

新华时评

决不能以低俗博流量

《摊牌了,世界首富是我爹》《美女们把我包围了》《震惊全城,婆婆送大孙子下黄泉》……前不久,超200部违规短视频被抖音平台集中下架,受到社会关注。

国家广播电视总局网络视听司日前针对微短剧片名哗众取宠、低俗庸俗顽疾发布管理提示,要求不得使用恶俗、恶趣味等违背公序良俗的片名,不渲染极端对立、复仇、暴戾、焦虑。这一举措直击行业痛点,再次传递出坚决整治低俗流量的鲜明信号。

不只是微短剧,近年来以低俗博流量、赚“快钱”的现象在网上频现,令人深思。一些所谓的“情感博主”,打着分享真实故事的幌子,用低俗情节、露骨言语引流,宣扬扭曲婚恋观;有的美食博主“吃播猎奇”,通过自残的方式进食吸引关注,宣扬畸形饮食观;有的网民靠以奇怪眼神“凝视女模特”哗众取宠,传递不良审美观;还有的为了博眼球,不惜触碰法律底线,策划剧本、直播摆拍约架,扰乱公共秩序。

以“丑”为美、以“假”乱真、以“擦边”走捷径,种种行为传递错误价值取向,拉低审美底线,损害网络生态和社会风气。尤其是对价值观尚在养成阶段的青少年而言,流量至上、畸形审美等不良导向的影响更是不容小觑。对这股歪风邪气,就是要依法依规、旗帜鲜明加以整治。

让流量回归正途,需要通过政策与市场协同发力。近年来,为治理网络低俗庸俗媚俗乱象,我国制定了《互联网直播服务管理规定》《网络主播行为规范》等一系列法律法规和政策文件,为多领域互联网从业者划定了边界,明确了导向。事实上,只有牢牢守住底线,不越红线,才能行得正、走得远。以有违公序良俗甚至违法违规的出格做法,追求短期吸睛效应,终将因“巧取流量”而失去流量。

算法时代,以正能量澎湃大流量,让优秀的作品能够更好地脱颖而出,离不开平台和行业的正向激励机制。只有在流量分发、创新支持等方面,真正向正能量从业者、优质内容倾斜,才能以良性循环不断优化互联网生态,使清风气充盈网络空间。

(新华社北京12月24日电)

虚假摆拍视频为何屡禁不止

“家境贫寒的弟弟辍学卖苹果供哥哥上大学”“被亲生父母抛弃的农村女孩跟着养母艰难生活”……你是否刷到过类似视频,并为之心酸、难过、气愤?然而,这些都是有“演员”、有“剧本”的虚假摆拍视频。

记者调查发现,网络平台上,虚假摆拍视频屡见不鲜。一些“自媒体”账号通过制造假事件、捏造假人设来博眼球、收割流量;造假视频的背后,往往有分工明确的运作团队。

假事件、假故事、假人设

“直播骚扰女游客”“抱患病孩子送外卖”……近期,多起虚假摆拍视频在网上引起广泛关注,相关案件已被公安机关查处。

记者调查发现,有些摆拍视频刻意制造家庭和社会矛盾,通过假冲突、假事件,吸引流量。

最近,一名千万粉丝网红被公安机关处以行政拘留10日处罚。经查,该网红雇佣女子充当“被骚扰的女游客”,在直播现场假装偶遇,摆拍虚假、低俗视频。此前,“收费站旁,两男子将一男子绑架上车”“一女子野外直播遭两名男子控制剃光头后下落不明”等传播较为广泛的视频,均被证实为相关人员自导自演,虚假摆拍。

有些摆拍视频通过捏造假人设、编造假故事“卖惨”,博取关注。

12月初,公安部网安局通报一起“假扮骑手卖惨牟利”典型案例,网民“小松”假扮独自带娃的外卖骑手和女儿一起送外卖。这条摆拍视频点赞量40多万,不少网友在评论区表达关心。但实际上,“小松”并非外卖骑手,也不是单亲爸爸。凭借百余条虚假摆拍视频,“小松”积累了40多万

粉丝。

冒充外卖骑手摆拍视频并非个例。记者从美团获知,自去年以来,美团已通过诉讼、向公安机关报案等方式处置数十起虚假摆拍案件。

还有的摆拍视频虚构悲惨身世和故事。今年3月宣判的“凉山孟阳”“凉山阿泽”案件中,相关人员通过打造“贫苦大山女孩”“虚拟人设,编造辍学在家照顾弟妹等故事,摆拍‘卖惨’视频”。

截至9月,全国公安机关网安部门已办理网络谣言类案件2.7万余起,依法查处造谣诬陷网民3.1万余人,依法关停违法违规账号19.9万余个。

造假多有团队运作

虚假摆拍视频屡禁不止,背后有利益驱动的因素。

中国人民大学新闻学院副教授董晨宇指出,无底线摆拍往往能迅速吸引公众注意,短期内带来高点击率和流量,进而转化为广告收入、商业合作等利益。一些网络博主将此视为引流变现的捷径。

记者注意到,已查处的相关案件中,很多博主采用的正是“摆拍炒作—吸引眼球—囤粉涨粉—直播带货”这一套路。“凉山孟阳”先在网络平台上发布虚假摆拍视频,粉丝量突破10万后开始直播带货,非法牟利超1000万元。“小松”等人也是在积累一定粉丝量后,通过直播带货取得收益。

那么,虚假摆拍视频是怎样生产出来的?

广西钦州市公安局网络安全保卫支队支队长林举龙告诉记者,结合各地查处的案件发现,虚假摆拍视频背后大多是团队化运作,打造人设、编造剧本、拍摄制作等分工

明确。

打造什么假人设,往往由流量决定。广西今年9月份查处的假扮外卖员吸粉引流案件中,当事人王某某“眼红”外卖骑手人设流量高,便假扮骑手拍摄短视频,不到3个月的时间里,摆拍发布了71个虚假视频,播放量超1000万次。

“一些博主背后的团队或机构会帮助其打造人设,很多是‘卖惨’、博同情,什么人设火,就立什么人设。”林举龙说。

各类“抓马”剧本,可以购买或者按需定制。记者在网购平台发现,不少店铺售卖情感、励志、农村等类别的视频剧本,最便宜的1万个剧本打包出售6.6元。有的店铺还可以根据需求代写、定制,宣称“对标指定账号”。

一名网红经纪运作机构(MCN机构)运营总监透露,机构通常有专门负责脚本和拍摄的编剧、编导,哪些内容能引流,他们就写什么。“有时候一个视频火了,你会看到网上出现一堆相似的,很明显是摆拍。有的视频根本不打‘虚构演绎’标识,就是想让人以为是真的。”该运营总监说。

有“自媒体”博主表示,虚假摆拍视频的成本并不高。以现在很火的外卖骑手视频为例,想要“起号”的话,买套骑手衣服,拿现成的剧本,手机拍摄就行。

加强全链条打击

“虚假摆拍视频屡屡发生,已成网络公害。”钦州市公安局网络安全保卫支队一大队大队长李远卿说,虚假摆拍视频不仅传递错误信息和观念,部分还涉嫌造谣传谣,严重扰乱网络空间秩序和社会秩序。

今年以来,公安部继续组织全国公安机关开展打击整治网络谣言专项行动,对“自

媒体”运营人员摆拍造谣等利用网络谣言吸粉引流、非法牟利等进行整治。今年4月,中央网信办在全国范围内开展为期两个月的“清朗·整治‘自媒体’无底线博流量”专项行动,自导自演式造假是整治重点之一。

中国政法大学副教授、北京市电子商务法治研究会副会长朱巍表示,虚假摆拍视频已形成一条灰色产业链,建议相关部门形成合力,加强上下游全链条打击,从严惩处相关“自媒体”账号及其背后的MCN机构。

“有时候拍摄地和发布地不是一个地方,异地监管存在滞后性,相关标准并不统一。”林举龙说,各地公安、网信等部门可以加强信息共享,联动执法,避免因属地执法限制而给虚假摆拍违法行为留有生存空间。

根据中央网信办发布的《关于加强“自媒体”管理的通知》,发布含有虚构情节、剧情演绎的内容,网站平台应当要求其以显著方式标记虚构或演绎标签。记者注意到,目前,多个短视频平台已上线相关标识功能,但一些视频在发布时并未严格遵守。

重庆大学新闻学院讲师张世超认为,平台应通过升级技术手段等方式加强内容审核和监测,对违规账号和MCN机构严格实行黑名单制度和分级处罚。同时,可进一步优化算法推荐机制,加强平台人工运营把关,加大对优质内容的人工筛选力度并赋予较高推荐权重,推动流量分配更加合理。

“对‘自媒体’创作者需加强引导和培训,提高其从业素养。”董晨宇说。

李远卿提醒,广大网民也需要提高辨别能力,不盲目跟风、被虚假内容所误导,对虚假摆拍视频说“不”,积极举报虚假不良信息。

(新华社南宁12月24日电)

外交部:

敦促美方客观理性看待中国发展和中美关系

新华社北京12月24日电 针对美方将夹带涉华消极内容的“2025财年国防授权法案”签署成法,外交部发言人毛宁24日在例行记者会上回答有关提问时表示,中方对此强烈不满、坚决反对,已向美方提出严正交涉,敦促美方摒弃冷战思维和意识形态偏见,客观理性看待中国发展和中美关系。

毛宁说,美方执意将夹带涉华消极内容的“2025财年国防授权法案”签署成法,年复一年渲染“中国威胁”,鼓噪对台军事支持,滥用国家力量打压中国科技和经济发展,限制中美经贸往来和人文交流,损害中方主权安全发展利益,干扰双方稳定中美关系的努力。中方对此强烈不满、坚决反对,已向美方提出严正交涉。

“中方敦促美方摒弃冷战思维和意识形态偏见,客观理性看待中国发展和中美关系,切实遵守一个中国原则和中美三个联合公报,停止武装台湾,停止将科技和经贸问题政治化、武器化,停止为增加军费、维持霸权寻找借口,不得实施上述法案涉华消极条款。”毛宁说,“中方将采取坚决有力措施,捍卫自身主权安全发展利益。”

拜登签署近9000亿美元国防授权法案

新华社华盛顿12月23日电 美国总统拜登23日签署2025财年国防授权法案,将美国军费支出提升至约8950亿美元,较上一财年增长1%。

2025财年国防授权法案将提升现役军人工资,增加在亚太的军事支出,并授权美军与以色列军队拓展联合军事演习等。针对这一法案,美国国会参议员伯尼·桑德斯说,在无家可归者、食不果腹的儿童以及付不起取暖费的老年人数量达到约50万的情况下,美国不需要近万亿美元的国际军费。桑德斯认为,美国的国防体系已成为少数大型国防承包商牟利的工具,而不是服务于国家需要。

美国国会参众两院每年依据宪法通过下一财年国防授权法案,该法案由总统签署成为法律,是美国防务年度开支预算和国防政策的指导性文件。



12月23日,巴勒斯坦儿童在加沙城领取食物。

新华社发

通知

形盟(宁夏)网络科技有限公司:
本人与贵公司签订的劳动合同于2021年6月30日已到期,本人现与公司法定代表人及公司负责人联系不上,无法解除劳动合。限贵公司自本通知见报之日起5日内联系本人办理相关手续。逾期未办,将视为自动解除劳动合。特此通知。
通知人:王慧英(身份证号:6422231969****0027)
2024年12月25日

遗失声明

●杨亚林遗失居民身份证,身份证号:640102197105051525。特此声明。
●杨学新(身份证号:640122197302242414)遗失贺兰县立岗镇清水村土地承包经营权证,编码:640122102210070019。特此声明。



这是冬季版冰火《长恨歌》演出现场(2024年12月1日报)。大型实景历史舞剧《长恨歌》常演不衰,新编历史舞台剧《赵起大秦》让文物“活”了起来,驻场演出《无界·长安》带火了非遗,创新舞台剧《鼓》奏响“中国古代交响乐”……在千年古都西安,传统文化的时代化表达让演艺市场迸发新活力。截至11月底,今年西安大型驻场演出21部,演出近3.6万场,接待游客超1600万人次。新华社发

车主保费高、险企承保亏——

新能源车险两难局面如何破解

今年以来,新能源车大卖,在国内乘用车销量中已占据半壁江山。然而,给爱车上保险的问题让不少新能源车主感到头疼。

一边是车主保费高,一边是险企承保亏,这样的两难局面如何破题?

保费高、投保难、承保亏

今年11月,家住浙江的陈先生想给家中新能源车上保险,但多家保险公司表示“给不了报价”。陈先生说,这辆车上一年的出过两次交强险,现在只有一家大型险企愿意承保,报价高达8800元,而去年保费4000元左右。

陈先生的报价单显示,所上险种中,仅车上人员责任险就近3000元。“车上人员每人保额30万元,我不想保这么高额,但低了保险公司就拒保。”

陈先生的遭遇并非个例,新能源车保险费高的问题切实存在。国家金融监督管理总局数据显示,2023年,新能源汽车年均保费为4395元,比燃油车高63%。扣除车龄等因素,新能源新车保费仍比燃油车新车高约10%。

与此同时,虽然目前我国新能源车险投保率呈现平稳上升态势,但投保难、拒保等问题仍不时出现。

营运车驾驶员里程远超私家车,风险水平较高,在商业险方面的矛盾尤为突出。上海网约车司机蔡先生表示,他一年出了三次险,下一年的保险费用从1万元涨到了1.8万元;有的同行还遇到拒保。

新能源车险综合成本率达109%,承保亏损67亿元;赔付率达84%,比燃油车高约10个百分点。

“车险自主定价系数有上限,保费不可能无限提高。有些网约车常见车型我们明知承保一定会亏损,但‘商业险愿保尽保’的导向存在,我们还是会尽量承保。”某大型财险公司一名业务负责人说。

今年初,金融监管总局印发《关于切实做好新能源车险承保工作的通知》,提出“各财险公司要严格执行做好新能源车交强险承保服务,不得拒绝或者拖延承保交强险”,要求大型财险公司“积极承保新能源车商业保险,确保实现愿保尽保,满足消费者的保障需求”。

一位保险业从业人员告诉记者,针对高风险新能源车投保难题,目前一些地方行业协会采取了组织多家险企“轮值”的方式,探索解决之道。

两难局面谁之过

记者调查发现,新能源车险保费高、承保亏,主要源于出险率高、维修价格贵、数据积累不足三方面因素。

某财险公司相关负责人告诉记者,该公司承保的新能源车事故发生率比燃油车高70%左右。一方面,新能源车年轻驾驶员、营运车占比较高;另一方面,新能源车起步快、声音小,智能驾驶功能、智能座舱等新技术应用也需要车主有更长的适应周期。这些因素都增加了事故发生率。

“目前还有部分私家车实际从事或兼职出险率更高的营运车业务,保险公司难以精准识别,保费上也难以区别。”北京大学经济

学院风险管理与保险学系主任郑伟说。

维修价格高企是新能源车险保费居高不下的直接因素。

“新能源车在可维修性方面整体表现不如燃油车。”中保研汽车技术研究院相关负责人表示,中保研开展的维修性研究显示,样本车型电动车表现优秀、良好、一般、较差的比例分别为7.41%、18.52%、33.33%、40.74%,燃油车则分别为14.58%、14.58%、43.75%、27.08%。

零配件价格方面,中保研数据显示,约110个国内主流汽车品牌中,2021至2023年及2024年上半年分别有73、88、98和98个品牌常用配件价格上涨,平均调增幅度分别为9.91%、7.72%、7.53%和10.59%,其中59个品牌连续四年涨价。

专家表示,在新能源车行业,消费者可选维修渠道较窄,维修技术、配件供应、质保限制等方面存在壁垒。同时,新能源汽车常采用一体化压铸技术、无模组动力电池等高度集成化制造方式,并装载大量智能化设备,维修难度和费用高。

此外,燃油车车险已有多年数据积累,风险测算相对成熟。“新能源车型迭代快,保险公司积累的历史经验数据的有效性快速衰减,新能源车型特别是新车型的费率厘定准确性不够高。”中国社会科学院保险与发展研究中心副主任王向楠说。

共同发力破解新能源车险难题

“丰富新能源车险产品,优化市场化定价机制,出台推动新能源车险高质量发展的政策举措,持续深化车险综合改革。”金融监管总局办公厅不久前发布的《关于强监

研究发现一种植物化石与任何已知物种无关

新华社伦敦12月23日电 一项刊发在英国《植物学纪事》杂志上的新研究指出,美国犹他州发现的独特植物化石与地球上任何已知的植物物种都没有关联,为进一步揭示地球植物的多样性提供了线索。

1969年,科研人员在美国犹他州东部发现一种植物的叶子标本化石,并将其命名为Othniophyton elongatum,意思是“外来植物”,可以追溯至4700万年前。最初,科研人员根据对叶子化石的研究,推测这种灭绝的物种可能与人参有关。

美国佛罗里达自然历史博物馆化石专家史蒂文·曼彻斯特等科研人员发现了另一个4700万年前的植物化石。这个植物化石保存良好,留存有叶子、花朵和果实,与上述“外来植物”的叶子来自同一地区。研究发现,这两种植物化石属于同一个植物物种。

一般来说,古植物学家认为,任何可以追溯到6500万年前新生代初期的植物化石,都与现今的植物有关。科研人员利用新型显微镜和人工智能技术,分析了这两种化石的物理特征,并寻找可能相似的现存或灭绝植物物种。他们排除了这种植物与人参的关联,但仍无法确定这种植物的种属。

科研人员指出,通常雄蕊会随着果实的发育而脱落,但这个化石在果实成熟后还保留着雄蕊。这在现代植物中并不存在,且在已灭绝植物中也没有找到类似物种。科研人员认为,“外来植物”的整个家族都已经灭绝,这表明开花植物的历史比人类已知的更为复杂。

管防风险促改革推动财险高质量发展行动方案》,针对新能源车险的问题提出了具体举措。

记者了解到,关于产品方向,监管部门明确“研究推出‘基础+变动’组合保险产品”。

业内人士认为,这类产品可以依据车主从事网约车行为次数、里程数等研判风险,让风险与保费更加匹配,同时能够避免非营运私家车主因购买网约车热门车型而受到“误伤”。

数据互通也是破解新能源车险难题的一个重要突破口。郑伟建议,在严格匿名化前提下推动车辆使用性质和驾驶行为等数据互通,解决保险公司对新能源车数据积累不足等问题。

在发挥市场机制作用方面,当前,我国燃油车车险自主定价系数浮动范围为[0.5, 1.5],新能源车险为[0.65, 1.35]。王向楠建议,进一步放开新能源车险自主定价系数,依据风险水平实施差异化定价,提高定价精准性和险企承保意愿。

不过,自主定价系数进一步放宽后,价格浮动范围势必会进一步扩大,部分高风险车主保费可能会有所上调,低风险车主可能会享受更大的保费优惠。

专家认为,解决新能源车险难题,需要险企、车主和车企三方共同发力。险企应增强风险识别和评估能力,有效控制综合成本率;车主应改善驾驶习惯,降低事故风险;车企则应丰富维修渠道,力争从源头降低车主维修成本,推动降低新能源车险保费负担。

(新华社北京12月24日电)