

依法整治演艺圈乱象

“粉丝经济”崛起监管滞后导致明星流量变现乱象 专家建议

依法规制明星无底线流量变现行为

● 近年来,越来越多的明星利用流量拓展“商业版图”。流量变现让明星获利巨大,同时也出现了带货产品为假货、所开餐厅卫生脏乱差等问题

● 在演艺圈流量转瞬即逝的情形下,明星以及明星背后的资本都迫切希望尽快将流量变现,用流量获取最大的经济利益

● 明星流量变现乱象,极易影响青年一代树立正确的世界观、价值观和人生观,形成崇尚金钱主义、享乐主义等错误思想

● 明星流量变现应该朝着规范化、法治化的方向发展,虽然商家借助明星开展商业活动无可厚非,但不能仅盲目追求流量和商业利益,罔顾法律规定和道德底线



流量变现有“推手” 违法成本低收益高

为什么明星流量变现日渐泛滥?在杨敏看来,明星通过多种方式将流量变现,实质上是一种收回投资的行为,打造一个流量明星,对明星身后的资本方来说,需要花费巨大的经济成本;对明星自身来说,也需要花费巨大的时间成本。

“明星及资本方通过粉丝的买单行为获得巨大回报,又有更多的商家愿意通过明星影响力来进行推广、宣传、销售等,如此循环,最终导致当下演艺圈明星越来越追求流量,明星流量变现乱象越来越常见。”杨敏称。

在任超看来,随着去年影视行业的一些调控政策相继出台,包括影视剧数量的减产,投资项目的缩减以及针对明星“限薪令”的发布,明星的收入受到一定影响,有些明星通过正常演艺活动进行流量变现的渠道不够畅通,尤其是流量明星无法通过作品打出自己的知名度,只能依赖粉丝的购买力。

任超认为,在演艺圈流量转瞬即逝的情形下,明星以及明星背后的资本都迫切希望尽快将流量变现,用流量获取最大的经济利益,而代言、开餐饮店和直播带货都是将流量迅速变现的方式之一。同时,品牌商通过邀请流量明星代言,也可以通过其流量吸引粉丝大量购买公司产品,提高产品销售量,这对于流量明星以及品牌商、直播平台而言都是互益共利的操作。

杨敏说,“粉丝经济”的崛起及监管的滞后性,是明星执着于流量变现的主要原因。“粉丝经济”使明星可以将其影响力转化为实实在在的多种收入来源,直观地扩大了明星的收入;而对“粉丝经济”,流量变现这种新模式,目前的监管还存在一定的滞后性,导致明星流量变现下的违法成本很低但收益巨大,最终明星流量变现在娱乐行业愈演愈烈。

推进规范化法治化 流量变现有章可循

针对一些明星无底线的流量变现行为,国家已经实施一系列治理措施。8月27日,中央网信办发布《关于进一步“清朗”饭圈治理的通知》,提出取消明星艺人榜单,优化调整排行规则,严管明星经纪公司等十项措施,解决“饭圈”乱象问题。

杨敏认为,明星流量变现应该朝着规范化、法治化的方向发展,商家虽然借助明星开展商业活动无可厚非,但不能仅盲目追求流量和商业利益,罔顾法律规定和道德底线。流量变现涉及的领域广、种类多,对流量变现的监管也应该多层次、多角度,相关部门应当统筹协调、综合施策。

她分析说,从法治的角度来看,对演艺圈流量变现乱象进行法律规制,完善行业自律规则十分必要,做到“艺人管理有法可依,流量变现有章可循,行业自律有约可依”。只有构建完善的法律法规、行业自律规则,明确明星的行为标准,从业范围,加强对流量明星的管理,哪些行为可为,哪些行为不可为,提高明星流量变现的违法成本,才能有效规制流量变现乱象。

刘承廷建议,可以在现有法律框架下对明星流量变现问题进行规制。因为流量变现问题本质是变相广告行为,就是在销售商品或服务,可以被纳入广告法的监管范围中,除了虚假广告、广告代言的问题之外,如果明星涉及让粉丝出钱、募资,就有可能涉及非法集资问题;如果明星通过个人开店,以个人品牌售卖产品,则涉及买卖合同以及产品质量的责任承担问题。同时,执法部门也应对可能存在问题的明星流量变现行为加大监管力度。

电影产业促进法规定,演员、导演等电影从业人员应当坚持德艺双馨,遵守法律法规,尊重社会公德,恪守职业道德,加强自律,树立良好社会形象。“像这样原则性的条款,可以起到一定的震慑作用,但未来需要进一步解释适用,转化为一些具体规定,对行业起到规范和引领作用。”刘承廷说。

任超认为,演艺圈要健康发展,必须对流量变现进行有效监管,回归到把社会效益放在首位的制度本位,正确看待“流量”和“明星”间的关系,两者固然有其市场的价值和重要性,但不论是影视产品还是明星代言产品以及明星餐饮店等,都应该以追求高质量为目标。

“相关市场监督管理部门应该积极履行对明星代言产品、直播带货产品以及明星餐饮的监管职责,实行更加严格的监管措施,尤其要着重对其产品宣传问题、产品安全问题进行常态化检查,争取在问题造成实际危害之前就进行查处和纠正。”任超说,对明星虚假宣传、食品安全问题等要依法加大处罚力度,倒逼其重视质量。

专家们还提出,可探索出台专门的娱乐法对明星流量变现乱象进行规制,其中的违法惩罚措施不仅可以包含罚款、行政拘留等,还可以从流量角度出发,对违法明星由主管部门进行通报批评等,降低粉丝对其信任度,从而有效地规制相关行为。

制图/李晓军

小区这点事儿,为啥大家都惦记

记者探寻巴州解锁基层治理之密码

□ 本报记者 潘从斌
□ 本报通讯员 刘琰 刘睿

小区,广大群众生活之地,关乎幸福感。

小区“脏乱差”怎么办?如何提升物业服务?怎样激活居民自治活力?小区内解决不了的问题又如何让相关部门来及时解决?这是全国各地很多小区都面临的普遍性问题,也是基层群众的痛点、难点,考验着当地的基层社会治理水平。

如何破解难题,回应群众关切?

去年以来,新疆巴音郭楞蒙古自治州下足“绣花”功夫,推出诚信积分、吹哨报到、多元解纷等系列举措,在创新实践中探索“智慧之治”,聚民力、解民忧、惠民生,很多小区“旧貌换新颜”。截至目前发现报告的3.4万余起各类矛盾纠纷中,处置办结率达99.8%。

近日,《法治日报》记者深入巴州基层探寻解锁基层社会治理之密码。

诚信“倒三角” 激发自治活力

从“脏乱差”到“整洁美”,从“没人管”到“人人管”,梦之苑小区短短一年实现了逆袭。

为破解城市治理难题,巴州库尔勒市2020年4月启动老旧小区改造,拆除围墙、清理违建、整合片区……“拆小建大”优化空间布局,改善居住环境,“颜值”提升了,“内涵”也得跟上,朝阳街道成功社区梦之苑小区成为诚信示范小区创建试点。

第一步是建章立制。通过征求意见,召开居民代表大会投票表决,《梦之苑小区居民公约》出炉,其中最大的亮点是诚信“倒三角”。

建立以家庭为单位的诚信等级评分制,用诚信量化居民文明行为,划分5个等级:诚信模范户、诚信良好户、诚信合格户、诚信警示户、失信惩戒户。设置10个诚信加分项、20个失信减分项、6个补救项,以激励为主,奖得多罚得少,整体架构呈“倒三角”。

“清扫小区公共场所一次加5分,乱扔垃圾一次扣5分,照顾孤寡老人或参加志愿服务一次扣10分……”楼栋长孙富德向记者解读诚信“倒三角”的运作细则,做好事加分,失信扣分,每季度由社区两委成员、楼栋长、物业负责人评分定等,诚信家庭到社区商店购物,按等级享受不同折扣,失信惩戒户评先评优则处处受限。

去年,16号楼居民王某多次在消防通道上停车,第四季度诚信评分48分,成了失信惩戒户。社区干部上门讲解消防法中“不得占用、堵塞疏散通道”的规定,王某认错,之后,他每周参加公益劳动“补分”,今年第一季度成为诚信合格户。

小区还把商户和物业公司纳入诚信小区建设,引导大家诚信经营,优化服务。截至今年7月,梦之苑小区共评选出诚信模范户200余户,诚信模范经营户5家,“诚信共同体”初具雏形。

目前,诚信村(社区)建设已在巴州全域推广,自律、守信正在成为美好生活的“通行证”。

“红色业委会” 解决“关键小事”

今年3月底,巴州和硕县下了一场大雨。4月初,该县特吾里克镇文化社区祥瑞小区排查出8栋楼存在漏水现象,物业公司随即组织维修,5月底全部完工。而在此前,仅一栋楼就维修了7个月。

发生如此大的变化,得益于新成立的“红色业委会”。

物业服务是“民有所呼”的重要领域,和硕县委2020年提出“党支部建在业委会”,引导社区两委与业委会“双向进入、交叉任职”,构建党建引领、社区主导、业主自治、企业协同的物业管理沟通协调工作机制。

祥瑞小区是和硕县最大的小区,共有居民1308户。人多、房多、问题多,业主与物业公司常年摩擦不断。

2020年11月,祥瑞小区党支部组织召开业主大会,选举产生业委会,2021年2月成立业委会党支部,并以楼栋为单位设立4个党小组。业委会党支部书记、业委会主任由小区党支部书记兼任,物业公司负责人、居民党员代表任支部委员。党组织的“神经末梢”和基层治理的“基础单元”深度融合,把小区内各方资源和力量拧成了一股绳。

业委会党支部提出打造党建“地标”,党小组出谋划策,物业公司出钱出力,红色文化长廊建起来了;从党员中推选物业监督员,参与物业服务重大事项招标、实施全过程,督促物业服务内容定

期公示,业主踏实了解难题、办实事,“红色业委会”在小区里有口皆碑。

库尔勒市朝阳街道团结社区党委将物业公司纳入成员单位,社区居委会副主任和物业公司经理联合办公,从小区基础设施建设到排查化解矛盾纠纷,再到为流动人员租房、找工作,每件事都办得妥妥的。

民生连着民心,基层党组织增强服务意识,培育“红色业委会”“红色物业”,办好群众身边的“关键小事”,带给他们“稳稳的幸福”。

“吹哨报到” 促成“抱团”治理

以“下沉、赋权、提效”为重点,以构建简约高效的基层管理体制为目标,巴州推出“街乡吹哨、部门报到”机制,着力解决民生痛点、难点问题。

一声哨响,违建拆了;两声哨响,道路通了;三声哨响,车位有了,库尔勒市团结街道龙湖社区华山龙湖苑小区居民拍手称快。

这个小区曾经以“乱”出名:住宅楼顶层搭建违建,私家车无序停放,流动摊贩占道经营,小区大门正对着公交站,出门就堵……

今年1月,团结街道“吹哨”,库尔勒市交通运输、交警、市政等部门负责人前来“报到”,在华山龙湖苑小区实地调研后,提出整改意见:引导流动摊贩到附近百姓市场做生意;公交公司将公交站前移100米,早晚高峰期交警在小区门口疏导交通;城管部门拆除违法建筑;物业公司重新划定停车位。

分散式执法变为“抱团”治理,一周后,小区变了样。

“吹哨报到”机制服务基层,通过职能“补位”,发挥难点“攻坚”作用,它不增加机构人员,却能啃下“硬骨头”,对久治不愈的“顽症”具有特效。

赋权是“吹哨报到”机制的一个重要创新。巴州八县一市将辖区内重大事项决策建议权、综合执法指挥调度权,报到部门工作考核评价权,报到统筹协调管理支配权,辖区内单位评先评优意见权“五项权力”下放,让基层组织真正管得了事、管得好事。

“吹哨”后,除了部门单位,在职党员也要“报到”。各县市通过设岗定责,承诺践诺,志愿服务等方式,推动资源和力量下沉,参与基层治理,服务群众。乡镇(街道)、社区(村)党组织将各单位报到情况纳入年度绩效考核内容,党员报到情况纳入民主评议党员范围。

坚持以党建引领建立基层治理的应急机制,服务群众的响应机制,“吹哨报到”让发现、处置问题更加及时有效,重点难点问题取得突破。截至今年7月,巴州5000家党政机关、企事业单位21万余名在职党员进村(社区)报到,解决基层困难9.35万余件。

多元解纷 构建“共治”模式

夫妻闹分手,采取“疏导式”调解;农民工讨薪,会同劳动保障部门、用工企业开展“联动式”调解……一把钥匙开一把锁,不同矛盾不同解法。库尔勒市公安局新城派出所通过“花式”调解,今年1至8月上旬调解矛盾纠纷72起,化解率达96%。

库尔勒市团结街道梨花社区试点建设矛盾纠纷调处中心,整合法院、公安、司法等部门及专业调委会力量,实现矛盾纠纷“一站式”管理,“一窗式”办理,“一条龙”处理,形成以“一个中心”为平台,多个平台共同发力的矛盾纠纷多元化化解新格局。

在和硕县曲惠镇,有一个“阿不来提·库尔班个人调解室”,73岁的阿不来提·库尔班和69岁的依明江·司马义是一对搭档,退休后被和硕县司法局聘为人民调解员,10年来调解纠纷逾500件。

用百姓的法子,平百姓的事,老哥俩在当地土生土长,既进得了农家院,拉得上家常,又熟悉乡俗人情,知晓政策法规,在化解纠纷中充当“灭火器”和“公平秤”,确保小事不出村,矛盾不上交,“乡贤调解”成为乡村善治的有效助力。

创建“枫桥式公安派出所”,探索“警调衔接”“民调入所”模式,打造“枫桥式人民法庭”,加大矛盾纠纷前端化解力度,完善诉调对接机制……近年来,巴州坚持和发展新时代“枫桥经验”,推进人民调解、行政调解、司法调解、信访调处一体运行,深化诉源治理,依托公共法律服务网络形成“群众有事,就近可解决”的多元解纷体系。

巴州党委副书记、政法委书记魏建国表示,社会治理的重心在基层,难点在基层,活力也在基层。要创新创优整合资源,善于挖潜借力赋能,从纠纷源头兜防微杜渐,在服务发展上精益求精,建设更高水平的平安巴州,真正让群众成为社会治理的最大受益者。

□ 本报见习记者 孙天骄
□ 本报记者 陈磊

买衣服认品牌,是因为自己喜欢的明星所代言;吃饭认餐厅,是因为自己崇拜的偶像开的店;锁定直播带货,因为要为“哥哥”冲销量……近年来,越来越多明星利用粉丝的这种心理,通过直播带货、线下开店等方式变现流量,获利巨大,同时也出现了带货产品为假货、所开餐厅卫生脏乱差等问题,引发社会关注。

多位业内专家近日接受《法治日报》记者采访时指出,这其实是明星的一种变相广告行为,在互联网的放大效应之下,明星所拥有的粉丝、关注度等意味着商业价值,从而催生出以流量为基础的新型商业模式。

专家们表示,明星流量变现应该朝着规范化、法治化的方向发展,商家借助明星流量或明星直接以自身流量开展商业活动本无可厚非,但不能盲目追求流量和商业利益,罔顾法律规定和道德底线。流量变现涉及的领域广、种类多,对流量变现的监管也应该多层次、多角度,相关部门应当统筹协调、综合施策。

流量变现渐成趋势 渠道种类越来越多

唐菲曾在一家知名玩具公司的市场部任职,她的工作需要经常和明星打交道。

“我们公司当时处于扩展市场,提升知名度的阶段,选择与明星合作,可以利用其知名度快速打开市场。”唐菲说,公司的主营业务是“盲盒”,会在某一个IP系列上新品时邀请明星录制“拆盲盒视频”。

唐菲和团队的“功课”就是做好明星的背景调查,在成本可控的范围内邀请流量最大的明星,“看重的就是明星带来的流量”。

“我们还要对有效流量进行分辨,明星流量大小,不仅要看粉丝数量,还要看一个周期内的互动量以及粉丝活跃度。”唐菲说,从产品销量上看,效果立竿见影。

记者查询看到,该公司购物旗舰店标示的价格,一整套盲盒最低708元。

这只是近年来越来越多明星利用流量拓展“商业版图”的一个缩影——一批明星投身餐饮行业,薛之谦、陈赫、包贝尔等开火锅店,林更新开烤肉店,郑爽开炸鸡店,关晓彤开奶茶店……明星直播带货也渐成风气。今年“6·18”期间,淘宝统计明星直播排行,20位知名艺人榜上有名,林依轮、胡可和朱丹分别在三个领域名列第一主播。

华东政法大学经济法学院教授任超也注意到,明星流量变现已经成为娱乐圈一种新趋势。据他观察,在“流量至上”的驱使之下,流量已经成为衡量明星影响力的绝对因素,并最终影响其商业价值。在这种情况下,流量高的明星自然吸引更多商家,从而赚取高额的代言费、带货费等,流量变现也更高更便捷。

北京市盈科律师事务所律师杨敏长期关注和研究影视娱乐行业的法治建设。她介绍说,明星流量变现逐渐呈现两个特征:明星流量变现的渠道越来越多,从过去主要借助传统媒体,到现在互联网化、新媒体化,如直播平台、社交软件等;明星流量变现的种类越来越多,从过去主要通过广告代言产品,到现在通过直播带货、开网店、开公司等。

只顾利益忽视责任 诸多方面影响恶劣

8月24日,北京市海淀区市场监管局发布违法广