近日，一段“为偶像打投倒牛奶”的视频曝光后，不少网友直呼痛心。视频中，大约有十几个人围坐在一条沟渠两侧，正在卖力将瓶装奶制品的瓶盖拆开，再将大量白花花的牛奶倒入沟渠。有消息称，这是当下一档热播综艺节目的粉丝为偶像打榜投票，雇人将所购买的奶制品倒入水沟。看完视频后，网友纷纷指责，“若为追星造成这样的浪费，真的太不好了。”

“为偶像打投倒牛奶”？热播网络综艺节目被责令暂停录制

央视热评：不仅仅造成了严重的浪费，更是顶风作案

这段“为偶像打投倒牛奶”的视频一传播开来，引发了众多关注。针对网友的质疑，5月4日晚，北京市广播电视局表示，针对群众举报网络综艺节目《青春有你》第三季存在的相关问题，北京市广播电视局高度重视并第一时间约谈了爱奇艺相关负责人，要求该平台严格落实广电行政部门有关管理规定，切实履行网络视听平台主体责任，完善节目管理制度，认真核查并整改存在的问题。根据网络视听节目相关管理规定，已责令爱奇艺暂停《青春有你》第三季节目录制。

网络视频“为偶像打投倒牛奶”现场。（视频截图）

关注❶ 倒牛奶和为偶像打投有何联系？

那么，粉丝追星倒牛奶与为偶像打榜投票究竟有哪些关系？这还得从《青春有你》第三季的赛制说起。

“打投”指的是“打榜”+“投票”，在一些选秀成团真人秀节目中，票数最高的几位选手可以“成团出道”。按照选秀的规则，如果粉丝想让喜欢的选手“成团”，除了登陆选秀节目发起平台APP进行助力外，还得购买与节目联名的品牌饮料、奶制品，取得留在瓶盖内侧的二维码或包装箱里的刮刮卡，获得额外的助力值。简单点说，就是“氪金”。

根据《青春有你》第三季的节目赛制，助力值的获取方式有“常规”和“氪金”两种。常规的就是粉丝在登录爱奇艺APP后，普通用户每天可以助力1次，VIP会员可以助力2次。“氪金”则是购买《青春有你》第三季的独家冠名商——蒙牛旗下的真果粒产品来助力。在该节目官方指定小程序——真果粒青春福粒社小程序中，有着对互动规则的详细解释：

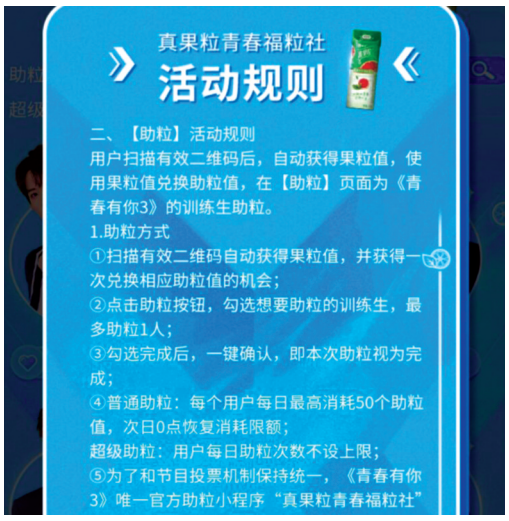
购买印有《青春有你3》节目官方LOGO的蒙牛真果粒高端缤纷果粒系列箱装产品（红柚四季春口味、芒果百香果口味、白桃树莓口味），微信扫描箱内奖卡上的二维码即可，5月8日21点30前扫码，每箱30个果粒值，可兑换10个助粒值和20个果粒值；

购买生产日期为2021年的蒙牛真果粒花果轻乳系列瓶装产品（樱花白桃口味、玫瑰草莓口味），微信扫描瓶盖内二维码即可，5月8日21点30前扫码，每瓶6个果粒值，可兑换2个助粒值和4个果粒值；

购买印有“青春限定装”字样和《青春有你3》节目官方LOGO的蒙牛真果粒高端缤纷果粒系列箱装产品（红柚四季春口味），微信扫描箱内奖卡上的二维码即可，5月8日21点30前扫码，每箱30个果粒值，可兑换25个超级助粒值和5个果粒值；

……

按照规则，牛奶买得越多，给喜欢的偶像投的票数也就越多，这其实就是赞助商和平台、偶像获利，粉丝买单的一个套路。在《青春有你》第三季节目被责令暂停，核查整改后，不少网友留言称，有一些粉丝后援团晒出为给偶像打榜投票购买大量箱装牛奶，垒出所谓“奶墙”来炫耀粉丝忠诚度；还有一些网友留言说，全宿舍一起帮助追星的粉丝同学喝奶，这正是现代牛奶版的“买椟还珠”。



真果粒青春福粒社小程序中的活动规则截图。

> 网络综艺引发畸形打投，选秀链上的资方、制作方、平台、偶像、粉丝团等都有责任，但平台和制作方负有主体责任。监督治理抓住主要矛盾，方能切断选秀链的畸变传递，让各个环节都奔跑在正轨上。

关注❷ 专家：涉嫌违反反食品浪费法

牛奶版“买椟还珠”所带来的资源浪费、环境污染、错误引导，令人反感。对于此事，中国社科院国际法所副研究员何晶晶分析：“由于牛奶的保质期很短，而且为了投票，在短时间内大量购入了这样的牛奶，就会造成可能送不出去或者处理不掉的牛奶，造成浪费。粉丝追星无可厚非，但是一味为了追星而造成铺张浪费，就是需要我们抵制的行为。”

中国人民大学商法研究所所长刘俊海教授指出，4月29日，十三届全国人大常委会第二十八次会议表决通过了反食品浪费法，自公布之日起施行。这意味着，从当日起，厉行节约、反对浪费不再仅仅是倡导和号召，已经成为生效的法律条文。再出现买奶不喝、直接倒掉的行为，就是违法行为。他说：“这种陋习，直接明火执仗地违反了反食品浪费法。按照反食品浪费法第三十条的规定，凡是网络音视频服务提供者，制作、发布和传播宣扬量大多吃、暴饮暴食等浪费食品的节目，或者音视频信息的，由网信部门责令改正，给予警告；拒不改正或情节严重的，处一万元以上十万元以下罚款，并可以责令暂停相关平台，包括制作者、发布者、传播者的相关业务，停业整顿。”

其实，粉丝“好心办坏事”，或者故意黑自己偶像的竞争对手，已经不是什么新鲜事了。何晶晶认为，粉丝狂热追星铺张浪费的行为，对明星出道或者公众形象的设立是非常不利的。她表示：“如果粉丝真的有什么过于狂热的行为，或者为了追星而造成大量浪费，这样不良的社会影响对于‘爱豆’们的职业生涯也是非常不利的，不利于‘爱豆’有一个正面积极健康的社会形象。”

专家建议主管部门加大监管力度，采取切实有效的执法措施，稳准狠地打击各种以追星的名义大量浪费食品的行为。何晶晶说：“无论是粉丝、明星，还是学校、家长、整个社会，再到电视制作方、企业，都应该合力推崇绿色、健康、合理的消费方式。反对浪费，厉行节约，人人有责，也是企业的社会担当和责任。”

人民日报评论微信公众号发表评论文章中称，制作节目鼓励创新，但切勿打擦边球。去年2月发布的《网络综艺节目内容审核标准细则》规定，“节目中不得出现设置‘花钱买投票’环节，刻意引导、鼓励网民采取购物、充会员等物质化手段为选手投票、助力”。买奶“投票”，其性质也涉嫌“花钱买投票”，这不是制作节目应有的取向，也不是吸引流量的高明之举。优秀的节目当以质取胜，把好责任关、导向关、内容关，才能以清朗健康、热情向上的内容回馈观众。

关注❸ 如何才能切断畸变传递的选秀链？

“为偶像打投倒掉大量牛奶”的现象也引发媒体对规范追星行为的讨论。多家媒体评论指出，选秀节目制作方、平台、偶像、粉丝团等都应该主动承担社会责任，坚决抵制浪费之风，共同促进追星文化的良性发展。

人民日报评论微信公众号发表的评论文章中分析，网络综艺引发畸形打投，选秀链上的资方、制作方、平台、偶像、粉丝团等都有责任，但平台和制作方负有主体责任。监督治理抓住主要矛盾，方能切断选秀链的畸变传递，让各个环节都奔跑在正轨上。青春不只有“你”，而且有“我”，更应该有懂得合理合法、文明有序、陪伴成长的“我们”。以文明指引行为、以理性涵养心态、以睿智带动行动，才能真正激荡起公共文化空间的正能量。

央视发表热评《诱导粉丝如此追星，就该果断亮剑》中称，这种荒诞的追星方式，背后是商家和平台的诱导。商家和平台策划这种打投方式，将选手能否出道与粉丝投票绑定在一起，诱导粉丝购买相关产品，就应该能预想到可能带来的浪费问题，应该评估一下给节目带来的恶劣影响。

随着《中华人民共和国反食品浪费法》正式实施，反食品浪费不仅是全民共识，更有刚性的法律约束。这种荒诞的追星方式，不仅仅造成了严重的浪费，更是顶风作案，是对自身社会责任和法律的漠视，是对青少年三观的严重误导。

对严重浪费食品的行为应该果断亮剑，依法严惩；对诱导粉丝浪费食品、误导青少年三观的商家和平台，也要竖起规则和监管的大旗，督促他们做倡导文明新风尚，培育健康价值观的先行者，不能为了产品的销量、为了节目的热度和流量，而罔顾法律和自身的社会责任。

5月5日，爱奇艺方面发文称，对北京市广播电视局责令停播通知，诚恳接受，坚决服从。即日起暂停该节目录制，认真核查并整改存在的问题。

综合新华社、央视、人民日报评论微信公众号、央广网等