



AI短剧“买脸”狂欢，谁来给肖像权“上锁”？

据潮新闻报道，演员林敏（化名）最近收到一条微信。“我现在做AI短剧，很缺人物形象，500元签一年的使用权，你愿意吗？”看着对话框里的文字，林敏觉得不可思议，难道自己的脸就值500块钱吗？算下来，一天才一块多钱！虽然最近没有接到剧组邀约，暂时处于失业状态，但林敏还是拒绝了。怕有一天刷着刷着短剧，屏幕里蹦出一张自己的脸，演的却是自己压根不知道的戏。

实际上，“500元卖脸”在演员圈里并不是什么新鲜事。不少演员透露，自己在不少通告群里都看到过“买脸”的消息。也有导演表示，只要是公司签约的演员，都要同步签订肖像授权协议。500块到1500块，给两三张照片，脸就归人家用了。签约的什么人都有，在校学生，社区阿姨，跑龙套的群演，偶尔也有几个叫不上名字的腰部演员。有人觉得划算，躺着就能赚钱。有人死活不干，说脸是自己的

核心资产，不能卖。AI短剧发展得太快了。快到来不及造那么多脸，快到数据库里翻来覆去就那么几张面孔，快到一部戏需要十几二十个配角却凑不齐人头。于是制作方满世界找脸。正经的走授权通道，不正经的直接上手盗。今年3月，AI短剧《桃花簪》被曝将汉服博主“白菜”和模特“七海”的照片经AI换脸后用于反派角色，引发争议后，该剧最终下架。

这不是影视圈的小风波，这是数字时代人格权保护的一次大考。人脸正在变成一种新原料。

以前我们讲肖像权，说的是照片不能随便挂墙上，广告不能随便贴脸上。那是工业时代的逻辑：脸是身份的标签，贴对了地方就是名誉，贴错了地方就是侵权。到了数字时代，一切都在变。脸不再是脸的本身，脸成了数据。脸被拆成关键点，关键点被喂进算法，算法吐出一张又一张似曾相识的新脸。这是技术革命带来的一次

底层重构。最要紧的变化，是脸从不可转让变成了可“交易”。林敏那代人还觉得卖脸是件别别扭扭的事。但是对于那些刚入行的群演，他们觉得这有什么，给钱就用呗，反正又不影响我接别的戏。这种心态的转变，比技术本身更值得警惕。当人脸从人格符号滑向普通商品，法律的底线还能不能守得住？

人脸到底值多少钱？这个问题现在没人答得上来。500块是市场价，可这个市场本身就荒诞。它的荒诞不在价格高低，在定价逻辑的混乱。肖像权的价格既不像劳动力那样有市场供求调节，也不像知识产权那样有明确的收益预期，它卡在中间，两头不靠。

新业态不能裸奔，法治必须跑起来。今年4月国家网信办起草了《数字虚拟人信息服务管理办法》，专门提到未经同意不得提供可识别特定自然人身份的数字虚拟人服务。步子迈出去了，但还远远

不够。AI时代的肖像保护，面临的新问题太多了：授权之后能不能撤回？拍完的剧下线了，肖像数据还在不在人家的服务器里？如果脸被用来训练下一代模型，这个算不算超范围使用？这些都需要更细的规则来兜底。

说到底，这是个尊严问题。脸不只是五官的排列组合。中国人的脸连着面子，连着人格，连着在人群中的位置。古人讲人要脸树要皮，那是把脸当成一个人最后的尊严底线。技术的逻辑是万物皆可数字化，但人的逻辑不能退到只剩一串代码。

林敏拒绝那500块的理由特别朴素：我怕回头刷到短剧，连自己都不认得自己了。这句话值得所有人听一听。当一个人认不出自己的脸，他认不出的是自己在这个世界上独一无二的存在。技术再发达，也不能把人脸当原材料去消耗。

□邓随新

“1点点”奶茶道歉了，但整改别止于“一点点”

6月24日，“1点点”官方账号发布《关于近日媒体报道我司门店食品安全问题的致歉与整改声明》。近日，《中国食品安全报》报道我司部分门店存在食材效期管理混乱、员工操作卫生不规范及环境脏乱等问题，引发广泛关注。我们与所有消费者一样，对此深感震惊与痛心。在此，1点点向所有信赖我们的消费者致以最诚挚的歉意。（6月24日《光明日报》）

“1点点”奶茶被曝随意更改食材效期标签，隔夜过期食材继续使用。对此，“1点点”道歉了，表示“深感震惊与痛心”，并将对所有门店展开全覆盖、无死角的突击稽核检查。看起来态度很诚恳，整改力度不小，但仍有可能止于“一点点”。

所谓“我们与所有消费者一样，对此深感震惊与痛心”，无疑是为了表明自己“不知情”。无论这是客观事实，还是为了甩锅而使用的公共话术，都反映出一个问题，就是疏于管理。

各行各业大量连锁店的存在，对于方便群众生活、激发市场活力、扩大消费和就业，都有重要促进作用。可是，总店负责收加盟费赚钱，却疏于对连锁店管理，已经在一定程度上成为普遍现象。最典型的案例是，美宜佳连锁店居然有近140万支非法卷烟被查，涉案店铺306户。

“1点点”奶茶加盟店多达数千家，同样存在疏于管理的情况。否则，总店就不必对媒体曝光的问题“深感震惊”。震惊的背后，就是责任的缺位：连问题都发现不了，就更谈不上管理了。“1点点”致歉声明称，“上述问题虽发生于个别门店，但反映出我们在日常管理执行层面仍有提升空间，个别门店在操作规范落实上存在明显偏差。”一出问题就归咎于“个别门店”，给人以甩锅之感。

据中国食品安全报报道，记者在多家“1点点”奶茶门店发现其员工使用无厂家、无生产日期、无保质期的茶叶，一些操作人员全程未规范佩戴口罩、手套，佩戴首饰直接徒手制作饮品。这究竟是哪个还是普遍现象，现在下结论为时尚早，因为还没有全面调查。

上述致歉声明称，“总部已紧急组建专项稽核组，由食品安全、运营、品控等核心部门联合组成，即日起分赴全国各区域，对所有门店展开全覆盖、无死角的突击稽核检查”。既然媒体已经曝光相关问题并引发关注，而且“1点点”总部宣布马上开展“突击稽核检查”，就等于告诉所有门店要做好迎接检查的准备。也就是说，“突击”在客观上是不存在的，实际上都是有准备的。

虽然“1点点”在表态整改上很坚决，但在整改行动上仍可能停留在“一点点”的层面。为了挽回信任，为了杜绝问题再发生，仅靠表态和一次性的“突击检查”是远远不够的。健全长效管理机制，落实日常检查和整改，在赚钱的同时扛起责任，才能真正守住口碑、留住顾客。

当前，各个品牌的奶茶店已经遍布全国各地的大街小巷，但卫生条件、服务态度参差不齐。为了规范行业发展，主管部门就应该主动作为，而不能等到某个品牌店出了问题，就自行整改，而其他品牌店像没事人一样。无论是品牌店，还是有关部门，都要付出不止“一点点”的努力，才能切实维护消费者的权益和行业的健康发展。

□李蓬国

填好高考志愿，奔赴人生崭新赛道

6月23日起，全国多地陆续公布2026年高考分数，志愿填报工作随即全面铺开。如果说高考是一场以分数论英雄的“硬仗”，那么志愿填报之后的人生赛道，则是一张没有标准答案的“新考卷”。

每年放榜季，总有家长四处寻访“最优解”。有人迷信AI工具，试图用算法算出最优报考方案；有人斥资万元购买“一对一”咨询服务，期望专业规划师能为孩子铺就一条坦途。古人说，“志不立，天下无可成之事。”志愿之“志”，是理想抱负；志愿之“愿”，是前行追求。

考场之上比拼解题能力，填报之时考验格局眼界。没有哪个第三方能提供更有价值的信息，更没有人为孩子的未来“拍

板”。志愿填报并非简单的分数与院校的机械匹配，而是一个高中生正式审视自我、面向未来所做的一次人生规划。从“我想成为什么样的人”到“我适合走什么样的路”，这些关乎人生走向的核心追问，终究无法假手于人。

真正的智慧，在于回归本心，在三个维度中寻找交集：自己感兴趣的，适合自己的，国家与社会需要的。兴趣是最好的老师，能让人在漫长岁月中坚持长期主义；“适合”是潜能的催化剂，唯有在适配的赛道上，努力才能成为撬动能力的支点；而“需求”则是价值的标尺，大学生终将走向社会，唯有将个人所学与国家发展同频共振，才能书写出更优异的奋斗答卷。选择与

时代需求相向而行的专业方向，本身就是一种深远的人生远见。

做好选择的“加法”，更需警惕市场的“减法”。当前志愿填报市场泥沙俱下，部分机构利用家长焦虑，以所谓“绝密数据”和“精准预测”为饵，收取高额费用，甚至虚构名师资质。实际上，教育部“阳光高考”平台及各地教育考试院均已提供免费的志愿筛选、心理测评、就业前景查询等服务。与其将决定权拱手让人，不如善用官方工具，沉下心来研读招生章程，看清专业内涵与师资力量。

跳出“唯分数论”的狭隘视野，我们更应看到，一考早已不能定终身。无论是大学期间的转专业通道，还是跨学科辅修，都

为调整方向留出了充足空间。从“千军万马过独木桥”到“条条大路通罗马”，高考的制度设计正从单向度转向多维度选拔，“选择”的内涵也被赋予了更广阔的天地。正如“热爱可抵岁月漫长”，真正的成功，不在于是否压中了某条分数线，而在于是否在选定的道路上深耕不辍、行稳致远。

落笔无声，未来有光。当分数揭晓、志愿落定，万千学子即将站在人生的新起点上。愿每一位少年都能拂去焦虑，遵循内心的热爱，以清醒的头脑作答，以从容的姿态出发。分数定义了你在一个夏天的高度，而选择与奋斗，将决定你一生的厚度。

□张恒

