

卡友圈的公益救援何以沦为流量生意？

编者按

据“半月谈”微信公众号6月3日报道，由于长时间承受压力，卡车司机在长途跑车期间突发意外的情况时有发生。一些司机自发组织救援行动，帮助异地身亡的卡友（卡车司机的互称）家属将车辆开回老家、料理后事，其间，有卡友通过直播记录救援行为。然而，随着直播的关注度越来越高，卡友圈的部分博主开始无底线消费逝者，为了售卖机油、轮胎、二手车等相关产品，竞相争夺参与救援的机会，甚至不惜编造剧本和恶意炒作相关话题，赚取流量。

卡友圈的公益救援沦为流量生意，有哪些危害？该如何治理这种乱象、规范卡友的互助行为？卡车司机从业风险较高、缺乏劳动保障、行业关怀不足的从业困境又该如何破解？本期《文明棱镜》对这些问题展开讨论。

文明棱镜
看见问题的每一面

分析

卡友互助不该沦为收割流量的工具

◎张连洲

在漫长的公路上，卡车司机常年与孤独和风险为伴。卡友互助是一种自发的、纯粹的情感联结：谁的车在路上抛锚了，附近的卡友会主动赶去帮忙；谁遇到货主刁难，同行会站出来支招……

然而，随着短视频和直播平台的兴起，这种互助行为正在悄然变味。越来越多的所谓“卡友互助”账号涌现，打着互助旗号，实则把卡友的困境当成流量密码，把互助变成一门赤裸裸的流量生意。这不仅背离了互助的初心，更让原本纯粹的善意，蒙上了功利阴影。

卡友互助的积极意义不容否认。对于常年奔波在外的卡车司机而言，这是一个能够彼此托底的“安全网”。当车辆在偏僻路段发生故障时，等待专业救援可能耗时耗力，且费用高昂，附近卡友的及时援手往往能解燃眉之急。更重要的是，卡友互助建立在共同的职业经历和生活体验之上，传递的不仅是实际帮助，更是心理上的理解与支持——一种“我懂你的不容易”的情感共鸣。

但问题在于，当卡友互助被搬上网络、被流量“绑架”后，性质就发生了变化。一些账号运营者深谙流量密码：越是悲惨的故事越有传播力，越是极端的情况越能吸引眼球。于是，真实的互助被刻意放大，甚至不惜编造虚假情节：高速公路上遇到困难的无助司机、“仗义出手”的网红卡友、镜头前感激涕零的受助家属，这些元素统统构成一出精心编排的戏码。这样的卡友互助，目的不再是帮助他人，而是收割观看者的同情心和注意力，最终转化为平台流量，再通过带货、打赏、广告等方式变现。

这种将卡友互助“生意化”的做法，消解了互助行为本身的真诚性。当帮助他人的动机，变成“拍出来能火”“能涨粉”的追求时，互助就从发自内心的善意，变成精心算计的表演。同时，流量逻辑会催生恶性竞争，为了博取更多关注，一些人会不断加码，制造更极端、更戏剧化的互助场景，甚至不惜自导自演“事故”，不仅会误导公众，还可能导致更多卡友效仿，扰乱正常的运输秩序。最严重的是，这种虚假的互助会透支社会公众的信任，当观众一次次发现自己被“剧本”欺骗后，真正需要帮助的卡友，将很难获得关注和支持。

卡友互助不该沦为收割流量的工具。作为卡友群体的一员，每位司机必须清醒地认识到，真正的互助从来不需要聚光灯，它发生在深夜的国道边，发生在陌生的异地他乡，发生在两个相识或不相识的卡友之间，一个人伸出手求助，另一个人“接住了”，这种纯粹性，恰恰是互助最珍贵的内核。一旦被流量裹挟，这份纯粹就将荡然无存。

建议

斩断炒作黑手，守护卡友互助的纯粹

◎董宏达

卡车司机在长途运输中突遭意外，卡友自发守望相助，尽显从业者抱团取暖的人间温情。公益救援直播可以记录暖心善举，切莫消费逝者生命；流量可以传递世间善意，切勿消费苦难悲情。遏制卡友圈的公益救援沦为流量生意，需要平台、监管、行业协同发力，为民间善意筑牢守护屏障。

平台需压实主体责任。当下卡友圈公益救援乱象的滋生，根源在于部分平台的流量算法失衡，对悲情内容过度倾斜，对公益救援过程中的直播带货监管宽松，变相纵容了消费逝者的不良风气。卡友圈的部分博主正是抓住平台的流量偏好，刻意渲染悲情氛围、炮制虚假救援场景、传播猎奇镜头，借助大众的同情心快速涨粉引流，实现直播带货等商业变现。对此，平台需主动纠偏算法机制，降低悲情内容的流量权重，建立公益救援场景的内容专项审核机制，重点排查卡友公益救援、代人维权等内容，封禁剧本摆拍、恶意炒作、消费逝者等违规账号。

监管部门需强化刚性约束，筑牢公益救援的法治底线。卡友自发的公益救援，应倡导不以营利为目的，而商业化炒作、剧本式伪公益，本质是透支公众善意、扰乱网络秩序的违规行为，部分刻意造假、虚假营销的行为更是触碰法律红线。这类公益乱象，游走在监管模糊地带，低成本、高收益的特点，让不少博主铤而走险、跟风炒作。监管部门需聚焦于包括“卡友公益救援

变流量生意”在内的网络公益乱象，细化监管规则，明确卡友互助场景内容传播、商业变现的行为边界，精准界定真实公益帮扶与虚假流量炒作的区别，常态化开展专项整治行动，严厉打击虚假公益、悲情营销、剧本摆拍等违规行为，对违规账号依法依规处罚并公示曝光。同时畅通举报渠道，搭建快速核查处置机制，及时发现、整治各类假借公益牟利的乱象，让伪公益、炒流量的行为无处遁形。

货运行业要涵养好风气，守住卡友互助的纯粹。卡友互助的生命力在于真诚、纯粹、无私，行业内的自我约束是守护善意最持久的力量。少数博主的逐利乱象不仅破坏了行业风气，也透支了整个群体的口碑与公信力。对此，货运行业可依托行业协会、社群组织，制定行业自律规范，倡导真实帮扶、低调行善的行业风尚，引导从业者自觉抵制流量炒作、消费逝者的不良行为。

卡友圈的博主主要自我约束，树立正确的内容创作导向，摒弃流量至上、利益至上的错误理念，坚守内容创作底线，尊重逝者、敬畏善意，杜绝借助悲情场景博取流量、变现牟利，让卡友互助回归初心。

卡友互助是社会温情的生动体现。只有多方协同涤荡公益救援浊气，才能让每一份底层善意都被尊重、被守护，让卡友互助的纯粹温情持续传递。

延伸

卡车司机的生存与保障困境须尽快破解

◎樊耀文

为什么卡友的公益救援极易走红、容易被炒作？究其原因，本质上是卡车司机高强度驾驶、事故多发、保障缺失、维权艰难，催生民间自发的互助行为，为流量博主凭借司机的困境博取流量提供了可乘之机。要真正遏制卡友圈的公益救援沦为流量生意，相关职能部门、行业的必须完善针对货车司机的应急救援、权益保障、善后帮扶机制，用制度兜底替代民间自救，用行业关怀为司机纾困，这样才能让卡友们的互助善意回归纯粹。

不能否认，卡车司机往往长期处于高强度的从业环境，为了不超过运输期限，熬夜长途驾驶是常态。多数自营卡车司机属于灵活就业，参保渠道不畅，工伤保险、医疗保险难以落地，一旦发生重大车祸，大额治疗费用需要个人承担。在卡车司机漫长的运输途中，偏远国道、乡村公路缺少定点救助站，车辆发生故障、人员受伤后，就近救援无着落，求助热线难打通，只能等候过往卡友伸出援手。运费拖欠也是常年困扰货运从业者的问题，个体司机势单力薄，走司法途径维权耗时费力，不少人只得依赖卡友团队通过拍摄视频、直播、线下集结等方式介入维权事务。种种现实困境，迫使货运行业形成民间互助“生态”。可这份抱团取暖的善意，反倒成了某些博主“掘金”的素材。

因此，相关职能部门和行业必须立足于卡

车司机的现实处境，制定有针对性的举措，补齐应急救援、权益保障、善后帮扶等短板。

交通管理部门要依托高速公路服务区、干线货运场站设立固定应急服务点，开通货运专属求助热线，细化站点值守制度，确保全天候有人在岗，常备简易修车零件，卡车司机在遭遇险情、车辆故障时，可以就近联系官方救援资源。

人社部门需结合卡车司机常年异地奔波的从业特点，优化灵活就业参保政策，简化司机参保流程，适度优化缴费标准以减轻缴费负担，补齐基础社保缺口。当卡车司机发生意外后，有官方社保兜底，不用再依赖民间救援和公益捐助，自然也就不会给“伪公益蹭流量”留下机会。

交通运输与市场监管部门应联手搭建运费监管平台，落实货运订单单线上存档制度，出现恶意欠费时开通简易投诉通道，压缩维权周期，减少流量团体借司机维权事件炒作牟利的可能性。

在善后帮扶上，相关部门可联合货运平台，将卡车司机帮扶纳入民生实事，设立专项应急救援基金，或统一采购公众责任险，覆盖各类货车及司机。货运平台更应设立专属公益基金，为遭遇事故的司机家庭及时提供经济援助，并全程帮办善后手续。

多方保障逐步落地后，司机遇险不必再单纯依靠同行相助，靠卖惨博取流量的博主自然失去生存土壤。

如果太多，恐怕会在一定程度上挤占高校的办学经费，很不可取。

事实上，高校录取通知书回归“一页纸”，并不会失去出彩、出圈的机会，关键要看其创意本身能否打动人心。比如，陕西师范大学近20年坚持请老教授等用毛笔手写录取通知书，既精致又有文化内涵。因此，高校应在录取通知书的设计上，把高校的文化内涵、历史底蕴、科研实力等真正表达出来，这应是高校录取通知书“设计竞赛”不可偏离的原则，而不是一味追求奢华。

大学之大，不在大楼，而在大师。大学之大，更不在录取通知书的奢华上。高校该向奢华的录取通知书说“拜拜”了！

别让减肥训练营继续“野蛮生长”

◎王琦

据媒体报道，近日，河南省郑州市惠济区发生一起减肥训练营学员死亡事件，入营时的“瘦身梦”变成“生命劫”。媒体记者调查发现，不少减肥训练营的减重方式失当、广告宣传虚假，在学员入营评估、教练资质把关等方面管理失范，“野蛮生长”带来的乱象频发。

随着人们的体重管理需求上升，各地减肥训练营大量涌现。然而，这一直接关系消费者人身安全的行业，却屡次曝出学员受伤甚至死亡等事件。当“瘦身梦”一再演变为“生命劫”，这个行业的“野蛮生长”，已到了必须叫停的时候。

乱象的根源在于一个字：利。为争抢客源，不少减肥训练营抛出“28天瘦30斤”“月减50斤”甚至“减100斤质保时退”等极端承诺。有专家指出，极速减重减掉的多是水分和肌肉，而非脂肪，不仅体重极易反弹，更可能导致横纹肌溶解、内分泌失调，严重时危及生命。然而这些科学常识，在减肥训练营广告宣传虚假、忽悠套路多的现实面前，消失得无影无踪。

比虚假宣传更危险的，是管理上的全面失范。减重者入营体检走过场，学员自述了健康状况便可“免责”；教练无资质门槛，“有明显训练痕迹”就能

上岗，甚至由往期学员直接留任；场地证照不全，消防、卫生许可证均未取得。

一些减肥训练营的目标客户恰恰是最脆弱的群体——重度肥胖者。他们往往伴有基础疾病，心肺和关节耐受能力较差，本应在医学监护下制定个性化减重方案，却被推向高强度运动加极端节食的危险路径。事实上，肥胖是一种慢性代谢疾病，减重方案必须因人而异，绝非一套“暴汗课程”就能包打天下。

治理减肥训练营的乱象，需要多方合力。行业层面，应尽快制定管理办法，对入营条件、场地安全、教练资质、急救能力设立硬性标准；监管层面，体育、卫生健康、市场监管等部门须建立联合执法机制，对不具备资质的减肥训练营坚决取缔；平台层面，短视频和社交媒体应压实广告审核责任，对虚假宣传及时封禁。

归根结底，减肥训练营的乱象，折射的是整个社会的身材焦虑。专家所说的“杨贵妃”没必要减成“赵飞燕”，这句话既是医学建议，也是价值纠偏。当“以瘦为美”的单一标准仍然主导审美，当“速成”减重永远比科学减重更吸引眼球，下一个悲剧的到来，只是时间问题。

“次抛用品”消费要防止资源浪费

◎徐刚

“在卧铺套上枕套、用上睡袋后，心里觉得干净多了，能舒舒服服地躺下休息。”据媒体报道，日前，25岁的张女士出行前花费50元购买了一次性枕套、一次性睡袋等用品，在乘坐火车卧铺时使用，到站后就拆下并扔掉。如今，即用即抛的“次抛用品”成为许多人的出行好搭档。

“次抛用品”流行有现实合理性。出差旅行时，一次性内裤、便携床单等，的确能减轻行李负担，免去清洗晾晒麻烦；在酒店住宿场景中，对有洁癖的消费者而言，一次性用品提供了某种心理上的“安全感”。

然而，“次抛用品”的卫生安全、环保代价等问题也日益凸显。在很多人的观念里，“次抛”是卫生和安全的代名词，实际情况可能未必如此，据媒体报道，部分“次抛用品”为压低成本，在生产环节偷工减料，原料材质无法判定、微生物菌落总数超标、产品检出荧光剂残留。消费者购买的是“便捷”，换来的可能是皮肤过敏、细菌感染等健康风险。

环保层面的代价更值得警惕。据报道，绝大多数“次抛用品”由不可降解

塑料、化纤材料制成，自然降解动辄需要数百年时间。大批量“次抛用品”用完即弃，源源不断地流入生活垃圾系统，无论是填埋还是焚烧，都会产生一定的土壤、水和空气污染，进而影响周边居民身体健康。

今年1月，商务部等9部门发布的《关于实施绿色消费推进行动的通知》提出，要大力推广绿色消费理念、低碳生活方式，倡导消费者绿色出行，自备水杯、布袋、洗漱用品，选购包装简约的低碳产品。鼓励消费者点外卖时勾选“无需餐具”，减少使用一次性餐具。因此，我们是否真的需要为每一次出行都配备全新的一次性物品？是否每一次“方便”都必须以资源消耗、环境破坏为代价？

理性看待“次抛用品”，既不妖魔化其合理用途，也不盲目推崇其便利价值，或许是消费者更成熟的选择。对于长途旅行、医院陪护等确有必要使用的场景，可以适度使用“次抛用品”，但应优先选择可降解的合规产品。在日常生活中，我们应养成自带洗漱用品、重复使用购物袋等习惯。这既是对自己负责，也是对环境负责。

纠治奢华录取通知书并非小题大做

◎张立美

据媒体报道，教育部日前表示，将推动高校录取通知书回归“一页纸”，坚决纠治奢华录取通知书、新生礼盒等不良风气。

信息时代，纸质高校录取通知书不再只是一般的通知文书、入学凭证，还是高校送给大学生的一份“见面礼”，其象征意义、纪念意义越来越强。为此，近年来，高校纷纷通过录取通知书包装、营销自己，从内容到形式掀起一场别开生面的“竞赛”，不少浪漫感、科技感满满的高校录取通知书走红网络、火爆出圈。

平心而论，高校录取通知书通过“花样表达”，成为一种另类的高校文创产品，这本身不是一件坏事，可以借此展现高校的科研成就、价值追求，以及

对学子的期待和培养目标，在客观上，也有利于激发新生对大学校园生活产生兴趣，树立学业目标，明晰发展方向，有助于促进他们成长成才。从某种意义上讲，高校录取通知书已经成为高校文化品牌塑造的重要窗口，具有招生宣传效果，可以帮助高校吸引更多优秀考生报考。

但凡事应有度。部分高校一味地在录取通知书上追求出彩、出圈，制作过于追求奢华，不仅有华而不实之嫌，而且可能引起高校互相攀比，使本应纯粹的录取通知书沦为炫耀性的工具。要知道，公办高校的办学经费不是“大风刮来的”，主要来自财政拨款。一份奢华的高校录取通知书，成本少则几十元，多则上百元，高校每年用于录取通知书的开支

如果太多，恐怕会在一定程度上挤占高校的办学经费，很不可取。

事实上，高校录取通知书回归“一页纸”，并不会失去出彩、出圈的机会，关键要看其创意本身能否打动人心。比如，陕西师范大学近20年坚持请老教授等用毛笔手写录取通知书，既精致又有文化内涵。因此，高校应在录取通知书的设计上，把高校的文化内涵、历史底蕴、科研实力等真正表达出来，这应是高校录取通知书“设计竞赛”不可偏离的原则，而不是一味追求奢华。

大学之大，不在大楼，而在大师。大学之大，更不在录取通知书的奢华上。高校该向奢华的录取通知书说“拜拜”了！



夏季，各大电商直播平台上，驱蚊喷雾产品的销售热度持续走高。但据央视《财经调查》近日报道，多款网红驱蚊产品存在虚假标注、违规添加农药成分等问题，用的是农药，标的是“化妆品”，完美绕开农药产品严苛的审批流程与质量管控。有的产品还面向婴幼儿群体，重点宣扬无农药成分，塑造安全无害形象，实际暗中添加驱蚊酯（微毒级农药成分），却未标注毒性警示，容易给婴幼儿等脆弱人群带来危害。