

车企被骂，账号转世，流量黑产卷土重来

来源：杨志成 发布时间：2025-11-24 06:45:03

最近国家网信办和工信部联合行动，针对汽车行业的网络乱象展开治理，他们梳理出五种常见且影响较大的行为，这些行为并非普通用户表达意见，而是有人刻意策划，利用流量获取利益，同时损害企业品牌形象。

现在网上有些人专门骂汽车公司的老板，不谈车子本身，只说他们的人品怎么样，抖音、头条、快手这些平台上，不少账号名字看着像专业测评，其实内容全是发泄情绪，这些人编故事、贴标签，把产品的问题说成是“老板不行”，再靠平台算法推给更多人看，这种内容根本没有数据支持，全靠煽动情绪，早就变成流水线生产了。

有人在网上编造假消息，说某个汽车厂快要倒闭，员工会被裁员，微信、微博和头条上出现大量账号，配合伪造的截图和所谓的内部消息，搞得大家心里很不安，这些账号大多是在2023年下半年集中冒出来的，正好赶上新能源车开始打价格战，它们发帖的时间经常和企业搞促销活动的节点重合，看起来不像是偶然发生的事。

更厉害的是那些剪辑高手，他们不自己写东西，专门找车主抱怨、售后纠纷和碰撞测试的片段拼在一起，再起个标题说“国产车不行”或“外资才是王道”，他们不讲事实，只讲立场，故意挑起争吵，平台算法一推送，连平时不关心车的人也看到了，影响范围就越来越大。



还有一种情况是数据造假，有些榜单自称权威，实际数据全是编的，跟官方记录完全对不上，这些榜单不是为了帮大家选车，而是给特定品牌拉流量，让消费者犹豫观望，最后去买他们推荐的车，这种做法已经偏离了评测本质，变成刻意引导舆论。

最让人头疼的是那些被封号后又重新冒出来的账号，他们换个名字、换到别的平台，继

续发表主观评测，专门挑某个品牌的小问题放大，包装成所谓的真相，这些人在不同平台之间跳来跳去，像打游击一样，单独封掉一个账号根本解决不了问题，这次整治行动明确提到，主观评价如果带有恶意抹黑，也属于违法行为，虽然目前还没有证据表明车企之间互相使坏，但很多人猜测，背后可能有第三方在操控。

HTML版本： [车企被骂，账号转世，流量黑产卷土重来](#)