

# 扮醜博出位、炫富吸眼球，低俗直播誤導兒童三觀

一面是低俗直播屢屢“刷新下限”，一面是兒童觸網年齡不斷降低。近年來，網絡監管環境與內容生產要求趨嚴，但不少低俗直播仍然屢禁不止、頻頻“鑽空”，對孩子的身心健康與思想觀念帶來傷害。將低俗直播擋在圍欄之外，緣何這麼難？

## 獵奇審醜，低俗直播屢禁不絕

北京市消費者協會和河北省消費者權益保護委員會曾在去年“雙11”期間聯合組織體驗調查人員開展直播帶貨消費體驗調查活動，調查結果顯示，在100個直播帶貨體驗樣本中，有33個涉嫌存在言行低俗等違法違規問題。低俗直播不僅擾亂網絡環境，更容易給已成網絡“原住民”一代的兒童帶來不良影響。

——豪宅名表，炫富成風。豪車奢牌做陪襯，私人飛機成“背景板”……一些主播在直播中貌似無意地大秀“豪華日常”。一位擁有近300萬名粉絲、獲贊超4000萬次的主播曾推出多期題為“你這一身穿搭多麼錢”的視頻，實際上并非穿搭推薦，而是“炫富秀場”。一期視頻裏，一位年輕女性全身穿搭估值3.2萬元左右；另一期中，自稱18歲的主人公在豪車“加持”下身價更是超過204萬元。不少網友回復稱“看得我都自卑了”“這就是我夢想中的生活”，流露出對“拜金”生活的羨慕情緒。

“之前有位來諮詢的孩子受炫富直播影響，認為學習無用，成為主播反而可以輕鬆賺錢、獲得社會認可，平時不僅不出現厭學情緒，還形成了追求消費主義、享樂主義的價值觀。”中國心理學會科普及心理講師培訓導師王春誼說，近年來，類似的案例不在少數。

——低俗“PK”，打“擦邊球”。在高額“打賞”的利益驅使下，某短視頻平臺兩位網紅主播此前在“直播PK”時玩起低俗懲罰，獲勝方要求落敗方女主播直播“睡裙衝涼”，打軟色情“擦邊球”；寧夏一位主播馬某在與其他主播“直播PK”勝利後出言辱罵對方，並在直播過程中多次做出不文明動作。

“一些主播信奉流量至上，靠‘三俗’博出位，認為流量就是賺錢的‘密碼’，這種畸形價值觀導致了不少直播亂象的出現。”中國政法大學傳播法研究中心副主任朱巍說。

——“祖安”言語，戾氣極重。一些知名主播在直播中與粉絲“開麥”互罵、言語粗俗，臟話穢字不斷，直播評論區更是淪為“重災區”，不少網友互打“口水戰”、對主播惡意謾罵，將直播平臺當作發泄情緒的出口。

## 用戶低齡化，監管“打地鼠”

多位專家指出，兒童心智尚不成熟，對網絡亂象缺少鑒別能力，低俗直播不僅容易耽誤兒童學業、影響身體健康，還容易對孩子三觀的樹立和未來擇業等造成負面影響。相關部門雖然頻出實招，但對低俗直播的管理如同“打地鼠”，不少亂象仍然難解。

——直播內容監管難。天津財經大學商學院互聯網信息與用戶行為研究中心主任陳旭輝表示，從技術角度看，直播內容監管難度高。此外，由於直播結束後一般難以“回放”，一些主播還會通過換號刪帖、變裝改名等方式逃避監管封號等處罰。

“錄播的短視頻在上傳過程中，平臺可以逐幀對畫面和聲音進行技術審核；而且錄播視頻可以剪

輯，對內容把控更好。但直播是實時播出的，實時審核監控難度更大，一些主播會露出低俗化的‘狐狸尾巴’。”陳旭輝說。

——低俗內容舉報難。不少網友表示，在直播中遇到低俗內容時，舉報常常因舉證不足而以失敗告終。21世紀教育研究院院長熊丙奇認為，我國近年來一直在治理網絡色情、暴力等低俗內容問題，但採取集中治理方式較多，難以形成長效機制。一些直播、短視頻平臺為快速擴張，可能會利用制度上的漏洞打“擦邊球”。

——家庭管理約束難。“孩子和爺爺奶奶在老家，奶奶經常刷視頻，孩子也跟着看。短視頻平臺的操作便利，孩子看着看着就搶過來放不下了，不給她手機還會哭鬧。”廣州“寶媽”陳女士說。

“從大環境上看，‘新晉家長’一代本身經歷了網絡時代的變革，工作生活中精神壓力也較大。在受到直播、短視頻等網絡潮流裹挾和影響的同時，也有部分家長從中尋求娛樂刺激，很容易在潛移默化中將使用習慣和娛樂方式傳導給孩子，因此對孩子的約束管理能力有限。”王春誼說。

## “青少年模式”為何頻“攔淺”？

為應對直播管理方面存在的諸多難點，近年來，各大短視頻平臺紛紛推出青少年模式，對兒童觀看的内容、時間等進行限制，起到了一定“把關”效果。在防沉迷、保護青少年兒童身心健康方面被社會寄予厚望。然而，自上線以來，也有不少家長反饋稱這一“防護機制”因種種原因時常“失靈”。

——全憑自覺，切換模式非強制。記者發現，多家短視頻平臺無需登錄便可以“游客”身份瀏覽直

播、使用視頻搜索功能，在未登錄的情況下，兒童使用時長和觀看內容並沒有分類限制；此外，雖然不少短視頻平臺會彈窗推薦提醒青少年模式，但可點選“我知道了”予以忽略。《青少年藍皮書：中國未成年人互聯網運用報告（2021）》顯示，僅有32%的未成年人在上網時經常和總是主動選擇“青少年模式”。

業內人士介紹，在有“游客模式”的情況下，用戶可以不登錄就體驗產品，有助於產品的留存，如果改換成必須先登錄才能使用產品，產品的使用邏輯就會發生改變，因此不少平臺不願這樣做。

——因噎廢食，內容功能存缺陷。多位專家指出，不少平臺的青少年模式與普通模式內容新穎程度、使用體驗差距極大，也是導致不少兒童想方設法“繞開”該模式的原因。

“區分內容固然是好事，但一些短視頻平臺的青少年模式就像幼兒模式，很多想學習了解的正常內容也無法進行搜索，感覺平臺在判定哪些資源適合青少年兒童瀏覽時存在偏差。”曾使用青少年模式、目前升入大學的張同學說。在短視頻平臺工作多年的羅先生表示，由於青少年模式下查看評論、關注創作者等不少基礎功能難以使用，青少年的使用意願也會受到影響。

——“分攤時間”，平臺之間難聯動。多位家長表示，短視頻直播平臺不止一個，雖然點選青少年模式後，一些平臺會對孩子的使用時間進行限制，但有時孩子會在不同平臺分別瀏覽，一天算下來也能玩上好幾個小時。“在沒有家長監督的情況下，孩子還是很容易沉迷，感覺青少年模式的效果不太理想。”天津家長華威說。

## 織密攔截低俗侵擾的防護網

多位專家呼吁，從監管、法律、社會等多層面整治低俗直播，為兒童健康成長保駕護航。

從監管層面上，陳旭輝建議構建起“事前、事中、事後”的全流程管控模式。“事前需築牢主播的準入門檻，直播就像辦‘小電臺’一樣，應在判定審核直播內容的基礎上，對主播的個人資質提前把關審核；事中可以完善暢通用戶投訴渠道，目前直播打賞位置突出、投訴按鈕却難尋，應以用戶反饋促進雙向評價機制的形成；事後相關部門可通過留存分析後臺的錄音錄像，加強對直播內容的‘復盤’，並通過‘紅黃牌’機制對違規主播進行警示或封號處理。這些全流程監控數據可以形成主播資質標籤，便于用戶識別，也對主播形成約束力。”陳旭輝說。

從法律層面上，陳旭輝認為應將未成年人保護法嚴格落實執行到位，及時通報曝光對兒童身心健康造成不良影響的直播案例的處理情況，起到震懾作用。“廣告法、未成年人保護法、網絡安全法等內容中已添加了一些關於直播的規定內容，但針對兒童網絡安全、數據安全的相關規定仍然較少。”

從平臺技術層面上，專家建議推動短視頻平臺堅決執行分級分類管理，讓“青少年模式”落到實處。“目前我們對兒童玩網絡遊戲的時長做了明確規定，在直播短視頻領域，也可以參考制定類似的規定，防止兒童過度沉迷。”朱巍說。

從學校與家庭角度上，專家建議教師、家長盡量協調線上線下的學習與娛樂時長，充分考慮到孩子的自制力，避免兒童對網絡過度依賴。

# 誰能拯救“睡不好覺”的中國人？

3月21日是第22個世界睡眠日。中國睡眠研究會等機構發布的《2021年運動與睡眠白皮書》數據顯示，當下中國有超3億人存在睡眠障礙。對睡眠產品的需求也因此而龐大。艾媒諮詢數據顯示，2021年國民對助眠產品考慮且購買的意願較高，達到40.36%。

睡眠障礙中最嚴重的疾病之一是阻塞性睡眠呼吸暫停(OSA)，該疾病指患者睡眠時周期性地出現部分或完全的上呼吸道梗阻，以呼吸暫停和低通氣為特徵的疾病。

《臨床麻醉學雜誌》介紹到，中國成人OSA總患病率為3.93%，其中男性為女性的2.62倍，合并OSA的患者圍術期併發癥顯著增多，死亡率顯著增高，該類患者均應被列為麻醉的高危患者。

睡眠和呼吸領域品牌瑞思邁的中國公司總經理劉丁透露，《Lancet Respir Med》2019年“阻塞性睡眠呼吸暫停與全球經濟負擔”報告顯示，中國的OSA患病人數已達1.76億，居全球首位，其中需要積極治療者超過6600萬。然而，OSA在中國的檢出率很低，僅在1%左右。

並且患有OSA的群體中，年輕化的趨勢日漸嚴重，甚至出現了不少學齡前兒童患OSA的情況。Amazfit米動大數據調查顯示，201

年失眠人群正在增加，經常失眠比例增加至36.1%，90後失眠比例增長至36.7%。

睡眠對慢病的作用也不容忽視。“OSA對患者最大的影響就是降低血氧，從而導致以大腦為主的各種器官缺血。”劉丁說到，間歇性低氧會通過增加基因突變頻率、促進內皮細胞增殖、刺激活性自由基生成等多個途徑參與了腫瘤的代謝、增殖凋亡和血管生成等發生發展的過程。

《中國循環雜誌》曾透露數據，西班牙學者對4910例阻塞性睡眠呼吸暫停患者平均追蹤4.5年的研究顯示，腫瘤發病率與90%的夜間血氧飽和度時間(TS90%)獨立相關。而在高血壓、心力衰竭、冠心病、肺動脈高壓、心房顫動、腦卒中等心血管病患者中更是有40%~80%合并阻塞性睡眠呼吸暫停。

劉丁表示，睡眠相關的疾病比較隱性，相比較腫瘤、糖尿病等常見病種，無論是在民衆的關注度層面還是在醫療行業相關的流行病學研究方面都相對較少。但是近年來，民衆對睡眠的意識在慢慢提高，國家衛健委等官方部門對睡眠健康、睡眠衛生的意識在逐漸重視。互聯網商業諮詢平臺頭豹研究院公布的《2020年中國睡眠經濟行業短報告》顯示，到2024年，睡眠

產業可以達到5500億。

劉丁介紹到，睡眠產品主要分三類，第一類是與睡眠相關的消費品，如枕頭、床墊等。但這些產品祇能起到輔助作用，並不與OSA直接掛鉤，也並不能治療疾病。第二類為睡眠監測產品，如可穿戴手環、手表等；第三類為通過國家醫療器械註冊，受國家認可的醫療器械的產品。記者發現，目前還有部分商業機構以app的方式盈利。睡眠領域有幾種數字療法，這種療法也需要像一款藥物一樣經過研發、臨床試驗、市場準入許可的步驟後才能銷售和使用。

但不可忽視的一件事是，睡眠相關的產品需求增長過快，商家“一擁而上”，市面上也出現了一些良莠不齊的情況。阿裏健康研究院最新數據顯示，在天貓平臺，睡眠儀年成交同比增長914%。天貓健康數據顯示，90後購買止鼾儀成交數同比增長近七成，其中，三線城市成交增幅最高，達到120%。

在淘寶上搜索可發現，與“打呼嚕”相關的關鍵詞都是“神器”等，例如“封口神器”，以讓嘴巴閉合的方式“解決”打呼嚕的問題，魔術貼防張嘴、止鼾貼、止鼾夾、止鼾牙套等等。然而，這些所謂“神器”並不全都是經過權威認證、受醫生認可的產品。

# 許家印現身恒大汽車動員會：大幹三個月，一定要實現量產！

3月22日晚間，恒大集團董事局主席許家印沒有參加中國恒大(03333.HK)召開的全球投資者電話會議，而是參加了恒大新能源汽車集團召開的“大幹三個月 實現恒馳5量產”動員大會。

“汽車集團要日夜奮戰，努力拼搏，大幹三個月。6月22日，一定要實現恒馳5的量產，為恒大汽車產業健康持續發展奠定堅實的基礎。”許家印說。

## 知情人士：新車將於今年第三季度上市并開啓交付

日前，在工信部發布的獲許可的《道路機動車輛生產企業及產品》(第353批)上，恒大新能源汽車(天津)有限公司的恒馳牌純電動多用途乘用車——HDE6470(恒馳5)位列其中。這意味着，恒馳5已通過工信部新車一個月公示期，具備銷售資格。

“目前，天津生產基地已開始生產恒馳5，預計在今年第二季度內正式開啓預售。”一位接近恒大汽車的知情人士在記者採訪時表示，新車將於今年第三季度上市并開啓交付。

值得一提的是，早在今年年初，恒大汽車就開始以高于行業兩倍的底薪對外招聘有汽車行業銷售經驗的銷售顧問。

從恒大汽車發布的招聘海報來看，恒大汽車招聘的汽車銷售顧問工作地點涵蓋北京、上海、廣州、天津、深圳、鄭州、杭州、成都、重慶、武漢、南京、長沙、西安、合肥和海口，共計15個城市。

不僅如此，恒馳品牌銷售渠道也開始搭建，并計劃在恒馳5開啓預售前建成首批恒馳展示體驗中心。

據悉，恒馳品牌計劃籌建36個

恒馳展示體驗中心、1600個恒馳銷售中心、3000個自建及授權維修售後服務中心。

許家印曾提出，到2025年，公司汽車產銷目標要超100萬輛；到2035年，其產銷量要超500萬輛。

## 恒大境外直接債務約217億美元

另外，3月22日晚間9時，已停牌兩日的中國恒大召開全球投資者電話會議，公司高管團隊針對近期經營進展及債務重組推進情況，做出必要說明。

參與此次會議的有中國恒大集團執行董事肖恩、非執行董事梁森林以及副總裁(香港公司總裁)黃賢貴。

恒大執行董事肖恩透露，今年1月26日召開第一次債權人電話會議以來，公司不遺餘力穩定生產運營，積極溝通，集合各方面力量，推進相關工作，在努力復工復產保交樓的基礎上，重點評估財務情況，力爭在7月底提出債務重組方案。

根據肖恩披露的數據，恒大境外直接債務折合約217億美元(包括主體公司142億境外債券、旗下一家公司52億美元境外債券、私募融資和項目融資33億美元等)。

據透露，截至3月22日，恒大和中介團隊通過線上平臺已和89家境外債券機構以及個人債權人取得溝通、聽取意見。

對於紓困方式，恒大方面表示，正在努力接洽第三方投資者，推進恒大物業(06666.HK)和恒大汽車的重組及戰略投資者引進工作，以實現各方利益最大化。後續，恒大將根據工作情況，按照香港聯交所要求，及時披露重大進展。

