公版书粗制滥造、微短剧流量收割、“非遗”名号能买卖……

文化消费的“坑”，该填一填了

《周易》“六十四卦”被印成“六十四封”，你以为遭遇了山寨小作坊，谁知竟是以出版文史典籍闻名的老牌大社；刷个短剧，你以为是逆袭重生，看下去却发现11岁女孩在演“替嫁圆房”；关注非遗，本想点赞文化传承，殊不知3950元就能买一张“传承人”证书……

“3·15”来临之际，消费者权益保护成为热点。事实上，除了常见的网购陷阱、食品安全等问题外，文化产品的消费乱象正悄然成为许多人关注的新焦点。本该滋养精神的文化产品，为何频频“翻车”？是谁在背后推波助澜？又如何让文化消费多些放心、舒心，少些闹心、堵心？

现象扫描：从公版书无序竞争到非遗名号买卖

“大量经典作品因进入公共领域被重复出版，版本繁多、质量参差不齐，甚至出现校勘错漏、翻译劣质等现象。”今年全国两会期间，全国政协委员朱旗痛陈公版书市场乱象，认为这不仅引发价格竞争，也影响了读者的阅读体验，对经典的传播造成干扰。他建议将公版书纳入质量专项检查，坚决清理不合格产品。

公版书是指作者版权保护期已过的作品。由于无需签订版权合同，许多出版社和书商将《论语》《诗经》等经典视作肥羊，奉行“拿过来就印”的粗放模式。

质量失守因此屡见不鲜。以古籍为例，一部国学典藏版《西厢记》，前不久被一位教育博主挑出数百处错误：《周易》“六十四卦”印成“六十四封”，“《礼记》”写成“《札记》”，甚至出现正文与注释混排等低级失误。

更令人遗憾的是，出版方竟是一家以出版海内外古代文史典籍闻名的老牌大社。

这不是孤例，这位博主同时指出，另一老牌书局出版的《世说新语（中学生版）》也存在至少30处编校错误。

乱象不限于文史典籍，随着技术迭代，AI生成的内容也屡屡引发争议。有网友反映，其购买的《人像摄影口袋书》中大量图片疑似AI生成，部分人物甚至出现6根手指、6根脚趾等明显生理结构错误。

更需警惕的是，部分盗版书铅含量可比正版书高出百倍，有害物质易经手口途径进入儿童体内，危害健康。

如果说图书乱象是“老树生疮”，那么微短剧领域的问题更像是“新苗待扶”。

“爽是真的爽，但爽完之后呢？”3月4日，全国人大代表刘素英的一段采访引发广泛共鸣。她讲述起履职工作中关注到的一个社会现象：孩子沉迷那些节奏奇快、逻辑奇特的微短剧，甚至模仿剧中的夸张行为。她自己也常常被算法精准“投喂”，一不小心就“上头”。

为拼速度、降成本，一些微短剧制作方忽略了艺术追求。一部剧火了，山寨版“次日上线”。除了服化道粗制滥造，剧情也在“三分钟一打脸，五分钟一逆袭”中不断异化：某些医药类微短剧为植入广告，竟让流产后的女主喝感冒灵“补身”，漠视用药禁忌与生命伦理；更有甚者，让11岁女孩演“替嫁新娘”，剧情包含“7岁嫁人、15岁生子”等震碎三观的设定。

中国消费者协会2025年6月发布的报告显示，部分微短剧渲染极端对立、复仇、暴戾、焦虑，偏离主流价值导向。

然而，比“上头”更让人心烦的是“上套”。针对中老年人的诱导付费陷阱层出不穷，江苏省消费者权益保护委员会曾指出，超九成消费者在观看付费微短剧时遇到过价格不透明、退款无门等问题。

非物质文化遗产领域，也面临着信任度的考验。今年2月，央视曝光某地一个“传承人网”，只要付费3950元，即可将没有传承实践的普通人包装成“中国传承人”；申请传承基地收费5500元，经运作均能“包装成功”。

此外，最高检发布的典型案例显示，互联网平台上存在食品未经授权使用“中国非物质文化遗产”标识、直播间虚假描述非遗项目、宣传非遗保健用品具有治疗功效等问题。

深层透视：逐利冲动与灰色链条

透过纷繁复杂的乱象，不难发现其背后的共同推手——唯利是图的短视思维。当出版社把再版当成简单的复制粘贴，当微短剧制作方为了拼速度、降成本完全放弃艺术追求，当“非遗”名号被明码标价“批量生产”，文化产品便沦为逐利的工具。这种对消费者权益的漠视，不仅误导了读者特别是青少年读者，更在深层伤害着文化传承的根基。

在微短剧领域，算法机制成为乱象的放大器。为了迎合算法推荐，制作方不得不追求极致的感官刺激和反转剧情，导致内容低俗化、同质化。

同时，一些机构打着“童星孵化”“短剧选角”旗号，利用家长望子成龙的心理，诱导缴纳数千至数十万元不等的费用，致使不少家庭蒙受损失。

此外，信息不对称与监管盲区也是乱象频发的重要原因。

文化产品具有专业性，普通读者尤其是青少年读者难以发现古籍中的校勘错误，家长们也难以识别“童星孵化”的骗局。

而面对微短剧爆发式增长、AI生成内容版权归属不明、非遗认证体系尚不完善等新情况，现有的监管手段往往显得滞后，给一些人留下了可乘之机。

旅游场景下的陷阱更是“精准围猎”。湖南省湘西土家族苗族自治州市场监督管理局2月底发布的12315数据显示：一些游客出于好奇，受导游和商家诱导购买银饰品。商家借“非遗”之名冒充“国库银”，夸大宣称银饰具有净化水、治病功效，游客难以分辨真伪最终被“宰”。

破局之道：加强监管与温情服务并重

面对文化消费乱象，多方合力治理的格局正在形成。

法治利剑高悬。人民检察院通过行政公益诉讼，督促平台整改、下架违规商品，北京铁路运输检察院督促整治涉非遗虚假宣传案便是成功范例。

全国人大代表邱宁宏建议开展专项整治，梳理网络微短剧中存在的突出问题。

更值得警惕的是围绕未成年人形成的灰色产业链。针对未成年人作为微短剧市场的特殊消费主体，全国人大代表刘宏艳建议，推动家庭、学校、社会、网络、政府、司法形成保护合力，严格落实《未成年人保护法》及《未成年人网络保护条例》；全国人大代表李紫微则建议，加强对未成年人观看微短剧的时间、权限及消费管理。

然而，治理不仅仅是惩罚，更要帮助传统行业规范化发展。山西省市场监管局对国家级非遗“黎侯虎”进行的全流程帮扶提供了新思路。监管人员深入手工缝制车间，与老手工艺人逐一交谈，协助企业建立质量追踪体系，设计符合国家标准的标签标识。

“非遗传承不能只停留在博物馆里，还要在市场中焕发生机。我们的职责不仅是监管，更要服务。”山西省市场监管局相关负责人的一番话，道出了治理的应有之义。

行业自律与源头治理同样关键。全国政协委员张凯丽呼吁，微短剧“必须达到质的变化”，“专业的人干专业的事，绝对不要认为短剧就可以糊弄”。

全国人大代表、江西靖安县靖窑陶瓷坊创始人伍映方建议建立国家级非遗认证溯源体系，以“法治+技术+平台”共治根治乱象，让“人证合一、货真价实”成为行业硬标准。全国政协委员、文化艺术科普平台“意外艺术”创始人吴敏婕也建议，从国家层面统筹文化数据资源，确立使用规范，为中华文化数字化传承与传播夯实基础。

匠心“归位”：让每一次文化消费都值得托付

文化产品的质量，关乎一个人的精神底色，更关乎一个民族的文化根脉。“3·15”之际，我们追问的不只是“谁在糟蹋经典”，更是“如何守住底线”。

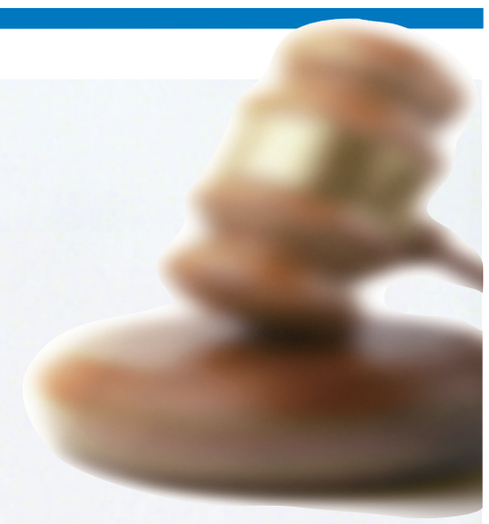
伍映方用十余年复原失传数千年的蛋壳黑陶古法柴烧技艺。他反复强调：“非遗不是赚钱工具，不能以牺牲技艺本真为代价搞过度开发。保护非遗，就是守护中华文明的根脉，就是守护匠人匠心的尊严。”

吴敏婕深耕大众文化传播十余年。她通过短视频深度解读苏东坡、庄子、曹操等文化历史人物，将宏大叙事转化为引起大众共鸣的日常表达。她说，深度视频的背后是一番“苦功夫”。

这些来自一线的声音指向同一个真理：文化的生命力，在于对品质的敬畏；消费的信任，在于对匠心的尊重。对于出版机构，请重拾“慢工出细活”的敬畏；对于短剧从业者，请用精品内容赢得市场；对于监管部门，请在严管中体现服务的温度。而对于每一位消费者，也需擦亮双眼：真正的经典，经得起时间淘洗；真正的匠心，经得起价格与品质的双重检验。

消费不只是物质的交换，更是价值的认同。愿我们的每一次文化消费，都能遇到值得托付的匠心，让文化的光芒照亮前行的路。

（综合《法治日报》《厦门日报》大众新闻等）



声音

当前，大量微短剧内容存在价值导向偏差、法律意识淡薄等突出问题，对青少年价值观塑造和法律认知可能产生负面影响。比如部分微短剧片面宣扬“一切向钱看”等功利化价值观，将物质追求等同于人生意义。建议开展专项整治，梳理网络微短剧中存在的突出问题。

——全国人大代表、遵义职业技术学院现代农业系教授 邱宁宏

当前市场上大量流水线商品冒充非遗，伪造证书、冒用标识、虚构传承故事，以低价冲击正品；部分平台流量向仿品倾斜，出现劣币驱逐良币现象；同时认定与宣传不规范，社会机构违规发证，“非遗大师”等非官方称谓泛滥，加剧行业混乱。建议以“法治+技术+平台”共治乱象：明确县级以上文旅部门为唯一认定主体，打击伪造和侵权；建立国家级认证溯源系统，规范“非遗”标识使用；压实平台责任，要求资质前置核验，清退违规者并支持传承人；建设公益商城和直播基地，确保传承人专注技艺。

——全国人大代表，江西靖安县靖窑陶瓷坊陶瓷烧成工、技师 伍映方

AI生成内容的爆发式增长，给新大众文艺带来了创作门槛降低的红利。然而，有的创作者为了“爆款”，批量生产同质化、低俗化的内容，这不仅是审美上的倒退，更是文化竞争力的损耗。建议构建多部门联动的监管机制，强化互联网平台主体责任，摒弃短期逐利思维，遏制低俗媚俗内容传播，加大对优质原创内容的扶持力度，推出更多群众喜爱、市场认可，留得下、传得开的优质创作内容。

——全国人大代表、山东省音乐家协会名誉主席 刘晓静

建议加强顶层设计，研究制定公版书专项管理办法，设立明确的质量门槛，优化书号调控以抑制低水平重复；同时强化市场监管，将公版书纳入质量专项检查，建立黑白名单制度，清理质量不合格产品；并倡导行业自律，鼓励出版社深耕价值出版，推出更多高质量精品，以保障文化经典的有效传承与读者权益。

——全国政协委员、上海朵云轩集团有限公司总经理 朱旗

新闻多一点

广电总局制定实施《微短剧发展管理办法》

2月6日，国务院新闻办公室举行国务院政策例行吹风会，请相关部门介绍《加快培育服务消费新增长点工作方案》有关情况。广电总局网络视听节目管理司司长王小亮介绍了微短剧市场的情况。

他表示，广电总局将从三个维度发力，进一步推动微短剧拉动服务消费、助力经济社会发展。

首先是强化政策保障。制定实施《微短剧发展管理办法》，做到既“放得活”又“管得好”，在守好内容安全底线的同时，大力促进市场公平竞争，激发行业创新创造活力，营造健康向上、规范有序的良好环境。

其次是加强创作引导。引导创作者从人民群众创造美好生活的奋斗中，从中华优秀传统文化的传承中，从新时代中国式现代化的火热实践中，找准选题、讲好故事，不断推出更多精品力作，持续扩大优质内容供给。

最后是深化融合创新。深入实施“微短剧+”行动计划，赋能文旅、体育、“三农”等各行各业发展，以业态融合为重点，扩大服务消费。推动科技创新与产业创新融合，运用人工智能等新技术打造新型服务消费场景，释放服务消费潜能。鼓励服务出口，推动优秀微短剧“走出去”，开拓国际市场。

（澎湃新闻 赵利新）

本版制图 龚华林