

# 为团播规范发展立好“风向标”

常鸿堡

中国演出行业协会近日发布《网络表演团体直播运营管理要求》(T/ZGYC 011—2026)团体标准(以下简称《标准》)。《标准》规定了团体直播(以下简称团播)运营人员、技术、内容等运营管理要求,旨在提升行业整体服务水平,促进行业健康有序发展。

随着网络表演行业火热,团体直播已成为一种重要演出形式和内容传播方式,由于其互动性较强,近些年受到很多人欢迎。然而,在团播行业快速发展之下,也逐渐显现一些问题,引发公众担忧。

去年,有关部门通过开展专项行动,剑指低俗团播引诱打赏等乱象。但在“以打

赏为中心”的收益模式下,仍有一些人把低俗噱头包装成艺术表演,把充值付费打造成互动门槛,这不仅污染网络生态、违背公序良俗,而且助长了畸形消费观。同时,深耕专业的优质团播反而被挤压生存空间,对于行业长远发展极为不利。因此,及时为团播规范发展立好“风向标”,已显得迫切且必要。

《标准》的发布,可以说是为团播运营指明了正确的“打开方式”。例如,在互动性方面,明确不应通过暗示性语言、动作或虚构亲密关系诱导用户消费,不应组织粉丝进行打赏排名或攀比;在表演者保障方面,要求应关注表演者身心健康,避免安排

可能导致身心损害的过度直播任务。可以预见,为团播行业发展立好“风向标”,明确相关主体“应该怎么播”,必将进一步保障优质内容产出,让团播在规范框架内,实现从“流量狂欢”到“艺术传播”的转型。

规范团播不是限制发展,而是为了更好发展;明确方向不是束缚创新,而是为了正向创新。目前,多地歌舞剧院已参与团播,用扎实的才艺表演让高雅艺术以更鲜活的形式走进大众视野。这也充分证明,唯有提升专业水平,团播才能实现高质量发展,成为丰富大众精神文化生活、传播正能量的重要载体。

(来源:法治日报)

# 斩断白银谎言背后的利益链

赵志疆

随着白银价格持续大涨,“抢银”话题近期持续升温。有消费者反映,部分直播间售卖的所谓“纯银”产品,价格远低于国际银价,收货后却被检测为锌、镍、黄铜等合金,甚至随货附带的“鉴定证书”也疑点重重。

“白菜价”的“999足银”、“假一赔十”的银条元宝……网络直播间里,各种商品令人眼花缭乱,在主播反复强调“福利价”的诱惑下,一些人往往会“捡漏”下单。然而,有消费者送检后发现,其购买的所谓“足银”饰品中,银含量仅1.4%,镍含量达6.2%,而黄铜成分高达87%。

到底是低纯度银、镀银,还是包银,很难用肉眼来分辨,不少消费者之所以选择在直播间下单,一方面是受主播话术蛊惑,

另一方面则是出于对“鉴定证书”的信任,不少商家都随货附带“鉴定证书”,有的还言之凿凿地表示“接受一切鉴定”。然而,这很可能也是话术陷阱。

媒体记者调查发现,一些网络平台明码标价售卖“定制检测证书”,仅需几元便可生成,证书中的检测内容、纯度、编号,甚至二维码跳转页面,均可按需求随意修改。如果遭遇消费者投诉,相关商品会迅速下架,有些店铺甚至会就此消失,这些不良商家主打的就是“打一枪换一个地方”的套路。以低价为诱饵,以话术为圈套,再以虚假证书为“道具”……面对精心编织的“捡漏”谎言,消费者稍有不慎就会落入陷阱。

针对此类“挂羊头卖狗肉”的行为,不

少网络平台都进行过治理,但相关乱象始终未能绝迹。究其原因,如果处罚只针对账号,而忽略了账号背后的人,相关不良商家很容易金蝉脱壳、另起炉灶。

不良商家虚假宣传、以次充好、伪造检测证书,这些行为不仅侵犯消费者正当权益,而且涉嫌违反相关法律法规。相比起查封直播间和账号,更应该斩断这些骗局背后的黑手,而这离不开网络平台的支持和配合。对于网络平台来说,既要加强对商家的准入审核,也要完善日常开展的动态监管,同时积极配合监管部门调查及消费者维权。权益有保障,平台更健康,这是直播电商做大做强关键所在。

(来源:人民网)

# 个性年货走俏,点燃消费新动能

刘凯

临近春节,年货市场也悄然升温,呈现出一幅新的消费图景。过往,鸡鸭鱼肉的丰足、传统礼盒的齐备,成为更多人关于年味的记忆;而今,鲜花与水果同入精美礼盒,生肖文创、潮玩摆件等接连走红。琳琅满目的个性年货兼具新意与美感,为节日的仪式感注入新的韵味。

从“能用、够用”到“秀年味、买心意”,年货的变化是居民收入水平提升和消费观念升级的直观体现。当下,传统意义上的吃穿用度清单被不断更新,消费行为中“与我相关”的情感色彩更加凸显,消费逻辑正在从满足基本功能转向回应情感期待,消费市场中“为情绪价值买单、为心理满足付费”的潮流更劲。

所谓情绪消费,是消费者在满足基本物质需求之外,为追求情感体验、社交表达、仪式建构与文化价值而发生的消费行为。近年来,情绪消费成热词,相关的产品类型也日渐多样,并日渐被细分为治愈型、悦己型、怀旧型和情感陪伴型等多种类型,

满足了不同消费者更加个性化、差异化的情感需求。正如精致果礼传递的是体面与关怀,潮玩IP带来的陪伴与认同,非遗文创唤醒的是文化记忆与情感共鸣。数据显示,情绪消费相关市场规模已达数万亿元,且增速显著高于传统消费领域。

情绪消费的走红,是个体需求、市场竞争、技术变革与社会发展相互交织、共同作用的结果。从整个社会来看,随着人们生活水平的提高,消费也从生存型消费转向发展型、享受型消费,更注重个人精神文化层面需求的满足。从个体层面看,现代生活节奏加快、传统亲缘关系网也发展变化,消费逐渐成为人们调节情绪、进行心理补偿的方式。此外,技术等的发展,为创新消费产品提供了助力,让不少企业快速响应市场需求进行“小众定制”成为可能。当然,情绪消费并非对功能性消费的完全替代,而是从物质丰裕到心灵共鸣的价值延伸。

把握情绪消费浪潮,既需顺势而为激发市场活力,也当筑牢根基、协同发力,让

这份“走心”的力量真正赋能美好生活与高质量发展。情绪价值并非凭空制造,而是建立在品质、创意与文化内涵的基础之上。真正能留住消费者的,不是简单的概念包装,而是独特且能引发共鸣的内容与创新的表达方式。文创产品若脱离这一根本就会空洞无物,热度也难以持久。

此外,不同人群在不同场景下,情绪诉求是多元且细分的,对应的产品也应具有差异化和创新性。唯有深入洞察、精准供给,才能让商品更懂人、让服务更暖心。在供给侧,要精准把握消费升级的趋势,将情绪价值融入商品设计与服务的全链条,持续丰富消费场景与消费业态,形成需求牵引供给、供给创造需求的良性循环。

从“买得到”到“买得好”,从“讲实用”到“讲感受”,个性年货让年味更有温度,消费更有活力。让情绪消费的潜力进一步释放,为消费者提供更加丰富的情感体验,也为商家带来更多的发展机遇,进而为高质量发展注入更多动能。(来源:光明日报)

# 情绪消费催生花式“文创黑马”

杜型

国家博物馆凤冠冰箱贴取消预约和限购近一个月后,该馆1层文创店内依旧氛围火热。消费者不仅“端盒”购买凤冠冰箱贴,还被为马年春节量身打造的“黑马”系列文创狠狠“圈粉”。

这匹黑马,设计灵感来自“古代中国”展厅的三彩黑釉陶马。它不只漂亮——马鬃齐整,双目有神,胸肌发达,体魄健壮,颇有“四蹄踏雪”的美感;而且“稀缺”——其设计原型为全国存世唯二的黑釉陶马之一,堪称唐三彩精品中的精品;寓意还好——因釉料成分在高温条件下呈色不稳,唐三彩中蓝色与黑色釉质品质极其罕见,这与黑马引申义暗暗相合,亦可为春节讨个好彩头。眼下,围绕“黑马”形象,国博已陆续推出了背包、手套、冰箱贴等约50

款文创。

丙午马年尚未到来,但包括“黑马”在内,多款文创马已率先出圈。意外走红的“哭哭马”,以憨态可掬、略带委屈的形象,精准触动了人们心中柔软的一角。率性奔放的“马彪彪”,鬃毛炸开、“放荡不羁”的造型,生动演绎了“潦草但自由”的独特气质。虽然打动人的具体维度不一样,但能看到其中蕴含的相似道理,那便是:抽象,但有意思。恰如学者所言,“网络语境下,消费者有着极强的文化解码参与意愿。”

“为情绪消费,为意义买单”,许多观察家都精准捕捉了这一消费动态。从“禁止蕉绿”绿植,到或丑或萌的“潮玩”,再到收集“谷子”、付费“树洞”……新一代消费者早已跳出“实用至上”的传统诉求,转而愈

发看重产品所承载的情感共鸣与自我表达。简言之,他们买的不是商品,而是意义。在购买行为发生之时,便已在参与意义共创,很多时候都能看到“内容种草—产品消费—社交传播”的完整链条。就像人们争相用“哭哭马”玩梗,是在表达对于“不必完美”的释然;拍摄“马彪彪”的照片,也是在畅想“自由自在”的状态。正在蓄势的“黑马”,也开发了类似于“一拍马屁”即嘶鸣、磁吸马蹄“串亲戚”的趣味玩法,等待消费者参与其中。

马马成功,各美其美。事实证明,不必执着于精致的完美主义,拥抱真实的人间烟火,回归对“人”的情感关怀与价值认同,相信会有更多可爱的文创,让消费者会心一笑。(来源:北京日报)

(紧接4版)但顾某屡屡推脱,称自己不具备履行能力,一直未履行。为有效防止其财产不当减少,促使其主动履行,崇川区法院对顾某采取限制消费措施。后经张某某反映,顾某存在违反限制消费令的情况。崇川区法院核查发现,顾某在明知案件进入执行程序且被采取限制消费措施的情况下,在限制消费期间多次以非法手段购买高铁、飞机票并实际出行,其中25次乘坐飞机前往阿联酋、新加坡等国家,并伴有出入高档按摩店、大额游戏打赏等高消费行为,支出金额高达30余万元,甚至将高消费行为通过微信向申请执行人张某某挑衅,情节十分恶劣。此外,顾某在明知其账户被冻结的情况下,使用微信绑定其岳父、岳母银行账户的方式进行交易,共有100余笔单笔转账金额过万的流水,其中部分款项用于其个人消费。

崇川区法院经审查认为,被执行人上述行为已涉嫌构成拒不执行判决、裁定罪,遂将上述犯罪线索移送公安机关侦查,经公安机关协助,崇川区法院找到被执行人顾某,向其释明违反限制消费令以及拒不执行生效判决的严重后果。顾某意识到无法继续逃避债务,履行了全部债务。但其行为已造成申请执行人张某某为了生计将车辆、房产抵押他人,靠借债生活,一度失去生活希望的后果,应依法予以惩治。经崇川区法院审理,以拒不执行判决、裁定罪,判处顾某相应刑罚。

【典型意义】

人民法院对恶意规避执行行为的重拳打击,既切实维护申请执行人的胜诉权益,也有力捍卫了司法权威,对潜在违法者形成强大震慑效果。被执行人在已被采取限制消费措施的情况下,仍多次违规乘坐飞机,并在境外进行高档消费;通过绑定他人账户隐匿资产恶意逃避执行,性质恶劣,人民法院依法将该行为认定为拒不执行判决、裁定罪并追究刑事责任,体现了对违反限制消费令,拒不执行法院判决、裁定,致使债权人遭受重大损失等规避执行行为“零容忍”的鲜明态度。

案例八:福建省安溪县人民法院以活封活扣、信用修复促履行妥善执结5800万元工程款——信用修复助融资破僵局“放水养鱼”保企业护民生

【基本案情】

某工程局承建某置业公司发包的工程项目,并签订相关《建设工程施工合同》等合同约定,但工程竣工验收合格后,某置业公司超出约定时间未能支付相关款项。某工程局向厦门市仲裁委申请仲裁。后因某置业公司等未能及时履行,某工程局向福建省安溪县人民法院申请强制执行,申请执行标的额为5878.49万元。进入执行程序后,因某置业公司未能在法定期限内向法院报告财产,安溪县人民法院依法将其纳入失信被执行人名单。某置业公司表示因公司资金链断裂、融资困难,暂无履行能力,希望能宽限一些时间筹措还款。

执行法院详细了解案件和企业情况后,若是直接采取强制执行,企业将面临破产风险,导致涉案项目房产无法交房办证(含部分安置房)、其他关联企业破产以及大量工人失业下岗等一系列问题。最好方式是争取双方达成执行和解,采取“活封活扣”“放水养鱼”的执行策略,让陷入资金流动性危机的被执行人得以继续生产经营,减少企业破产风险。在执行法官耐心组织下,双方成功签订执行和解协议,同意在保持相关保全措施情况下,让某置业公司按约还款。

为尽快还上工程款,某置业公司积极争取融资贷款,但因公司征信问题,在贷款环节出现问题。执行法院经多次现场调查,确认某置业公司目前持续经营,具有良好的发展前景,同时考虑到其积极履行,并主动配合法院执行工作,具备信用修复的条件。经释明,申请执行人同意某置业公司的信用修复申请。安溪县人民法院暂停对某置业公司适用信用惩戒措施并开具信用修复证明。最终,某置业公司顺利偿还某工程局5200余万元工程款,不足部分经申请人同意以房抵债清偿,案件执行完毕。

【典型意义】

本案中,安溪法院秉承“如我在执”理念,在充分保障申请执行人合法权益的前提下,精准选择对被执行企业经营影响较小的执行措施,以“执行和解”促履行,最大程度减少强制执行对公司的影响;以“信用修复”促执结,通过现场走访调查,摸清企业经营状况,结合被执行人积极履行行为,征得申请人同意后,依法暂停适用信用惩戒措施,开具信用修复证明,使得被执行人顺利贷款融资,案件顺利执结。不仅挽救了一家企业,保住了大量工人的就业岗位,同时也实现了申请执行人的合法权益,取得了良好的社会效果。

(来源:法治日报)