

社会公益与法律援助

2025 年 6 月



保障中小企业款项支付条例（2025 修订）



争议行为不应被利用获利——流量冲突中的真相与责任新观察



从药店购买“右美沙芬片”转卖他人，法院认定构成贩卖毒品罪



“带资进组”梦碎，望子成龙也需警惕诈骗陷阱

【法律效力位阶】行政法规

【制定机关】国务院

【施行日期】2025.06.01

【公布日期】2025.03.17

【时效性】有效

## **保障中小企业款项支付条例（2025 修订）**

国务院令第八百零二号

《保障中小企业款项支付条例》已经 2024 年 10 月 18 日国务院第 43 次常务会议修订通过，现予公布，自 2025 年 6 月 1 日起施行。

总理李强

2025 年 3 月 17 日

### **第一章 总 则**

**第一条** 为了促进机关、事业单位和大型企业及时支付中小企业款项，维护中小企业合法权益，优化营商环境，根据《中华人民共和国中小企业促进法》等法律，制定本条例。

**第二条** 机关、事业单位和大型企业采购货物、工程、服务支付中小企业款项，应当遵守本条例。

第三条 本条例所称中小企业，是指在中华人民共和国境内依法设立，依据国务院批准的中小企业划分标准确定的中型企业、小型企业和微型企业；所称大型企业，是指中小企业以外的企业。

中小企业、大型企业依合同订立时的企业规模类型确定。中小企业与机关、事业单位、大型企业订立合同时，应当主动告知其属于中小企业。

第四条 保障中小企业款项支付工作，应当贯彻落实党和国家的路线方针政策、决策部署，坚持支付主体负责、行业规范自律、政府依法监管、社会协同监督的原则，依法防范和治理拖欠中小企业款项问题。

第五条 国务院负责中小企业促进工作综合管理的部门对保障中小企业款项支付工作进行综合协调、监督检查。国务院发展改革、财政、住房城乡建设、交通运输、水利、金融管理、国有资产监管、市场监督管理等有关部门应当按照职责分工，负责保障中小企业款项支付相关工作。

省、自治区、直辖市人民政府对本行政区域内保障中小企业款项支付工作负总责，加强组织领导、统筹协调，健全制度机制。县级以上地方人民政府负责本行政区域内保障中小企业款项支付的管理工作。

县级以上地方人民政府负责中小企业促进工作综合管理的部门和发展改革、财政、住房城乡建设、交通运输、水利、金融管理、国有资产监管、市场监督管理等有关部门应当按照职责分工，负责保障中小企业款项支付相关工作。

第六条 有关行业协会商会应当按照法律法规和组织章程，加强行业自律管理，规范引导本行业大型企业履行及时支付中小企业款项义务、不得利用优势地位拖欠中小企业款项，为中小企业提供信息咨询、权益保护、纠纷处理等方面的服务，保护中小企业合法权益。

鼓励大型企业公开承诺向中小企业采购货物、工程、服务的付款期限与方式。

第七条 机关、事业单位和大型企业不得要求中小企业接受不合理的付款期限、方式、条件和违约责任等交易条件，不得拖欠中小企业的货物、工程、服务款项。

中小企业应当依法经营，诚实守信，按照合同约定提供合格的货物、工程和服务。

## 第二章 款项支付规定

第八条 机关、事业单位使用财政资金从中小企业采购货物、工程、服务，应当严格按照批准的预算执行，不得无预算、超预算开展采购。

政府投资项目所需资金应当按照国家有关规定确保落实到位，不得由施工单位垫资建设。

第九条 机关、事业单位从中小企业采购货物、工程、服务，应当自货物、工程、服务交付之日起 30 日内支付款项；合同另有约定的，从其约定，但付款期限最长不得超过 60 日。

大型企业从中小企业采购货物、工程、服务，应当自货物、工程、服务交付之日起 60 日内支付款项；合同另有约定的，从其约定，但应当按照行业规范、交易习惯合理约定付款期限并及时支付款项，不得约定以收到第三方付款作为向中小企业支付款项的条件或者按照第三方付款进度比例支付中小企业款项。

法律、行政法规或者国家有关规定对本条第一款、第二款付款期限另有规定的，从其规定。

合同约定采取履行进度结算、定期结算等结算方式的，付款期限应当自双方确认结算金额之日起算。

第十条 机关、事业单位和大型企业与中小企业约定以货物、工程、服务交付后经检验或者验收合格作为支付中小企业款项条件的，付款期限应当自检验或者验收合格之日起算。

合同双方应当在合同中约定明确、合理的检验或者验收期限，并在该期限内完成检验或者验收，法律、行政法规或者国家有关规定对检验或者验收期限另有规定的，从其规定。机关、事业单位和大型企业拖延检验或者验收的，付款期限自约定的检验或者验收期限届满之日起算。

第十一条 机关、事业单位和大型企业使用商业汇票、应收账款电子凭证等非现金支付方式支付中小企业款项的，应当在合同中作出明确、合理约定，不得强制中小企业接受商业汇票、应收账款电子凭证等非现金支付方式，

不得利用商业汇票、应收账款电子凭证等非现金支付方式变相延长付款期限。

第十二条 机关、事业单位和国有大型企业不得强制要求以审计机关的审计结果作为结算依据，法律、行政法规另有规定的除外。

第十三条 除依法设立的投标保证金、履约保证金、工程质量保证金、农民工工资保证金外，工程建设中不得以任何形式收取其他保证金。保证金的收取比例、方式应当符合法律、行政法规和国家有关规定。

机关、事业单位和大型企业不得将保证金限定为现金。中小企业以金融机构出具的保函等提供保证的，机关、事业单位和大型企业应当接受。

机关、事业单位和大型企业应当依法或者按照合同约定，在保证期限届满后及时与中小企业对收取的保证金进行核算并退还。

第十四条 机关、事业单位和大型企业不得以法定代表人或者主要负责人变更，履行内部付款流程，或者在合同未作约定的情况下以等待竣工验收备案、决算审计等为由，拒绝或者迟延支付中小企业款项。

第十五条 机关、事业单位和大型企业与中小企业的交易，部分存在争议但不影响其他部分履行的，对于无争议部分应当履行及时付款义务。

第十六条 鼓励、引导、支持商业银行等金融机构增加对中小企业的信贷投放，降低中小企业综合融资成本，为中小企业以应收账款、知识产权、政府采购合同、存货、机器设备等为担保品的融资提供便利。

中小企业以应收账款融资的，机关、事业单位和大型企业应当自中小企业提出确权请求之日起 30 日内确认债权债务关系，支持中小企业融资。

第十七条 机关、事业单位和大型企业迟延支付中小企业款项的，应当支付逾期利息。双方对逾期利息的利率有约定的，约定利率不得低于合同订立时 1 年期贷款市场报价利率；未作约定的，按照每日利率万分之五支付逾期利息。

第十八条 机关、事业单位应当于每年 3 月 31 日前将上一年度逾期尚未支付中小企业款项的合同数量、金额等信息通过网站、报刊等便于公众知晓的方式公开。

大型企业应当将逾期尚未支付中小企业款项的合同数量、金额等信息纳入企业年度报告，依法通过国家企业信用信息公示系统向社会公示。

第十九条 大型企业应当将保障中小企业款项支付工作情况，纳入企业风险控制与合规管理体系，并督促其全资或者控股子公司及时支付中小企业款项。

第二十条 机关、事业单位和大型企业及其工作人员不得以任何形式对提出付款请求或者投诉的中小企业及其工作人员进行恐吓、打击报复。

### **第三章 监督管理**

第二十一条 县级以上人民政府及其有关部门通过监督检查、函询约谈、督办通报、投诉处理等措施，加大对机关、事业单位和大型企业拖欠中小企

业款项的清理力度。

第二十二条 县级以上地方人民政府部门应当每年定期将上一年度逾期尚未支付中小企业款项情况按程序报告本级人民政府。事业单位、国有大型企业应当每年定期将上一年度逾期尚未支付中小企业款项情况按程序报其主管部门或者监管部门。

县级以上地方人民政府应当每年定期听取本行政区域内保障中小企业款项支付工作汇报，加强督促指导，研究解决突出问题。

第二十三条 省级以上人民政府建立督查制度，对保障中小企业款项支付工作进行监督检查，对政策落实不到位、工作推进不力的部门和地方人民政府主要负责人进行约谈。

县级以上人民政府负责中小企业促进工作综合管理的部门对拖欠中小企业款项的机关、事业单位和大型企业，可以进行函询约谈，对情节严重的，予以督办通报，必要时可以会同拖欠单位上级机关、行业主管部门、监管部门联合进行。

第二十四条 省级以上人民政府负责中小企业促进工作综合管理的部门（以下统称受理投诉部门）应当建立便利畅通的渠道，受理对机关、事业单位和大型企业拖欠中小企业款项的投诉。

国务院负责中小企业促进工作综合管理的部门建立国家统一的拖欠中小企业款项投诉平台，加强投诉处理机制建设，与相关部门、地方人民政府

信息共享、协同配合。

第二十五条 受理投诉部门应当按照“属地管理、分级负责，谁主管谁负责、谁监管谁负责”的原则，自正式受理之日起 10 个工作日内，按程序将投诉转交有关部门或者地方人民政府指定的部门（以下统称处理投诉部门）处理。

处理投诉部门应当自收到投诉材料之日起 30 日内形成处理结果，以书面形式反馈投诉人，并反馈受理投诉部门。情况复杂或者有其他特殊原因的，经部门负责人批准，可适当延长，但处理期限最长不得超过 90 日。

被投诉人应当配合处理投诉部门工作。处理投诉部门应当督促被投诉人及时反馈情况。被投诉人未及时反馈或者未按规定反馈的，处理投诉部门应当向其发出督办书；收到督办书仍拒不配合的，处理投诉部门可以约谈、通报被投诉人，并责令整改。

投诉人应当与被投诉人存在合同关系，不得虚假、恶意投诉。

受理投诉部门和处理投诉部门的工作人员，对在履行职责中获悉的国家秘密、商业秘密和个人信息负有保密义务。

第二十六条 机关、事业单位和大型企业拖欠中小企业款项依法依规被认定为失信的，受理投诉部门和有关部门按程序将有关失信情况记入相关主体信用记录。情节严重或者造成严重不良社会影响的，将相关信息纳入全国信用信息共享平台和国家企业信用信息公示系统，向社会公示；对机关、事

业单位在公务消费、办公用房、经费安排等方面采取必要的限制措施，对大型企业在财政资金支持、投资项目审批、融资获取、市场准入、资质评定、评优评先等方面依法依规予以限制。

第二十七条 审计机关依法对机关、事业单位和国有大型企业支付中小企业款项情况实施审计监督。

第二十八条 国家依法开展中小企业发展环境评估和营商环境评价时，应当将保障中小企业款项支付工作情况纳入评估和评价内容。

第二十九条 国务院负责中小企业促进工作综合管理的部门依据国务院批准的中小企业划分标准，建立企业规模类型测试平台，提供中小企业规模类型自测服务。

对中小企业规模类型有争议的，可以向主张为中小企业一方所在地的县级以上地方人民政府负责中小企业促进工作综合管理的部门申请认定。人力资源社会保障、市场监督管理、统计等相关部门应当应认定部门的请求，提供必要的协助。

第三十条 国家鼓励法律服务机构为与机关、事业单位和大型企业存在支付纠纷的中小企业提供公益法律服务。

新闻媒体应当开展对保障中小企业款项支付相关法律法规政策的公益宣传，依法加强对机关、事业单位和大型企业拖欠中小企业款项行为的舆论监督。

## 第四章 法律责任

第三十一条 机关、事业单位违反本条例，有下列情形之一的，由其上级机关、主管部门责令改正；拒不改正的，对负有责任的领导人员和直接责任人员依法给予处分：

（一）未在规定的期限内支付中小企业货物、工程、服务款项；

（二）拖延检验、验收；

（三）强制中小企业接受商业汇票、应收账款电子凭证等非现金支付方式，或者利用商业汇票、应收账款电子凭证等非现金支付方式变相延长付款期限；

（四）没有法律、行政法规依据，要求以审计机关的审计结果作为结算依据；

（五）违法收取保证金，拒绝接受中小企业以金融机构出具的保函等提供保证，或者不及时与中小企业对保证金进行核算并退还；

（六）以法定代表人或者主要负责人变更，履行内部付款流程，或者在合同未作约定的情况下以等待竣工验收备案、决算审计等为由，拒绝或者迟延履行中小企业款项；

（七）未按照规定公开逾期尚未支付中小企业款项信息。

第三十二条 机关、事业单位有下列情形之一的，依法追究责任：

(一) 使用财政资金从中小企业采购货物、工程、服务，未按照批准的预算执行；

(二) 要求施工单位对政府投资项目垫资建设。

第三十三条 国有大型企业拖欠中小企业款项，造成不良后果或者影响的，对负有责任的国有企业管理人员依法给予处分。

国有大型企业没有法律、行政法规依据，要求以审计机关的审计结果作为结算依据的，由其监管部门责令改正；拒不改正的，对负有责任的国有企业管理人员依法给予处分。

第三十四条 大型企业违反本条例，未按照规定在企业年度报告中公示逾期尚未支付中小企业款项信息或者隐瞒真实情况、弄虚作假的，由市场监督管理部门依法处理。

第三十五条 机关、事业单位和大型企业及其工作人员对提出付款请求或者投诉的中小企业及其工作人员进行恐吓、打击报复，或者有其他滥用职权、玩忽职守、徇私舞弊行为的，对负有责任的领导人员和直接责任人员依法给予处分或者处罚；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

## 第五章 附则

第三十六条 部分或者全部使用财政资金的团体组织采购货物、工程、服务支付中小企业款项，参照本条例对机关、事业单位的有关规定执行。

军队采购货物、工程、服务支付中小企业款项，按照军队的有关规定执行。

第三十七条 本条例自 2025 年 6 月 1 日起施行。

# 争议行为不应被利用获利——流量冲突中的真相与责任新观察

来源：新华网

抖音试行新规：限制争议当事人通过直播带货等方式牟利？

近日，抖音公布《抖音社区热点信息和账号治理规则（试行）》。《规则》针对社区内存疑信息的辟谣、热点当事人账号及热点事件中出现的违规账号和内容提出治理方案。对争议热点当事人“趁热”变现加以限制，规定在争议事件周期内暂停有争议的直播打赏、电商带货等商业变现功能。

视频时代，流量能载舟亦能覆舟，一些人通过编造谣言、立虚假人设获得广泛关注后，通过直播带货等方式牟利，搅乱直播生态一池春水。譬如引发全网关注的“秦朗丢作业事件”，实际是网红自导自演的闹剧，其间自称“秦朗舅舅”“秦朗老师”之人，在获得关注后趁势通过流量变现；曾被称为“正义化身”的网红“铁头惩恶扬善”一度因打假走红，通过直播带货、商业广告变现，后因敲诈勒索被警方立案调查。

近年来，对于流量治理，中央网信办已多次开展专项行动，对“自媒体”作出一系列严格规定。2024年4月，中央网信办开展“清朗·整治‘自媒体’无底线博流量”专项行动，重点整治“自导自演式造假”“不择手段蹭炒社会热点”“以偏概全设置话题”“违背公序良俗制造人设”以及滥发“新黄色新闻”等突出问题；2025年4月，中央网信办启动“清朗·整治短视频领

域恶意营销乱象”专项行动，从严打击恶意虚假摆拍、散布虚假信息等恶意营销乱象。

抖音方面介绍，此次发布的《规则》正是在有关部门指导下，依据《网络信息内容生态治理规定》《关于加强“自媒体”管理的通知》等法律法规和政策要求制定，并在起草过程中广泛征求了法学、传播学及媒体行业等多方专业人士的意见。

据了解，一直以来，抖音不断加强对平台主播的管理，从源头规范直播带货。抖音电商曾发布《抖音电商创作者“红十条”违规管理规则》，针对以不正当手段获取虚假流量等作弊行为、分享假冒和禁售商品、侵犯他人合法权益的侵权相关行为，营销虚假虚构身份人设带货等十类创作者违规行为严格管控。在此基础上，平台持续升级直播带货准入门槛、分级管理商家、主播，重点查处虚假身份、虚假内容、虚假流量等违规行为。

为减少用户在信息尚未充分披露时被片面内容误导而产生错误判断，《规则》提出，平台将建立对热点相关信息的分级分类追踪与研判机制。对于新闻要素不全、缺乏权威信源的内容，将纳入“存疑”热点持续追踪；对于传播极端对立情绪、侵犯当事人权益的事件，将纳入“争议”热点研判处置。

在以往的热点事件中，部分当事人通过争议行为获取大量流量，进而与商业利益快速捆绑，成为舆论关注焦点。对此，抖音方面强调，平台鼓励创作者以长期、专业化的方式进行内容创作与商业经营。基于这一原则，《规则》提出，在流量激增期间，将对存在不当行为或争议的当事人启动“降热”

和“冷静”管理。具体措施包括但不限于暂停推荐、限制流量、限制投稿和直播等。同时，平台还将限制当事人“趁热”变现，在事件周期内暂停其直播打赏、电商带货等商业变现功能。

中国传媒大学文化产业管理学院法律系主任，文化法治研究中心主任、教授郑宁参与了《规则》制定的前期讨论。他表示，蹭热不当变现行为若不及时引导和规范，可能会引发更多人效仿，追求短视变现，从而出现“劣币驱逐良币”的现象。为此，互联网平台在其运营的网络空间内应当履行好平台主体责任。

## 【议事厅】

### 争议行为不应被利用获利

#### 流量冲突中的真相与责任新观察

近年来，网络视频与内容创作行业在蓬勃发展的同时，也出现了一些值得警惕的现象。从“猫一杯”等虚假叙事案例，到一些利用争议博取眼球、不当获利的行为，不仅扰乱了行业秩序，也引发了公众的不满与担忧。监管层面，如“自媒体管理 13 条”等规定的出台，表明了对规范网络行为的鲜明态度。在这样的背景下，行业内部的自律与平台的治理创新显得尤为重要。近期，抖音平台公布旨在遏制争议行为被不当利用获利的《热点信息和相关账号治理规范（试行）》，正是强化社区治理的一次积极尝试。

本期议事厅，我们邀请学者、法律专家、媒体人和内容创作者代表，共同探讨在流量奔涌的时代，如何有效治理行业乱象，让争议行为不再成为牟

利工具，并呼吁更多行业伙伴共同为此努力。

### 【本期嘉宾】

刘晓春 中国社会科学院大学互联网法治研究中心主任

吴沈括 北京师范大学法学院副教授

朱 巍 中国政法大学传播法研究中心研究员

襄 和 网络主播

王 明 自媒体工作者。

### 【主持人】

李坤晟

### 流量之上，谁在收割争议的红利？

主持人：当争议带来巨大流量后，紧随其后的往往就是流量变现。“争议流量变现”这种模式，在当前的网络环境中是否常见？又是如何运作的？

襄和：确实存在“争议流量变现”的现象——很多人因为一件事突然火了，不管是打架、冲突，还是某个社会事件，然后就马上开始开直播、带货。这种现象是存在的，但总体来说可能还是少数，也确实有人通过这种方式尝到了甜头。网络传播效率太高，变现也很快，所以有人就会故意去制造争议。

朱巍：这种现象的背后，是网络传播的一些基本特性。争议性内容，如果能够触碰到公众的某些共同情绪点，比如同理心、同情心，或者是满足了大众的猎奇心态，就很容易获得关注。特别是当社会上已经存在一些潜在的对立情绪，比如男女对立、贫富差距等，某些特殊事件就可能成为这些情绪的引爆点，迅速形成爆款。可以说，没有观点对立，没有情绪化的表达，很多话题的流量就上不去。

王明：我们可能正处在一个所谓的“后真相时代”。在这个时代，人们接收信息时，往往是“情绪在前，客观在后；成见在前，事实在后”。谁能率先在网络上制造出情感的爆发点，谁就可能在一段时间内掌握话语的主导权。短视频平台因其强烈的视觉冲击力，在调动和放大这种情感方面，无疑具有天然的优势。

主持人：既然争议和情绪如此容易吸引流量，那么利用争议流量变现，就成了一条收获名利的捷径。我们发现，这其中既有一些普通人因某事件意外爆火后迅速走红变现；也有一些账号，甚至是有组织的恶意营销号，刻意营造争议话题来收割流量，引发公众关注和争议。当这种行为显现出“产业化”的苗头时，各方应如何应对？

刘晓春：热点争议信息本身具有“真假难辨”的内容特征，同时又能在短时间内快速扩散。如果一些个人或机构主体，将商业变现作为核心目标去过度追逐这类流量，他们就会成为推动热点事件发酵、甚至扭曲变形的重要驱动力。

朱巍：对于普通人因热点事件爆火后迅速带货的情况，现在监管层面已经有所规范。例如，《关于加强“自媒体”管理的通知》中就有规定，账号从开播到开始带货盈利，需要有一定时间的无违规记录，通常是三个月。而一个网络事件的热度往往持续不了那么久。所以，对于这类“意外”走红的个体，直接、快速变现的路径已经不像以前那么容易了。

但更值得关注的是 MCN 机构和一些职业营销号，它们在策划、放大争议，进行同质化内容传播方面，可能扮演了更主动的角色。很多网络谣言和所谓“热梗”的背后，都能看到 MCN 的影子，因此对 MCN 的规范化管理非常关键。

王明：确实，在许多争议事件背后，其最初的热度可能并不高，也不是每一个热点都会被无限放大。我们观察到，往往是有一些“专业推手”在刻意引导和“蹭热点”，以此达到不当获利的目的。更有甚者，通过仿冒当事人、编造谣言等方式来制造和放大热点，博取眼球和流量。这其中，除了部分主播和 MCN 机构，甚至还涉及一些网络黑灰产团伙。

如果任由这种为了追求即时流量和商业变现，而进行的诸如不当演绎、虚假摆拍、仿冒身份、恶意炒作等行为蔓延和被跟风模仿，无疑会对社会的主流价值观形成潜移默化的误导。因此，我们看到一些平台开始通过推出新的规范来应对这些情况，其目的也是希望与社会各界一起，共同治理这类现象。一方面，鼓励创作者回归真实，生产优质的原创内容，引导社区整体氛围向上向善；另一方面，希望推动参与其中的商家和平台的经营行为能够更着眼于长期和专业的发展，而非短期的流量收割。

吴沈括：面对这些复杂的局面，平台的治理角色就凸显出来了。例如，有观察指出，有平台出台了针对“恶意营销号”的治理措施，明确列举了如“工业化生产和批量发布同质化内容”“频繁发布抄袭搬运内容”等十种需要打击的现象。这表明平台正试图从内容生产的源头和传播的链条上，去限制那些不真诚的创作和不当获利的行为。

刘晓春：平台加强对主播的管理，从源头规范直播带货，对任何不当获利行为采取零容忍态度，这是行业治理的积极信号。据了解，2024年达人直播在一些头部平台的电商销售额中占比显著，例如在抖音达到了30%，其中百万粉丝以上的头部主播对大盘的贡献约为9%。这说明主播群体的规范化至关重要。此前，一些平台如抖音电商也曾发布过《抖音电商创作者“红十条”违规管理规则》等，针对作弊行为、分享假冒/盗版商品、侵权行为、营销虚假人设等十类违规行为进行严格管控。并且，平台还在持续升级直播带货的准入门槛，对商家和主播进行分级管理，重点查处虚假身份、虚假内容、虚假流量等违规行为。这些都是遏制不当获利冲动的必要举措。这些治理行动的背后逻辑具有一致性，都是指向那些为了不当获利而无所不用其极的账号和行为。

### **谣言泛滥时，真相如何不被淹没？**

主持人：当前网络舆论场的一大特点是“事实未明，信息先行”。襄和先生，您作为内容创作者，是否也感受到这种氛围带来的困扰？特别是当一些不实信息或恶意解读出现时，对当事人会造成怎样的影响？

襄和：现在网络环境需要更多理性的声音，公众有时候会被情绪化的内容影响。尤其是在舆论事件发生的时候，还没搞清楚真相，一些网民就开始一边倒地评论，这其实对当事人是很不公平的。我们自己也经历过，比如就因为直播时说了一句“圣诞快乐”，就被一些人指责不爱国，这种上纲上线的评论让人很难接受，也很受伤。

朱巍：“上纲上线”和“一边倒评论”确实是当前网络环境中常见的问题。公众在接触到突发信息时，第一反应往往是情绪化的，很多时候是基于已有的认知框架和偏好去解读。而算法在一定程度上又会加剧“信息茧房”效应，不断推送同类观点，使得个体更容易相信自己所接触到的就是全部真相，从而做出草率判断。

王明：在讨论真相如何不被淹没之前，我们首先要理解公众在事件初期是如何判断信息真实性的。根据观察，一般有几个因素会影响公众的初步判断：第一，信息内容是否符合大众认知中的“常理”，这里的“常理”既包括对社会事件的一般性认知，有时也掺杂着一种情绪化的预判，即人们倾向于看到自己想看到的那一面；第二，是否有权威媒体、官方机构或有影响力的知名人士为信息背书和传播；第三，信息的新闻要素是否完整，细节是否足够丰富，以及是否有多个账号在同一时间段内进行大量发布和转发，这些都会影响公众的信任度。

这里存在一个天然的矛盾，也是平台治理的难点：一方面，很多用户生产的内容，特别是涉及突发事件的，往往未经严格核证，但因为其即时性和话题性，很容易获得广泛关注并迅速扩散；另一方面，无论是对事实真相的

调查，还是权威部门的回应，都需要一定的时间和程序。这就必然导致在事件初期，存在一个信息良莠不齐、真假难辨的“窗口期”。

主持人：面对这个“窗口期”以及谣言可能快速传播的风险，平台推出的“标记存疑”“信息研判”等核查机制，其实际效果如何？我们如何构建一个更利于真相显现、谣言消散的环境？

刘晓春：针对潜在的热点内容，平台可以建立更主动的防范机制。比如，通过对大量热点信息启动、传播和发酵规律的分析，开发技术预警模型，并配备专业的人工治理团队，来识别和设定“存疑热点”“争议热点”等不同的风险类型。在识别出这些有风险的热点事件后，应立即启动信息真实性的核实机制，例如与权威新闻机构、政府部门等建立协同核实渠道。对于那些事实暂时不清、存在广泛争议的信息，平台应及时添加明确的提示标签，告知用户该信息可能存在事实疑问、证据模糊或观点争议等问题，提醒用户理性、谨慎判断。

朱巍：要求平台对每一条用户发布的内容都进行事前审核，这在现实中是不太可能的，那样平台就变成了传统媒体的角色了。但是，平台对于一些明显违规或侵权的内容，则必须承担起治理责任。例如，泄露他人隐私的聊天记录，即便内容本身是真的，也不能任其在网络上传播，因为这触及了法律和道德的底线。对于那些“公说公有理，婆说婆有理”的争议性内容，平台至少要做到清晰标注，提示用户多方求证。

吴沈括：平台在实施对争议热点事件的治理时，应当遵循一套清晰且规范的路径。首先，是建立健全的治理规范体系，包括详细的治理规则、标准

化的操作流程和明确的执行标准，确保所有治理措施都具有可操作性和可追溯性。其次，要强化事前预防机制，利用风险评估、预警监测等技术手段，尽早发现和防范潜在的争议热点事件。再次，在事中控制方面，要运用人工智能、大数据等技术，对争议内容进行快速识别和妥善处理，保障信息传播的有序性。最后，还应完善事后追责机制，对违规行为及时查处，并通过公示、通报等方式，强化社会监督，也起到警示教育的作用。

王明：为了提升事实核查的信任度和参与度，观察到有平台正在积极推动与主流媒体、权威机构建立更紧密的协同机制，以促进真实信息的有序传播。例如，对社区内具有公信力的媒体账号和政务机构账号给予显著的身份标识，以此来凸显权威信源的地位。同时，结合运用热榜推荐、弹窗推送等产品功能，将重要热点的核心事实、关键进展节点等信息，实现及时、高效、有序传播。此外，平台与媒体、权威机构保持常态化合作，共同加大对社区内各类热点信息的事实核查力度，建立并完善“热点事实核实机制”，也是保障热点信息客观性与权威性的重要手段。

刘晓春：我们也注意到，一些平台在其新规中明确了加强事实核查的措施。例如，有报道指出抖音在其新规中提到，“在社区热点事件中，平台将通过与主流媒体、权威机构建立协同机制，促进真实信息有序传播”，并且会“交叉应用人工智能大模型和人工‘验真’等多种手段，对热点事件信息中的谣言点展开识别、打击，联动中国互联网联合辟谣平台等各方进行辟谣，并通过产品机制放大辟谣传播效果”。这种多方联动和技术应用的策略，是提升事实核查效率和效果的有益探索，也是平台在应对“窗口期”挑战时，最大限度保障用户利益的重要举措。

## 为良币护航：如何为优质内容赢得空间？

主持人：在我们讨论如何遏制乱象、澄清谣言的同时，另一个重要议题是如何为优质内容创造更好的生长环境，避免出现“劣币驱逐良币”的现象。一个健康、多元的内容生态应该是什么样的？平台和算法在其中扮演怎样的角色？

朱巍：“劣币驱逐良币”是内容平台需要警惕的现象。平台自身需要有一个清晰的定位和价值取向——是追求短期、快速的流量变现，还是致力于构建长期、健康的内容生态。不同的选择，会导向不同的运营策略和社区氛围。当头部平台开始建立和推行更严格、更注重内容质量的标准时，有理由期待这能在行业内形成示范效应，引导更多平台跟进，共同提升整个行业的内容水准。

襄和：作为内容创作者，我们身处其中，能做的就是坚守初心，不断打磨自己的内容质量，提升专业性。对于那些无谓的争论和刻意的炒作，我们选择不参与、不迎合。我们更愿意把直播和内容创作看作是一份长期的、健康的职业来经营，通过提供有价值、正能量的内容来吸引和留住观众。

王明：值得注意的是，一些平台在其新规中也体现了对优质内容生态建设的思考。这表明平台意识到在治理不当行为的同时，保护和鼓励正常表达、促进多元观点呈现的重要性。

吴沈括：平台要实现这一目标，除了明确规则，还需要通过实际行动支持优质内容创作、优化推荐分发等手段，来推动社区热点事件相关的整体内

容生态向积极健康的方向发展。这既包括对不当内容的治理，也包括对“良币”的扶持和激励。算法在其中扮演关键角色。如何设计和调整算法，使其能够更精准地识别和推荐那些具有深度、专业性和建设性的内容，同时避免助长纯粹情绪化、对立化甚至低俗化的内容，这是平台持续面临的技术挑战和伦理责任。

刘晓春：观察一些平台的实践，曾尝试对知识、历史、科技等类别的优质内容进行简单的流量加热，但发现效果并不理想，甚至可能因为引入了不精准的流量而干扰了后续的正常推荐。后来，他们调整策略，转而训练能够预估用户收藏和重复观看概率的模型，并将“收藏”这类代表深度认同的功能按钮放在更显著的位置。据称，这种方式使得有用性内容和原创优质长内容的平台分发得到了显著改善，甚至有长达数小时的深度解读类视频获得了过亿的播放和数百万的收藏。这为如何通过算法机制有效扶持优质内容提供了一个可参考的案例。

朱巍：最终，一个理性、健康的网络内容生态，需要法律、社会责任、道德约束以及技术向善的共同作用。法律划定了底线，而社会责任和道德追求则指明了更高的方向。平台、MCN 机构、创作者以及每一位网民，都需要在这个框架内找准自己的角色定位，并承担起相应的责任。在当前互联网行业已经从高速增长“蓝海”转入竞争激烈的“红海”的背景下，单纯追求流量的模式已难以为继，唯有真正做好内容、服务好用户，才能实现长远发展。

## 【及时评论】

## 限制争议热点当事人“故意趁热”变现助力直播电商有序发展

直播经济时代，流量为王。然而，当争议热点流量，特别是通过不当言行蹭取的流量与商业变现过度捆绑，流量就可能走向价值失序，变成“争议流量”。譬如一些人由编造谣言、立虚假人设或利用公众情绪煽动对立而获得的流量，都属于争议流量范畴。这种流量不应成为商业变现的富矿，因为它既扭曲了真相传播路径，也败坏了社会道德风气与直播平台生态。

举例而言，去年沸沸扬扬的“秦朗丢作业事件”，事后证明，其不过就是一出网红自导自演的闹剧。此事还形成了一个“套谣”现象，有无聊网民看到热点已成，顺势伪装成“秦朗舅舅”、“秦朗老师”，制造了第二个谣言，并趁机直播变现。被凭空编造的“秦朗”，就这样成了一块被各方吃干抹净的“肥肉”，极大恶化了舆论生态，透支了公众信任。

利用争议流量带货主要分为两种情况。第一种是素人走红之后由于不专业而翻车。这是因为，素人往往对行业、商品并不了解，在高热期匆忙带货，一旦商品或带货言行出现问题，必然引发各方放大镜式的关注，从而陷入争议。第二种则是，部分已经有一定影响力的主播在看到网络争议会引发流量后，故意拉踩引战，制造争议和对立话题，甚至假冒仿冒，造谣传谣，积聚流量之后，再行带货之事。不论是素人走红后带货翻车，还是通过制造争议带货，本质上都属于争议流量的无序变现。

正是因为争议流量具有显著的负面效应，近年来，监管部门做了一系列部署，开展了多轮专项行动，从2023年7月中央网信办发布13条硬核措施加强自媒体管理，到2024年重点整治“自导自演式造假”“不择手段蹭

炒社会热点”等问题，再到 2025 年从严打击恶意虚假摆拍、散布虚假信息等恶意营销乱象，为自媒体规范发展与直播电商治理划定了清晰路径。

近日，抖音公布《抖音社区热点信息和账号治理规则（试行）》，对社区内争议热点信息传播、热点当事人账号及热点事件中出现的违规账号和内容提出治理方案。《规则》提出对争议热点当事人“趁热”变现加以限制，规定在争议事件周期内暂停当事人直播打赏、电商带货等商业变现功能，标志着平台治理开始向争议流量套利这一顽疾开刀。

抖音新规的核心创新在于构建了“热点分级—存疑标签—限流止损”的三级治理体系。这一系统性治理框架，意味着平台建立了一套涵盖内容审核、主播管理、带货规范的全链条治理模式。

回溯抖音对直播电商的治理实践，加强对主播的管理始终是其工作重点之一。平台此前曾发布《抖音电商创作者“红十条”违规管理规则》，对带货主播的不当行为做出一系列规定。据了解，2024 年达人直播占据了抖音电商销售额的 30%，其中百万粉丝以上的头部达播对大盘贡献约占 9%。这意味着，达人虽然占比不高但影响力较大，这更加要求平台从源头严管准入、强化分级管理，对头部主播的合规性提出更高要求。

真正的繁荣不在于数据的野蛮增长，而在于建立可持续的信任机制。须知，治理争议流量的终极目标，是为用户与行业筑牢发展根基，让直播电商的价值，真正体现在提升用户购物体验、激发消费潜力、带动产业升级，以及提升整体社会福祉上。

# 从药店购买“右美沙芬片”转卖他人，法院认定构成贩卖毒品罪

来源：澎湃新闻

明知右美沙芬片被列为管制药品后仍售卖获利，法院认定这一行为构成贩毒罪。6月26日，澎湃新闻从北京朝阳法院获悉，被告人温某某、黄某某因犯贩卖毒品罪，被法院判处有期徒刑六个月。

案情显示，2024年7月，温某某从黄某某处购买右美沙芬25.69克后以260元转卖给张某。同月，温某某和黄某某二人分工，由温某某在网上寻找买家，黄某某负责从药店购买右美沙芬片并安排快递发货，另向卢某某售卖右美沙芬片三次共计100余克，违法所得562元。

2024年4月30日，国家药品监督管理局、公安部、国家卫生健康委员会决定调整精神药品名录，将右美沙芬列入第二类精神药品名录，自2024年7月1日起施行。温某某、黄某某二人在2024年7月1日之前就开始售卖此类药品，二人的微信聊天记录显示，二人明知右美沙芬被列为国家管制的精神药品，仍然继续出售获利。

法院经审理认为，被告人温某某、黄某某非法向他人出售毒品，二被告人的行为已经构成贩卖毒品罪，依法应予惩处。鉴于被告人温某某、黄某某到案后如实供述，系坦白，认罪认罚，依法予以从轻处罚。

根据被告人温某某、黄某某犯罪的事实、犯罪的性质、情节以及对于社会的危害程度，依法判决被告人温某某犯贩卖毒品罪，判处有期徒刑六个月，并处罚金三千元。被告人黄某某犯贩卖毒品罪，判处有期徒刑六个月，并处

罚金三千元。

目前，判决已生效。法官为此提示：右美沙芬自 2024 年 7 月 1 日起被列为第二类精神药品管制，长期、大量服用会形成依赖，导致大脑损伤、失去意识、心率不齐甚至引发攻击他人、自残等行为，严重影响身心健康。被告人温某某、黄某某明知右美沙芬片被列为国家管制的精神药品后仍通过邮寄等方式向他人售卖获利，构成贩卖毒品罪。面对新列管精神药品滋生的毒品犯罪新形态，法院将坚决依法予以打击。广大群众要自觉抵制毒品，切莫心存侥幸、以身试法。

## “带资进组”梦碎，望子成龙也需警惕诈骗陷阱

来源：上海法援

“唉，那时候我真的以为孩子能一飞冲天，成为荧幕上的小明星呢。我加了那个‘李老师’的微信，他说的那些话，就像给我的孩子铺了一条星光大道。我满心欢喜地转了钱，就等着孩子穿上戏服，在镜头前大放异彩。可谁承想，这一切都是个骗局啊！我现在想起来，还觉得心口疼呢……”受害人张女士回忆起那段经历时，眼中闪烁着泪光，语气中充满无奈和懊悔。

几个月前，张女士偶然在某家长群里看到了一则令人心动的消息——有两部热门剧集正在招募小演员。消息中，剧组承诺为孩子们提供专业的表演培训，并有机会在知名导演的指导下和流量演员一起参与拍摄。张女士觉得，自家孩子从小就对表演有着浓厚的兴趣，条件也不错，若能借此机会踏入演艺圈，那将是多么美好的事情。于是，她迫不及待地添加了发布消息的“李老师”——也就是后来的犯罪嫌疑人李某某。

“李老师”在微信上表现得极为专业，他不仅详细介绍了剧组的情况，还信誓旦旦地表示，只要张女士的孩子通过“审核”，就能带资进组拍摄。为了增加可信度，“李老师”还发送了一些剧组的照片和演员的合影，甚至还发送了一份人物小传给张女士的孩子进行揣摩体会，这一切看似专业的举动让张女士深信不疑。听到“审核通过”的消息，张女士激动不已，立刻按照“李老师”的要求，转账36000元作为“带资进组费”。

然而，现实却残酷地击碎了张女士的梦想。到了约定的拍摄时间，“李老师”却以各种理由推脱，先是称剧组临时调整拍摄计划，后又说演员档期有变，需要等待通知。张女士多次催促，“李老师”总是以“再等等”“快了快了”来敷衍。直到有一天，张女士发现“李老师”的微信号已经注销，电话也打不通，她这才恍然大悟，自己竟然掉进了一个精心设计的诈骗陷阱。

于是，张女士立即向公安机关报案。经过警方的调查，发现“李老师”并非剧组人员，而是一个专门以“带资进组”为名进行诈骗的惯犯。他通过社交媒体发布虚假招募信息，吸引家长上钩，然后以各种理由要求家长转账，最后消失得无影无踪。在警方的努力下，李某某最终被抓获归案。

因李某某未委托辩护人，2025年4月，黄浦区人民法院依法通知黄浦区法律援助中心为李某某提供法律援助，中心依法指派北京天驰君泰律师事务所上海分所开宇律师担任李某某在审判阶段的辩护人。

陆律师向被告人李某某释法明理，并引导李某某积极退赔张女士的经济损失。后在案件审理期间，李某某全额退缴违法所得36000元。最终，黄浦区人民法院判处被告人李某某有期徒刑十个月，缓刑一年，并处罚金人民币三千元。

### 【法律依据】

《中华人民共和国刑法》第二百六十六条规定：诈骗公私财物，数额较大的，处三年以下有期徒刑、拘役或者管制，并处或者单处罚金；数额巨大或者有其他严重情节的，处三年以上十年以下有期徒刑，并处罚金；数额特

别巨大或者有其他特别严重情节的，处十年以上有期徒刑或者无期徒刑，并处罚金或者没收财产。

### 【案件点评】

本案中，李某某的行为构成了诈骗罪，最终受到了法律的严惩。君子爱财取之有道，李某某学历高、有工作，却因贪念酿成大错，不仅让受害人张女士遭受了经济损失，更给她的心理带来了巨大的创伤。

这也提醒我们，“望子成龙”是每个家长的心愿，但不法分子恰恰会利用家长这种急切的心理实施犯罪。在日常生活中，家长们面对与孩子成长发展有关的事务时，一定要保持清醒的头脑和理性的判断，特别是涉及金钱交易时，更要谨慎小心，多方核实信息的真实性。如果不幸遭遇了诈骗，要及时向公安机关报案，让骗子受到应有的惩罚。。

**本期编辑：周维能（上海市君悦律师事务所），邮箱：weineng.zhou@mhplawyer.com**