假扮熊猫“粉丝”造谣敛财

——揭开“大熊猫被虐待”谣言背后的利益链

“大熊猫不该进行野化放归”“电击取精危害巨大”“大熊猫繁育机构进行‘活体实验’”……近年来，一些骇人言论在大熊猫“粉丝”群体中流传。记者调查发现，涉大熊猫谣言背后，活跃着一些标榜“为大熊猫发声”的网络“大V”，他们利用大熊猫炒作话题、煽动粉丝情绪，进而借机敛财。

近期，四川司法机关办理了多起涉“大熊猫被虐待”谣言案。这些谣言背后有着怎样的利益链？记者展开调查。

假“猫粉”造谣 收割流量利益

四川省都江堰市人民法院近期对一起散布大熊猫虚假信息的案件作出一审判决，被告人白某某、徐某均被判处有期徒刑。

白某某网名“大辽皇后”，是“猫粉”圈内较有影响力的一名“大V”。白某某最初加入各种“猫粉”群，表现十分活跃，待积累了一定知名度后，就在社交媒体平台上搞起直播。

办案民警介绍，白某某、徐某是夫妻，他们并非真正的“猫粉”，只是看到网上大熊猫相关话题关注度高，为博流量才假扮起“猫粉”。白某某在陕西某地直播时曾私自投喂大熊猫，引来众多批评之声，随后被景区公开通报。还有眼尖的网友发现，她“到处声称自己呼吁（保护）熊猫三年了，结果连熊猫都不认识，对着添添使劲喊美香”。

为了博取粉丝信任，白某某在直播间谎称丈夫徐某是公安民警，并拿出徐某曾经使用过的值勤证件展示。实际上，徐某曾于2020年在某地短暂当过辅警。因为谎称丈夫是警察，白某某于2024年被陕西咸阳警方给予行政处罚。

据悉，白某某和徐某先后在微信、快手、抖音等平台建有十多个群，粉丝总人数保持在3000至5000人。他们捕风捉影、添油加醋，频繁发布大量涉及大熊猫的谣言视频、开设直播，将自己包装成保护大熊猫的“发声者”。

法院判决书显示，白某某、徐某二人捏造、散布某科研单位及其工作人员虐待大熊猫、利用大熊猫谋利等不实信息，相关虚假视频累计播放545054次、转发1245次、评论9521条。二人明知散布的信息是虚假信息，但为获取直播流量收益，仍旧通过抖音、快手等平台转发扩散。办案机关介绍，案发后公安机关初步查明，他们通过直播获取收益3万余元、向粉丝募款14万余元，累计牟利17万余元。

利用“情绪操控” 进行“流量变现”

据悉，白某某、徐某的获利方式主要有线上接受直播打赏和线下组织应援募捐两种。办案民警表示，从近期办理的这一批涉大熊猫谣言案来看，利用“情绪操控”进行“流量变现”，是这些“猫粉圈大V”的惯用手法，具体表现为三大特点：

——无中生有编造谣言。

“成都大熊猫繁育研究基地有地下室，地下室里面的液氮用于电击取精、抽骨髓、打血洞、活取下丘脑”“出卖熊猫获利，熊猫专家在海外有豪宅”“某专家已经被抓起来了”……本案中的两名被告人炮制了许多诸如此类的谣言。

近期，四川司法机关办理了多起涉“大熊猫被虐待”谣言案。 新华社 图

据警方介绍，这类案件中“大V”的话术，包括抹黑有关部门、保护研究中心等，诋毁诽谤相关专家及从业人员，煽动网民抵制大熊猫保护国际合作等。在谣言挑唆下，部分“猫粉”频繁对多位相关领域专家进行电话骚扰、短信谩骂、线下滋扰，还有极端“猫粉”不间断拨打报警电话、向政务邮箱发送海量邮件。

——移花接木博取同情。

在近期办理的涉大熊猫谣言案中，民警发现一些“大V”故意剪辑大熊猫跌倒、趴着不动的视频，并配上极具煽动性的标题发布。“国宝被虐！令人心碎的视频曝光”“震惊！他们竟然对熊猫做出这种事”……这类视频往往能迅速吸引大量评论、点赞和转发，逐步培养起一批“死忠粉”。

据悉，进入“粉丝团”的成员每天都要“做任务”，如修图、“打榜”、与其他熊猫“粉丝团”“打架”等。这反过来又加强了这些“大V”的影响力，进而将“流量变现”。

——不择手段制造事端。

为了炒作话题博取影响力，一些“大V”还时常制造事端，“碰瓷”相关单位。四川省广元市旺苍县公安局办理的一起案件中，犯罪嫌疑人周某长期捏造成都大熊猫繁育基地是“大熊猫七三一实验室”，专门赴哈尔滨侵华日军第七三一部队罪证陈列馆门口发传单、开直播，其间两次被驱离。为了这次直播，她提前进行了周密安排，做好了被封号后随时换直播间、换账号、换平台的准备。

规范直播行为 爱需回归理性

网络不是法外之地。在白某某、徐某一案中，法院审理认为，二人的犯罪事实清楚，证据确实、充分，构成寻衅滋事罪，依法判决被告人白某某有期徒刑一年六个月，被告人徐某有期徒刑一年二个月。二人当庭表示服判，不再上诉。该判决已于7月12日生效。

四川省公安厅的一份研究报告显示，当前我国网络上活跃的大熊猫“粉丝”数量逐年增加，年龄覆盖10岁至80岁。大多数“猫粉”客观理性、尊重科学，但有的“猫粉”缺乏理性认识，易被谣言“带节奏”。

“大熊猫作为国宝，容易激发公众情绪，但如果这种爱变得盲目、极端，就会变成伤害。”办案民警表示，办案中发现，不少“猫粉”把大熊猫作为拟人化的对象投射情感，并不愿意真正了解大熊猫的生活习性，也对国际合作等问题缺乏认知，情绪容易被带偏。

警方提示，“猫粉”应通过权威官方途径了解大熊猫的生活习性和科学常识。大熊猫饲养和科研属于专业领域，偏听偏信可能沦为网络暴力、网络谣言的帮凶。

系列谣言的蔓延还暴露出网络直播平台对发布内容缺乏实质性审核的问题。“以弹幕发言为例，平台对侮辱性词汇能有效监管，但用谐音字、拼音字、图形来代替不当词汇的，难以及时有效处置。”一位业内人士说。

四川智慧社会智能治理重点实验室主任、四川大学法学院教授王竹认为，随着AI技术等的发展，近年来直播行业生态快速迭代，颁布于2016年的《互联网直播服务管理规定》需要与时俱进。建议进一步完善网络直播领域立法并加强执法，压实平台责任，维护清朗网络空间。

据新华社电

堂食“货真价实” 外卖“凑合了事”？

外卖用冻肉，堂食用鲜肉；外卖用陈米，堂食用新米……近日，有媒体报道称部分餐饮商家存在堂食外卖“双标”现象。花同样的钱点同款食物，外卖和堂食吃到的食物品质是否存在不同？外卖“缩水”背后原因何在？记者近日走访多家餐饮商家，针对堂食与外卖“差别对待”一事展开调查。

堂食外卖“差别对待”？

“感觉很多菜堂食很好吃，点外卖就变了味道。”杭州林先生口中的“变味”，不仅是菜品口味有所差别，更是感觉食材也有点不同，“我以前做过餐饮，对食材比较了解，有一次点烧烤外卖就发现商家把烤油边换成了护心肉，护心肉批发价格低很多”。

7月23日中午，记者随机走进一家经营烤肉的餐厅，只见三名店员在档口忙着出餐，吧台上的外卖整齐排列，后厨不时传来“外卖又有新订单了”的提示音。

商户艾先生告诉记者，“外卖用冻肉，堂食用鲜肉；外卖用陈米，堂食用新米”的“双标”行为，对多数正规商家而言，在操作上并不可行。“中午和晚上是店里最忙的时候，人手非常紧张，大家只想着赶紧把餐出完，别积压太多订单，很难有精力搞‘两套生产线’。”

在一家主营披萨的餐厅，店长陆先生向记者展示了一份食品加工流程图。记者看到，堂食和外卖不仅菜品采购加工、制作环境与制作过程相同，为了尽可能保证外卖与堂食口感一致，公司还对外卖包装和保温作出严格规定。“可以说，制作一份外卖比堂食流程还要更繁复和用心。”

对于外卖“双标”的说法，一家咖啡厅的老板王女士表示“无奈”。她告诉记者：“店里有一款咖啡，表面的奶沫很受消费者喜爱，但如果做成外卖，就必须做去奶沫处理，因为在配送过程中奶沫会塌陷，导致顾客收到货时认为量少了，或者质疑中途是否洒了。为了避免质疑，只能被迫‘双标’。”

记者在调查中发现，相比于原材料使用差别，“外卖分量不足”“线上线下价格不一致”等，则是消费者反映更多的“双标”问题。

外卖“缩水”的原因是什么？

花同样的钱点同款食物，为何堂食和外卖却出现不一致的情况？记者调查发现，外卖“缩水”背后存在多方面原因。

线上“减料”不易发现，维权举证难度大——

“堂食消费者通常更有‘时间耐心’，愿意为有锅气的餐品等待，而外卖顾客则对‘时间’‘价格’更敏感。因此很多商家线下更注重靠品质、环境、口味等吸引顾客，线上则更多追求以量取胜。”餐饮商家高女士分析。

一名业内人士表示，由于配送时间、距离等原因，外卖送到时口感和食物形态本身就会发生变化，很多消费者对原材料并不敏感，个别不良商家“以次充好”较难被发现，加之线上外卖是“不见面”的交易，消费者维权、举证难度大，很多人遇到外卖“缩水”情况只能选择不追究，或是商家赔付部分餐费也就算了。

平台抽成比例较高，“外卖大战”加剧商家压力——

记者在一家快餐店随机选择了一款披萨，店内售价69元，而打开某外卖软件可以看到，线上售价是76元，加上打包费、配送费，外卖比堂食要多花10元。针对这种“同货不同价”的“双标”行为，商家直言：“每单外卖平台抽成、配送费等大概占23%至25%，想让消费者更容易刷到我们，还要‘上红包’。除此之外还要负担房租水电、人工等成本，在外卖分量不‘缩水’的情况下，只能提高线上价格，才能保证利润。”

标准规范缺失，“双标”行为难界定处罚——

记者采访法律界专业人士了解到，目前针对外卖的监管主要依靠《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》和《网络食品安全违法行为查处办法》等相关规定。

受访业内人士表示，《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》明确，“网络销售的餐饮食品应当与实体店销售的餐饮食品质量安全保持一致”。“食品质量安全”问题，多涵盖有毒有害食品、过期变质食品等，而一些消费者认为的商家“双标”行为属于当前法律法规尚未明确的地带。由于取证相对困难，按照现行法律法规，难以对其作出明确处罚。

杜绝“舌尖上的双标”

专家和业内人士表示，破解堂食外卖“双标”问题，需商家、平台、监管部门等多方形成合力。

“对于商家而言，保障消费者的知情权至关重要。商家应明确告知外卖和堂食的标准是否相同，包括分量、食材是否有差别等，同时明码标价。比如外卖小份10元，堂食大份15元，要做到提前说明，消费者可自主选择。”中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江说。

陈音江表示，相对堂食而言，消费者更难知晓外卖菜品加工环境和加工过程。应进一步推广“明厨亮灶”建设，鼓励外卖经营主体在餐饮制作现场安装监控设备，让消费者能够实时查看菜品制作现场，使餐饮制作过程透明化、可视化。

业内人士建议，相关部门应加大执法检查力度，充分发挥食品抽检在排查食品安全风险隐患方面的“雷达”作用，对发现问题的外卖商家及时处置。同时，建立线索举报奖励机制，鼓励社会各界力量参与食品安全共治。

近日，中国连锁经营协会、中国烹饪协会等行业商协会纷纷发布倡议，呼吁外卖平台停止“内卷式”竞争，促进餐饮服务行业规范健康持续发展。 **据新华社电**