超20万人看一场乒乓球比赛“假直播”

WTT蒙彼利埃冠军赛激战之际，短视频平台上一些所谓的“赛事直播间”也十分热闹：主播亢奋解说赛事，比分不断变化的间隙，还传来“赶紧去拍”的催单声。

然而，这场观众以为正在进行的比赛直播，事实上只是旧赛事声音与虚假比分拼接出的流量骗局。吸引球迷停留之后，主播又以选手拿到局点、比赛暂停为由，推销各类商品。

这些假赛事直播是怎么把球迷的关注变成带货生意的？编造比赛情况、盗用比赛音视频，又会触犯哪些法律法规？

伪造比分、虚假解说 比赛假直播引围观

北京时间11月1日下午1点多，距离2026WTT蒙彼利埃冠军赛女单半决赛孙颖莎对阵王艺迪的比赛正式开赛还有5个多小时，社交平台的多个直播间却已经上演12比11的局点大战。

然而，这场紧张的对决，从头到尾都是主播虚构出来的，目的就是引导直播间观众购买他们推荐的产品。

在网络上，不少网友吐槽自己刷到过这类假直播——

一位网友表示，亚运会期间，她经常在各个平台刷比赛，发现一些粉丝数较少的直播号在播放比赛画面，她本以为是粉丝在现场拍摄，没想到随着直播间观看人数逐渐变多，主播开始讲解购物车里的产品，催促大家下单。

乒乓球爱好者韩女士经常和女儿一起看比赛，她说，自己前不久也刷到过假直播。“有一场比赛，我以为关注的选手马上要输了，但看其他报道，发现这个比赛实际上早就打完了，直播间里落后的选手其实一局都没丢。”

刘女士也有类似经历，她最初觉得比赛精彩，后来发现不对劲，便退出了所谓的直播。她觉得，这类假直播“误导爱好者，对比赛市场也是干扰”。

假直播营造比赛胶着氛围 主播与假粉丝配合引导卖货

对偶然刷到直播的观众来说，熟悉的运动员、紧张的解说、不断更新的比分，都可能成为继续观看的理由，有的直播间观看人数甚至超过20万，而观看的最终导向就是卖货。

在一场假直播中，主播反复报出比分：双方大比分2比2，小比分交替上升，11比10、11比11，一次次来到关键分、局点。这时，直播间里有观众留言，询问之前的舒缓贴能不能回购，主播顺势开始接话。

记者发现，实际上，普通观众没法在直播间留言，这些刷屏求回购的评论，不少是提前安排好的托。在所谓直播中，选手再次拿到局点，主播开始“申请优惠”，以9.9元的价格引导消费者去购买。

喊过“最后一单”之后，直播间里传来主播点击鼠标的声响，比赛的现场音又响了起来，主播宣布比赛继续，随后再次进入关键分，这时，又有评论问起滴眼液。

同样的套路不断上演。同一名运动员，在不同直播间，还同时对阵不一样的对手。很多用户认为，这类假赛事直播，一方面混淆赛事时间，干扰了正常观赛体验，同时还存在消费风险。

假直播涉嫌侵权 需多方协同治理

除了伪造赛况穿插带货，还有商家声称可以通过“租粉”帮助开通账号的相关权限，规避版权限制。记者以咨询体育赛事直播为由，联系了一名提供“租粉”服务的商家，对方声称只要通过他们租20万粉丝，账号没有版权也可以开通直播权限。

实际上，能不能合法播放赛事画面、赛事原声，与粉丝数量无关，核心看有没有版权方授权，这些拼接的虚假体育赛事，显然存在违规行为。记者联系了平台的官方客服，对方表示，将就相关行为进行核实，如果确实存在违规行为，会根据直播使用规范进行处罚。

那么，这类直播的法律责任如何认定？IT法律专家赵占领认为，把并不存在的实时比赛讲给观众听，再吸引停留、下单，违反反不正当竞争法和广告法的规定，涉嫌虚假宣传。“市场监管部门可以对其进行罚款、没收违法所得，情节严重的，可以暂停其直播功能。”

中国科学院大学知识产权学院副院长宋河发指出，未经许可使用他人的赛事视频或音频，还涉及著作权侵权问题。

现行《直播电商监督管理办法》要求平台建立风险识别制度，加强动态监测，及时处置直播中的违法行为；对投诉集中的直播间，应当采取技术监测、实时巡查等管理措施。落实到假赛事直播，平台既需要核查赛事素材授权、赛况真实性，也需要审查与之相连的商品营销，及时制止持续误导观众的经营行为。

赵占领表示，市场监管部门可从虚假宣传角度进行行政监管，版权执法部门从版权侵权的角度对这些内容进行相应处罚，网信部门对于类似的违法内容，可以要求直播平台加强管理。直播平台在接到权利人举报之后，应当及时对内容进行下架，对账号主体进行相应处罚。

据中央广电总台中国之声

突围难在哪儿？中小成本电影

陕西导演街头举牌求『被看见』



高小卫走上街头宣传自己导演的电影。

距离新片全国公映还有三天，陕西导演高小卫做了一件在旁人看来“注定没有结果”的事。

10月30日中午，他独自站在西安钟楼广场，举着一块写有“被看见”三个字的牌子，向过往路人推介自己导演的电影《一朵山花别样红》。此事被网友拍下视频传上网络，引发广泛关注。

11月2日，高小卫接受华西都市报、封面新闻记者专访，讲述了街头举牌背后的无奈、这部小成本电影的诞生历程，以及他对当下电影市场的一些看法。

导演街头举牌：宣发资金少，票房占比仅千分之一

《一朵山花别样红》定于11月6日全国公映。高小卫告诉记者，这部影片的制作成本本就不高，到了后期更是拿不出余钱支付宣发费用。

他算了一笔账：单场路演搭配配套宣发的费用动辄数十万元，对于这部既无流量明星，也无大IP支撑的影片来说，宣发根本无从谈起。

“我们这部电影成本低，宣发资金也很紧张，就怕被市场埋没。”高小卫说，他走上街头的初衷朴素得近乎卑微：哪怕只有一个人因为这块牌子了解到这部电影，对创作者来说也是一种安慰。

10月30日，高小卫在西安钟楼广场站了几个小时，给感兴趣的路人讲解影片内容。这段视频被网友发到网络平台后，反响远超他的预期，大量网友私信留言表示支持。

但关注度并未直接转化为排片。根据猫眼电影数据，截至11月2日，该片点映票房606元，首映票房排片占比0.4%，票房占比仅0.1%。

但高小卫还是颇为高兴地表示，举牌视频在社交媒体发酵后，有10多个城市的影城经理主动联系他，表示愿意支持，也邀请他去做路演。

“目前每天的排片虽然基数少，但仍在缓慢增加。”高小卫表示，“影城也有经营压力，有人买票就排一点，没人买票也就那么过去了。”

“一字系列”第三部：聚焦一线小人物的故事

高小卫是陕西人，从事影视行业近20年，其电影创作始终扎根于陕西本土。他此前执导过《一件棉袄》《一片绿洲》，《一朵山花别样红》是其第三部“一字系列”作品。故事围绕一对“90后”夫妻展开：丈夫伍平意外卷入一场阴谋后“假死”，妻子白果拿到30万元赔偿款，各色人物被这笔钱牵动，众生百态随之铺开。就在白果拿到钱后，丈夫突然归来，“留钱还是留人”的抉择摆在了她面前。

这个故事的核心，正是高小卫一直关注的命题：普通人在生活的旋涡中该如何抉择，聚焦一线小人物的故事。

高小卫表示，他拍的都是身边人、身边事，“拍得很真实，希望看过的观众能从中找到一些思想或精神上的共鸣。”

对于当下的电影市场生态，高小卫有着清醒而克制的判断。他提到，国内每年产出几百部影片，普通观众能看到的爆款不过几十部甚至十来部，大量作品都在片堆里被埋没。

“作品本身固然至关重要，但很多时候问题并不出在作品上，关键在于它能否被观众看见，有没有机会走进电影院。”高小卫说。

在他看来，中小成本电影最难回答的问题就是“你卖什么”——没有大制作、知名演员、大IP和流量支撑，观众连买票的理由都找不到。而一部电影失利，对导演而言可能意味着再也没有下一次机会，“所以每一位创作者都要珍惜每次拍摄和发行的机会。”

AI与“阿嬤”的启示：工具替代不了人的创意

采访中，针对影视行业当下的两个热点话题：一是AI对影视行业的冲击，二是今年中小成本电影《给阿嬤的情书》票房破10亿元的现象，高小卫有自己的看法。他将AI比作从胶片相机到数码相机的转变：“相机决定不了摄影师的思想。”他认为AI可以赋能影视创作，完成一些传统手段难以实现的效果，降低制作成本，让理想更容易实现，但AI代替不了人的创意和思想。“两者不冲突，不要盲目排斥，也不要盲目拥抱。”

关于《给阿嬤的情书》，高小卫的关注点落在了“被看见”的偶然性上。这部潮汕方言电影在2026年五一档开局仅获1.6%排片，却凭借口碑一路逆袭至票房破10亿元。高小卫认为，这样的案例证明真诚的创作有可能穿透市场壁垒，但他也强调了硬币的另一面：大量结构工整、叙事饱满的中小成本影片，因为缺乏被看见的契机，悄无声息地消失了。

业内人士认为是“无奈之举” 中小成本电影突围主要看口碑

对于高小卫街头举牌的做法，知名影评人谭飞直言是“无奈之举”。

“现在电影的关注度下降得很厉害，已经去中心化、逐渐边缘化了。这么一部小成本电影，只能靠吸引眼球、博出位的方式获得一点关注，也是没办法的事。”谭飞表示。

重庆UME影院经理王兴则告诉记者，院线排片主要看几项：卡司（演职员）阵容、影片质量、热度和预期票房，“中小成本影片在没有热度的情况下很难拿到排片，核心还是在于影片本身的口碑。”

王兴坦言自己此前并未特别关注《一朵山花别样红》，“近期没有什么特别热门的影片，市场比较淡。”他同时认为，从这部电影的预告片也“没能感受到太多惊喜”。再加之影片没有知名演员参演，就很难有热度，而热度恰恰是排片的第一道门槛。

“中小成本影片想要突围，唯一的出路就是先把剧本打磨好。”王兴说，剧本立住了，即使没有知名演员也能闯出一片天。

但他也提醒，中小成本影片的定位不能只局限于文艺片，“除非目标是获奖”，而反映社会现实的题材空间又十分有限。

谭飞则表达得更为直接：现实题材最终比拼的仍是内容本身，即“故事是否扎实、人物能否立住、是否能吸引当下观众”。谭飞特别指出，如今电影面临短剧、长剧、短视频等诸多竞争，“因此电影行业的危机不小”。他认为，真正能吸引人的电影，不应拍摄那些“虚无缥缈、无病呻吟、隔靴搔痒的内容”，而应聚焦真实、打动人心的题材，“有特色、有个性，能替观众发声，成为观众的‘嘴替’。”

华西都市报-封面新闻记者 马嘉豪

图片由高小卫提供