

场景是搭的、故事是编的、人设是假的,有人发布虚假视频营销牟利

虚假摆拍直播,是“种草神器”还是不当营销?

本报记者 陈丹丹

“技术高手”“某大型科技公司前首席女技术黑客”……在某短视频平台,一位主播凭借“稀缺人设”发布多条推广视频走红网络,一度引发社会关注。

近日,据国家市场监督管理总局通报,该视频实为某企业发布的虚假摆拍内容,案涉主播及所属企业通过刻意营造虚假悲情氛围蹭热度、博眼球,诱导网民购买课程,牟取利益。

如今,短视频、直播的营销方式成为互联网购物的“种草神器”。然而,搭场景、编故事、立人设……通过拍摄虚假短视频引流、营销策略是否违法?谁来为虚假摆拍直播的行为承担法律责任?记者对此进行了采访。

发布虚假视频牟利被处罚

10月27日,国家市场监督管理总局发布的一则通报显示,湖南长沙市场监管部门近期会同属地公安机关,查处了上述某企业内员工虚构身份发布虚假广告一案。

根据查明事实,案涉企业并未聘请其所称的“某大型科技公司前首席女技术黑客”,视频中的女主播也并非“女技术黑客”,视频表述内容与实际情况不符,这种行为误导了网民、扰乱了公共秩序。最终,市场监管部门对该企业处以罚款20万元,并责令其立即停止违法行为,删除全部虚假视频。

每次刷到这类新闻,来自河南南阳的吕女士都颇有感触。“我母亲之前关注了一位自称是减重专家的短视频博主,非常信任他,经常看他的视频和直播。”吕女士告诉《工人日报》记者,其母亲年初从该博主的账号橱窗购买了一款某品牌“减肥肚脐贴”,产品宣称将一颗黑色药丸置于肚脐处,再贴上“草本贴”后,即可达到治疗湿重虚胖、体虚疲惫、油腻长痘的效

阅读提示

专家表示,针对虚假人设相关的不当营销,平台应对商品予以下架并限制账号功能,同时由相关部门追究账号运营主体的行政或民事责任。若情节较为严重或涉及数额较大,还可能涉嫌诈骗,相关主体或将面临刑事处罚。

果。“但是,母亲买回来贴了没几天,肚脐周围就发红发痒,像是过敏了。”吕女士说。

事后,她与该博主联系退款。对方称,商品已打开使用,且不符合“七天无理由退货”规则,拒绝退款。反复沟通之后,该博主才答应吕女士“退货退款”的要求。

记者以“虚假人设”为关键词在某消费者投诉平台检索发现,截至11月10日,该平台有217条投诉包含该关键词,其中多条投诉涉及短视频平台或直播间。部分投诉称,“主播编造剧本,打造虚假人设、制造矛盾冲突却不提示”“编故事忽悠人”。

虚假人设或构成不当营销

记者发现,有MCN机构专门提供设计人设的服务。记者以素人博主身份联系到一家宣称已服务“2000+企业商户网达人”的MCN机构。对方表示,可提供包含“账号搭建”“人设定位”“内容运营”等全流程的“陪跑”服务。在费用方面,个人IP方案定制费用750元,3个月“陪跑运营指导”费用2950元,1年“陪跑运营指导”费用9850元。

在该机构提供的“成功案例”中,记者看到,母婴、健康、美食、宠物、三农等多个领域均有涉及。对于记者提出的“没有经验,能否重新设计人设”的要求,该机构工作人员表示会再重新设计一个方案。

记者梳理公开案件发现,通过虚构场景、捏造剧情等方式打造虚假人设牟利是一些不法分子的常见套路。2024年3月,四川省乐

山市公安局沙湾区分局破获一起网络虚假广告案。该案中,犯罪嫌疑人拍摄多条包含“视觉贫困”“自家种植”等虚假信息的短视频,打造“助农解困”等虚假人设,带货销售额超400万元。犯罪嫌疑人因涉嫌虚假广告罪被公安机关依法逮捕并移送检察机关审查起诉。

“通过虚假人设引流牟利的乱象,是对社会善意和信任基础的透支。”北京泽盈律师事务所律师林岫认为,这将导致真正的弱势群体在求助时面临信任危机,“即使他们说的是真话,也无人再相信”。

林岫认为,上述行为“还可能直接欺诈骗害消费者的财产,同时也可能侵犯残疾人、重症患者等特定群体的名誉权”。

对此,北京大学法学院教授、北京大学电子商务法研究中心主任薛军告诉《工人日报》记者:“长期来看,通过虚假人设博得同情的行为,将会破坏消费者的信任基础。即便该博主销售的产品质量本身没有问题,其打造虚假人设的行为也可能构成不当营销。”

打造虚假人设牟利谁该担责

主播、平台、MCN机构……谁该为虚构人设引流牟利的行为担责?相关主体需要承担哪些法律责任?

北京师范大学法学院博士生导师、中国互联网协会研究中心副主任吴沈括向《工人日报》记者表示,判断人设是否合法需核实人设是否真实、人设与牟利之间是否存在因果

关系,进而认定责任主体,明确追究责任的法律依据。

“需要注意的是,即便没有通过虚假人设直接牟取经济利益,但相关视频或直播内容涉及侮辱英烈、挑起民族对立、危害社会治安秩序等,也需承担相应的法律责任。”吴沈括说。

今年10月,中央网信办发布的“清朗·整治网络直播打赏乱象”专项行动相关文件中提到,将重点整治“虚假人设诱骗打赏”等问题。例如,通过营造“贫困户”等虚假人设,冒充军人、教师、医生等身份,编排“家庭不幸”“暴力霸凌”等虚假剧情,或使用AI技术生成虚假内容,诱导用户打赏等。多家平台针对虚假人设发布了治理公告。

薛军认为,针对虚假视频等不当营销,平台应对商品予以下架并限制账号功能,同时由相关部门追究账号运营主体的行政或民事责任,“若情节较为严重或涉及数额较大,还可能涉嫌诈骗,相关主体或将面临刑事处罚”。

“依据电子商务法和反不正当竞争法等相关规定,MCN机构可能需承担连带责任,同时面临行政监管风险。”林岫分析说,在司法实践中,MCN机构作为资本和组织方,往往拥有更强的偿付能力,因此会成为受害者追索和监管执法的重点。

针对平台是否担责这一问题,林岫表示,“一般情况下,平台通过‘通知——移除’可以免责。但如果平台明知或应知虚假人设内容的存在,却未采取必要措施,则需承担相应的法律责任。”对此,吴沈括建议,政府可以进一步明确相关规则及行为红线,MCN机构需要做好对生产设计的把关工作,确保内容的合规性。

对于主播从业者,林岫提醒,主播在发布任何可能引发公众同情和捐助的内容前,应对信息源进行核实,保留所有证明材料和沟通记录。此外,他还建议主播在与MCN机构签约及策划大型活动时,聘请专业律师对内容合规性进行审查。

89件违规使用食品添加剂案被迫刑责

本报讯(记者蒋蕊)记者从市场监管总局近日召开的食品安全专题新闻发布会上了解到,目前,全国市场监管部门已查办超范围、超限量使用食品添加剂案件13180件,涉案总金额2331万元,罚没金额9038万元,其中89件移送公安机关依法追究刑事责任。

食品添加剂作为食品工业发展的产物,具有改善品质、延长保质期、便于加工等作用。合理规范使用食品添加剂,有助于保障食品安全。

据介绍,今年前三季度,全国市场监管部门完成的抽检任务中涉及食品添加剂项目227.45万批次,检出不合格2.12万批次,不合格率0.93%,比上年同期下降0.02个百分点。

从抽检结果看,饮料、炒货食品及坚果制品、乳制品等7个大类食品未检出不合格样品;粮食加工品、糕点、饼干等14个大类食品不同程度检出食品添加剂违规使用,主要不合格项目是漂白剂二氧化硫、甜味甜蜜素、防腐剂脱氢乙酸钠。

山东共有2.5万余家食品生产企业,数量占全国的十分之一。山东省市场监管局副局长张晖介绍,针对食品分类不清、原料带人不明等问题,山东创新推出“三定三查一检”制度,要求企业通过定食品分类、定用量、定配方的“三定”,明确允许使用的添加剂品种和合法用量;通过查进货、查使用、查标签的“三查”,规范原料查验、投料和标签标注;通过“型式检验”,验证产品配方和生产过程管控的合理性、有效性,实现从原料到出厂的全链条管理,从源头拧紧食品添加剂使用“安全阀”。

以案说法

以“揭露真相”为名公开他人隐私,合法吗?

本报记者 周倩

因与前同事发生争议,王某在社交软件上公开前同事的职业、工作单位等个人隐私,被前同事以侵犯隐私权为由诉至法院。近日,记者从北京市第四中级人民法院获悉这起网络侵权纠纷案。

法院认为,“个人维权不得以侵害他人合法权益为代价”。判决认定王某侵犯了他人的隐私权,应公开赔礼道歉,并支持部分精神损害抚慰金。

【案情介绍】

余某与王某曾经是同事。2022年5月,余某使用实名认证微博账号发布内容,质疑王某冒充空姐销售减肥产品,并附有王某身着制服的照片。随后,王某在微信工作群、朋友圈公开余某的微博截图,披露其职业、工作单位,并配文“公司竟然会有这种人”。

2023年,王某另用微博账号发布案件判决书内容,再次公开余某的姓名、职业及工

作单位。余某以王某侵犯其隐私权、名誉权为由,诉至法院要求王某赔礼道歉、赔偿精神损害及维权费用。

【庭审过程】

一审法院经审理认为,余某职业、工作单位、诉讼等信息属于个人信息中的隐私信息,王某未经允许将其公开在其朋友圈,该行为侵犯余某隐私权。一审判决王某在其朋友圈置顶公开向余某赔礼道歉,并支持部分精神损害抚慰金。

王某不服,向北京市四中院提起上诉。二审法院认为,信息是否属于隐私需结合具体场景、当事人主观意愿及传播后果判断。隐私信息的核心并不仅仅在于信息“是否为人知晓”,而在于权利人对其私人信息的控制权。即,个人有权决定何时、何地、以何种方式、向何人公开自己的信息。

民法典对“隐私”的定义是“自然人的私人生活安宁和不愿为他人知晓的私密空间、私密活动、私密信息”。这里的关键是“不愿为他人知晓”。

该案中,王某将“他人”的范畴从“熟人

圈”扩大到“社交媒体的公众视野”,违背了信息主体对信息传播范围的意愿,势必会产生他人生活安宁被干扰的风险。“在熟人圈内已知”并不能自动剥夺信息的“私密”属性,信息局部公开也不意味着丧失隐私保护必要性。王某以“维权”为由公开他人信息,

既非法律允许的合理使用,也超出必要限度。

【审判结果】

北京市四中院认为,一审判决并无不当,因此驳回上诉,维持原判。

【以案说法】

该案通过厘清隐私信息的动态认定标准,推动司法实践从“形式公开”向“实质保护”转变,对规范网络行为、维护私人生活安宁具有示范意义。法院判决突破了对隐私信息的机械认知,确立“场景综合判定”规则,否定“绝对公开论”,明确信息是否属于隐私需结合传播范围、主观意愿及社会共识判断。即使信息已被特定群体知悉,若行为人扩大传播范围并造成生活安宁受损,仍构成侵权。

“个人维权不得以侵害他人合法权益为代价。”北京市第四中级人民法院立案庭庭长张勋缘表示,这是该案的另一个警示意义。即王某以“揭露真相”为由公开他人隐私信息,法院认定其行为不具备正当性。这是回应数字时代隐私保护的需求。在社交媒体环境下,信息传播具有瞬时性和不可控性,该案裁判强调了对“隐性隐私”(如职业、单位等)的扩大保护,为类似纠纷提供参考。

公安部公布打击网上侵权假冒犯罪典型案例

本报讯(记者周倩)记者日前从公安部获悉,辽宁省盘锦市公安局侦破一起假冒注册商标案,抓获犯罪嫌疑人10名,现场查获假冒品牌羽绒服4.1万件,涉案金额5000余万元。经查,2024年6月以来,犯罪嫌疑人徐某等人根据上游团伙订单要求,使用其提供的原材料以及假冒注册商标标识,组织、委托多家工厂生产加工假冒品牌羽绒服,通过物流发回上游团伙后,在线上线下销售。目前,该案主要犯罪嫌疑人已被采取刑事强制措施。

当天,公安部一共公布了8起网上侵权假冒犯罪典型案例。包括销售假冒品牌汽车轮毂、假冒品牌智能马桶,以及制售假冒品牌羽绒服、假冒品牌手表、假冒品牌箱包、伪劣电线电缆等案件。

按照公安部统一部署,各地公安机关持续依法严打利用互联网侵权假冒犯罪活动。今年以来,共立案侦办相关刑事案件2600余起,抓获犯罪嫌疑人1.5万名,集中打掉一批利用网购模式制售假假罪团伙和非法利益链条,维护了消费者和企业合法权益。

公安部知识产权犯罪侦查局负责人表示,公安机关将持续深入推进“昆仑—2025”专项工作,依法严厉打击各类侵权假冒犯罪,积极协同相关部门持续加大整治力度,切实保障广大消费者和各类市场主体合法权益,净化消费市场秩序。同时,公安机关也提示消费者,选择正规平台网店,按需理性消费,警惕欺诈式促销套路,谨防上当受骗。

广西高院发布典型案例助力优化营商环境

本报讯(记者虎慧敏)近日,广西高院从该区各级法院近年来审结的买卖合同纠纷案件中选出具有典型性、代表性、指导性的案例予以发布,充分发挥司法裁判指引作用,助力优化法治化营商环境。其中,“兰某与潘某信息网络买卖合同纠纷案”作为涉互联网买卖合同纠纷案例,涉及的“七日无理由退货”问题具有代表性和典型性。

该案中,潘某在兰某经营的网店订购一套价值188.10元美睫嫁接睫毛工具套装。潘某签收货物并试用过大部分商品后,通过平台与兰某沟通,认为兰某没有注明所售睫毛特性,其试用才知道不合适。要求退货退款未果后,潘某以兰某店铺存在“质量问题”为由向平台售后申请退款,后修改申请为退货退款,平台客服给予其退款188.10元。

兰某通过手机通话、短信、微信等方式与潘某联系。潘某在平台向兰某支付了1分钱,并在微信中向兰某发送包含有侮辱性的表情符号及文字。此后,平台根据潘某的举报,以监控到兰某店铺存在违反客服要求行为,扣除其店铺300元用于售后补偿潘某。兰某以潘某不当投诉为由诉至法院,要求潘某支付货款、赔偿损失并在主流平台以视频形式公开道歉。

法院经审理认为,潘某在签收所购商品7天后才与兰某联系反映商品不合适问题,超出了法定的“七日无理由退货”期限,且所购商品属“一经激活或者试用价值贬损较大商品”,其向商家店铺反映问题和向平台投诉时,已拆封试用了大部分商品,必要的一次性密封包装已被破坏,违反了消费者退回的商品应当完好的要求,且无证据证明商家所售商品存在质量问题。在沟通过程中,潘某向兰某支付1分钱,发送有明显侮辱性质的微信表情符号和文字,系滥用言论自由权利,构成对商家人格权的侵害,应承担相应法律责任。

潘某的上述行为对商家的人格权造成侵害,但未对其名誉权构成损害。法院判决潘某向兰某支付货款并赔偿损失。

甘肃白银检察院、民政局多维度协作“护老”

本报讯 近日,甘肃省白银市检察院与市民政局联合印发《健全完善养老机构安全监管协作配合工作机制》,通过搭建沟通协调、线索移送、法治宣传等多维度协作体系,强化检察监督与行政监管联动,凝聚养老机构监管合力,切实守护老年人合法权益。

据介绍,围绕消防安全、食品安全、护理安全等关键领域,双方联合开展专项治理,消除安全隐患;同时为老年人提供法律咨询、法律援助、心理疏导等服务,并通过送法进机构活动,结合典型案例宣讲提升老年人法律意识与自我保护能力;还将同步搭建一站式涉老纠纷多元化解平台,综合运用调解、法律援助等方式,高效化解矛盾。

在信息互通与风险防控方面,双方也作出详细规定。民政部门需及时向检察机关通报养老机构设立备案、日常监管、行政处罚及重大安全事件处置情况,发现涉嫌犯罪线索时,移送公安机关并同步抄送检察机关;检察机关则通报相关案件办理情况及监管问题,发现养老机构存在安全漏洞或违法违规情形,可向民政部门提出检察建议推动整改。

此外,双方还将协同开展养老机构从业人员法治教育与职业道德培训,重点强化防火、防盗、防骗、防伤害等安全知识教学,并结合典型案例组织负责人及从业人员开展警示教育,以案释法提升守法经营意识,共同筑牢养老安全防线。(王之鸿)

黑龙江鹤岗东山法院巧解执行“税”疙瘩

本报讯 “2000多万元执行款到账,却卡在缴税环节,不仅可能多交滞纳金,公司还面临失信风险!”2025年7月,哈某公司在履行生效判决的金钱给付义务时,因与申请执行人就税款金额存争议,陷入两难。

一边是企业担心逾期缴税成“失信人”,影响后续经营;一边是申请执行人对税款数额有疑虑,不愿贸然缴税。若僵持不下,不仅申请人可能因滞纳金扩大损失,企业的营商信誉也将受损,陷入“经营难”的恶性循环。了解情况后,黑龙江省鹤岗市东山区人民法院法官立足司法服务营商环境的职责定位,主动牵头破局:一边迅速对接税务机关,精准核实缴税政策、滞纳金收取规则,明确“8月15日前不缴税将按日产生滞纳金,系统自动计算”的关键信息;另一边秉持“平衡双方权益、保障企业经营”的原则,反复与双方沟通,传递政策细节、疏导分歧、平衡诉求,切实将优化营商环境的要求落实到案件办理的每一个环节。

从协调企业先将2000多万元执行款全额提存至法院账户,避免利息损失;到推动申请人理解“先缴税减损失,争议后续再解决”,最终同意先行缴纳228万余元税款,法官用“耐心沟通+精准破题”的务实举措,既帮申请人守住了“钱袋子”,避免额外损失,又保住了企业的纳税信用,让其免于陷入“失信”困境,保障了正常经营秩序,正是法院落实“护航企业发展、优化营商环境”工作要求的生动体现。(石宝鑫 包茜)