

热 点热评

对“情怀贩子”就该重拳出击

伍里川

近段时间,四川省凉山州多名粉丝数百万的“网红”因虚假宣传、销售假货被查,消息传出后,备受网友关注。9月20日上午,凉山州举行“系列网红直播带货案”新闻发布会通报称,今年,凉山州公安机关在州市场监管、宣传、网信、商务等部门密切配合下,成功侦办了以“凉山曲布”“赵灵儿”“凉山孟阳”“凉山阿泽”为代表的四川首例“系列网红直播带货案”,涉案金额超千万元。目前,该系列案件共计抓获犯罪嫌疑人54人,其中涉案网红主播11人,已批准逮捕18人。

严查直播带货虚假宣传和售假早已有之,但长期遭到“有心之人”利用的凉山州奋起反击,依法击碎“情怀贩子”的阴谋,令人尤为提气。

前述“如雷贯耳”的名字里,“凉山曲布”“赵灵儿”最为引人瞩目。因为这两个名字代表着一个“美好的故事”:一位清纯女子误入大凉山深处,偶遇一位英俊淳朴的乡村小伙,盛情邀请她到家里做客……2022年8月,一条“赵灵儿在四川凉山偶遇曲布”的视频在网络上爆火。曲布在视频中展现出的淳朴、善良、帅气,给网友们留下了深刻的印象,迅速在网络上走红。不到一个月,“赵灵儿”和“凉山曲布”两个视频账号都涨粉百万,成为当时炙手可热的“网红”。

其不食人间烟火般的叙事风格让一众粉丝追得如痴如醉,殊不知,如此传奇的底色不过是新的套路。

在情怀开道之后,两个人立即开启了变现之道。他们的直播带货打着助农、创业的旗号,背后却隐藏着一条前端打造虚假人设、孵化网红,中端编撰剧情拍摄视频、电商运营,末端农产品供应、流量变现的制假售假灰色产业链。他们打着“助农”“优质原生态”等旗号,将假冒的大凉山农特产品销售至全国20余个省市,涉案金额超千万元……

这一案例具有典型性。一段时间以来,一些以助农为名的直播带货活动,均经不起真相的揭示。例如,曾引发极大关注的四川凉山石榴滞销短视频,实则卖惨摆拍,拍摄者请村民当演员。而在凉山州通报的案例中,利用群

众、忽悠群众的细节也比比皆是。

人红“带货”多,本不奇怪;“网红的尽头是主播”,也无可厚非。发家致富从来不是坏事,但直播带货有不能逾越的底线:真实无欺。助农需要真心实意地展开,不能虚情假意,甚至玩弄群众于股掌之上。

值得一提的是,“赵灵儿”和“凉山曲布”所作所为,超越了一般意义上的卖惨、忽悠,其以“长线”精心布局、直抵人心,堪称此类行为的升级版。

这类直播带货模式不仅大搞欺诈行为,损害了群众利益,扰乱了市场秩序,伤害了受众情感,还败坏了一个地方的名誉。在“大凉山”成为许多供应链公司、网红、短视频创作者们竞相角逐的“流量热土”与“淘金地”的同时,大凉山的形象被恶意消费和透支了。是可忍,孰不可忍。

其实,此类骗局并非没有破绽。正如谷莫村的村支书说的克布所言:“谷莫村这么小的一个村子,哪有那么多蜂蜜、核桃产品卖给他们,实事求是地说,他们就是打着我们村的旗号拍视频赚钱,助农是假的。”爆红之后,他们也引来网友的质疑,也有网友发现,所购买的核桃、蜂蜜等农产品包装印有“大凉山”图形商标标识,但发货地并不在凉山,而是成都蒲江等地。

虽然“赵灵儿”和“凉山曲布”回应称,他们是偶然的相遇,没有团队,更没有大家说的资本和大公司的包装,但真与假泾渭分明,骗局的大模样最终还是浮出水面。

凉山州的“拍案而起”、直捣黄龙的气势和成果说明,打击此类网红虚假宣传、售假行为,亟待全社会形成共治机制:平台和监管部门平时守土有责,不可遇事才如梦方醒,此外,引入公众监督、畅通维权渠道,迫在眉睫。在此前提下,还要在地方之间实现信息共享、打破信息壁垒——无疑,某些网红利用的就是“信息差”和“落位优势”,在不引人注意的角落行骗。一旦地方之间能够在打假事务中互通有无、相互协助、攻防有序,那些贪得无厌的人还能那么随心所欲地“隐身”和“收割”吗?

街头琴房演绎“转角遇到浪漫”

钟颐

“如果一座城市有音乐的声音,就会不一样。”今年5月在深圳出席某场艺术活动时,“钢琴教母”鲍蕙荞如是说。

最近颇受关注的公益琴房,便回应了这句话:一些24小时免费开放的“黄房子”,设在深圳市中心、社区和城中村等多个地方,只需通过小程序或手机扫码提前预约,即可免费使用,而且还配套了手机教学软件,可以帮助初学者更好地练习。因其创新又走心,公益琴房收获了很多网友的认可。

人人都能在这里找到自己的音符,这确实是一种很有魅力的状态。想必很多人还记得这动人的一幕:今年4月,一名六旬工人大叔在深圳华强北弹起了公益钢琴,在周围人的鼓励下,他一连弹了十多首曲子,步履匆匆的人在此驻足,“街头的声音”温暖了一座城。

事实上,这只是“钢琴之城”的一个生动缩影。据深圳市福田区工会的工作人员介绍,公益智能琴房一推出非常火爆,每天琴房的使用时间都在15到16个小时。“家里没有钢琴,只能看着视频自己琢磨。”“买一台琴放家里不现实,还可能会扰民。”……无论是没钱买、没地方放还是没人教钢琴,某种程度上,公益琴房一一打破了这些壁垒,让看似曲高和寡的艺

术,也能向每个人敞开,在快节奏的生活流之中,寻得一处精神的寓所。

从艺术场馆、文化娱乐设施,到高品质文体服务设施,在深圳,这样贴心惠民的举措还有很多。这些“转角遇到浪漫”的美好,正是“10分钟文化服务圈”的现实写照。文化惠民的温度,折射着城市品质的刻度。反过来,公益琴房能否和音长存,成为一道人人自觉维护的风景,也同样考验着这座城市的文明水位和管理水平。

进而言之,公共文化服务的形式不囿一隅,街头琴房也打开了新的思路。这种富含人文关怀、嵌入生活日常的“微空间”,看似不够起眼,却给城市一角增添了“可留性”和“可沟通性”,其意义不可低估。比如,杭州曾推出地铁书房,让人们的乘车之旅多了一份惬意和书香。佛山创意盘活21个城市高架桥下空间公园,打造绿化景观,建设运动场所,让“桥下空间”也风光无限,这样的“见缝插绿”同样值得借鉴。

“琴瑟和鸣”,莫不静好。一个空间,一部手机,一分钟,便能开一场属于自己的演奏会,想想也很美妙。期待这样“小而美”的惠民之举再多些,让群众可感知、有共鸣。

微言网语

【新闻事件】

近日有不少网友反映,同一家电影院、同一场次电影,不同平台购买价格不同。经媒体调查发现,电影票存在“大数据杀熟”现象,此外,还存在网络平台售卖低价票、黄牛贩卖电影票、购票服务费不透明、诱导消费者开卡充值等乱象。

在决定看一部电影之前,通过不同平台对比价格,选择较为优惠的一家下单,这是观众经常做的事情,平台针对不同时间与场次的电影,进行差别定价,也是容易被理解、接受的市场行为,但这一切的前提是要公开透明,有标准的、一目了然的规则,只有这样,才有助于观众快速决定,节省时间。

【留言精选】

光彩夺目:利用部分观众对平台的信任,与观众玩“捉迷藏”的游戏,由此获取利润。

奔跑者:曾经在旅行软件那里出现过的“大数据杀熟”现象,现在“传染”到了电影购票平台这里。

林立:典型的投机取巧,虽然单张电影票的差价不会太夸张,但整体加起来,仍然是不菲的数字。

中间:“大数据杀熟”损害了观众集体的利益,此举不可取。

丰富多彩:买票、检票、看电影,这本来是一个非常简单的流程,但“电影票代购”的介入,催生了诸多乱象。

水源:随着代购方的参与,一系列的问题也随之产生。

票面:来自产业终端的票价混乱,会给整个电影行业造成明显或潜在的伤害。

乐无穷:小小一张电影票滋生了如此五花八门的手段与招数。

可贵:同样坐在一个放映厅内的相近位置,有人票价高达上百元,有人票价不过几十元。

于情:看电影是件愉快的事情,希望能够买到合理价格的电影票。

成功者:期望平台、院线、影院能够真正尊重观众的感受。

据人民网



完善激励机制

近日,江苏省民政厅、人社厅联合发布全国首个养老护理专业技术职称体系,符合条件的养老护理人员可申请评定初级、中级、高级职称。试点为培养高层次专业化养老服务人才带来了创新和突破,有助于畅通养老护理人员职业发展渠道,增强养老护理职业的社会认可度和获得感,推动养老服务人才队伍专业化、职业化建设。

据新华社