业,依法打击惩治。

当前汽车行业,特别是新能源汽车领域的竞争日益激烈。一些个人或组织为牟取利益,会进行各种不正当竞争行为。对行业整体而言,“黑公关”“黑嘴”等乱象,会污染网络舆论环境,使得行业内的交流偏离了基于产品和技术正常竞争轨道,阻碍行业技术创新和高质量发展,“对消费者而言,虚假宣传以及诋毁式测评,会误导消费者的购买决策,侵害消费者的知情权和公平交易权。当消费者难以辨别信息真伪时,也可能降低对整个行业的信任度。”北京市京师律师事务所律师卢鼎亮指出。

卢鼎亮进一步表示,此次专项整治是对汽车行业无序竞争和网络乱象的一次重要纠偏,不仅是为了保护单个企业的合法权益,更是为了维护整个行业的健康生态和广大消费者的根本利益。

经济学者、工信部信息通信经济专家委员会委员盘和林直言,汽车行业存在的乱象会造成品牌口碑下滑,客观上会加剧行业的不正当竞争行为,部分车企会借助舆论来谋取竞争优势。对于车企而言,未来需要规范其营销行为,营销既不能夸大,也不能恶意贬低对手。“此次治理会规范车企之间的竞争行为,也会逐步形成一套舆论鉴别体系。未来消费者获得的真实信息将增多,消费者和车企的互信也将得以加强。” 据新华社、北京商报

国家统计局10日发布数据显示,8月份,消费市场运行总体平稳,全国居民消费价格指数(CPI)环比持平,同比下降0.4%,扣除食品和能源价格的核心CPI同比上涨0.9%,涨幅连续第4个月扩大。

国家统计局城市司首席统计师董莉娟表示,8月份CPI同比由平转降,主要是上年同期对比基数走高叠加当月食品价格涨幅低于季节性水平所致。

从翘尾看,上年价格变动对8月份CPI同比的翘尾影响约为-0.9个百分点,下拉影响比上月扩大0.4个百分点;从新涨价看,8月份CPI环比持平,低于季节性水平约0.3个百分点。二者共同导致CPI同比走低。

分类别看,主要是食品价格较低。8月份,食品价格环比上涨0.5%,涨幅低于季节性水平约1.1个百分点,其中猪肉、鸡蛋、鲜果价格变动均弱于季节性。从同比看,当月食品价格下降4.3%,降幅比上月扩大2.7个百分点,对CPI同比的下拉影响比上月增加约0.51个百分点,高于CPI同比降幅。

值得注意的是,8月份,中国核心CPI同比上涨0.9%,涨幅比上月扩大0.1个百分点。其中,扣除能源的工业消费品价格同比上涨1.5%,涨幅比上月扩大0.3个百分点。服务价格同比涨幅自3月份起逐步扩大,8月份上涨0.6%,涨幅比上月扩大0.1个百分点。

国家金融与发展实验室特聘高级研究员庞溟表示,在去除短期性、超季节性、非趋势性的食品价格影响后,中国CPI同比变化回到正增长区间。相关数据说明,随着政策发力显效,中国消费市场平稳增长、新动能持续壮大。叠加全国统一大市场建设深入推进、对企业低价无序竞争的治理力度加大,中国社会需求持续回暖,物价运行信号更加积极。

国内市场竞争秩序持续优化,部分行业供需关系改善,工业生产者出厂价格指数(PPI)环比由上月下降0.2%转为持平。PPI同比下降2.9%,降幅比上月收窄0.7个百分点,为今年3月份以来首次收窄。 据央视

扩内需促消费政策持续显效

8月份核心CPI继续回升,涨幅连续4个月扩大

# 我国再添4处世界灌溉工程遗产

## 总数已达42项



记者从水利部了解到,10日上午在马来西亚吉隆坡召开的国际灌排委员会第76届国际执行理事会会议上,2025年(第十二批)世界灌溉工程遗产名录正式公布,我国申报的云南元阳哈尼梯田、江苏句容赤山湖灌溉工程、四川彭州前江堰、北京门头沟永定河古渠灌溉工程等4个工程成功入选。至此,中国的世界灌溉工程遗产总数已达42项。

据了解,入选的元阳哈尼梯

田位于云南省红河南岸哀牢山区,涵盖坝达、多依树和老虎嘴三大核心片区,灌溉面积5.61万亩。该工程不仅是哈尼族适应自然、生存发展的杰出范例,也与其民族文化、宗教信仰及灌溉管理制度深度融合。

入选的赤山湖灌溉工程位于江苏省句容市,至今已有1700多年历史,是目前秦淮河上游重要的灌溉与防洪调蓄工程,灌溉面积7.7万亩。该工程在平原圩区通过筑塘成湖、双重蓄水和双

向水闸调控,有效缓解了低洼地区易涝易旱问题。

入选的前江堰位于四川省彭州市,始建于西汉时期,是龙门山冲积平原地区平梁分水灌溉体系的杰出代表,通过卵石竹笼工艺筑堰分水,实现了灌溉、泄洪、排沙的协同运行。除前江引水外,当地还建成300余处“自流泉堰”,在干旱时期保障灌溉,展现出古代水资源多源利用的高超智慧。

入选的门头沟永定河古渠

灌溉工程位于北京市门头沟区,由公议沟、三家店等五条古渠及周边泉、井组成,其中公议沟建于辽代。目前该系统仍灌溉农田约2000亩,并为约2万亩果园及生态区域补水。

据介绍,世界灌溉工程遗产名录自2014年设立,旨在梳理世界灌溉文明发展脉络,促进灌溉工程遗产保护,总结传统灌溉工程治水智慧,为可持续灌溉发展提供历史经验和启示。

据新华社、央视