

# 丽江公开发函喊话小红书 舆论关注相关部门履职缺位

2025年12月26日

发

题

报

告

## 【要点速读】

12月23日，丽江市古城区文化和旅游局公开发函称，小红书在履行平台信息监测及管理方面的主体责任和审核义务不到位，导致大量消费者为达到其超合理诉求，在企业无过错责任情况下利用平台发布不实“避雷贴”“曝光贴”等内容，威胁企业退钱退款的情况，企业针对此类不实内容申诉难，造成大量企业商誉受到诋毁，退单退订大面积发生。12月24日17时许，据@九派新闻 报道，丽江市古城区旅拍行业协会监事长于涛表示，协会已聘请律师，将以集体诉讼形式起诉小红书平台。12月25日3时许，据@九派新闻 报道，小红书方面相关人士回应称，根据目前所获线索，暂未发现消费者发布的相关内容中存在虚构个人经历等违规情况，有更多线索后会持续进行研判及回查。

### ● 传播特征：极目新闻发文最多 敏感信息超九成

根据新浪舆情通统计，12月23日18时至26日10时，事件相关的原发信息量为1.04万条。统计活跃作者，极目新闻成为发文最多作者，发布121条相关信息。统计敏感信息，事件的敏感信息占比为93.08%，舆论负面情绪主要集中在不满当地相关部门监管缺位，及不认可相关部门发布的损失数据等。

### ● 舆论观点：做好整改提升质量 呼吁加强多方沟通

部分媒体呼吁监管部门从根源上减少网络差评，而非仅

敦促平台或聚焦于“删帖”；部分媒体认为平台方也应加强沟通，共同维护良好营商环境。网民不满当地文旅部门“甩锅式”应对，呼吁直面反馈问题加强整改。

## 【报告详版】

### 一、事件概况

12月23日，丽江市古城区文化和旅游局公开发布《丽江市古城区文化和旅游局关于请小红书平台强化丽江市婚拍领域信息审核监管和监测的函》（已删除）。函件称，小红书在履行平台信息监测及管理方面的主体责任和审核义务不到位，导致大量消费者为达到其超合理诉求，在企业无过错责任情况下利用平台发布不实“避雷贴”“曝光贴”等内容，威胁企业退钱退款的情况，企业针对此类不实内容申诉难，造成大量企业商誉受到诋毁，退单退订大面积发生。据丽江市古城区旅拍行业协会调查摸排，截止到12月，因不实“避雷贴”企业退订100余万元，间接损失超500万元。

## 丽江市古城区文化和旅游局文件

### 丽江市古城区文化和旅游局 关于请小红书平台强化丽江市婚拍领域 信息审核监管和监测的函

小红书科技有限公司：

近期我局接到丽江市古城区旅拍行业协会反馈你方在履行平台信息监测及管理方面的主体责任和审核义务不到位，导致大量消费者为达到其超合理诉求，在企业无过错责任情况下利用贵平台发布不实避雷帖、曝光帖等内容，威胁企业退钱退款的情况，企业针对此类不实内容申诉难，造成大量企业商誉受到诋毁，退单退订大面积发生。

据丽江市古城区旅拍行业协会调查摸排，截至12月，因不实避雷帖企业退订100余万元，间接损失500余万元。作为丽江市古城区旅拍行业协会牵头协调单位，我局高度重视，特就丽江市古城区旅拍行业协会反映的申诉难、未尽审核责任等事宜与你方沟通，希望贵单位能重视此事件，强化贵平台关于丽江婚拍领域信息的监管和监测，指派专人与我局接洽。

联系人：朱镇罡（丽江市古城区文化和旅游局副局长）

联系方式：0888-5155505

13398884010（朱镇罡）



12月23日18时许，据中国新闻网报道，丽江市古城区文旅局副局长朱镇罡表示，文旅局就相关问题向部分企业了解情况，企业反馈情况属实。此前文旅局曾通过打电话、邮件发送函件等方式试图与小红书取得联系，但均未成功。“我们也去小红书平台看了下，一些‘避雷贴’的标题和图片都很夸张。希望能通过公开函件与小红书取得联系，再做一些深刻的调研，看看这个问题是否能得到有效解决”。

12月24日17时许，据@九派新闻 报道，丽江市古城区旅拍行业协会监事长于涛表示，目前，协会已聘请律师，将以集体诉讼形式起诉小红书平台，核心诉求包括要求公开道歉、履行审核责任、建立专项沟通机制等。于涛还表示，企

业曾多次向小红书平台提交消费者签字“确认满意”的记录、聊天截图等证据，申请删除不实避雷帖，但均被平台以“证据不足”为由驳回，导致当地旅拍、婚拍企业普遍遭遇此类损失。



**九派新闻**  IV

记者采访 12月24日 17:49 来自 微博视频号

**#丽江旅拍协会称将起诉小红书# 【#丽江旅拍协会谈小红书4类避雷帖#】**近日，云南丽江市古城区文化和旅游局公开发布《关于请小红书平台强化丽江市婚拍领域信息审核监管和监测的函》，引发关注。文件中提到，小红书在履行平台信息监测及管理方面的主体责任和审核义务不到位，导致大量消费者为达到其超合理诉求，在企业无过错责任情况下利用平台发布不实避雷帖、曝光帖等内容，威胁企业退钱退款的情况。据丽江市古城区旅拍行业协会调查摸排，截至12月，因不实避雷帖企业退订100余万元，间接损失超500万元。12月24日，丽江市古城区旅拍行业协会监事长于涛告诉@九派新闻，平台对大量不实“避雷帖”监管缺位，导致行业企业遭遇重大经济损失。目前，协会已聘请律师，将以集体诉讼形式起诉小红书平台，核心诉求包括要求公开道歉、履行审核责任、建立专项沟通机制等。**#小红书回应被发函喊话#**

于涛介绍，小红书平台上的不实避雷帖主要分为四类：一是消费者因个人原因违约后，以家人亡故、怀孕等非不可抗力为由要求退还定金遭拒，便发布避雷帖；二是消费者在拍摄、妆造环节签字确认满意后，因冲动消费新增精修照片后悔，为退相关费用恶意抹黑商家；三是产品交付并使用后，以“看着不满意”为由要求退全款，否则便发布避雷帖；四是部分消费者无任何合理依据，仅因看到平台上他人通过发避雷帖成功退款，便跟风发布要求商家退款。“部分消费者为达到目的，随意发帖避雷，倒逼商家退款。这些不实帖子严重违背契约精神，损害了企业的合法权益。”于涛表示，企业曾多次向小红书平台提交消费者签字“确认满意”的记录、聊天截图等证据，申请删除不实避雷帖，但均被平台以“证据不足”为由驳回，导致当地旅拍、婚拍企业普遍遭遇此类损失。  **九派新闻的微博视频** [收起](#)

12月25日3时许，据@九派新闻报道，小红书方面相关人士回应称，根据目前所获线索，暂未发现消费者发布的相关内容中存在虚构个人经历等违规情况，有更多线索后会持续进行研判及回查。小红书客服也就此表示，小红书一直以来鼓励真诚、真实的经验分享，持续治理虚构个人经历、夸大不实等违规内容。目前，平台设有多个受理举报及侵权

的公开渠道，商家可以对存在争议的笔记内容进行举报并提交证据材料，后续会有平台工作人员进行审核。若确认内容存在违规行为，平台会尽快处理。



**九派新闻**  记者采访 12月25日 03:32 转赞人数超过100 来自 微博视频号

**#小红书称暂未发现违规行为#**【**#小红书回应被发函喊话#**：根据目前所获线索，暂未发现消费者发布的相关内容中存在虚构个人经历等违规情况】近日，丽江市古城区文化和旅游局公开发函，要求小红书强化对丽江市婚拍领域信息的审核监管。12月24日，小红书方面相关人士回应@九派新闻称，根据目前所获线索，暂未发现消费者发布的相关内容中存在虚构个人经历等违规情况，有更多线索后会持续进行研判及回查。

小红书客服也就此表示：小红书一直以来鼓励真诚、真实的经验分享，持续治理虚构个人经历、夸大不实等违规内容。目前，平台设有多个受理举报及侵权的公开渠道，商家可以对存在争议的笔记内容进行举报并提交证据材料，后续会有平台工作人员进行审核。若确认内容存在违规行为，平台会尽快处理。**#丽江古城公开喊话为何陷舆论风波#**

[九派新闻的微博视频](#) 收起 ^



27 12 158

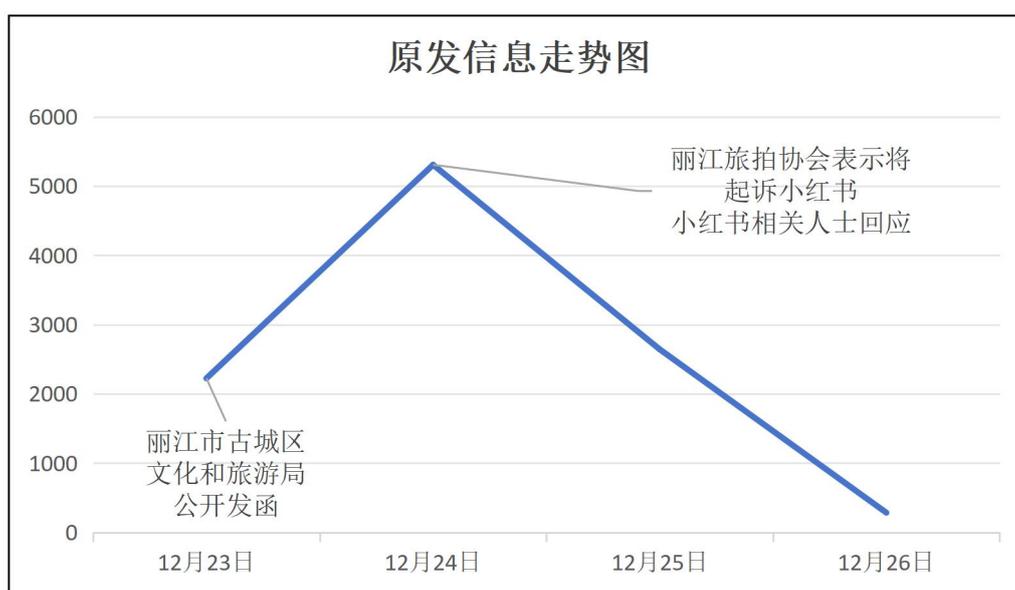
## 二、数据分析

根据新浪舆情通统计，12月23日18时至26日10时，事件相关的原发信息量为1.04万条。统计活跃作者，极目新闻成为发文最多作者，发布121条相关信息。统计敏感信

息，事件的敏感信息占比为 93.08%，舆论负面情绪显著。近 30 个话题登上百度、网易、知乎等平台热点榜单，侧面说明该事件引发舆论关注。

序号	热点话题 TOP5	在榜时长 (min)	榜单来源
1	丽江旅拍协会：将起诉小红书	1600	百度热榜
2	丽江古城公开发函喊话小红书	1562	网易热议榜
3	云南丽江古城公开喊话小红书	1331	UC 热搜榜
4	丽江公开发函喊话小红书	1278	百度热榜
5	丽江旅拍协会：将起诉小红书	1020	UC 热搜榜

从该事件的舆论传播走势来看，12月23日，丽江市古城区文化和旅游局公开发函，引发舆论热议。12月24日，丽江旅拍协会表示将起诉小红书，小红书相关人士回应，多家媒体发布评论性文章，推动事件相关信息量快速上涨，全网信息量达到统计时段内信息峰值 5307 条。



### 三、舆论观点

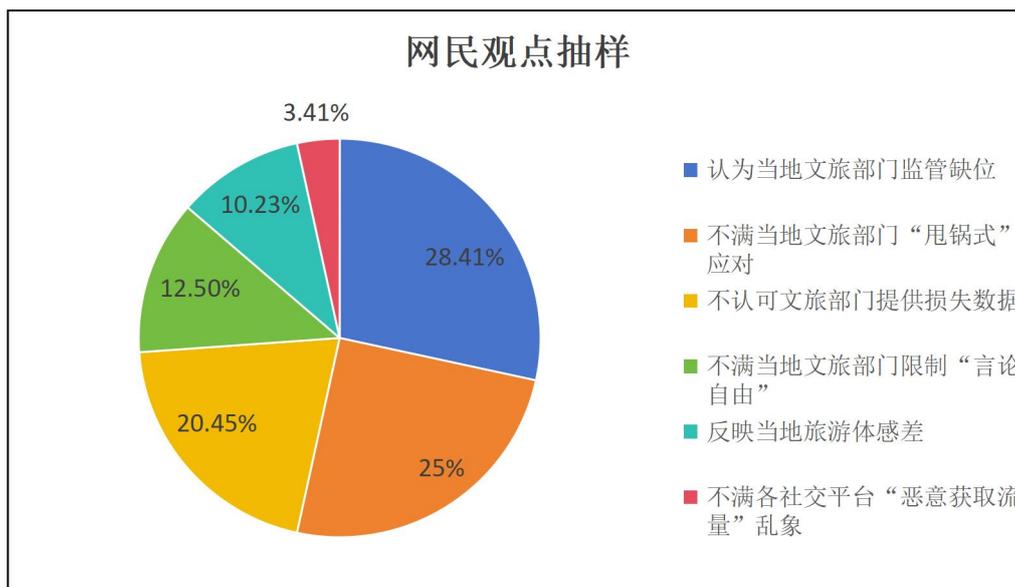
#### （一）媒体观点

有媒体认为，监管部门应通过提升服务质量、完善标准和畅通维权渠道，从根源上减少网络差评，而非仅敦促平台或聚焦于“删帖”。**红星新闻**发表评论称，“面对集中投诉，哪怕有相当一部分是‘不实’的，当地除了敦促平台加强审核，恐怕更应好好查一查，相关投诉中到底哪些属于失实信息，其产生的具体原因是什么，是否与自身的服务短板有关？能否通过提升服务质量、完善服务标准、畅通本地沟通和维权渠道等方式，从根源上减少网络‘差评’的诱发因素？”；**北京青年报**发布评论文章称，“对有关监管部门而言，与其把注意力放在‘平台该删什么’上，不如聚焦于旅游行业及监管部门自身‘能做好什么’。如果行业更规范、服务更扎实、维权渠道更畅通，虚假信息、违法行为必然难以滋生，地方旅游的口碑才能真正树立起来。这远比任何形式的‘喊话’都更有持久的力量”。

有媒体认为，小红书回应态度消极，不利于问题的解决。**闪电新闻**发布评论文章称，“不论是用户，还是被涉及的商家，想要联系小红书，都不该这么难。作为一个内容社区和生活方式社区，小红书理应放下身段，积极与用户群体的对话沟通，听取他们意见，也回应他们的疑问，这是‘用户至上’的体现，也是平台赢得长远发展的基础”。

## （二）网民观点

据网民观点抽样结果显示，28.41%的网民认为**当地文旅部门监管缺位**，如“平台审核申诉机制不是监管缺位的挡箭牌”。25%的网民不满当地文旅部门**“甩锅式”应对**，呼吁**直面反馈问题加强整改**，如“删帖不是重点，重点是要改良呀”。20.45%的网民不认可文旅部门**提供损失数据**，认为**缺少说服力**，如“在公布‘不实’造成的商家损失同时，也应该把调查中‘符合事实’侵害消费者权益的数据公布。而不是一味地用‘不实数据’要求和小红书对话”。12.50%的网民不满当地文旅部门**限制“言论自由”**，如“滥用私权，限制言论自由，丽江文旅部门负责人就应该开除。避雷帖有图有真相，商家犯了错理应退款，凭什么丽江文旅无凭无据，全凭一张嘴，就颠倒黑白”。10.23%的网民**反映当地旅游体验感差**，如网民称“云南是去过一次就不想再去第二次的地方，景色很美，但人很坏，体验感极差”。3.41%的网民不满各社交平台**“恶意获取流量”乱象**，如网民称“抖音、视频号、小红书这些平台，垃圾规则。说真话、实话的没流量，越是假的流量越好，为了数据都开始骗人，应该严查”等。



## 四、舆论风险

### （一）警惕公信力崩塌危机

此次事件中，文旅部门公开发函指责小红书审核缺位导致不实“避雷帖”致商家损失，但仅采信旅拍协会单方数据，未公开第三方核验报告及具体不实帖案例，与平台“设多重举报渠道、商家可提交证据申诉”的回应形成矛盾，引发“地方保护商家、压制消费者维权”的质疑。公众围绕“不实避雷帖如何界定”“损失数据是否真实”“为何跳过法定监管流程直接施压平台”等焦点，对文旅局履职合规性展开全面拷问。“甩锅式治理”“行政越位”等指控迅速扩散，导致丽江文旅监管形象严重受损，消费者对丽江旅拍消费安全的信任度大幅下降。同时，文旅局后续无明确跟进举措，与初期高调喊话形成反差，被解读为“作秀式监管”，为舆论提供新的质疑焦点，推动负面舆论二次扩散。

### （二）舆论直指监管漏洞

事件发酵过程中，文旅局内部管理与监管能力缺陷被深度挖掘，如事前未建立旅拍服务标准与纠纷调解机制，面对恶意索赔行为未搭建法律追责通道，仅依赖行业协会被动应对；事中与平台沟通未果后，未联合网信、市场监管等部门走法定流程，反而选择公开喊话施压，暴露协调能力不足与法治意识薄弱。此外，当地近年频现旅游消费纠纷相关负面舆论，此次事件将其关联，舆论将个案延伸至丽江文旅市场监管失范、营商环境不佳的深层问题，质疑其“重声誉维护、轻源头治理”，进一步加剧公众对丽江文旅管理体系的不信任，恐扰乱当地旅游行业正常经营秩序。

### （三）舆论对立升级与极端言论蔓延加剧危机

此次事件中，丽江文旅以致函要求平台强化审核的行为，被质疑为公权力干预平台自治与言论自由。同时，本该由相关部门监管商家服务、规范投诉渠道，却将责任转嫁给平台被指责自身履职的缺位。“丽江不让说避雷”“言论不自由”等夸大言论，借助营销号批量炒作快速传播。支持文旅局“打击恶意差评”与支持消费者“发声维权”的两方舆论形成激烈对立，文旅局既未及时发布权威解读厘清“恶意避雷帖”与“合理维权帖”的边界，也未联动平台处置违规内容、引导舆论走向，导致极端言论与片面认知持续扩散。不仅进一步损害了丽江文旅整体形象，更激化了舆论矛盾，使文旅部门陷入“越解释越被动”的舆论困境，后续修复口碑的成本

大幅增加。

## 五、经验启示

### （一）权威发声厘清认知边界

相关部门可根据实际情况补充细节进行再次通报，联合旅拍协会公开典型恶意避雷帖案例，附纸质确认单、市场监管部门投诉记录等佐证材料，明确“反对恶意不实帖、支持合理维权”的核心立场，引用相关法律条款，界定虚构经历、夸大事实等诋毁商家商誉行为的违法性，消解“压制维权”的质疑。同时主动回应“公权力干预”的争议，说明致函初衷是推动平台优化申诉机制，而非限制言论自由，弥补前期信息披露不足的短板。

### （二）联动协同遏制舆论乱象

当地文旅部门可协同网信、公安等部门建立舆论处置专班，依托大数据监测实时追踪极端言论与营销号炒作动态，对造谣传谣、人身攻击等内容依法处置，查封恶意账号、切断传播链条，落实“清朗”专项行动要求，形成法治震慑。主动与小红书平台建立常态化沟通机制，协商优化商家申诉审核流程，明确争议帖“证据核验—标签提示—快速处置”的闭环流程，对核实的不实内容及时标注“存在争议”或下架，同步公开处置结果，提升公众信任度。

### （三）分层引导化解舆论对立

针对商家及消费者反映问题，建立有针对性处置方案。

针对商家群体，强调将搭建恶意索赔法律追责通道，保障其合法商誉；针对消费者群体，公布官方投诉渠道与纠纷调解机制，承诺 24 小时响应合理诉求，明确基于事实的体验分享享受法律保护，消除“维权无门”的顾虑。同时，当地可联合主流媒体、行业专家解读事件本质，区分“个案纠纷”与“行业乱象”，引导舆论聚焦“旅游行业规范”而非“部门追责”，逐步化解对立情绪，修复丽江文旅形象。

■ 分析师：敬晓蕾

# 专注于大模型垂直应用的 人工智能企业

AI for Easy Work 让工作更轻松

蜜度成立于2009年，是一家专注于大模型垂直应用的人工智能企业，以数据与算法双轮驱动，赋能千行百业实现数智化转型升级。

蜜度基于自主研发的蜂巢、文修两个垂直大模型，利用先进的智能检索、智能校对、智能生成3大核心能力，在城市治理、智能办公、智能客服、智能营销四大场景中为客户提供安全、高效、智能的产品、服务、云能力与解决方案。

## 两个垂直大模型



### 蜂巢 大模型

赋能政企智慧办公：一问即答、文稿辅助撰写、2分钟生成舆情分析报告

应急执法 市场监督管理 政务热线12345 企业问答机器人



### 文修 智能校对大模型

满足出版、新闻、政务等行业内容校对需求，一键校对无遗漏

政府公文校对 媒体稿件校对 OA文档校对 期刊审校 图书审校

## 10个标准产品 深度赋能各行业应用场景

### 智能办公



#### 模力通

大模型智能办公工具



#### 校对通

AI智能校对平台



#### 文稿通

文稿智能写作平台



#### 铀媒

智能校对与新媒体管理平台



#### 安巡通

内容安全巡查平台

### 城市治理



#### 新浪舆情通

政企舆情大数据服务平台



#### 索骥

多模态与跨模态信息检索平台



#### 城感通

智慧城市建设大数据应用平台

### 智能客服



#### 知知通

AI知识问答平台

### 智能营销



#### 数咖

品牌洞察与口碑洞察平台

### 7大云能力服务

- 自然语言处理
- 语音识别
- 数据开发与治理
- 内容安全
- 智能生成
- 智能机器人
- 文字识别



扫码即刻体验