

“舆论监督”幌子下的“黑产”陷阱 —— 从三起典型案例看新闻敲诈犯罪刑法规制与企业合规反制

作者：陈宇 | 尤杨 | 王琛

引言：当“舆情服务”成为犯罪工具

近年来，金融投资、医药制造、科技、房地产等行业频遭“网络黑嘴”与“自媒体小作文”定向狙击，形成一条以“舆情服务”“危机公关”“删帖降权”为名的新型敲诈勒索黑色产业链。此类犯罪披着商业合作外衣，利用企业特别是上市公司对商誉风险的极度敏感，严重扰乱市场秩序，侵蚀营商环境的法治根基。

近期，最高人民检察院发布的依法惩治新闻敲诈和假新闻犯罪典型案例，为厘清罪与非罪界限、精准打击此类犯罪提供了权威司法指引。本文作者之一陈宇律师就此接受中国证券投资基金业协会采访，结合办案实务深入解读相关法律问题（详见：[【媒体关注】严防新闻敲诈 维护清朗舆论环境](#)）。本文将从刑事辩护与控告实务的双重视角，深入剖析三起典型案例，揭示犯罪模式的演进逻辑、司法机关的认定思路，并结合司法实践，为企业提供具象化、可操作的刑事合规反制策略。

一、案例深度解构：三种犯罪模式的司法认定

（一）案例一：罗某甲等人敲诈勒索案：媒体从业者的“监守自盗”

本案被告人罗某甲、徐某、聂某某、杨某均系新闻媒体从业人员，具备专业的舆情操控能力。2019年至2022年间，罗某甲注册成立公司，伙同他人共谋作案。该团伙分工明确：罗某甲、杨某负责搜集企业负面信息并撰写帖文；徐某负责审核；聂某某、罗某乙、罗某丙负责在注册的微信公众号“××经”及多个第三方平台账号上发布与删帖；罗某甲负责谈判，罗某乙负责收款。他们针对6家互联网企业发布负面帖文，并以不支付“商务合作”费用就不删帖相要挟，成功索要人民币29.6万元。法院认定各被告人构成敲诈勒索罪，区分主从犯，并结合自首、坦白、认罪认罚等情节，对主犯罗某甲判处有期徒刑三年十个月并处罚金，对其余五人判处有期徒刑缓刑并处罚金，违法所得予以追缴。本案典型意义在于揭示了即便具有媒体身份，若以“监督”为名行勒索之实，不仅侵害企业权益，更严重损害新闻监督公信力，必须依法从严惩处。

（二）案例二：朱某某等人敲诈勒索案：以“舆情服务协议”为掩护的体系化敲诈

该犯罪团伙以“反传销”“防骗”为幌子，长期从事网络敲诈。自2017年起，朱某某、孙某某等人通过编写、发布诸如“某公司涉嫌传销”等负面文章，采取三种主要手段施压：一是直接向企业负责人发送附有链接的威胁短信；二是在自建网站及自媒体账号发布并相互转载，蓄意营造负面舆情；三是冒充记者上门“洽谈合作”。当受害企业要求删帖时，他们便拖延或拒绝，进而暗示可通过签订“舆情服务协议”付费解决。2017年至2023年间，该团伙以此方式对全国多地17家企业实施敲诈，金额达66万余元。检察机关在办案中，重点围绕“协议”实质进行审查，通过分析行为模式、信息真实性、资金流向等，戳破其“市场行为”辩解，依法追诉漏犯，并针对行政执法与刑事司法衔接短板提出检察建议。法院最终判处主犯朱某某有期徒刑十年二个月，其他成员获相应刑罚。此案表明，司法机关已注重对这类以“合同”为伪装的行为进行实质审查，不被形式所惑。

（三）案例三：宋某敲诈勒索案：网络“大V”利用行业影响力的精准勒索

被告人宋某系医药领域知名微信公众号“某某学术车”的运营者。2021年间，其利用在该行业圈内的影响力，发布针对多家大型上市药企的不实或负面信息。随后，在被害企业联系删帖或其主动接洽时，宋某以签订“公关服务协议”并支付费用作为删帖条件，否则拒不删除并持续施压，共勒索153万元。检察机关在引导侦查时，重点取证两方面：一是还原宋某借发布信息实施胁迫的过程；二是核实所谓“公关服务”是否为企业真实所需及是否实际提供。审查起诉阶段，通过对比信息发布与索财节点、调阅企业正常商务合同、查明宋某明知信息虚假仍予发布等证据，有力驳斥了其“正常商业行为”的辩护。法院最终以敲诈勒索罪判处宋某有期徒刑十一年，并处罚金。此案凸显了网络“大V”利用其受众广、影响大的特点实施敲诈的危害性，司法机关通过穿透式审查，认定其以“合作”为名行非法占有之实。

（四）案例共性分析与司法认定要点

综观三案，犯罪模式具有共同特征：一是伪装性，均打着“舆论监督”“合规服务”“公关合作”等合法外衣；二是胁迫性，核心手段均为制造或利用负面信息，形成心理强制，迫使企业付费；三是营利性，均以“删帖费”“合作费”等名义索取财物，且未提供真实对价服务。

司法机关的认定逻辑集中于以下几点：首先，行为本质在于胁迫。无论采取何种名目，只要行为人以发布、传播或不删除负面信息为手段，使对方产生恐惧、担忧心理，进而交付财物，即符合敲诈勒索罪的胁迫要件。其次，重点审查“对价”的真实性。所谓的“服务协议”是否基于真实商业需求、服务内容是否实质履行、费用是否明显不合理，是区分犯罪与民事纠纷的关键。最后，准确认定非法占有目的。行为人明知信息不实或滥用信息，以消除负面影响为条件索财，其目的显然非法。

通过对这三类典型样态的剖析，清晰勾勒出新闻敲诈犯罪在互联网背景下的演化路径与司法应对思路，也为企业识别与防范此类陷阱提供了明确参照。

二、法律规范体系：刑法、司法解释与行政监管的立体规制

新闻敲诈犯罪的认定与打击，并非无法可依。相反，我国已形成以《刑法》为核心，以“两高”司法解释为裁判标尺，以网络信息内容管理法规为行政监管抓手的立体化法律规制体系，为惩治犯罪、厘清边界提供了明确依据。

（一）《刑法》第二百七十四条：敲诈勒索罪的刚性底线

这是所有新闻敲诈行为最终可能触碰的“高压线”。该条款规定，以非法占有为目的，对被害人实施威胁、要挟，强行索要公私财物，数额较大或多次实施的，即构成敲诈勒索罪。其量刑分为三档，核心依据是犯罪数额与情节。在新闻敲诈语境下，“威胁、要挟”的载体就是负面信息的发布与传播，“强行索要”则常被包装成“公关费”、“合作款”。无论是宋某案中153万元的“数额特别巨大”，还是针对拟上市公司关键时期的恶劣情节，最终的刑罚裁量均根植于此条款。

（二）“两高”司法解释：量化尺度与情节认定

《最高人民法院、最高人民检察院关于办理敲诈勒索刑事案件适用法律若干问题的解释》将《刑法》规定具体化，是司法实践中最直接的操作指南。

- 1. 数额标准：**明确“数额较大”（2,000-5,000元以上）、“数额巨大”（3-10万元以上）、“数额特别巨大”（30-50万元以上）的认定区间。这直接决定了案件的基本量刑档次，是辩护与控告中关于犯罪危害性辩论的核心。
- 2. “特殊身份”从重情节：**司法解释明确指出，“利用或者冒充国家机关工作人员、军人、新闻工作者等特殊身份敲诈勒索的”，其“数额较大”的入罪门槛可降低至规定标准的50%。这一规定具有极强的现实针对性。在罗某甲（记者）案和朱某某（冒充记者）案中，行为人正是利用或冒用了其身份所附带的公信力、调查权或专业性，极大地强化了胁迫效果，加剧了被害企业的恐惧心理。司法机关据此认定其情节严重，于法有据。
- 3. “其他严重情节”的认定：**对于虽未达到“数额巨大”“数额特别巨大”标准，但具有“造成其他严重后果”等情形的，司法解释规定，达到“数额巨大”标准80%的，即可认定为“其他严重情节”“其他特别严重情节”，升格量刑。

（三）行政监管法规：划定行业行为红线

在刑事打击之前，行政法规已为网络新闻信息传播划定了清晰的红线。《互联网新闻信息服务管理规定》明确要求，提供新闻信息服务应当坚持正确导向，发挥正当的舆论监督作用。近期北京等地开展的“清朗”专项行动，更是将“借舆论监督名义，发布涉企负面信息，并借机寻求商业合作或对企业进行敲诈勒索，谋取不正当利益”列为重点整治的违规情形之一。这从行政监管层面明确宣示：以“监督”为名，行“敲诈”之实，首先是对行业秩序的破坏，是其行为违法性的初步体现。当这种违法违规行为达到一定的危害程度，便自然滑入刑法的规制范围。

三、刑事辩护视角下的企业合规反制：从被动防御到主动取证

基于上述案例的司法逻辑及相关法律法规规定，企业合规建设应从“事后危机公关”转向“事前刑事风险防控”，建立一套可与司法机关顺畅对接的响应机制。

（一）建议一：建立“疑似敲诈”的快速内部评估与决策流程

- 1. 第一步信息隔离与初步研判：**指定法务或合规部门为唯一对接入口，业务部门不得私下接触。评估核心问题是：对方诉求是否以“控制负面信息传播”为核心？所涉信息是否严重失实或被恶意扭曲？费用是否与任何真实、对等的商业服务脱钩？
- 2. 第二步固定证据的标准化操作：**必须全程录音录像（在合法前提下），保留所有微信、邮件记录，

对转账请求、协议草案等均要求书面化。关键技巧：可在沟通中策略性询问“如果我们不合作，你们通常会如何处置这些材料？”，以固化对方的胁迫意图。

3. **第三步引入外部律师进行刑事风险评估：**在决定报案前，聘请专业刑事律师对事件性质、证据强度进行预判，形成《刑事控告法律意见书》，这能极大提升公安机关的立案效率。

（二）建议二：针对不同模式犯罪分子的差异化应对策略

1. **对于“罗某甲式”的职务型敲诈：**核心策略是“依托行业组织，寻求权威介入”。应立即向该记者所在新闻单位、宣传主管部门、记协等机构实名举报其违纪违法行为，同时准备刑事控告。多方施压能有效遏制其利用职务身份带来的不对称优势。
2. **对于“朱某某式”的服务型敲诈：**核心策略是“戳穿服务伪装，查明背景关联”。应要求对方提供详细、可验证的服务方案与成功案例，并调查其是否与发布负面信息的自媒体存在关联。可委托第三方进行网络溯源，探寻其是否自导自演了舆情危机。
3. **对于“宋某式”的编造型敲诈：**核心策略是“固定虚假证据，立即公开澄清”。在确保自身陈述真实的前提下，可迅速通过官网、公告等形式正面回应，揭露信息不实之处，同时将对方索财证据固定后报案。此举能打破其“信息垄断”优势。

（三）建议三：报案材料的专业化制备

报案材料不仅是启动刑事程序的“敲门砖”，更是引导侦查方向、奠定公诉基础的“战略蓝图”。企业应以“卷宗思维”和“公诉人视角”系统制备材料，确保其具备极强的逻辑穿透力与证据说服力。具体而言，应构建以下标准化材料体系：

1. 核心文书：《涉嫌敲诈勒索犯罪线索报告》 — 构建“故事线”

- (1) 第一部分：涉案主体关系图及说明。通过图表等形式清晰展示敲诈方（个人、团伙、关联公司、操控的自媒体账号矩阵）的组织架构与分工，明确核心敲诈行为人、发布者、谈判者、收款者角色。
- (2) 第二部分：时间轴事件脉络。列明关键节点：首次接触（如收到威胁信息/发现不实帖文） — 负面信息发布/传播情况 — 对方主动联系或我方联系对方 — 谈判/胁迫过程（重点标注索要金额、支付名目、威胁内容） — 支付行为（或未支付但持续被骚扰） — 后续影响（股价波动、合作伙伴询问、商誉受损评估）。
- (3) 第三部分：犯罪模式定性分析。结合前述内容，明确指出行为符合“制造/利用负面信息 — 施加心理强制 — 索要财物”的敲诈勒索逻辑链条，并强调其以“合作”、“服务”为伪装的特殊性。
- (4) 第四部分：初步损害后果说明。简要陈述已造成的直接经济损失（支付款项）、间接商誉损失（可附媒体监测报告截图、投资者关系互动平台问询记录）、以及对行业秩序的破坏。

2. 证据体系：《证据清单及卷宗化整理》 — 打造“证据链”

(1) 第一组：主体身份与关联证据

行为人名片、微信简介（显示媒体、舆情专家、大V等身份）、其运营的公众号/网站备案信息、其关联公司工商信息。关键操作：通过第三方平台查询工具，证明发布负面信息的账号与索财方之间的关联性（如IP地址、注册手机号、收款账户关联性）。

(2) 第二组：胁迫行为与过程的证据

- 原始信息证据：对最初收到的威胁短信、邮件、微信消息进行公证或可信时间戳固化，确保其完整性与不可篡改性。
- 沟通过程证据：所有录音录像（附文字整理稿及刻录光盘）、微信聊天记录、邮件往来。重点标注出含有如下措辞的语句：“不合作就继续发/转发”“让你们上市受到影响”“看你们怎么处理”等暗示或明示威胁的内容。
- “服务协议”或报价单：提供对方出具的所谓“舆情服务协议”、“公关顾问合同”、“商务合作方案”等，并在旁批注其内容空泛、无具体服务标准、费用畸高等问题。

(3) 第三组：非法占有目的与虚构事实证据

- 信息不实反证：组织内部文件、权威报告、官方声明等，证明对方发布或威胁发布的信息是虚假的、歪曲的或已过时的。
- 无真实对价证明：整理公司历年正常的公关、法务、咨询合同及付款凭证，对比显示本案中对方所提费用与所谓“服务”完全不成比例，且无实际服务内容。可附上行业一般服务费用的市场调研作为参考。
- 资金流向证据：银行转账记录、对方提供的收款账户信息。重要操作：尽可能查明该账户的历史流水（可通过后续司法查询），如发现其频繁收取多家企业类似名目的款项，可极大强化“职业敲诈”的认定。

(4) 第四组：损害后果与情节严重证据

- 商誉损失证据：网络舆情监测报告（显示负面信息传播量、范围）、媒体转载截图、重要客户或合作伙伴就此事的问询函。
- 经济损失证据（针对上市公司尤为重要）：股价在关键负面信息发布期间的异常波动数据及分析（可请券商提供说明）、为应对危机产生的额外公关、法律费用票据。
- “特殊身份”利用证据：对方在沟通中刻意强调“我们是做媒体的”“我们有调查权”“我认识很多监管部门的人”等录音或聊天记录。

总结而言，专业化刑事控告的本质是“替司法机关完成初步侦查和审查工作”，通过体系化、卷宗化、可视化的材料，将复杂的案件事实和法律关系提炼得清晰易懂，极大降低司法机关的审查成本，从而显著提高立案成功率，并为后续的侦查、起诉活动奠定坚实基础。企业应将此套材料的制备，作为其刑事合规应急响应机制中的标准化产出物。

结语：共建清朗舆论空间的法治共识

最高检典型案例的发布，不仅是对犯罪者的严正警示，更是向市场传递出明确的信号：法治是最好的营商环境。企业作为市场主体，应摒弃“破财消灾”的旧思维，善于运用法律武器维护自身合法权益。唯有企业敢于并善于依法抗争，执法司法机关精准打击，社会公众提高辨别力，才能从根本上铲除“新闻敲诈”这一寄生在信息社会肌体上的毒瘤，让舆论监督回归其正当、纯洁的公共价值本位。

特别声明

汉坤律师事务所编写《汉坤法律评述》的目的仅为帮助客户及时了解中国或其他相关司法管辖区法律及实务的最新动态和发展，仅供参考，不应被视为任何意义上的法律意见或法律依据。

如您对本期《汉坤法律评述》内容有任何问题或建议，请与汉坤律师事务所以下人员联系：

陈宇

电话： +86 10 8525 5503

Email: sean.chen@hankunlaw.com

尤杨

电话： +86 10 8524 9496

Email: yang.you@hankunlaw.com