



近日，爱奇艺选秀节目《青春有你》第三季被责令暂停录制，原定本周末直播的总决赛延迟。与此同时，该节目粉丝为投票大量购买乳饮料并倾倒的视频在网上热传。“倒牛奶”事件相隔近百年再次上演，这一次，似乎还是和资本有关。

爱奇艺被暂停录制《青你3》

5月4日晚，北京市广播电视局在微信公众号上发文，责令爱奇艺暂停《青春有你》第三季后续节目录制，要求爱奇艺认真核查并整改存在的问题。

5日凌晨，爱奇艺《青春有你》官方微博回应此事，称“诚恳接受，坚决服从”，同时，《青春有你》第三季选手余景天所属公司星宇愔乐在微博发布退赛声明，称艺人余景天因个人身体原因，无法继续参与相关工作，决定退出目前的节目录制。

5月6日夜间，爱奇艺发文道歉，称对于“倒奶视频”所造成的影响表达歉意，同时重申坚决反对一切形式的食品浪费。爱奇艺称，从发文即刻起，关闭《青春有你》第三季所有助力通道。



爱奇艺此次道歉，与前几日在网上热传的为刷“奶票”倾倒牛奶视频相关。视频中，一群人熟练地打开乳制品，把瓶盖留下后将奶倒入水沟中，身后还垒着半人高的乳制品墙。有网友辨认出，被倾倒的是用于为爱奇艺选秀节目投票的蒙牛真果粒饮料。

有网友表示心疼，“如果是分给路人喝，也总比这样直接倒掉的要好”“建议恢复手机短信投票方式”，而更多的网友表示不解，“为啥非得设计在盖上？”

5月4日，新华社发文怒批牛奶被倒掉，严厉指出这种行为起到的负面效应，吸睛的背后是否会误导年轻人，同时呼吁“别把青年人带沟里！”5月5日，央视也发文批评，称商家平台在倒奶事件中难辞其咎。

相关乳制品仍在售律师称平台应担责

蒙牛真果粒是《青春有你》连续三年的赞助商。中新经纬客户端在蒙牛官方小程序“真果粒青春福粒社”看到，可打榜的产品包括印有《青春有你3》节目官方LOGO的蒙牛真果粒高端缤纷果粒系列箱装产品(红柚四季春口味、芒果百香果口味、白桃树莓口味)、蒙牛真果粒花果轻乳系列瓶装产品(樱花白桃口味、玫瑰草莓口味)与印有“青春限定装”字样和《青春有你3》节目官方LOGO的蒙牛真果粒高端缤纷果粒系列箱装产品(红柚四季春口味)。

5月6日，中新经纬客户端询问真果粒旗舰店客服，现在购买是否可以帮偶像打榜，对方表示真果粒花果轻乳系列两款产品只有新包装可以投票，新老包装随机发货，但目前没有接到相关打榜通知，具体的投票内容以官方发布为准，高端缤纷果粒系列饮品目前已无法“助力”。

而在淘宝和闲鱼上，有商家仍售卖瓶盖和二维码，一个花果轻乳瓶盖售价3至45元，可投两票。电商平台上还出现“收奶”业务，“收真果粒或纯真小蛮腰，孩子只想喝奶也可代投，价格好说”。

中新经纬客户端在电商平台的蒙牛真果粒旗舰店发现，真果粒花果轻乳系列两款产品以及高端缤纷果粒系列红柚四季春牛奶饮品仍在售卖，6日白天处于售罄状态的高端缤纷果粒系列白桃树莓味牛奶饮品于5月7日凌晨重新上架。

早在2020年2月发布的《网络综艺节目内容审核标准细则》有明确规定，“节目中不得出现设置‘花钱买投票’环节，刻意引导、鼓励网民采取购物、充会员等物质化手段为选手投票、助力”。

2021年4月29日，《反食品浪费法》正式开始实施。上海汉盛律师事务所高级合伙人律师李旻向中新经纬客户端表示，视频所倾倒牛奶的行为违反《反食品浪费法》，本事件不能将食品浪费的责任全部归咎与粉丝行为，生产商和平台方在其中也应当承担一定责任。

“这是品牌方利用明星影响力提升销量的宣传销售行为。企业赞助综艺节目，绑定娱乐明星，提升了产品销量，平台通过企业赞助获取节目经费。其中，企业与平台的不当营销才是导致打投、浪费行为的根源。”李旻表示，本次事件明面上是通过购买牛奶获取二维码来进行打投，但实质仍旧是平台与生产商通过购买牛奶，变相的“花钱买投票”。

对于在商业活动中使用食品的行为，李旻呼吁：“如果活动必须使用相关食品，那么在保障活动目实现的同时，应有效贯彻最低限度使用的原则，能够根据食物的现实状况和功能予以妥善的后续利用，避免浪费。”

奶“流”进了谁的钱袋？

2018年，爱奇艺出品的竞演养成类真人秀节目《偶像练习生》一度成为现象级综艺，并捧红蔡徐坤等年轻艺人。随后，爱奇艺分别在2019年、2020年及2021年上线综艺《青春有你》第一季至第三季。

公开信息显示，《偶像练习生》《青春有你》的制作方为爱奇艺和北京鱼子酱文化传播有限责任公司，后者成立于2014年，注册资本2578万元，是一家青年娱乐节目制作公司。节目出品人为爱奇艺CEO龚宇，总制片人为爱奇艺副总裁姜滨。

随着选秀养成类节目在市场上的风靡，越来越多的娱乐公司与赞助商选择参与其中。除头部经纪公司乐华娱乐、时代峰峻等外，王思聪投资的香蕉娱乐、阿里旗下MCN公司淘秀光影、华谊兄弟时尚等知名公司均曾派出旗下艺人参与选秀。

不止经纪公司，赞助商队伍也在不断壮大。以《青春有你》第三季为例，赞助商除提供“奶卡”的蒙牛之外，还包括雅诗兰黛、资生堂等品牌。

据了解，从2018年至今的几届选秀大致规则相似，以《青春有你》第二季为例，109名参赛选手通过数轮任务、训练与考核等过程展开竞演，同时开启粉丝投票，最终投票数前9名的选手可组成偶像团体出道，故而不管对于选手本人还是粉丝来说，投票都是节目中的头等大事。

经历过几届选秀节目投票的“资深粉丝”小李告诉中新经纬客户端，类似“倾倒牛奶”的事件已不是首次发生，在2020年选秀时便已有耳闻。“前几年的票码会随饮品的包装附赠，就算把‘奶卡’取走，饮料也可以保存或赠与他人；但去年的《青春有你》第二季开始将票码印在瓶盖内侧，不得不开瓶取码。”

据了解，蒙牛真果粒已是《青春有你》连续三年的赞助商，在各个商家的链接里，“青3投票”成为蒙牛真果粒重要的介绍。

在线上旗舰店可看到，真果粒高端缤纷果粒系列每箱内有一张奖卡，每箱12包，售价是54元/箱；花果轻乳系列则在瓶盖内设置了二维码，每箱10瓶，售价是69.9元/箱。产品说明显示，不管是奖卡，还是二维码，都可以兑换助粒值为支持的选手助力。

蒙牛在2020年年报中表示，真果粒花果轻乳系列通过冠名赞助爱奇艺《青春有你2》成功上市推广，在销售受阻的疫情期期间，真果粒实现逆势增长，“上市以来深受都市白领、大学生等消费群体的喜爱，电商平台多次售罄”。

“我之前曾为打投买过几箱饮料，几乎都分给同事朋友喝了，其实粉丝的购买力也是艺人和节目火不火的表现。”小李解释道，艺人没有知名度之前，粉丝需要靠“氪金”向外界证明自己的偶像有“实力”，而商家也深谙粉丝心理，从而策划出各式各样的吸金活动。

“偶像能不能出道不得而知，但可以预见的是，节目组和赞助商却获得了高热度和巨大收益。”新华社在评论文章中表示，在“大量牛奶被倒”反映出的浪费问题上，节目组、相关平台和企业需主动作为，肩负起自身的社会责任。

5月5日，新华网评理性追星不能只呼吁粉丝，并剑指娱乐产业“背后涉及到平台、制作机构、赞助商等各方复杂的商业利益。应对病态追星，已不能仅靠呼吁粉丝理性”。

“作为被‘追’的对象，明星们应引导自己的粉丝更加客观理性地追星。从平台方角度来说，也应注意平衡粉丝情绪，而不能盲目煽动粉丝。目前，有部分平台刻意引导粉丝进行非理性追星，从而获取更多的流量和收入，这是不可取的，平台应学会有所为有所不为。”盘古智库高级研究员江瀚在接受中新经纬客户端采访时表示

•