

辽宁大学智库 简报

2026年 第7期

(总第132期)

辽宁大学中国开放经济研究院

2026年03月16日

关于强化消费品网络舆情治理 助力扩大内需战略落地的建议

袁少锋 李若菡

摘要:消费是经济增长的压舱石,稳定消费信任与信心是实施扩大内需战略的关键支撑。当前,社交媒体已成为消费品舆情发酵的核心场域,其治理面临传统模式滞后、辟谣机制专业性精准性欠缺、法治与社会共治体系不完善等多重挑战。消费品网络舆情发酵的本质是当事者维权诉求与旁观者公平关切的互动升级过程,在此过程中,个体纠纷易转化为公共危机,既损害企业声誉,又影响政府公信力,最终制约消费潜力释放。为有效应对这一问题,建议从公信

力建设、协同机制、精准干预、网民赋能、法治共治等五个维度构建系统化治理体系,将舆情挑战转化为优化消费环境、修复消费信任、完善治理能力的重要契机,为扩大内需战略的实施筑牢环境保障。

作者简介:袁少锋,男,汉族,1982年生,辽宁大学商学院教授、博士生导师、比利时根特大学(Ghent University)博士交换生(欧盟 Erasmus Mundus 奖学金资助)、北京大学光华管理学院青年骨干访问学者(教育部国内访学学者项目资助)。“教育部学位与研究生教育发展中心”通讯评议专家、辽宁省科技厅高新技术服务企业认定评审专家、辽宁省生产力促进中心协会特聘专家,Journal of Retailing and Consumer Services《南开管理评论》《外国经济与管理》等期刊审稿人。主要从事社交媒体商务、品牌战略、消费者心理/行为等方面研究;在 SSCI/CSSCI 核心期刊公开发表学术论文 20 余篇;公开出版专著、译著 3 部,研究成果获各类省、市级奖励 6 项。

李若菡,辽宁大学商学院博士研究生。

辽宁大学智库简报编委会

指导:潘一山 主编:余森杰

编委:李宇鹏 霍春辉 仇焕广 闫海 李淑云 陆辉 陆安慧
姚树洁 王振宇 李艳枝 田百军 崔铮 尹如玉

编辑:赵子龙 李若菡 校对:李楠楠 联系方式:024-62602446

本刊声明:所刊文章属作者个人见解,不代表编辑部观点。

请把领导批示和转载情况反馈编辑部。