

网上“伪专业”信息滋长 “伪专家”谁来管？

医美博主顶着“专家”头衔推荐项目，却拿不出资质证明；财经“大V”分析市场趋势，实则满嘴跑火车；某些机构批量起“素人号”，进行统一运营……现在，越来越多人上网寻求专业建议，这给了部分人“李鬼扮李逵”，甚至借机造谣传谣的可乘之机。

中央网信办2025年“清朗”系列专项行动中，特别强调整治“自媒体”发布的不实信息，尤其是干扰舆论、误导公众，不做信息标注、内容以假乱真，缺失资质、提供“伪专业”信息等问题。

针对各种“伪专业”信息，普通网民该怎么应对？不同主体如何共同治理？



“假学姐”“假高管”…… “伪专业”何以滋长？

暑期将至，西安大学生小杨在网上找到一份兼职——给一家留学机构做“内容运营”。没想到第一天上班，她就感觉不对劲。

“他们让我运营一个社交媒体账号，账号‘人设’是一所国外大学在读的‘博士学姐’，我需要根据他们提供的材料，分享自己申博的‘真实经验’，一旦有人私信询问，就把这所机构推荐给他们。”小杨犯了嘀咕，“我根本没申请过博士，也不是什么学姐，这不是骗人吗？”

按小杨提供的线索，记者在平台上进行了关键词检索。弹出的内容果然鱼龙混杂，有的账号是博主本人亲自出境讲解，还配上了vlog等形式的生活分享；但也有不少账号，尽管文案雷同、图片模糊不清，但仍有不明真相的网友“求分享”。

虽说这些“假学姐”发布的内容未必全是虚假编造，但对于真心找同道、求分享的网友而言，这样的引流就是一种欺骗。

而在医疗、金融、农业等重点领域，“假专家”带来的危害更加值得警惕。

在医疗领域，不少人没有专业背景，却打着健康科普的幌子，将网上的信息东拼西凑，加上危言耸听的开头和标题，就摇身一变成了“网红医生”。

在金融领域，有人精心打造“国家某某活动评审”“世界500强背后的培训师”“名校毕业的投资天才”等虚假人设，先是靠着煞有其事的说辞，大量收割粉丝的信任和崇拜，然后就开始销售课程、直播带货，以此牟利，甚至私下联络粉丝诱导“投资打赏”，实施诈骗。

在农业领域，有不法分子披着“博士研究员”“农大专家”的外衣，推荐防虫神器、生根神药等，以科普为幌子，堆砌高深艰涩的名词让人不明所以，实际售卖的产品却是“噱头大于实效”，甚至给农户带来损失。

探究这些典型案例，不难发现：“伪专业”等虚假信息之所以在互联网潜滋暗长，背后既有流量的“利益驱动”，也有人工智能等新技术可以降低造假成本的因素。

平台、创作者、MCN机构…… 谁为虚假内容买单？

当“伪专业”信息侵害用户权益，造成经济损失，平台、创作者以及可能牵涉其中的MCN机构，分别应承担哪些责任？

律师廖怀学告诉记者：“创作者是虚假内容制作和传播的直接实施方，承担首

要责任，可能面临民事、行政、刑事法律责任。MCN机构若存在深度参与制作环节并策划、组织传播，或明知内容失实情况下未采取必要管控措施，可能作为共同的违法行为实施者承担法律责任。”

至于网络平台，往往能够更及时、直接、准确地掌握账号情况与动向，便于展开身份认证、数据信息获取等方面的管理，因此在管控“伪专业”信息、治理谣言方面责无旁贷。

廖怀学介绍，依据《中华人民共和国民法典》确立的“过错责任原则”，网络平台应当履行信息内容管理主体责任——知道或者应当知道网络用户利用其网络服务侵害他人民事权益，但未采取必要措施的，与该网络用户承担连带责任，网信部门可以责令平台整改、暂停运营等。

近年来，抖音、小红书等各家平台已在探索全方位的治理手段。不过，不少业内人士表示，平台治理“伪专业”信息，绝非一日之功。虚假不实信息在识别、核实、溯源上都有一定难度，封禁处罚后也很可能“卷土重来”，需要平台发挥技术优势，不断创新治理手段。

医疗、金融、法律…… 重点领域如何监管？

放任“伪专业”信息传播，尤其是医疗健康建议、投资理财分析、法律解读等重点领域内容，极易催生谣言，后果不容小视。

那么，针对重点领域的“伪专业”信息乃至谣言，如何提升治理效能？

在2025年中国网络文明大会辟谣论坛上，首批“涉企网络辟谣工作直联点”试点单位名单发布，包括中石油、国家电网、中国航空集团、中国钢铁工业协会、中国平安保险(集团)等重点领域。

名单企业取得了共识：治理不实信息与重点领域谣言，应从“被动回应”转向“主动预防”，从“单打独斗”到“协同治理”。

具体怎么做？首先，各领域头部单位应发挥在各自专业领域的权威性，借助互联网联合辟谣平台、主流媒体等力量，及时澄清谣言，让“冒牌货”失去生长空间。同时，应与不同部门联动配合，包括及时向网信部门举报线索，溯源清理不实信息，查处违规账号，以及配合公安部门查处谣言案件，公开通报查处情况。此外，也要抓好宣传引导，通过短视频等方式，宣传相关政策，普及重点领域专业知识，提高公众对虚假信息的“免疫力”。

据人民日报

近千公司涉足机器人 蹭热度揽流量？

今年来，机器人成为资本市场的热门概念板块之一。但在这股充满想象空间的新兴产业浪潮之下，资本套利的暗流却在时时涌动。

数据显示，截至7月2日收盘，A股机器人概念一共有947家上市公司，相当于每6家A股公司就有一家涉及机器人业务。但是，机器人板块持续扩容的同时，其“含金量”却值得商榷。记者了解到，近千只机器人概念股背后，有不少公司通过各种途径“蹭概念”，浑水摸鱼推升股价。非理性炒作不仅潜藏着资本套利的陷阱，亦可能透支行业信用，加剧这个赛道的泡沫化。



第十四届智博会，人形机器人成为人气王。

纷纷引入“机器人概念”

记者调查发现，目前上市公司进入机器人概念股，最常见的是以下两种途径。

一种是作为核心零部件供应商，切入人形机器人供应链。“很多公司本身从事的是工业机器人或者汽车行业，具备一定的基础。从产业链角度来说，的确可以进入人形机器人领域。”华南某券商资深投行人士告诉记者，新能源汽车与人形机器人在供应链上存在大量重叠之处，技术互通性显著，为其“跨界”打下了良好基础。

另一种则是与一级市场中的机器人公司联动，通过达成战略合作、组建合资公司、产业资本投资、开展技术合作与生态链布局等形式入局机器人业务。近年来，一级市场涌现出宇树科技、智元机器人、银河通用等一批明星人形机器人公司，它们的“A股朋友圈”往往也能跟着“沾光”，受到资本的关注与追捧。其中，智元机器人是最活跃的一家。据不完全统计，目前与智元机器人达成投资或产业合作关系的已有宁波华翔、领益智造、均胜电子、德马科技、大丰实业、软通动力、蓝思科技、中大力德、龙溪股份、龙旗科技、卧龙电驱、华发股份等十余家A股公司。

此外，还有不少传统企业跨界布局机器人领域，开辟新增长曲线。例如，美的、海尔、格力等家电巨头近年来纷纷进军人形机器人领域，有的是与机器人创业公司合作或参股机器人及相关产业链企业，有的则是成立自主研发团队。

玩真的还是玩假的？

947只机器人概念股成色几何，“含金量”如何？

“概念股中，确实存在一些公司真正致力于机器人技术的研发与应用，但也不乏借概念炒作以抬高股价的企业。”盘古智库高级研究员余丰慧表示，有的公司会宣布高额投资于机器人研发项目，但实际上并未投入相应资源；还有的企业则通过发布含糊不清的合作声明，声称与知名机器人公司有战略合作，以此推高市场预期和股价。

由于机器人产业链条长、技术门槛高，难以快速验证信息的真实性，加上现行《证券法》对信息披露并未制定明确及量化的标准，一些公司的产品虽然占比非常小，但“风吹草动”却能带动股价连续涨停。此外，还有上市公司在可转债兑付前夕的敏感节点宣布与明星机器人公司达成战略合作，推动股价短时间快速上涨。

在机器人的“概念狂欢”中，由于信息披露的模糊性及难以验证性，真布局与“蹭概念”之间往往存在着广袤的“灰色地带”，为资本套利提供了土壤，也增加了监管及违规认定的难度。

一位资深投行人士表示，大多数公司人形机器人业务还在布局中，没有产生多少业绩增量，业务发展阶段与实际估值并不匹配；即使是与热门机器人公司合作或者存在投资关系，但实际双方可能没有太多业务往来，而且这些机器人公司还未上市。“一些公司股价的涨幅明显是不合理的，更多是非理性的炒作。”

完善制度挤出“水分”

当机器人概念成为资本市场的“涨停密码”，概念股的不断扩容潜藏着非理性炒作的风险，带来的不仅是股价泡沫，更是对市场秩序与产业根基的深度侵蚀。

上海震亚律师事务所律师王金龙告诉记者，上市公司蹭热点炒作可能涉及两方面的违法违规行为。一是信息披露违法违规，二是操纵市场。不过，王金龙进一步表示，我国针对内幕信息和操纵市场目前还没有出台专门的司法解释，司法机关在处理这类案件时也存在法律适用方面的困难。

“企业蹭概念带来的直接收益是市值增长、融资便利、品牌关注，而承担的后果可能仅仅是一纸问询函或警示函，甚至被问询也能成为一种变相的曝光。”知名企业战略专家霍虹屹说，当前市场对于人形机器人是否存在“泡沫”存在诸多讨论，机器人是一个需要依靠长期投入、技术积累驱动的赛道，但非理性炒作会使其变成资本短期博弈的工具，让真正沉下心来做事的企业被误伤，也会加剧整个行业的泡沫化。

为更有效地约束上市公司的概念炒作行为，多名受访对象呼吁进一步完善信息披露制度，提高信息披露的标准和透明度。

王金龙表示，要通过制定更细化的披露标准，要求上市公司及时、准确披露财务与经营信息，减少信息不对称。“针对新兴行业的特殊需求，可以在现有立法框架基础上制定专门的、具体章节细则化的法律法规，有助于解决当前缺乏针对性条文的问题，并提供明确指导。”

此外，还应加大违法违规处罚力度。要强化对市场参与者的教育，提升其风险识别能力，并建立健全的追责机制，确保任何违规行为都能得到及时有效的惩处。

据证券时报