

观点  
扫描



不让AI数字人营销异化为虚假侵权营销,需要依靠制度治理的刚性。同时,还应强化行业自律机制建设。

## 别让AI数字人营销异化为虚假侵权营销

据报道,去年以来,AI生成的数字人大量“占领”电商平台,有的靠“图”预售、以次充好,还有的用AI数字人模仿名人外貌及声音为一些“神药”“神器”背书,短时间内卖出巨额大单。在这背后,一套从肖像、配音,到文案生成的AI数字人带货制作流程充斥网络,带来众多监管难题。

平心而论,商家利用AI数字人开展营销,既可以创设更多营销人设,也可以直接降低营销成本,本无可厚非。然而,这并不意味着商家可以随心所欲用AI数字人模仿他人形象搞虚假营销。《民法典》第一千零一十九条规定,未经肖像权人同意,不得制作、使用、公开肖像权人的肖像。商家擅自在AI数字人营销中模仿他人形象,无疑已构成侵权,应承担相应民事法律责任。如果构成犯罪的,则将被追究刑事责任。

不仅如此,商家这种营销手段本质上属于虚假宣传,既僭越了《消费者权益保护法》保障消费者在交易中享有知情权和选择权的红线,又违反了《广告法》严禁虚假宣传的规定。现实中,不少消费者在“眼见为真”的惯性思维下,为此上当受骗的情形时有发生,严重损害消

费者合法权益。

不让AI数字人营销异化为虚假侵权营销,需要依靠制度治理的刚性。当务之急,相关部门应及时完善法律,明确AI生成内容的法律性质和责任归属,厘清技术提供方、内容提供者、平台、商家等多方主体的责任边界,从而以法律的精准发力,增强对AI数字人虚假营销的惩治力度。

同时,还应强化行业自律机制建设。相关行业协会可制定AI营销伦理公约,建立侵权黑名单共享平台。比如推广“透明AI”认证体系,通过第三方审计确保AI营销全流程合规。再比如引导商家自身建立AI伦理审查机制,将合规审查前置到营销创意阶段,不让有违伦理和法律的AI数字人营销手段窜出“笼子”。

AI虚假营销的治理本质上是如何平衡效率与公平、创新与秩序。面对AI数字人营销已不可逆的发展势头,只有系好法律安全带、点亮伦理探照灯,建立起权责清晰的治理体系,才能让AI数字人营销真正为经济社会发展赋能,而不是异化为践踏权利的工具。张智全 来源:北京青年报



知识产权是保护创新成果的重要保障。电子化的流程既减少了人工的干预,一定程度上保障了公平公开的原则,同时也有助于建立立体化的“监管天网”,让监管的“精准性”和“透明性”大幅度提升。

## “打包整合”知识产权服务

近日,国家知识产权公共服务平台正式上线。这是国家知识产权局提升知识产权公共服务数字化、智能化和便利化水平的又一重大举措,是为了更好地激发全社会的创新活力“破土成林”,为知识产权保护的“原野”生生不息提供助力。

在刚刚闭幕的2025年全国两会上,不少走在创新前列的民营企业代表委员,在采访中都提到了“知识产权”这个关键词。今年的政府工作报告中提到,要“加强知识产权保护和运用”,充分体现了国家对知识产权工作的高度重视。

知识产权是保护创新成果的重要保障。很多新产品研发时期往往具有不稳定的特性,创新型企业更需要及时了解知识产权的信息,预判侵权与否和下一步的创新方向。对他们来说,国家知识产权公共服务平台不仅将现有各类知识产权公共服务系统“打包整合”,打破了创新人才们查找信息“东一块西一块”的散乱局面,更增加了检测重点产业、共享专利权评价报告及侵权线索等功能,给众多“创新主体”保驾护航,让更多创新人才可以专注于专利突破。

国家知识产权公共服务平台的上线也给公众提供了更多便利。多数公众面对知识产权事务常望而却步,复杂的流程和晦涩的法规让人摸不着头脑,这也是导致知识产权意识难以在大众中生根发芽的原因之一。平台升级改造后,怀揣着拥有专利梦想的个人,也可以在“一站式”的服务下快速解决问题。社会公众可通过公共服务门户获取各类知识产权业务办理入口,进行基础数据查询。这样便捷的方式像“快车道”一样,不仅节省了时间成本,更有利于在公众心中埋下知识产权保护的“种子”。

除此以外,平台还集合了执法支撑和综合监管等功能,更是实现了专利代理师资格考试、专利代理机构审批、专利和商标代理监管等电子化业务办理流程。这样电子化的流程既减少了人工的干预,一定程度上保障了公平公开的原则,同时也有助于建立立体化的“监管天网”,让监管的“精准性”和“透明性”大幅度提升。

创新是引领发展的第一动力。未来,在平台和各方的努力下,知识产权建设将为创新成果筑牢坚实的保护屏障。来源:人民网



“全国食品安全举报系统”有望成为连接食品行业内部监督与部门监督的重要通道。

## 开通食品安全举报系统 让每一天都是“3·15”

今年“3·15”前后,不少知名品牌被爆出存在严重的食品安全问题。无论是新京报曝光的“杨铭宇黄焖鸡米饭厨乱象”、低价“假酸奶”问题,还是湖北经视曝光的小龙坎火锅乱象,无一不表明,尽管食品安全问题广受关注,也一直是重点监管整治领域,但至今仍是痼疾待解。

3月15日晚,市场监管总局网站发布消息称,为进一步畅通食品生产经营企业、集中用餐单位内部举报渠道,鼓励引导食品从业者及相关人员积极举报食品安全违法违规行为 and 重大风险隐患,充分发挥社会共治作用,切实守护人民群众“舌尖上的安全”,市场监管总局已开发“全国食品安全举报系统”,将于5月正式上线开通。

2024年9月,市场监管总局就已公告明确,对符合奖励条件的食品生产经营企业内部举报人予以奖励。此次即将上线开通的“全国食品安全举报系统”,则是由国家层面的监管部门搭建专门的、高层级的内部举报渠道,无疑是向社会释放了“维护食品安全”明确信号。

一方面,这一专门针对“食品安全”领域的全国举报系统,脱离了地域限制,降低了举报和维权门槛;另一方面,一定程度降低了举报人信息泄露风险,也进一步压

缩了举报人被打报复的可能性。此外,这也相当于将每一条举报线索都进行“提级办理”,监管部门对线索后续查处也将更为直接有效。

从长远层面看,内部举报渠道的畅通,对食品行业来说,能够及时补上漏洞,修复公众对行业的信任,也是进一步呼应公众“让每一天都是‘3·15’”的题中应有之义。

作为部门监督、媒体监督、公众监督之外的重要监督力量,内部监督其实可以发挥更大的作用。但内部监督必须要有部门监督力量的及时回应与配合,而“全国食品安全举报系统”就有望成为连接内部监督与部门监督的重要通道。

当然,这一系统目前尚未上线,在准备阶段,也不妨积极收集专业意见和公众建议,以进一步厘清举报流程,做好如举报人信息保密等各项基础性工作。更为重要的是,监管部门必须要建立高效的线索核查与反馈机制。

相信,随着“全国食品安全举报系统”的上线开通,不仅有利于对食品行业形成“每一天都是‘3·15’”的日常监督压力,全国层面的食品安全监管机制也将得到进一步完善,切实守护好公众“舌尖上的安全”。

苏士仪 来源:新京报