

拍短视频卖惨 转头就“上链接”

起底虚假人设乱象 悲情背后藏着怎样的生意？

最近,一个叫“小海”的孩子拍短视频含泪求助,说自己的带货比赛只差最后一单,不少人看得心里发酸,点开链接替他补上“最后一单”。可记者调查发现,这个“苦命孩子”的身份和故事,从头到尾都是编出来的——那些看似真实的悲惨身世,不过是用来自博取同情、引流带货的“人设”。悲情背后藏着怎样的生意? 虚假人设是如何打造出来的? 又该如何治理?

用AI视频卖惨欺骗网友

视频里这个带着哭腔的男孩,账号名字叫“小海”,前一个画面中男孩还躺在昏暗的房间内声泪俱下,恳请大家下单支持,下一个画面就坐起来为一种“杂粮饼”产品带货。记者在抖音搜索关键词“小海”,发现大量雷同视频,同一个男孩形象、相似的哭腔、相同的带货模式,连身世都基本一致,都是单亲家庭出身、运动会夺冠、带货比赛还差最后几单。

令人意外的是,不少网友辨认出,这些视频账号里的“小海”,是AI合成的虚拟形象。而每条视频末尾,都会指向左下角购物车。记者看到,从豆浆粉、五谷杂粮饼、抹布,到翡翠吊坠,评论区里已经有不少人因为同情“小海”的遭遇而买单。记者进一步调查发现,“小海”并不是一个人,而是批量复制的同款人设,通过一些AI带货App,换一套背景、改一段台词,就能批量生成一个个新的“小海”。

大量出现的AI医生形象

目前,“小海”账号的带货视频,已在多个平台下架。但同样的AI数字人



用AI合成虚拟形象卖惨带货。

“虚拟人设”,并没有随“小海”账号一起消失。换上白大褂,他们又以“医生”的身份,出现在多个网络平台。益生菌、固体饮料甚至手串,都成了他们口中能“断根”的“神药”。

这些声称能“断根”的产品究竟是什么? 记者注意到,视频中一款声称化解血管淤堵的“紫苏山茱萸归灵颗粒”,外包装明确标注为“固体饮料”;声称“对幽门螺杆菌、胃酸胃痛没有疗效十倍赔偿”的,记者发现实际就是益生菌产品;另一款被说成“断根”血管淤堵利器的,实物就是一串手串。

夫妻摆拍卖惨视频引流带货

除了AI生成的形象,记者还注意到另一类内容:有博主记录自己在深山救助一名流浪女子,有的讲述被家人抛弃,还有未成年人频繁出现在画面中,画面里的场景和人物,都是实拍。这些内容究竟是真实遭遇,还是有人自导自演?

近期,记者在快手平台关注到“傻

哥从新开始”这个账号。博主早期的作品,主要是搭建野外起居场地、进山采蘑菇等生活分享,自称希望靠售卖山货还债。而今年8月30日的一条视频中,突然出现了一位状态异常的“流浪女”,视频下方标注“记录真实生活”。记者发现,自此之后,这名所谓“流浪女”再也没离开过镜头,成为博主连续发布视频的主角。

记者注意到,该账号粉丝量短时间内涨到了29.2万。博主发的一些内容也引发了不少网友关心,“这个女的是谁呀,是不是他媳妇”“赶快送救助站”“报警报警”……面对这些疑问,博主始终没有交代。

在粉丝关注增多的同时,博主账号店铺的商品链接也从7件增加到了12件,账号首页显示,该店铺近期销量超过84%同行。不少网友在评论区质疑视频是“剧本演绎炒作”,怀疑流浪女的病情并非真实。记者将涉嫌虚假摆拍的视频向平台举报,并将相关线索提供给公安机关。牡丹江网安部门立即对该线

索开展侦查,查明视频中的郑某、刘某二人实为夫妻关系,为了吸引流量进行直播带货,2026年8月30日至2026年10月22日期间,在牡丹江东宁市绥阳镇租房居住,摆拍卖惨视频,并利用多个账号连续发布一系列以“深山救助流浪女”为内容的短视频。属地公安机关对两人发布不实信息扰乱公共秩序行为处以行政拘留的处罚。

专项行动整治虚假人设乱象

一条虚假人设视频,从拍摄、发布到带货变现,涉及博主、账号运营机构、平台等多个环节。责任该落到谁头上,又该如何治理?

中国社会科学院大学互联网法治研究中心主任刘晓春认为,虚假人设带货,消费者会下单是因为对虚假的人设产生了信任,进而产生了同情等各种各样的情绪,他的信任是基于虚假的内容去形成的,所以同样会构成虚假宣传。

记者调查发现,“虚假人设”类的账号背后,往往还有脚本、教程、代运营和批量注册的矩阵账号。而从作品发布、流量推荐到商品链接,每个环节都依托短视频平台完成。那么,平台针对这类虚假内容,是否建立了相应的识别、认定与监管机制? 记者调查了解到,各平台都会有核实处理机制,快手平台客服同时介绍,如直播场次太多,可能不是每一场次都能监测到,建议网友随时举报处理。

今年1月至5月,中央网信办指导网站平台清理虚假摆拍等违规短视频52万余个,严惩违规账号6.8万余个。今年9月底,中央网信办在全国范围内部署开展为期两个月的“清朗·整治短视频虚假人设乱象”专项行动,重点整治假扮弱势群体、虚构职业资质、利用AI等仿冒人物、编造冲突剧情等问题。

文图据央视新闻

医保钱包上新,为家庭健康加码

■本报评论员 王学义



制图 宋平艇(豆包AI)

让远在他乡的子女,多了一条为家人落实保障的便捷渠道。

跨省共济在全国铺开,是人口大规模流动时代的必然选择。今天,跨省就业生活早已成为常态,但亲情的纽带从未因距离割断,家庭风险共担的需求一直存在,医疗保障服务本就不该被地域束缚。根据《2025年全国医疗保障事业发展统计公报》,当年职工医保个人账户

收入6390.69亿元,个人账户支出5782.28亿元,当期结存608.41亿元,累计结存15080.16亿元,不少资金具备盘活空间。将这部分资金,转化为看得见、摸得着的家庭医疗支持,契合民生期待,也是优化医保资源配置的务实之举。

这项惠民改革走的是渐进稳妥、逐步推进的路子。2021年,职工医保个人账户使用范围从参保人本人,扩大到至

配偶、父母、子女;2024年,共济亲属范围进一步拓展到全体近亲属;地域上先推开省内共济,再走向全国通办。每一次扩容,都回应着流动家庭朴素的心愿,让一家人的健康守望,不再受地域限制。

适老老龄化社会的需求,医保钱包2.0配套了贴心的适老化举措。开通共济关系后,身在省外的老人只需刷自己的医保码,就能使用子女设置的共济额度结算,不用来回跑腿报销。办理渠道兼顾线上线下,国家医保服务平台App、支付宝小程序均可操作,线下经办窗口也同步保留。这样双线并行的设计,透着浓浓的便民思维。当然,政策红利能否直达人心,关键要看落地的“最后一公里”。如何让不会使用智能手机的老年人顺畅用上这项服务,仍需要各地在细节上持续打磨。

推动医保钱包2.0跨省共济落地,是顺应时代需求的民生实招,让医保个人账户真正成为温暖的“亲情钱包”。期待伴随改革持续推进,服务细节不断完善,这项惠民举措将走稳走实,更好守护千家万户的健康,持续为家庭健康加码。