

给明星广告代言戴上“紧箍咒”

近日，市场监管总局会同中央网信办、文化和旅游部、广电总局、银保监会、证监会、国家电影局等七部门联合印发《关于进一步规范明星广告代言活动的指导意见》。其中明确，明星应当严格遵守相关法律法规规定，做到依法、依规、诚信开展广告代言活动，不得为未使用过的商品作推荐、证明。

《指导意见》充分整合现有法律法规和政策性文件，综合运用市场竞争、行业管理、监管执法、行业自律、社会监督等多种措施，构建起规范明星广告代言活动的治理体系，为维护好明星代言领域清朗空间提供新的制度支撑。

企业花钱请明星进行代言合作，目的是借助明星的人气和声誉，提升品牌和产品的关注度、美誉度，从而获得更大的市场份额。明星代言优质的品牌和产品，也能提升明星的形象和热度，对明星的事业发展有帮助。可是，现在很多明星代言出现问题，给消费者、投资者带来巨大损失，明星却风轻云淡地一句抱歉了事，至多在社会舆论的压力下将代言费退还，并不会给自己造成多大影响，转身就去接下一个代言广告了。

此前，针对明星代言的监管力度不足，往往依赖于他们的道德良心去选择优质产品代言。现实却未能如人所愿，在经济利益的诱惑下，许多明星并不曾仔细考察代言产品的质量以及厂家的信誉度，也未曾使用过代言商品，只追求高额的广告代言费，丧失了基本的道德信用准则，导致明星代言失控，品质难以保障。一旦发生产品质量事故，明星并无经济损失，消费者却要承担后果，这显然不合理。

此前，很多明星在代言P2P理财产品时，自己并未真投钱进去，自身也缺乏理财能力，结果无法辨识真伪，只是照本宣科为其引流，导致很多轻信明星的投资者血本无归。还有明星代言普通消费品，但自己并不使用，只是按照厂商的文案，夸赞产品性能，假如名不符实的话，就可能涉嫌虚假宣传。因此，要求明星遵循“未使用不代言”的原则，不仅是为了维护消费者权益，实际上也是保护明星利益，避免掉入厂商陷阱。

《广告法》对广告代言人规定了义务：不得为其未使用过的商品或者未接受过的服务作推荐、



资料图片

证明。明确虚假广告造成消费者损害的，代言人需承担连带责任。显而易见，明星如果未使用代言商品涉嫌违反广告法。因此，多部门联合印发指导意见是给明星代言戴上“紧箍咒”，防范明星滥用自身“光环”，牟取不合理、不合法的代言费用。同时，亦给明星代言划出规范标准，需要走合规路线，避免发生违法代言的情况。

明星需要爱惜羽毛，谨慎选

择代言厂商和产品，主动遵守代言标准，规范自身行为，以免触碰法律红线。同时，监管部门也要严格落实指导意见，严厉打击明星违规代言行为，如果明星替商家做虚假宣传，踩踏法律红线做违法代言广告，不惜以身试法获取非法利益，令消费者蒙受实际损失，甚至造成健康损害伤害，必须依法依规严厉处罚，以达到震慑明星的效果。

据北京青年报



往届乌镇戏剧节古镇嘉年华现场 乌镇景区提供

乌镇戏剧节 为什么有那么多年轻人愿意买账？

年轻人对乌镇戏剧节的热衷，九年如一日。

前几天，第九届乌镇戏剧节开票。不到半小时，所有剧票都已售罄。据相关数据显示，单剧最快售罄时间为7.07秒，全网购票参与人次达26万余。

社交平台也热闹了起来。抢到票的兴奋宣告，呼朋引伴相约去看戏；没抢到的，四处打听有无余票。有网友评论：有票就去，上班请假也行。随即有人回复：没抢到票也值得去！

事实上，各类“节”很多，为何曾被冠以“高门槛”“小众”等标签的戏剧节受热捧？为何乌镇戏剧节成为

请假也要参与的盛会？

有人说，那是因为能在乌镇戏剧节见到荧幕上的演员、艺术家。据悉，黄磊、赖声川、孟京辉等戏剧行业的大咖都是乌镇戏剧节的发起人。有网友评价，“在这里偶遇明星不是梦”。

但记者发现，在乌镇戏剧节，追星的是少数。剧场里、街头，几乎所有人的注意力都集中在戏剧上。

有人说是因为有现场感，洋气。当前，各地各类“节”层出不穷。但仔细梳理不难发现，更多的“节”是一届不如一届。有的商业气息过重，有的只注重形式，内容空洞，更遑论吸引年轻人。

但乌镇戏剧节力求给追求新鲜感的年轻人不同的体验，通过在公众场所的表演，让民众能轻松地接触艺术，进而产生兴趣而主动去了解艺术。

在乌镇，欣赏演出、与多位戏剧大师和戏剧爱好者畅谈艺术和作品是“基本盘”。而在每个街头，与即兴喜剧、戏曲、装置艺术、偶剧、肢体剧等古镇嘉年华演出相逢，是每年吸引抢不到票却还愿意来乌镇的观众的原因所在。

2021年，第八届乌镇戏剧节策划了戏剧集市，2022年的戏剧集市单元内容升级，打造的美食潮玩市集包含艺术展览、影像装置、夜游神音

乐现场、朗读放映直播等内容。

全天候360度沉浸式的体验，在中国诸多戏剧节中并不常见。但在记者看来，观众沉浸于此，不仅在于戏多好看，更在于这体现了当代年轻人的一种文化选择。

很多人在网上分享自己的体验：“白天听对话晚上看戏，末了寻家酒吧喝酒”“走在街头每个人讨论的都是戏剧”。有个网友参加了4年。他说：“只要我还在江浙沪，就想年年继续参加下去。”

在古镇看戏，和志同道合者一起，开启一场长达一周的戏剧狂欢，本身就是一件很惬意、很放松、很“乌托邦”的事，比去人山人海的旅游景点打卡好得多。

可以说，因为乌镇戏剧节，游客在乌镇看到、感受到了文化和旅游的多样性。

我们必须注意到，旅游景点将日益成为配角，成为年轻人喜爱的文化活动的背景。年轻人来乌镇看戏，顺便逛逛乌镇，这也是旅游景点转型非常值得思考的问题。

乌镇戏剧节的成功，很大程度是争取年轻人的成功。反观国内很多戏剧节，有的叫好不叫座，有的为获奖而演戏，内容形式陈旧，完全和年轻人脱节，这也值得我们思考。

据中新网