



打造“网红儿童” 曝光校园日常 跳起劲歌热舞

是谁在孩子身上“榨”流量？

□ 本报记者 赵 丽
□ 本报实习生 张雅婷

“为了不给孩子拖后腿，我们给她请了一位全能型老师——××学习机。”视频里，妈妈介绍学习机功能的同时，孩子在学习机上演示着如何操作，一幅其乐融融的画面。

这是粉丝数超8万的某母婴博主最新发布的一则视频。点进其主页可以看到，其一年多来发布的70多条视频中，绝大多数视频都与孩子有关，比如孩子配合妈妈演绎故事，介绍产品和分享经验等。

类似以孩子为主角的短视频账号并不鲜见。《法治日报》记者近日调查发现，未成年人成了一些博主的“流量密码”，孩子的童年生活、校园日常等全程被网络包裹注视，不少短视频中还充斥着商业气息，“网红儿童”配合家长演戏成了产品推手，剧本痕迹明显。更有甚者，一些“网红儿童”在视频中打扮性感成熟，跳着火辣舞蹈，评论区里夹杂着低俗的言论。受访专家认为，凡是涉及未成年人的视频创作都要保持谨慎，考虑拍摄目的是否会不利于未成年人的健康成长，发布是否侵犯未成年人的肖像权、名誉权、隐私权等。建议相关部门加强监管，平台或行业协会发布自律规范，评估未成年人频繁出镜视频的风险，采取一定措施，减少推送有负面影响的内容。

拍视频孩子当主角 演绎剧本引流带货

除了是一名一年级小学生外，“×妹”还有另外一个身份——某短视频平台上拥有800多万粉丝的知名博主。该账号的视频内容多是围绕“×妹”展开，其中涵盖大量软广带货内容。比如在一条视频中，开头讲妈妈去接“×妹”放学，后半部分以介绍爸爸的“新车”为主，在这个过程中，孩子的台词推动剧情发展，如“爸爸，这车真舒服”。

在多个短视频平台上，记者看到大量以孩子为主角的视频。一些账号突出“反差萌”，父母扮演“摆烂”的一方，玩手机、玩游戏、不会做饭，孩子自己照顾自己，展现懂事和早熟的一面；一些账号营造“天才儿童”，孩子面对镜头“金句频出”，围棋书画样样精通；还有一些账号通过孩子“恶搞家长”“制造冲突”“化身小棉袄”等剧情演绎打造人设，吸引流量。

引流后往往是变现。记者随机查看十几个粉丝量超100万的“网红儿童”账号发现，都和“×妹”的视频类似，将广告内容穿插在视频剧情中，借孩子之口推荐商品。其中多个账号开通了橱窗带货功能，个别博主还进行直播带货。

在这些账号背后，还有MCN机构(网红孵化机构)的身影。

位于浙江杭州的某MCN机构负责人刘女士介绍，他们日常会注意挑选有潜质的培养对象，一般要有一定的粉丝基础，并且五官端正、长相清秀，口齿清晰，主要选择幼儿或小学生，这类儿童比较吸睛且没有学习压力，培养成熟后可以往服装、日用品等商业方向发展，有较长的培养周期和收入周期。她坦言：“剧本演绎和打造人设的情况在‘网红儿童’短视频中很常见。”

“有时会让孩子们出镜配合拍广告，孩子们不懂，就完全靠引导。有脚本的时候，我和孩子们就是演员了。”辽宁大连的张女士家中有一对5岁的双胞胎女儿，其开设的账号在某短视频平台上有15万粉丝。

张女士告诉记者，她在2021年和某MCN机构签约，由机构对其账号进行运营指导，账号主角是两个孩子。“MCN机构会帮忙对接广告，抽取50%左右佣金，同时提供脚本和剪辑，我只负责给孩子拍摄视频。一个月能接两三条广告，每个广告到手2000元至4000元。”

今年年初，大学生辛雪用自己的账号拍外甥安安的短视频意外走红，某短视频平台最高点赞量超400万，账号至今积累了17万粉丝。

“很多MCN机构找上门来，承诺签约可以给我接更多广告，保底每个月两三条。”辛雪说，MCN机构称“合作属于挂靠性质”，即通过操作将账号挂靠到他们公司，收益三七分。

辛雪几番考虑后拒绝了：“一方面是我不了解挂靠形式，另一方面也担心MCN机构要求我们进行有脚本的计划性拍摄，对孩子成长有不利影响。”

要在瞬息万变的网络浪潮中吸引并留住热度，只



靠呈现纯天然的儿童视频很难做到。有不愿具名的短视频博主告诉记者，孩子不可能每时每刻都有趣，有吸引力，为了提高短视频引流效果，一些家长、MCN机构想方设法为孩子打造人设，博出位，从开通账号，确定人设到运营推广都有一对一的具体方案，形成了一条完整的产业链。“而孩子的本来面貌慢慢淹没在一个又一个短视频里。”

在多个社交平台上，有自称“流量专家”“运营专家”的账号称，可以为“母婴赛道冲流量”。调查中，记者以母婴博主的身份向自媒体平台上的“流量专家”咨询：随便记录日常就行吗？得到的答复是“肯定不能随便拍，主要靠脚本、靠台词，不然谁都能火了”“需要设定‘小大人’‘风格’等意见，甚至有‘专家’直言要将儿童变成表现自然的‘演员’才能获得成功。”

校园生活成为卖点 小学生跳起了热舞

“两个老师同时掉进水里，你手上有一块草莓味和巧克力味小蛋糕，你会怎么处理？”

……

记者调查发现，以幼儿园、中小校园等为拍摄场景的视频也成了一些账号的主打卖点。记者在某短视频平台搜索“师生日常”“校园生活”“班主任视角”“教室监控”等关键词，出现了不少标注老师身份的作者分享学生出镜的短视频和教室监控视频。

在部分拍摄学生的视频下方出现了不少不满的评论和观点，“想知道她是真的教师吗？”“发出学生同意了吗，侵犯学生肖像权和隐私权”“不要误人子弟”……

近期，一则“给上课爱说话的学生戴小蜜蜂”的视频在网上引发广泛关注和争议。据报道，该老师遭到家长投诉后主动离职并发布了一则道歉视频：“由于自己的法律意识淡薄，给家长和孩子带来了伤害，同时也给校方带来了麻烦，在此我想对你们说一声对不起。”

受访专家表示，当前，教育类短视频中，一些作品是师生以随手拍的方式展示正能量，予人启迪；但也不乏以教育为噱头，让本应教书育人的地方成为个人秀场，把学校当成了流量蓄水池，把未成年人当成了短视频道具。

“根据未成年人保护法，处理不满14周岁未成年人个人信息的，应当征得未成年人的父母或者其他监护人同意。个别中小学老师直接在网上分享有关学生

的视频，如果没有经过孩子及监护人的同意，可能会侵害未成年人的肖像权和隐私权，这种行为具有一定的法律风险。”中国传媒大学文化产业管理学院法律系主任郑宁说。

郑宁分析说，有的视频看似记录校园生活，但学生是重点，各有各的人设，比如，课堂提问，总有几个冒尖的学霸，也总有答非所问，引人大笑的后进生，而一旦学生“群演”人设固定，传播破圈，就很容易被围观和议论，影响到个人学习和生活，“个别教师以此为噱头拍摄短视频，可能走向伤害学生的对立面。”

此外，记者调查发现，一些未成年人成了一些过度成人化的视频主角，跳起了劲歌热舞。

在某短视频平台，“小学生拍跳舞的视频”和“爱跳舞的小姑娘又来了”两个话题约有400万人参与拍摄，230亿次播放量。部分视频中，10岁左右的女孩随着音乐跳舞，一些女孩上装穿吊带或露脐短衣，下装穿短裙或短裤，还会刻意做出眯眼、嘟嘴、扭屁股等表情动作。记者点进视频使用的背景音乐发现，使用该音乐的更多是成年女性用户，且风格成熟性感。

记者进入某视频账号主页发现，该博主在两年内发过多条青少年女孩穿着紧身衣，背对镜头扭屁股和扭腰的视频，一些网友在评论区发送“爱看”“流鼻血”“真馋人”“越来越性感”等不当内容，也有人直言“这个妈妈怎么当的？”

在郑宁看来，根据《未成年人网络保护条例》，类似的内容可能涉嫌软色情擦边，让未成年人模仿过度成人化的舞蹈动作违反社会公德，同时违背了最有利于未成年人原则，不利于孩子的身心健康。如果视频暴露了未成年人的私密部位，则可能侵犯其隐私权。

进行必要风险评估 推出自律规范引导

今年5月，山东省郓城县人民法院办理了一起涉未成年“网红”的合同纠纷案。一名未成年“网红”因违约被MCN机构告上法庭，要求赔偿经济损失。据了解，涉案未成年“网红”的确存在违约，但MCN机构也存在要求该未成年人长时间录制的事实。办案法官称，MCN机构让未成年人超时录制，不利于其身体健康，没有履行保护未成年人的社会责任。

华东政法大学韬奋新闻传播学院硕士生导师刘广伟认为，小孩子美好可爱的形象和天真烂漫的想法，成了商业社会中具有吸引力的消费符号。“我们在相关调研过程中发现，在商业利益驱使之下，不管是

签约‘网红儿童’的MCN公司，还是对儿童寄予厚望、望子成龙的家长，他们多倾向于打造更具有流量价值的儿童符号。打造‘网红儿童’时，从孩子的穿搭、讲话内容到人设上都呈现成人化趋势，这多是家长或资本有意为之。”

刘广伟介绍，为了达到理想的儿童表演效果，不少“网红儿童”背后的策划者精心为儿童表演者设定人设和搭建表演场景，根据平台流量规则进行视频剪辑和账号运营工作，以迎合流量。

“这一过程中，儿童无形间沦为互联网经济的被动参与者，可能受到不良价值观的影响被物化和成人化，他们还可能因为外界的过度关注而导致隐私泄露等问题。”刘广伟在调研中发现，不少家长主动为孩子设定角色内容，因为精心设计的人设可以确保孩子展现出与其风格相契合、特色鲜明的人物形象，增强其在网络平台上的竞争力与影响力。

在受访专家看来，虽然法律目前并未明文禁止未成年人作为短视频的主角或者参与方之一，但并不意味着拍摄发布含未成年人视频不受任何限制。从未成年人保护法等法律法规、社会公序良俗等角度来看，未成年人出镜的短视频内容应受到更为严格的审核和把关。将未成年人推向网络，要进行必要的风险评估，拍摄视频要谨慎，避免未成年人参与有炒作、演绎性质的内容。同时，关注人身安全和个人隐私，不过度曝光青少年生活，引导青少年正确看待粉丝规模和褒贬，不过度强调粉丝背后的经济属性、价值属性。

“目前的法律法规并没有明确禁止未成年人出镜，或者禁止打造‘网红儿童’，有待后续的相关法规政策作进一步完善，平台或行业协会可以推出一些自律规范作为正面引导。保护未成年人在互联网媒介上的安全和权益。”郑宁说，需要政府、企业、学校、家庭和社会各方共同努力，形成合力，构建一个健康、安全、有益的网络环境。

在郑宁看来，目前，我国已构建起完备的保护未成年人权益的法律体系，要加大法律监管和执法力度，对利用“网红儿童”牟利、损害未成年人身心健康的行为进行严肃查处。加强对MCN机构的监管，让其不得参与或推动损害未成年人权益的活动。短视频、直播等网络平台需进一步加强内容审核和管理，利用技术手段精准识别和处理损害未成年人身心健康的违规内容。

(文中受访者除专家外均为化名)
漫画/高岳

□ 本报记者 王 春
□ 本报通讯员 陈德慧

“我们现在已经恢复正常营业，老员工陆续回来了，有60多人，另外还新招了30多名实习生，上下四层楼的工位快坐满了！”近日，浙江杭州某软件公司现任负责人向前来回访的法官介绍。

该公司专注数字化软件领域，成立后4年时间培育了千家客户，名下拥有近50项软件著作权等无形资产。2022年公司陷入营运危机，部分员工申请对公司进行破产清算，要求尽快拿回被拖欠的工资。杭州市余杭区人民法院在评估后认为该公司具备数字化软件相关的研发、销售、运营链条，重整后发展前景可期，决定大胆尝试先启动预重整。

预重整制度相当于正式进入重整前，通过市场化方式寻找意向投资人，进行商业谈判、拟定预重整方案，这个过程充分尊重各方意愿，可以减少债权人和债务人的冲突对立，最大限度挖掘企业的重整价值。最终在多方努力下，重整投资人确定了，并在预重整期间一次性支付投资款数百万元，仅用时35天帮助企业摆脱了困境。

“在杭州法院，这样被快速‘治愈’的企业并非个例。富阳区人民法院也通过‘预重整+重整’，帮助一家高新技术机械企业在两个月内重整行装再出发。”杭州市中级人民法院破产法庭庭长夏文杰告诉《法治日报》记者。

据介绍，在社会经济活动中，中小微企业活跃程度高，但抗风险能力相对弱，更易陷入困境，但暂时面临财务困境的企业可能仍然具有发展前景和挽救价值。如何精准识别、分类施策，提供高效能动的快速拯救司法服务，成为新时代破产审判工作的重大课题。杭州法院构建中小微企业快速拯救机制，为困境企业破局重生注入司法动能。

杭州临安某科技有限公司是一家生产、加工、销售铝、钨金属制品的科技型小微企业，成立于2007年，其技术专利能够解决节能灯行业的废酸污染排放问题。2020年，企业因涉及帮助他人担保债务和经营不善，导致资金链断裂，生产难以为继，技术人员纷纷出走。“空落落”的公司很快被债权人起诉，申请对企业主要资产进行保全查封和执行拍卖。

“当时企业的土地和房产均被抵押给了银行，账面只有400万元资产，而负债高达3000多万元，预计在破产清算条件下，普通债权清偿率为零。”回想起刚受理该案件时的情况，杭州市临安区人民法院民二庭王浩法官记忆犹新。

临安法院秉持“法护营商”理念，依托“企业挽救价值估值系统”，充分考量企业资产状况、生产技术，特殊经营资质等19项参数指标，突破有形资产的价值范畴，深挖企业无形资产价值。经过估值系统“全面体检”后发现，该企业目前虽然账面资产不足，但核心生产专利技术有竞争优势，商标享有一定行业知名度，客户和销售市场相对稳定，具有较大的潜在运营价值。

于是，在法院的专业指导下，破产管理人拟定和解计划草案，获得债权人高票通过。至2023年年底，《和解协议》确定的3年共36期还款方案到期，债务人按约全部履行完毕，累计清偿金额800余万元。该企业2024年被评为浙江省专精特新中小企业。

杭州中院副院长池海江表示，破产审判从来不是一破了之，而是探寻破与立的辩证法。接下来，杭州法院将进一步完善中小微企业快速拯救机制，加大挽救力度，加快解困速度，高标准打造破产司法保护领先地，助力培育市场化、法治化、国际化营商环境。

『预重整+重整』，三十五天助企业摆脱困境

杭州法院构建中小微企业快速拯救机制

欢迎订阅2025年

法制与新闻 半月刊

★荣获全国法制类好期刊奖、第二届国家期刊奖百种重点期刊★

以“锐度法治故事，独家社会观察”为办刊特色的《法制与新闻》杂志由中央政法委机关报《法治日报》主办，创刊于1993年，全铜版纸印刷，是面向全国公开发行、以法治为特色的时政类半月刊。

新的一年，《法制与新闻》团队将携手法治日报社中国城市管理法治研究中心，共携旗下《法制与新闻》杂志、法治网“城市治理”频道、法治号“法新快讯”栏目、法制与新闻网、法制与新闻公众号等媒体平台，一如既往地服务读者、拥抱新时代。

各地邮政窗口均可订阅
国内邮发代号82-588
征订热线：010-84772290



付款后请将支付凭证及收件人地址信息
发至邮箱：fx84772290@sina.com



欢|迎|订|阅 2025年

法人FAREN

全国各地邮政局（所）均可订阅
邮发代号：2-886
征订热线：010-84772782



扫码订阅



微信关注



以法治视角观察财经事件