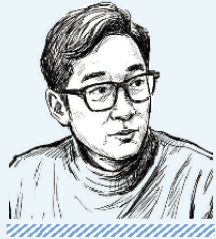


为何用『史上最强』力度整治网络平台

李一能



先有拼多多、美团、京东、淘宝闪购等7家电商平台，因“幽灵外卖”被开出35.97亿元巨额罚单；后有58同城的维修服务，被曝出存在“幽灵订单”，强行生成订单，截胡上门服务，多收数百元；再有19岁女孩和70岁老人斥巨资打赏主播，不仅把自己的生活逼入绝境，也连累了家人。

最近发生的几件看似无关的热点事件，表象之下却藏着同一个核心症结：一边是社会舆论反复呼吁平台向善，一边却是各类乱象屡禁不止、灰色操作暗流涌动。当逐利凌驾底线、压倒良知，本该承载社会进步重任、提升百姓生活品质的互联网平台，为何一次次失守底线，让“向善”沦为一句空洞的口号？

随着数字经济的蓬勃发展，“平台”两个字让人又爱又恨。爱的是我们生活早已离不开它们的存在，小到一次出行一顿早餐，大到人生抉择与机遇，都因为网络平台的出现发生了深刻的变革，推动社会进步，为生活带来便利，提升百姓收入，平台作用有目共睹。

但恨的是，一旦失去强监管的束缚，平台自律就变成了一句笑话，陷入了“唯利是图”的内卷怪圈。宽松的内部控制、偏低的违法成本、滞后的自查自纠，让违规变得轻而易举。只要监管利剑没有落下，就选择性躺平；只要没有舆论曝光，就默许灰色业务野蛮生长。

和人性善恶论存在争议不同，平台建立的初心，基本都是向善的。运用科技突破垄断、链接彼此、打破信息差，为人们的生活带来便利、实惠与幸福。相信所有的平台都是抱着这样的信念而诞生。但命运的嘲讽在于，想要打破垄断，最后成为了垄断；高喊没有中间商，却变成了最大的中间商；为人们带来快乐，却也冷漠地看着欲望失控，甚至推波助澜。

这似乎是一个“屠龙勇者终成恶龙”的悲剧故事，一些平台不知不觉中，变成自己曾经最讨厌的样子。违背了曾经许下的自律承诺，辜负了政府、消费者的信任，忘记了创业时的本心，才有了最近监管部门对于平台“史上最强”力度的整治与重罚。

希望所有平台都能领悟这当头棒喝背后的苦心，真正做到敬畏规则、敬畏用户、敬畏良知，把社会责任刻进发展基因，摒弃野蛮生长、唯利是图的执念，才能让数字行业行稳致远。

AI艺人库为什么全网吵翻天？爱奇艺还是不懂

赵玥



最近，AI艺人库的争议，让“爱奇艺疯了”冲上热搜榜一。

爱奇艺CEO龚宇连发三条博文回应，表示演员授权AI创作之后，一部戏的保底金可能少一点，但可以接更多戏，并表示：“科技以人为本，科技永远不是为了取代人。”逻辑严密，态度温和。可读完让观众更堵了。

全网吵翻天的核心争议分明是：观众不想看AI替代真人演戏。而龚宇回应的是另一件事——AI替代真人演戏这件事，该怎么操办。观众问的是“为什么非要替代”，他解释的是“怎么替代更丝滑”。观众恐惧的是“人被抹去”，

他承诺的是“分账可以谈”。这不是对话，这是对两扇门各说各话，彬彬有礼地听不见你的声音。

此前龚宇在爱奇艺世界大会上抛出的账本，像极了“朝三暮四”的寓言。养猴人对猴子说：早上三颗橡子，晚上四颗。猴子们大怒。改成早上四颗，晚上三颗，猴子们转怒为喜。龚宇的叙事如出一辙——AI让演员多休息，这是朝四；但演员的数字分身被无限调用、片酬议价权归零，那是他没说出口的暮三。

张若昀、于和伟、王楚然、李一桐等艺人紧急辟谣未签署协议，周一围自嘲“演员快成非遗传承人了”。当演员的肖像变成平台可调用的数字资产，演员在这个“去中心化”的新生态里，到底被摆在了什么位置？答案显而易见——被“去”掉的位置。

观众抵制的不是技术本身。批评爱奇艺的AI冒进，并不意味着否定技术进步的价值。恰恰相反，AI在影视行业的应用有着广阔且正当的空间。

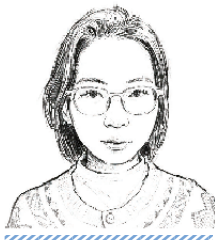
AI做高危替身、降特效成本、帮年轻创作者降低门槛——这些没人反对。但是当AI生成的表演足够便宜，资本凭什么还要用会累、更贵、常常不听话的真人？算法不用睡觉，不会塌房，片酬为零。在资本的账本上，这是最完美的生产要素。

龚宇前不久曾在报刊上撰文：“创意与艺术是创作的灵魂，这是AI无法替代的。”但去年爱奇艺的电视剧《无忧渡》的结局争议明显打脸，AI剧本分析模型计算了160种情节模式的情绪曲线，建议改成悲剧结局，因为算法认为这样现实张力更强。结果呢？30万条吐槽在6小时内涌向社交平台。

千言万语，影视产业的未来，一定有人与AI共舞的空间。但这支舞该由谁来领舞，舞步的边界在哪里，不该由任何一方单方面决定。说到底，观众怕的不是AI演得太像人，而是怕资本把真人逼成了AI——不需要生活、不需要片酬、不需要休息，只需要一张可以被永久复制的脸。

19岁少女挪用1700万元打赏，平台“情感杀猪盘”该管管了

陈佳琳



最近，郑州19岁女生小梦挪用1700万元当“榜一大姐”的事件引发全网关注。她的父亲将她送进派出所自首，只为把这笔钱定性为赃款追回来。面对镜头，小梦说：“如果用坐牢换取退款，我也愿意。”这句话听起来何其悲哀。

事实上，小梦并不是典型的“问题少女”。然而，她处在一个情感严重缺位的家庭。父母给了她管账的权力，

却没有给她足够的关注与认可。当一个孩子在现实中长期得不到肯定、找不到存在感时，她必然会转身投向那些能即时反馈、能让她感到“被需要”的地方。而直播间里一声声“大姐”、主播秒回的私信、粉丝群里的点名助力，这些廉价的情绪价值恰好填补了她的情感空缺。

家庭问题是根源，直播平台却深谙人性弱点，精心设计了打赏排名、粉丝群炒CP、主播月考晋级等玩法，群里的“活跃分子”还会挨个点名，一步步将小梦拖入深渊。虚拟礼物模糊了金钱的真实重量，也让消费痛感消失了。这已经不再是简单的娱乐消费，而是把用户慢慢圈养成“提款机”。女主播从小梦这里获取巨额打赏，一旦有了更大方的“大姐”，回复就慢了。于是小梦转头去刷男团，循环往复。平台、公会、主播，

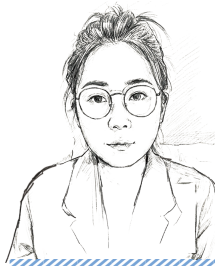
链条上的每个人都在这场收割中分一杯羹。

今年4月，中央网信办发布《关于加强网络直播打赏规范管理的通知》，要求网络平台提供打赏限额及提醒功能，不得以打赏额度为唯一依据对网络主播排名、引流、推荐。这些规定切中了要害，但关键在于落实。如果平台依然靠打赏流水生存，依然纵容主播与粉丝建立畸形的“情感绑定”，那么类似小梦的悲剧只会一再重演。

直播间不是法外之地，平台不能因为赚得盆满钵满，就对打赏背后的血泪视而不见。监管不能总跟在悲剧后面，必须走到前面，用制度堵住诱导打赏的漏洞。家庭和学校也需补上情感与金钱教育的一课，让孩子在被看见、被珍视中长大。这才是对下一个“小梦”最好的拯救。

都市丽人的这次“翻车”，一点都不冤

向袁媛



近日，内衣品牌都市丽人因争议文案引发全网热议。

有网友投诉称，该品牌在电商平台的一款产品标注“小地雷内衣”字样，这一表述带有明显的擦边意味与物化女性色彩。尽管品牌方在短时间内致歉，承诺下架整改并落实追责，但公众的疑虑并未消解：为什么总有品牌在尊重消费

者和博眼球赚流量之间，反复选错方向？

从某护理品牌“比基尼安睡裤”的经期焦虑营销，到今天的都市丽人“小地雷”文案，低俗营销的“翻车史”几乎和流量时代同步。归根结底，是热度焦虑冲淡了品牌初心。不少品牌陷入畸形认知：有热度就有价值，负面争议也算流量。营销沦为算法博弈，不断追逐猎奇热词，擦边被包装成网感，冒犯被美化成创意。

在这种畸形逻辑下，消费者不再是需要被尊重、被用心服务的独立个体，而是等待被流量收割的筹码。深耕产品、打磨价值观太累，制造噱头、挑拨情绪太快，在短期业绩压力下，这条俯冲而下的“捷径”成了不少品牌的首选。

在所有“翻车”的品牌里，都市丽人

作为深耕行业20余年的品牌，本该倡导多元审美、守护女性自信，却用这样的低俗标签辜负了女性消费者的信任。致歉中提到的《内容审核红线手册》，固然能堵住一时的文字漏洞，却终究治标不治本。倘若品牌骨子里缺少对消费者的尊重与共情，这类问题即便当下整改，日后也可能在文案、海报等细节中再次出现。成熟品牌的核心，不是追逐猎奇热词，而是真正立足用户需求。

消费者可以包容无心失误，但绝不会容忍品牌傲慢。消费女性尊严的营销，最终会被市场反噬。我们愿意给品牌成长与改进的空间，也恳请所有品牌真正尊重消费者。要知道，为博取短期热度践踏底线的“捷径”，终会成为透支自身未来的绝路。



更多观点欢迎扫码关注“锋面评论”公众号、视频号