

# 流量之下，我们需要什么样的“网红”？

张璁

近期“网红”翻车、塌房事件不断：有的直播带货明显货不对板，被有关部门处罚；有的为流量侵犯他人权利，偷拍他人隐私画面；有的不顾公共秩序，为打卡直播，影响医院正常就诊秩序。凡此种种，表象不同，背后却有一些共性问题。

移动互联网蓬勃发展，给大家创造了很多机会，或因才华出众，或因个性鲜明，或因表达幽默，或因专业独到，凭借创造性的内容和表达，收获众多粉丝，受到喜爱，赢得流量。与此同时，按照平台商业规则，也可获取相应收益。实际上，一些具有海量粉丝的“网红”，获得了很可观的收入。保持多赢格局，促进健康发展，需

要参与各方做好各自的事，对于“网红”来说，同样如此。

流量之下，我们需要什么样的“网红”？

粉丝再多、流量再高，也不能碰触法律法规的“高压线”。网络不是法外之地，一些“网红”夸大宣传、违规营销，甚至知假售假，严重侵害消费者合法权益，还有打“擦边球”，不惜侵权违法来博取流量，这些都是违规行为。逾越红线终究会付出应有代价。

作为粉丝众多的“网红”，还应担起社会责任，体现出应有的品行。“网红”具备一定的公众人物属性，应分外珍视大家的信任和支持，粉丝和流量不是任性妄为的底气，更不是耍大牌的本钱。那些打着探

店或者维权名号吃霸王餐、以网红身份要求给予特殊照顾的，是走在作茧自缚的路上。“流量越大，责任越大”不是空话，滥用流量必会被流量反噬。

网红经济是一种注意力经济，也是一种信任经济，只有行得正、坐得端，不辜负粉丝期待和信任，才能真正保持下去。“网红”的流量，应当成为向上向善的力量。我们欣喜地看到，有的“网红”因凡人善举广为人知，带来充足正能量；有的“网红”以风趣博学的讲解，点燃了网友求知学习激情；有的“网红”带着对工作的热爱和坚持，向网友展示不同行业不同生活的丰富多彩。这些“网红”得到了社会的认可与尊重，也在不断证明一个道理：走正道，才能行长远。

## 职业“扛雷”，小心人生垮塌

孟繁哲

听人说“只是配合贷个款，就能‘躺赚百万’”，实际上“成了‘老赖’，每天只能躲家里。”据报道，一些外来务工者误入歧途，成为“职业背债人”，虽获得一定报酬，但因失信被“限高限飞”、遭遇催债，承受巨大心理压力，有的还面临刑责。

职业背债人，指的是为他人有偿承担大额债务的人员。职业背债一般有两种形式：一种是“背坏账”，即企业通过股权转让、资产处置、抵押等方式，将债务转嫁给背债人。比如，少数预付式消费商家卷钱跑路后，找到职业背债人独自“扛雷”。另一种是“包装贷”，即“包装公司”通过虚构背债人资产情况等手段，帮助背债人从银行套取高额贷款，将借到的钱款由背债人、“包装公司”和其他相关方分成。

现实中，不法分子往往选择收入低、急用钱且文化水平不高的群体作为“职业背债人”。殊不知，背债人为了眼前蝇头小利，搭进去的是一辈子的信用，影响的是本人及家人升学、择业、贷款等方方面面。从法律角度看，职业背债的行为不仅违反民事法律，严重的还涉嫌诈骗罪、骗取贷款罪、贷款诈骗罪等，需承担刑责。从经济社会层面看，职业背债让消费者蒙受财产损失，导致金融机构形成坏账和呆账，损害市场营商环境，给金融市场带来不稳定因素，危害不可小觑。

从虚构背债人资产状况的“包装公司”，到为企业处理不良资产的“职业闲店人”；从负责放款的银行工作人员，到负责发掘背债人的“串串”……时下，“职业背债人”已呈现职业化、产业化现象。整治“职业背债人”背后的黑灰产业，不能“头疼医头”，而要“全链条出击”。近段时间，各地严厉打击职业背债行为，侦破一系列贷款诈骗案。事实证明，依法从严打击，才能真正提高犯罪成本、形成震慑效应；盯住关键环节，将组织者、中介人、销赃者等一网打尽，才能从根本上斩断利益链条，守护好群众的财产安全和社会的和谐稳定。

信用是个人宝贵的财富，也是社会得以运转的基石。职业背债一旦形成“破窗效应”，将使真正需要钱的人更难贷款，使社会信用成本不断增高。从这个角度看，打击职业背债行为，要有“霹雳手段”，以法治力量重拳出击，也要有“和风细雨”，以社会信用体系建设营造“守信受益 失信惩戒”环境，从根子上铲除职业背债的土壤。

## 又是大凉山，“视觉贫困”为何触动公众神经

杨馨仪

近日，一段关于四川省凉山彝族自治州盐源县男孩因贫辍学卖苹果供兄上大学的视频在网络上广泛传播，引发不少人同情。官方迅速辟谣，揭露这是一起摆拍事件，拍摄者支付费用以博取关注。此前，东北雨姐、大凉山假公益团队等案例已多次被曝光，利用“视觉贫困”，编造悲惨故事，骗取公众同情与捐款，随后将资金挪作私用或进行非法活动。这些事件揭示出一种普遍的卖惨营销现象：利用公众的同情与猎奇心理，虚构或夸大悲惨情境以博取流量与关注。

在昔日贫困地区已逐步摆脱贫困、走向乡村振兴的背景下，为何如今仍频现这种“视觉贫困”的虚假营销景象？其背后的驱动力究竟何在？

卖惨营销的核心驱动力无疑是利益。主播通过编造悲惨故事，能够迅速吸引粉丝与流量，进而在直播带货中赚取高额利润。这种低成本、高回报的模式诱使一些人铤而走险，挑战道德底线。同时，MCN机构起到了推波助澜的作用，它们运用流水线作业模式，从人设塑造到流量变现，构

建了一套成熟的商业模式。

除了利益驱动外，社会心理与认知也是卖惨营销得以成功的重要因素。在快节奏的社会中，人们往往偏好新奇、感人且简短的故事。卖惨营销便巧妙地利用了这一心理，通过编造或夸大悲惨经历，吸引公众的注意与同情。如本事件中的“家境贫寒”“供哥哥上北大”等元素，便构建了“因贫失学”“寒门难出贵子”的悲情叙事。加之公众对网络信息辨识能力有限，易为虚假故事所打动，这一心理与认知弱点被不法分子所利用，成为其进行卖惨营销的有效工具。

公众对欠发达地区认知的滞后性也在一定程度上助长了卖惨营销。部分公众因信息获取渠道受限，难以及时了解欠发达地区的最新发展动态。而欠发达地区自身信息传播能力相对较弱，难以向外界展示其真实情况和发展成果。这导致外界对欠发达地区的认知往往停留在过去的刻板印象上，“落后”“贫穷”等标签在公众心中根深蒂固。此外，社交媒体等平台上关于欠发达地区的讨论易被放大，片面或情绪化的言论可能主导舆论场，进一步加剧了公众认知的滞后性。信息传播的不均衡、刻板印象的持久性以及舆论的放大效应，共

同为不法分子提供了可乘之机，使其得以利用同情心编造或夸大悲惨故事进行骗捐或推销活动。

在上述背景下，农产品领域成了不良商家利用公众认知偏差进行欺诈的重灾区。由于农产品生产抗风险能力低，滞销现象频发，不良商家便利用网络上的真实报道进行移花接木式宣传，使消费者难以辨别真伪。在同情心的驱使下，消费者易冲动消费，从而让不良商家获取暴利。

不久前，中央网信办印发通知，在全国范围内部署开展为期1个月的“清朗·网络直播领域虚假和低俗乱象整治”专项行动。本次专项行动聚焦5类核心问题，第一项就是针对编造虚假场景及人设、无底线带货营销的现象。当前，网络空间内泛滥的跨地域悲情与虚假营销，对水果产地市场监管部门及果农而言，应对显得力不从心。以此次事件为例，当地有关部门虽表明立场，欢迎正规电商助农，但面对虚构人设、伪造扶贫场景等“卖惨营销”，仅凭声明难以形成有效震慑。治理此类营销乱象，需政府、网络平台、公众及社会各界协同作战，强化监管，让造假者付出更加沉重的代价。

## 便企利民

李卫华



记者从宁夏银川市审批服务管理局获悉，银川市自今年4月起开展“电子营业执照在政务服务领域跨部门应用”国家试点改革，推动涉企高频政务服务事项应用电子营业执照，实现电子营业执照跨层级、跨部门、跨行业互通互认互用。目前银川市已在第二类医疗器械经营备案等首批10个事项中实现系统自动应用电子营业执照，为企业办事提供更多便利。

新华社 王鹏 作

## 中国信达资产管理股份有限公司浙江省分公司资产处置公告

中国信达资产管理股份有限公司浙江省分公司拟对三鼎控股集团有限公司等2户债权资产包进行处置。截至2024-09-30，该资产包债权总额为147,476,120.20元。该资产包中的债务人位于浙江省义乌市。该资产包的交易对象为法人、自然人、其他组织，并应具备一定资金实力等条件，但不属于国家公务员、金融监管机构工作人员、政法干警、资产公司工作人员、债务人管理人员以及参与资产处置工作的律师、会计师、评估师、拍卖人等中介机构人员等关联人或者上述关联人参与的非金融机构法人；不属于与参与不良债权转让的资产公司工作人员、债务人或者受托资产评估机构负责人、管理人员等有近亲属关系的人员；不属于失信被执行人或失信被执行人的法定代表人、主要负责人；不属于影响债务履行的直接责任人员、实际控制人等；不属于标的债权所涉及的债务人和担保人；不属于反恐、反洗钱黑名单人员；不属于其他依据法律法规、司法解释或监管机构的规定

不得收购、受让标的资产的主体。

资产包中每户债权的详细情况请具体见我公司对外网站，网址www.cinda.com.cn。公告有效期：20个工作日。

受理征询或异议有效期：20个工作日，如对本次处置有任何疑问或异议请与浙江分公司联系。

联系人：陈嘉宁、叶玲 联系电话：0571-89703144、0571-85778253

电子邮件：chenjianing1@cinda.com.cn、yeling@cinda.com.cn

分公司地址：杭州市延安路528号地标大厦B座11/12层  
对排斥、阻挠征询或异议的举报电话：0571-85774782  
对排斥、阻挠征询或异议的举报电子邮件：hanwei-hua@cinda.com.cn

特别提示：以上资产信息仅供参考，信达公司不对其承担任何法律责任。