

# 网红主播带来流量，更要带对方向

本报评论员 蒋菡

据8月15日多家媒体报道，淘宝第一主播薇娅、美食短视频网红李子柒入选第十三届全国青联委员。另据新京报8月16日报道，针对有些“大胃王”吃播假吃或催吐，一些平台表示，将加强对美食类直播的内容审核，杜绝浪费行为。

网络直播近年来发展迅猛。尤其是2020年，在新冠肺炎疫情笼罩之下，带货直播、演唱会直播、旅游直播、培训直播等各种直播层出不穷，丰富了人们宅在家中的生活，便利了大家的学习和工作，创造了一些新的商机，但良莠不齐、泥沙俱下的问题也不容忽视。

吃播原本应该是以弘扬美食文化为主旨，让观众足不出户了解更多美味的食材、精湛的厨艺。而镜头前一个个狼吞虎咽、吃完催吐的“大胃王”，不仅以危害自己的健康为代价，也与爱惜粮食、杜绝浪费的社会风气背道而驰，更是助长了直播领域的庸俗之风和恶趣味。此外，还有虐猫虐狗、教唆粉丝骂人等直播，均引发了舆论的强烈批评。

这些不健康甚至违法违规的内容，严重污染着网络空间。如果任由其野蛮生长，会极大损害网络直播行业的健康生态，对其加以更严格的管理和规范势在必行。国家网信办负责人日前介绍，网络直播行业专项整治开展两个月来，各部门依法处置158款违法违规直播平台，封禁一批违法违规网络主播。

网络直播是个新兴的领域，如何引导其健康发展是关键。像疫情中，一场场音乐会直播抚慰了无数人的心，一场场助农带货直播给损失惨重的农民雪中送炭。而借助吃播来分享美食、推荐美食，也完全可以成为传播美食文化、传播中国传统文化的一个载体，吃播主播也可以成为一个前景看好的新兴职业。互联网时代，层出不穷的新职业昭示着经济社会发展的新动向、新趋势，同时也带来一个灵魂拷问：这些新兴职业的从业者如何在成就个人价值的同时，创造更多社会价值？

近日出炉的第十三届全国青联委员名单中出现了很多新面孔，诸如网红销售、网络主

播、电子竞技员、涂鸦师等。薇娅一年累计公益直播超过50场，李子柒拍摄的传统美食、乡村生活吸引了来自世界各地的无数粉丝，成为其了解中国传统的一个窗口。当网红热心公益，当直播带动扶贫，当流量生成源源不断的正能量，谁能不赞赏这一股股来自网络的神奇力量？

薇娅、李子柒式的网红还有无限可能，“大胃王”式的直播恐怕已经走到尽头。“俭，德之共也；侈，恶之大也。”节约光荣、浪费可耻，理应是全社会共同崇尚和遵守的行为准则。尤其在今年7月，联合国发布了粮食危机的严重警告，世界正面临至少50年以来最严重的粮食危机，全球约有超10亿人处于挨饿状态，25个国家面临严重的饥饿危机。虽然今年我国夏粮依然获得丰收，但目前尚无法确定新冠肺炎疫情和洪涝灾害将给秋粮产量带来多大的影响，从长远来看，树立爱惜粮食、节约粮食的良好风气，怎么强调都不为过。

网红主播，带来了流量，更要带对方向。



这些新兴职业的从业者如何在成就个人价值的同时，创造更多社会价值？当网红热心公益，当直播带动扶贫，当流量生成源源不断的正能量，谁能不赞赏这一股股来自网络的神奇力量？

## 推行“无痕山林” 给环境生态更好地保护

苑广阔

据8月17日《北京青年报》报道，记者从北京市园林绿化局获悉，8月15日，该市率先在西山国家森林公园试点“无痕山林”行动，活动将持续到10月底。今后，“无痕山林”行动将在全市31家森林公园逐步推广。

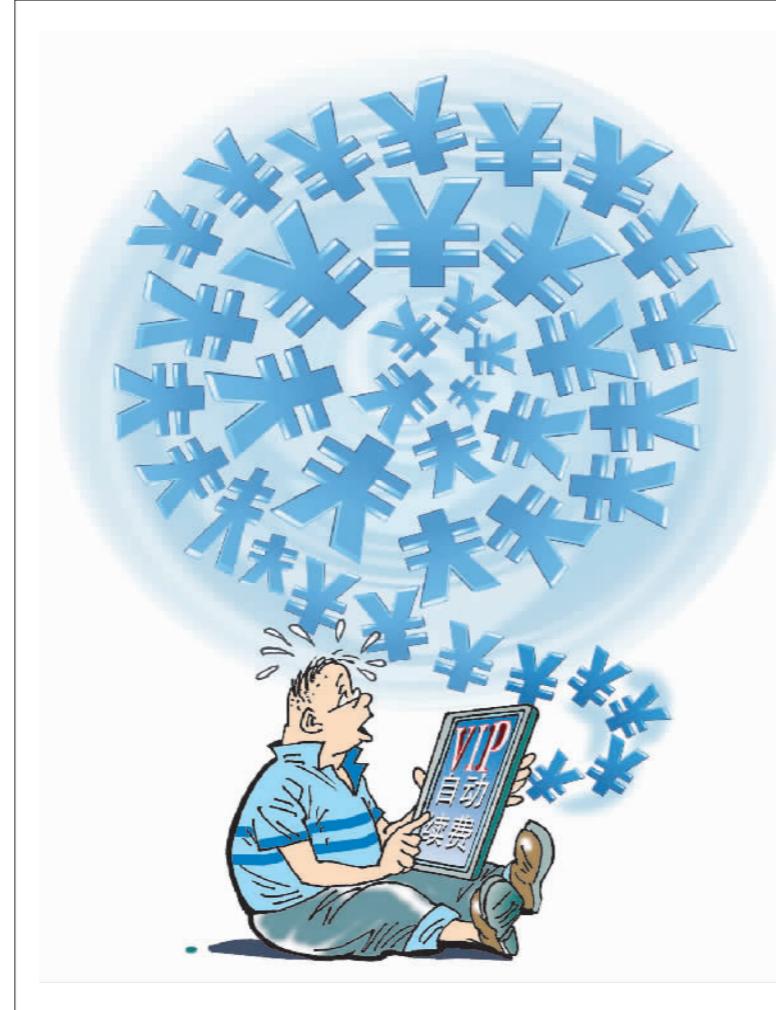
“无痕山林”行动，是一种户外运动方式，大意是倡导人类在野外进行活动的时候，不留下任何活动的痕迹，不破坏当地的自然生态环境和风貌。“无痕山林”重在提醒人们在自然中活动应关注并身体力行地保护与维护生态环境，适当处理垃圾并保持环境原有风貌。这样人们离开以后，自然生态环境会很快得到修复，就像人们没有来过一样，所以称之为“无痕”。

“无痕山林”的概念进入国内已有十年左右的时间，但其影响力还不是很大，知晓并遵从的人也不是很多。如今，北京市园林绿化部门以职能部门的名义宣传、推广和落实“无痕山林”行动，无疑将对这一生态环保理念起到广而告之的作用。

其实，“无痕山林”不仅应在北京市推广，而且应在全国范围内推广；不仅应在森林公园中推广，而且应在诸多户外活动场所中推广。尤其是近年来随着旅游市场的细分，越来越多的国人已经不再满足于跟随旅游团按部就班地游览一些名山大川、风景名胜，而是追求个性化旅游，其中最常见的，就是徒步、露营、登山、探险等等。而所有这些户外活动，都需要与大自然进行亲密接触，在这个过程中，如果人们没有基本的生态环保理念，就很难不对自然生态环境造成影响和破坏。

“无痕山林”行动，一方面是唤起人们的自觉，另一方面，是希望户外活动群体成员之间互相提醒、监督，共同践行这一理念和准则。

近年来，国内屡屡发生一些户外运动爱好者破坏自然生态环境的案例。尽管其中一些人受到了应有的惩罚和处罚，但要想更好地保护自然生态环境，仍需要每一个人的身体力行。希望“无痕山林”的理念，能够在国人中蔚然成风，给大自然、给环境生态带来更多、更好的保护。



## G 图说

### “套路”依旧

如今，大家用手机扫一扫就能开通各种会员包月、包年服务套餐，但稍不留神就可能掉进商家的陷阱——据《南国早报》等媒体报道，今年5月，广西南宁的陈先生在电视上开通了15元包月的影视会员，套餐直接从话费中扣除。随后陈先生发现，商家所谓的包月，实际上是妥妥的自动续费，2099年才到期！

买一个月的会员，自动续费79年；买一年期的商旅保险、GPS产品服务等，第二年自动续费……“1个月”等于“79年”，“一年”等于“一年又一年”，这些商家是缺乏基本的时间概念，还是对合同的履行期有什么误解？契约精神对商家来说本应是安身立命的东西，如今却仿佛可以随意玩弄、丢弃，这显然不是一个诚信的市场和社会应有的姿态。消费者上当受骗之后自然会提高警惕和提防，但更重要的，还是相关监管部门要祭出重拳，真正“打疼”商家，而不是任其“错了改，改了再犯”。 李法明/图 林琳/文

## 7.1亿元建豪华中学，念歪了“办教育”的经

樊树林

4层喷泉的“鲤鱼跳龙门”水景、削掉真山建成假山瀑布群……据8月14日澎湃新闻报道，陕西商洛市刚摘帽不久的深度贫困县镇安县新建了一所“豪华中学”，总投资高达7.1亿元，而该县2019年地方财政收入不足2亿元，如今已负债高筑。

“再穷不能穷教育，再苦不能苦孩子。”教育是强国之基，近年来各地均加大校园基础设施建设和软硬件投入的力度。无论是对学校的危房改造，还是推进信息化建设，抑或对校园文化上档升级，都有很强的目的性和针对性，为孩子的成长打造舒心的环境，让他们在良好的氛围中接受高质量的教育。这得到了社会各界的赞誉。

教育的发展应有适度的前瞻性，这也是共识。“适度”是基于科学发展的现实考量，基于因地制宜的辩证思维。然而，摘帽

不久的深度贫困县，大笔一挥投资7.1亿元新建中学，人造景观、搞豪华装修、办公室面积超标，并由此债台高筑，显然并不“适度”。

优先发展教育是许多地方的战略目标，但加大教育投入不等于“外观竞赛”和“豪奢攀比”。

早在2013年2月，教育部便发出《关于勤俭节约办教育建设节约型校园的通知》，提出要按照朴素、实用、适用和节约资源的原则建设学校校舍，严格控制校舍建设项目的造价标准，不得搞豪华装修，坚决杜绝“豪华校门”“豪华办公楼(室)”等；国务院办公厅2018年8月印发的《关于进一步调整优化结构提高教育经费使用效益的意见》明确，坚持厉行勤俭节约办教育，严禁形象工程、政绩工程，严禁超标准建设豪华学校，每一笔教育经费都要用到关键处。要尽力而为，量力而行，不搞“寅吃卯粮”的工程。

由此观之，镇安县显然将国家发展教育的好经念歪了。“所谓大学者，非有大楼之谓也，而有大师之谓也”，这个论断同样适用于中学。

岳南先生在《南渡北归》一书中，有不少篇幅讲述西南联大的情形。当时的西南联大没有大楼，甚至连一间像样的教室都没有，但其培养出了许许多多杰出人才。一个学校的核心竞争力绝对不是美轮美奂的建筑，不是面子上“涂脂抹粉”，而是人文精神和校风学风，舍此而专注于其他，只能“金玉其外、败絮其中”。

斥巨资修建豪华中学受到舆论的质疑，源于该县的经济基础与其“豪横”的行为不匹配。优先发展教育不能摒弃现实的土壤，更不能光在“大楼”上下功夫——“包子有肉，不在褶上”。教育要实现异军突起，必须持续练内功，不断提升师资水平，向教育改革发力，如此才能让立德树人的任务落到实处，才不会辜负“教书育人”这个朴实的愿景。

## 代言的平台爆雷，明星该不该担责

一些金融公司、网贷平台的形象代言人、形象大使，仿佛一夜之间都蜂拥到了互联网金融领域。

互联网金融产品越来越雷同化、市场竞争激烈，找明星代言可以快速获得名气和消费人群。以紫马财行为例，某女明星成为其形象大使后，其不到一个月就拥有了超过23万名投资用户，累计投资额超60亿元。

然而，投资有风险，明星代言类似平台有风险。平台爆雷、跑路的事件不断，出事后代言明星自然会被推到风头浪尖上，被指责、被要求承担责任。

所代言的平台产品出现问题，明星应不应该承担连带责任？曾几何时，食品、药品领域是明星代言虚假广告的重灾区。广告法明确规定禁止在药品、医疗器械、医疗服务和保健食

品广告中利用代言人做推荐、证明后，这一现象得以好转。然而，相关法律对互联网金融、理财等方面的虚假宣传尚未作出特别明确的规定。

2015年9月1日实施的新广告法明确规定，明星不得为其未使用过的商品或者未接受过的服务作推荐、证明，代言虚假广告受到行政处罚满三年也不得进行任何广告代言，没收其违法所得，并处违法所得1倍以上2倍以下罚款。如果明星在明知或应知广告存在虚假宣传的情况下，仍为其代言，除了承担前述行政处罚外，还将承担连带责任。

事实上，明星代言各类产品是以自己的信用和形象做“抵押”的，一些投资者就是因为信任明星才会来投资“爱豆”所代言的平台。明星是否应当承担责任，要看明

星在广告中仅仅是介绍了产品，还是承诺了收益或者回报，即首先要区分“违法广告”和“违法经营”。如果明星代言了违规、违法的广告，那就需要承担连带责任；如果广告没有出现问题，但经营出现问题，则是另一码事。

根据广告法的规定，招商等有投资回报预期的商品或者服务广告，不得含有下列内容：对未来效果、收益或者与其相关的情况作出保证性承诺，明示或者暗示保本、无风险或者保收益等。如果相关明星知道平台有内部操作等问题，那么很可能要承担一定责任；但如果其可以证明尽到了诸如审核相关文件等一系列前置义务，且作为普通人无法再对企业了解更多，那就应该被免责。

尽管目前国内尚无明星因为虚假广告代言而被真正追责并承担实质性的法律责任的案例，但对明星而言，任何代言行为都应谨慎为之，不要因小失大。而投资者个人在进行投资前，应全面了解其背景、风控等问题，不要因为有明星站台便放松警惕，任何时候，投资都是有风险的，明星守护不了你的血汗钱。



## 北京暴雨“雷声大雨点小”？ 应急工作该有的态度

龚先生

在经历了近两天的议论、期待甚至“失望”后，北京的大雨终于来了。

一场事先张扬的大雨，让全市人民翘首等待，也让原本平淡无奇的一天变得有意思起来。

对于一座城市来说，一旦有一次对极端天气预备不足，就会付出巨大的代价。做最坏的打算，做最充分的准备，是所有应急工作都该有的原则和态度。只要有极端天气出现的迹象，哪怕概率再低，也要把事先的预防措施做到极致。

### 网友跟帖

@让我来拽一把：检验一座城市的管理水平，一场大雨就够了。

@拥抱变化：未雨绸缪，有备无患。



阅读全文请扫码  
“工人日报e网评”

## 假口红招摇过市 暗藏了多少麻木？

李英锋

据8月14日中国新闻网报道，在日化产业旺盛的广东汕头市潮南区，口红造假成为公开的秘密。根据做工细节好坏之分，以几毛钱至5元钱不等的成本，就能造出一支正品需要三四十元的假口红，通过微商、直播带货等渠道流入市场。

在潮南区和平镇等地，这种公开的秘密，甚至成了畸态的“地方支柱产业”。

制售假口红侵犯了商标权人和消费者的合法权益，扰乱了市场秩序，甚至涉嫌犯罪，理当被抵制、被取缔，然而一些人活得相当滋润，甚至不断开枝散叶，劣币驱逐良币。

在假口红的艳彩下掩盖着多少问题与麻木？任何一种颇具规模的造假行为都有其产业链，而其产业链无法与世隔绝，必须与市场接触。比如，假口红最假的就是价格，极低的价格是假口红最显眼的标签。另外，假货的色泽、气味、观感等也与正品存在明显差别。

对消费者、产业链上的商家、电商平台以及监管部门来说，这些“假”的元素很难辨别吗？不少消费者图便宜、图虚荣，知假买假，商家更是在明知或应知的状态中经销假口红，电商平台虽然对打击假口红有所动作，也取得了一定成效，但距离电子商务法等法律赋予的日常管理、净化平台、问题报告、配合监管责任还有不小的差距，还存在着假劣问题识别灵敏度低、反应迟钝、制约措施不得力等问题。市场监管等部门及地方政府对自己地盘上的违法行为更是负有不可推卸的责任。

打击遏制制造假行为离不开三件“法宝”——消费者较真、行业自律、监管负责。对待假口红，也得祭出这三件“法宝”，只有摒弃麻木、懈怠，以严格监管为引领，形成打假共识与合力，共同负起责任，才能抹掉假口红的艳彩，一点点堵住假货的生存之路。

## G 媒体声音

### ◇ 禁播“雷剧”是对抗战史的基本尊重

近日，广电总局下发通知，要求播出机构当好把关人，不得为违背常识常理、过度娱乐化的抗战剧开绿灯。

《北京日报》评论说，有抗战剧频频弱化、魔幻化，挑战常识，也侮辱观众智商。思想性让位于娱乐性，实力派让位于偶像派，集“爽点”于一身，极注水之能事，为的就是多圈几个钱。文艺创作者在题材内容、叙事语态乃至营销策略上，趋向年轻化、个性化、网络化没有问题，但不能一味迎合，必须把握好真实与虚构、现实主义精神与浪漫主义手法的关系。

### ◇ 医生变主播线上科普，但别给伪医学可乘之机

短视频、直播平台上不少“网红”医生为患者普及医学知识，本是好事，但也容易滋生诸如借医生名义传播伪科学内容的乱象。如推广的“神药”实为三无消毒产品。

《经济日报》评论指出，假医、假药、伪医学之所以能在网络上大行其道，究其原因，还是人们缺少医学方面的可靠信息源。事实上，互联网+医学大有文章可做，但主播们绝不能为了某种利益夸大病情，或者用煽动性语言诱导病人看病、手术、购买药品，更不要透支大众对行业的信任。各方都应承担起明辨真伪、激浊扬清的社会责任，不给虚假信息、失信行为提供舞台，提高全社会的科学素养和医学知识水平。

### ◇ 地铁直播睡大觉，想红也得有底线意识

近日，广东省广州市公安局通报，两名男子为了当“网红”，在地铁车厢拍摄和直播躺卧、吃饭等视频，影响乘客上下车和列车的正常运营，警方依法对其作出行政拘留的处罚。

《光明日报》就此评论说，猎奇直播冲撞了社会秩序，容易遭致反感。对于相关监管部门、直播平台方以及内容出品方而言，任务除了在法律框架内创作出更多让大家喜闻乐见的内容产品外，及时发现和总结行业发展过程中出现的问题，修剪枯枝，排除隐患也是题中应有之意。在“内容为王”的时代，常怀底线意识无疑是必要一环。

（嘉湖整理）

吴学安

近日，上海市第二中级人民法院公示了一例赔偿案件，将公众人物与网贷平台的“恩怨情仇”再次拉回大众视野。早前，潘晓婷因代言“中晋系”但后者爆雷而被用户起诉并要求赔偿。法院审理认为，难以认定潘晓婷在代言中明知或应知广告内容虚假，也无证据证明其牵涉在集资诈骗罪中，故未支持受害人的赔偿请求。（见8月15日《证券日报》）

前几年，网贷和理财大热，不少平台纷纷采取邀请明星代言或者变相站台的方式来提升知名度。比如由众多明星共同成立的某互联网金融公司，就在其官网打出“有明星，更安心”的口号。此外，诸多明星成为