

# 清除商业谣言 激发消费动能

谣言之害，人皆憎之。今年315，我们聚焦经济生活中的谣言，并竭力破解之。现代社会的谣言大概有两种，一种是社会谣言，一种是商业谣言。两种谣言，都如沼泽泥潭，让人身心迷困，甚至遭遇损失。单纯的社会谣言，若关键部门能公开透明给出真相，一般能安定人心。至于商业谣言，则因隐秘性更深、诱导性更强，常人难以免疫和免疫，如病毒植入与个体结合，甚至成为个人认知体系的一部分。



治理谣言要“疏堵结合”——图视觉中国

社会谣言，给民众心理带来冲击，对某些企业来说却具有“正外部性”，成为“白捡”的机会。社会谣言因而被企业利用，成为商业化的操作。假如社会上有人传播“灰霾直接致癌”这种谣言，就会刺激从事口罩与空气净化器的企业。后者会利用人性恐慌，给出“解决方案”——买我。企业的反应无须多指责，因为商业就是因需而生、解忧而来的。何况破谣言需要事实，安顿谣言的载体——人心，还得靠商品救。类似于解释再多“大米不缺”，不如让人能轻松买到米，谣言泡沫会更快不击自破。

只是，企业一旦借助谣言，夸大了自己解决的能量，则可能走向另一个极端，产生出新的商业谣言。于是，企业的使命就从满足现实需求，蜕变为借助谣言，刺激公众产生幻觉需求，为各种不确定性提早买单，透支钱包。

“三个月不晒被，六百万辆虫陪你睡”的口号，让价格动辄上千的除螨仪成了都市生活的新宠。“破壁机可以瞬间击破蔬果的细胞壁，有效地释放食物全部的营

养”，让人不禁以为食物都是要破壁才能吸收。在信息爆炸的当下，要解谣言之困，无异于让消费者一边承受受害，同时还要清空大脑内存，不断排毒，难度可想而知。

利用谣言能“壮大”自己，也能创造谣言打击对手。多年前，“矿泉水和纯净水谁更健康”之争扰攘不休，竞争双方各自放大对方的短板，树立自己的旗帜。出于抢夺市场份额需要，传言甚至升级为刺激人心的谣言，比如“天天喝纯净水(或矿泉水)等于慢性自杀”之类。如此杀敌八百，自损一千的做法，也让企业长期活在黑与被黑的土壤里。以至于企业唯有持续改换概念“逃生”。由此更让社会无所适从，不知如何是好，干脆对这类产品一并信任度降低。

商业谣言能奏效，除了有商业机构的长期运作、行业主导的集体攻势，更有互联网水军的持续作用。为了避免被水军攻击和肉肉曝光，可能会让理性的声音沉没，让守正的企业不敢发声。

当谣言像滚雪球一般越变越大，这必然会冲击企业或产品长

期好不容易在市场上累积下来的信任。比如受谣言影响，消费者可能对某个产业、某国货、某特色农产品不再信任，这往往会对企业造成巨大损失。企业家宗庆后就曾透露，诸如喝了某产品会得白血病之类的网络谣言，让娃哈哈在营养快线这个项目上就丢掉了一百多亿元。在企业被收购之前，也经常会受到各种谣言的攻击，以此打压收购价格。

世界上本不存在能永久性解决某问题的商品，同样的，即使谣言所传有万分之一的可能性，也因为环境和个体偏差可能根本不发生。比如有权威数据调查显示近年电动车的自然率持续降低，但是网络有时会放大电动车而不是燃油车的自然。甚至95%的报道都会指向某一家企业，而对其余车企的同等事故选择性忽略。某个车型的事故本身不是谣言，但是把个案指向性地收集、编辑和重组，回避与燃油车、与同行的对比，就能制造出“珍惜生命，远离某品牌”的说法。这种谣言的传染性更强，对消费决策的诱导性更大，对企业

的打击也更直接。要识别商业谣言，前提是识别商业达成的关键，这就是“扣人心弦”。个人在思维固化的状况下，如果习惯不假思索地应激反应，见猎起心，是很容易被扣动心弦、射中靶心的。

谣言从来就不是正反两面的客观说辞。谣言一面倒，配合谣言的商品也就一面倒。那么在接纳商品“救赎”时，最好主动挖掘另一面的信息，两相比较。而这有赖于信息环境的透明化，也需要科学理性参与揭破迷思。社会也应该对多元思考进行保护和鼓励，推动不实传闻在公开质疑中现出原形，暴露目的，从而减少谣言带来的伤害与传播。至于法律层面，企业主体要坚守合法理念，不能借谣言、造谣言来进行不正当竞争，更要迅速果断、有理有据对谣言进行反击和曝光，打击谣言制造者，促使公众更加知法守法。总之，清扫商业谣言和迷思，让谣言无处遁形，需要从多方入手，才能更好地助推各行各业走上高质量发展之路。

## 破除医药领域谣言

羊城晚报记者 陈泽云

## “医美面膜”能祛斑美白?“聪明药”能让成绩更上一层楼? 如何巧识医药领域谣言“几板斧”?

### A “生造概念”：夸大产品功效

从戴了就能治疗近视的“OK镜”，到敷了能焕发青春的“药妆面膜”，再到用了能根治幽门螺旋杆菌的“抗幽牙膏”，记者梳理发现，近年来，不少围绕关于药械的谣言，其共同的手法都是通过“造概念”的方式，来夸大宣传产品的功效，而其背后，恰恰利用的是大众急于求成的心理需求。

比如，许多家长把矫正孩子视力的期望都寄托在角膜塑形镜

(俗称OK镜)上，认为佩戴角膜塑形镜就可以矫正近视。但真相却是，角膜塑形镜并不能真正治愈近视，只能在一定程度上减缓近视进展。此外，角膜塑形镜如果使用不当还存在引起角膜感染的风险，并非所有近视者都适合使用。

同样的，许多爱美人士把目光转移到了干细胞护肤品上，据称这些干细胞护肤品具有修复皮肤细胞损伤、延长细胞寿命、抗

衰老等神奇功效。但根据药监局的消费提醒，目前，干细胞技术在医学领域大多仍处于临床研究阶段，在卫生健康部门备案的干细胞临床研究中尚无干细胞在美容、抗衰老方面的研究。2021年国家药监局修订发布的《已使用化妆品原料目录》中，未收录名称含有“干细胞”的化妆品原料。目前，国家药监局也未注册或者备案任何干细胞相关的化妆品原料。



随着生活水平的提高，人们对医疗健康和药品的需求不断增加 图/视觉中国

### B “博取眼球”：用信息差赚流量

除了造概念夸大功效，还有一些医药领域谣言是通过编造捕风捉影的言论来博取眼球，它们能大行其道的内在原因，则是利用了人们的知识门槛所带来的信息差。

2021年10月，有两位网民先后在网上传文称，在商场被人用针头扎伤，担心感染艾滋病，于是去医院进行检查并服用了艾滋病阻断药。实际上，早在20年前，就曾有类似“艾滋病”事件的报道，由此，有关“扎一针就能染上艾滋

病”的消息开始在网上传，引发公众焦虑。不过，警方在侦查后确认该事件只是虚惊一场，借机造谣的相关人员已受到处罚。专家表示，艾滋病病毒非常脆弱，在干燥环境下很难保持活性。日常生活中可能遇到的普通大头针、缝衣针、针头等，就算其上残留血液，量也非常少，而且很快会干，残留的血渍几乎不可能导致病毒传播。

新冠疫情期间，医药领域谣言也“紧跟时事”：网传口罩

戴久了会得肺结核、蒙脱石散是治疗XBB病毒株的特效药……由于新的检测手段、新的治疗药物刚刚上市、对症治疗药物使用方式不明等原因，信息存在真空地带，谣言往往如影随形。

记者注意到，正是由于医药领域具有较强的专业性，知识门槛较高，一些不法分子会利用信息差来制造谣言。

如每年高考前，一些商家会打着“聪明药”的幌子向家长兜售药物。但实际上，这种所

谓的“聪明药”大多包含哌甲酯，这是一种中枢神经系统兴奋剂，可以增加突触间隙去甲肾上腺素和多巴胺的浓度，是治疗多动症的有效药物。经过正规的治疗，药物的确使多动症的孩子“更聪明”了，这种“聪明”具体表现在：他们的注意力集中了，课堂上的状态不再兴奋多动了，情绪能够控制了……完完全全是针对多动症患儿的治疗。世上没有所谓的“聪明药”，是药三分毒，家长切勿给孩子乱服药。

### C “疏堵结合” 促行业有序发展

近年来，随着人民生活水平的提高和健康意识的增强，对医疗保健和药品的需求不断增加，加之政府层面对于医药行业的支持力度也在不断加强。根据博研咨询市场调研的数据，中国医药市场在过去几年中平均增长率超过15%，预计到2023年，市场规模将达到2万亿美元以上。

随着新产品、新需求的不断涌现，为不断满足人民对美丽经济、健康消费、品质生活的要求，根治“谣言”也势在必行。

记者注意到，面对医药领域的谣言，近年来，相关部门采取了“疏堵结合”的方式，一方面强化了疏导，加大科普宣传力度，

以帮助消费者提升鉴别能力，另一方面，堵住漏洞，通过出台各项法律法规弥补对新产品的监管空白地段，并加大对谣言和虚假宣传的整治力度。

据记者不完全统计，近年来，国家药监局多次发布医药领域的科普知识，引导公众正确认识药械，包括《科学认识“刷酸”美容》《“干细胞化妆品”是个伪概念》《警惕宣称“促进睫毛生长”的睫毛液》等，多次就儿童化妆品、美白化妆品、牙膏、抗菌口罩、隐形眼镜方面的使用误区进行公开辟谣。

此外，2021年出台的化妆品监管新规也已经明确规定，化妆品标签禁止明示或暗示具有医

疗作用，这也从根本上杜绝了各种号称可美白、可祛斑、可治病的“医美面膜”“药妆产品”“抗幽牙膏”的造谣空间。

就在今年全国两会期间，全国政协委员、重庆静昇律师事务所主任彭静还特别建议，针对网络谣言治理制度建设提出建议，她认为，条件成熟时可出台专门的《防范和惩治网络传播虚假信息条例》，以提升打击网络谣言的权威性和力度。

在“疏堵结合”下，更多利用信息差、钻监管空白的谣言也将无处生长，正在蓬勃发展的医药健康产业有望迎来更有序的发展。

# 广东联通发力900M网络建设 绘就乡村振兴好光景

文/潘亮 邓颖璐

在青山叠翠的田野乡间，在生机盎然的苏区河畔，在风情满满的少数民族村落……一个个900MHz低频网络基站高耸矗立，为乡村振兴构筑了坚实的新基建数字底座。

广东联通积极践行网络强国战略，落实中央一号文件关于全面推进乡村振兴的相关要求，加快新型信息基础设施建设，聚焦农村网络覆盖难、信号差的问题，着力推进900M低频网络建设。2022年以来，累计投资20多亿元，新增开通900M网络基站2.4万个，累计规模达到3.6万个，覆盖全省1315个乡镇、1.94万个行政村，行政村覆盖率达99%，有力推进5G网络向乡镇和农村延伸。同时落实广东省委提出的“百县千镇万村高质量发展工程”，在坚实的网络基础上，通过一系列的智能化应用赋能乡村经济发展，绘就了一幅乡村振兴的南粤好光景。



广东联通发力900M网络建设

## 一座座基站，让家乡特产走进千家万户

“现在给大家展示的商品，是我们连山壮族瑶族自治县最有名的特产——连山大米，用这种米煮出来的米饭晶莹剔透、柔而不粘，口感非常好……”在清远市连山县电商服务站，全国乡村振兴青年先锋、被网友们亲切地称为“连山九妹”的网红何少敏，用网络直播让家乡特产走进千家万户。

清远市连山壮族瑶族自治县是传统农业大县，在直播兴起之前，很多原生态农产品因为销售渠道不畅而遭遇“出山难”的问题。2022年以来，在广东联通的助力下，全县完成940

个行政村的900M低频网络基站建设优化，新增覆盖少数民族村落213个、覆盖人口超49万人，覆盖率达93%。如今，依托于坚实的通信网络底座，一批又一批农产品从连山县运送到全国各地消费者手中，何少敏的团队也帮助连山壮族瑶族自治县多个镇村的1000多户农户打开了新销路，大山里的乡村有了一条联通四海的致富新路。

近年来，同样的变化也发生在粤东揭阳，广东联通全力助力乡村产业发展，为特色农业产业做大做强提供技术支持。2022

年以来，总投资8200万元，在揭阳新建部署889个900M低频网络，完成1284个行政村的900M低频网络建设优化，覆盖人口超548万人，覆盖率达97%。依托坚实的通信网络底座，广东联通率先探索并不断迭代现代农业产业园数字化模式，先后承建揭东竹笋、普宁青梅、揭西茶叶、揭西苦笋和惠来凤梨、惠来鳆鱼六大省级农业现代产业园，推动一二三产业深度融合，形成从种植基地、农事操作、生产加工、销售流通、终端消费等全产业链信息的追溯，为揭阳乡村振兴事业打开更大的发展空间。

## 一系列数字化应用，激活苏区振兴“一池春水”



广东联通以数字化优势赋能苏区振兴

“2021年年初，我作为驻村第一书记来到梅州永和镇沙坪村。入驻以来，我们因地制宜、发挥优势，村集体收入从原来每年3000元，提升到现在每年已超过20万元，乡亲们的幸福感大大提升。”驻村3年的广东联通驻村干部冯育平，见证了“老区”的“新变化”。

紧紧抓住梅州建设赣闽粤原中央苏区对接融入粤港澳大湾区振兴发展先行区的历史机遇，广东联通累计投资1.2亿元，在梅州建设900M低频网络基站1千余个，覆盖全市111个乡镇、2056个行政村。在此基础上，以数字化优势赋能苏区振兴，研发“沃视

通”智慧党建平台和安装“沃哨所”森林防护系统，服务梅州市22个镇、531个村、3万名党员，有效提升基层党组织凝聚力和提升政府应急响应事件响应速度……一系列数字化应用，为乡村治理注入“智慧基因”，让“老区”焕发出“新活力”。

面向未来，广东联通将坚定不移加强数字基础设施建设和提升，全面打造覆盖更广、能力更强、品质更佳、体验更好的5G精品网，持续深化5G网络共建共享，继续加快推进900MHz低频网络建设，以5G弥合城乡数字鸿沟，助力建设数字乡村、智慧社会。

## 一面屏幕，点亮青山叠翠间的智慧“灯塔”

走进韶关市始兴县马市镇智慧农田示范基地，一派产业兴旺、村美民富的美丽画卷尽收眼底。“在广东联通的助力下，今年我们引进了‘智慧农田’智能监控系统，只要在手机屏幕上轻轻一点，就能实时监测和采集农作物生长数据，粮食产量得到了大幅提升。”谈起务农的新变化，都

塘村村民李大伯笑容灿烂。同样的智慧“蝶变”也正在云浮青山叠翠间悄然上演。依托不断建强的网络基础，广东联通为云浮市199个村镇搭建“数字乡村”平台，集合了党建引领、美丽乡村、三务公开等多项功能。2022年以来，广东联通在韶关、云浮两地累计完成900M

基站建设1498个，推动偏远山村加速迈入5G时代。以坚实网络为基，“沃视通”智慧党建平台、“沃哨所”森林防护系统、农业产业链大数据平台等各类数字化平台不断延伸进村，点亮了乡亲们幸福生活的智慧“灯塔”，也让乡村振兴的图景越来越美。