

# 1700万打赏悲剧的三重追问

河南郑州一名19岁女孩小梦，在一年多的时间里陆续挪用其父亲经营冷链档口的资金1700余万元，用于直播间打赏和拆卡盲盒消费，长期位居多个直播间“榜一大姐”。

2026年4月20日，小梦在父亲的陪同下投案自首。

这起案件以极端的数字刺痛了社会神经，也再次将直播打赏乱象的深层问题推到台前。

## 情感缺失沉溺虚拟世界？

据小梦父亲朱先生介绍，自己忙于跑生意，陪女儿太少，前妻也很少管她，小梦“在直播间里找到了被捧着的感觉，才越陷越深”。当现实世界无法给予足够的关注与认同，直播间里主播一声声“宝宝”的呼唤、冲业绩时的热切期待，便成了她填补情感空白的精神寄托。

这并非个案。近年来，因情感缺失而沉溺于虚拟打赏的案例屡见报端——河北保定六年级女孩小倩因在班级受冷落，5个月内打赏14万元耗尽家中积蓄；15岁少年洋洋为吸引女主播注意，打赏5万余元……

如何避免类似悲剧重演？需要从家庭、学校、社会三个层面协同发力。

在家庭层面，应强化家长的情感陪伴意识，摒弃“只管吃穿不管陪伴”的教养模式。

在学校层面，通过心理筛查及时识别情绪困扰学生，做到“早发现、早干预”。

在社会层面，应加快构建家校社协同育人体系，为单亲家庭、留守家庭等特殊群体提供专业的心理支持和家庭教育指导。唯有当现实世界的情感供给足够充沛，虚拟空间的“甜蜜陷阱”才能失去吸引力。

## 1700万如何定性，能否追回？

1700万能否追回，是此案最令人揪心的问题。回答这一问题，需厘清两个层次：小梦的行为构成何罪？资金以何种法律路径追回？

就刑事定性而言，小梦的行为已涉嫌挪用资金罪与职务侵占罪竞合。根据《刑法》第二百七十二条，公司工作人员利用职务便利挪用本单位资金归个人使用，数额特别巨大的，处七年以上有期徒刑；若认定其具有非法占有目的，则构成职务侵占罪，涉案1700万元属“数额特别巨大”，量刑起点为十年以上有期徒刑。小梦作为完全刑事责任能力人，长期挪用资金用于挥霍且无归还行为，司法实践中更倾向于认定职务侵占罪，但最终定性需结合其主观目的与行为细节判定。

关于资金追索，1700万元作为违法所得，司法机关可依法向全链条受益主体追缴。依据《最高人民法院关于刑事裁判涉财产部分执行的若干规定》，主播、MCN机构、平台若明知款项来源违法、无偿取得或以明显不合

理对价获取赃款，均负有全额返还义务。具体而言：主播作为直接受益方，需返还全部打赏所得；MCN机构若存在诱导打赏、管理失责等过错，需承担连带返还责任；平台若未落实实名认证、未识别异常大额打赏、未履行风险提示义务，也需按过错比例承担退赔责任。

但实践中，巨额打赏追讨面临多重困境：一是款项已被消耗，主播、MCN可能无足额退赔能力；二是部分收益经平台分成、税务扣除后实际所剩有限；三是受益主体易推诿责任，本案中涉事MCN与平台均以“配合调查”为由拒绝主动退款。

## 网络直播行业生态如何构建？

直播平台作为直播活动的组织者、技术支持者与规则制定者，掌握行业关键资源，应承担审慎监管责任，负有实名认证、异常交易监测、风险提示、内容审核等法定义务，依据《网络直播营销管理办法（试行）》及2026年4月中央网信办《关于加强网络直播打赏规范管理的通知》，平台未履行监管义务导致违法打赏发生的，需承担法律过错责任。

MCN机构作为主播的管理方和利益分享者，对其签约主播的行为负有管理责任，若存在教唆、纵容诱导打赏，需与主播承担连带责任。

网络主播作为服务的直接提供者，应遵守职业道德和相关法律法规，若存在主动诱导、虚构身份、情感欺骗等行为，其打赏收益构成不当得利，需全额返还，情节严重的可能涉嫌诈骗罪。

但当前直播行业的核心问题在于“重收益、轻责任”：平台为追求抽成收益，对异常打赏“睁一只眼闭一只眼”；MCN机构以流量与收益为核心，放任主播使用诱导话术；部分主播将用户视为“提款机”，刻意迎合非理性消费心理。这种畸形生态不仅侵害消费者权益，更易诱发违法犯罪，成为社会不稳定因素。

一起1700万的打赏悲剧，是一面多棱镜，折射出家庭情感的缺席、企业财务管理的疏漏、直播行业的野蛮生长，以及法治治理的系统性课题。本案女孩虽已成年，但在情感上依然处于缺位状态——当她无法在现实世界中获得足够的关注与认同，虚拟空间便成了填补情感空白的替代品。

从这一意义上说，本案的价值不仅在于追回1700万、追究各方责任，更在于警示全社会：网络直播作为新兴业态，其健康发展离不开法律规范、家庭监护和平台责任的协同发力。只有构建起“法律划定底线、家庭筑牢防线、平台守住红线”的三位一体治理体系，才能让虚拟世界的“打赏”回归理性，让青少年的成长远离陷阱，让数字经济在法治轨道上行稳致远。

（作者：彭辉，上海社会科学院法学研究所教授、博士生导师）

## 标语要接“地气”，但不该沾上“戾气”

据半月谈报道，一些地方出现了不少奇葩标语，比如“一家烧火，全家坐牢”“你若酒驾，我必改嫁”“小便不冲，老婆不忠”等等，被刷在墙上、挂在街边、张贴在校园里，让人看了心里不适，引起广泛吐槽。



## 标语取不好，反而可能引起群众质疑反感

宣传标语本是政策落地的“轻骑兵”，其生命力在于“共情”。云南大理曾用“风花雪月故乡，防火责任共扛”替代生硬禁令，既保留白族文化韵味，又传递安全理念，群众自发拍照传播；浙江某村“垃圾不落地，村庄更美丽”的顺口溜，用方言广播后，垃圾分类参与率从30%跃至90%。这些案例充分印证了好标语犹如春风化雨，在平等对话中唤醒自觉。

一些地方的宣传标语却充满了骂街、恐吓、诅咒的痞子味儿，成为“雷语”“裸语”，伤害群众感情，破坏干群关系，抹黑基层政府形象。

恐吓类。为了宣传秸秆禁烧，有的地方挂出“一家烧火，全家坐牢”“谁家地头谁看管，谁家着火罚谁款”的标语，被群众调侃称：“烧个秸秆，全家团灭？”有的地方为了宣传安全祭扫，挂出“上坟引发火灾，坟墓一律拆除”的标语，被网友吐槽“祖宗听了都想搬家。”诅咒类。为了劝告群众不要搭乘

货车，一些地方挂出标语“低速货车人货混装，违法乘坐好闯阎王”；有地方的公共卫生间为劝说文明如厕，竟挂出标语“小便不冲，老婆不忠”；为防范用电安全事故，有地方打出标语称“严禁触摸电线，一触即死，不死法办”……骂街类。有的地方为倡导文明节俭，整治大操大办，竟打出“不要屁股脸的人，办不要脸的酒；不知耻的人去帮忙，不要脸的人去吃酒”；有的地方为了整治私搭乱建，打出“乱搭乱建，全家短命”的标语；一些学校为防止学生早恋，竟然用上了“渣男”“二手货”这样的污言秽语……

凡此种种，降格调、辣眼睛、伤感情，看了心里都会觉得别扭，更别提宣传效果了。

标语是基层单位与群众交流沟通的重要方式，是工作作风、工作方法和工作能力的集中体现。雷人“裸语”，表面上是语言表达问题，根子却在基层治理理念和工作方法的偏差。

## 奇葩标语不是“接地气”而是“不讲法”

说农村乡镇居民文化层次不高，就得粗俗一点，就配不上“文明”，更像一种诡辩。向往文明是一种人性，农村乡镇居民也喜欢用手机，也喜欢24小时热水，爱踢村超，想打村BA，他们同样向往文明的产物。难道一到说话的时候，他们就对文明无感，就喜欢被指着鼻子辱骂和诅咒？

这不是民众粗俗，而是想出标语的人太粗俗。而这种粗俗本质上也不是来自文化水平，而是来自法治意识。

仔细想想，充满戾气的口号，其实来源于一种行事逻辑。不需要讲道理，不用了解民众的想法，不需要尊重民众的利益，“按我说的来就行了”，只要自己达到KPI，手段根本无所谓，标语当然也一样。

仔细深究一些标语，像是“上坟引发火灾，坟墓一律拆除”“一家烧火，全家坐牢”之类，颇让人不寒而栗。上坟引发火灾，这可能是事故，也可能是违反了一些祭祀规定，但无论什么情况

都有相应的法律法规在，拆除坟墓是什么道理？烧秸秆也是同理，就算违反了相关规定，难道就到了“坐牢”的程度，还得连坐全家？为何不追问一下有没有建立完善的回收机制？

这些标语所投射出的，就是细节无所谓，法律法规也不重要，也不用直面基层社会种种复杂繁难的利益纠葛与现实困难，就是要“快”要“狠”，要迅速“管住”民众即可。标语在粗鄙化的路上狂奔，就是这种治理逻辑的传导——既然无所顾忌，那还何必遣词造句？

从这个层面说，这些标语并不是小事，它们反映了一种对规则的轻慢与对人的不尊重。这完全不应该用“接地气”来粉饰，而是典型的“不讲法”。这种标语的危害也不只是污染基层社会的视觉空间，更有可能对法治土壤带来深远的伤害。

综合自光明网、北京日报、大河网等（谕路 整理）