



“身世悲惨”的女孩坚强生活,“动人故事”的背后是早已设定好的剧本;打着“助农”旗号售卖的“大凉山原生态农产品”,实际是从批发市场低价采购来的……近日,四川省凉山州昭觉县人民法院对“凉山孟阳”“凉山阿泽”案一审宣判,8人因虚假广告罪被判处9个月至1年2个月不等的有期徒刑,并处2万元至10万元不等罚金。

新华社记者调查发现,近年来一系列“网红”直播卖惨、虚假助农等违法行为的背后,是一套完整的获利运作模式。

“贫苦善良女孩”为摆拍“原生态农产品”来自批发市场

一个名叫“凉山孟阳”的年轻彝族女孩父母双亡,需要拉扯几个弟妹长大;她穿着破旧的衣衫,身后的房屋残破不堪……假装身世悲惨对生活,很快积累了大量“粉丝”。

不久之后,女孩开始了直播带货。在一场直播中,她一边剥开手中的山核桃一边说:“不要给我刷礼物,你们用给我刷礼物的钱买山核桃,相当于支持了我们这边很多的叔叔阿姨。”

然而,很快就有网友质疑她售卖的农产品质量。更有网友实地走访后发现,她不仅父母健在,平时衣着也干净讲究,还不时出入高档场所。

“摆拍!假的!”有网友在“凉山孟阳”的直播间里留言并向平台举报。面对质疑,主播却将网友踢出直播间,又雇佣网络“水军”攻击举报人……

“相同的配方,熟悉的味道”,“凉山孟阳”的套路并不新鲜。早在2016年,凉山州警方就打击过一批到凉山乡村进行摆拍、搞“假慈善”的主播。“直播带货”则是近年来利用公众对凉山的关注从中牟利的“升级版”。

2023年6月,昭觉县公安局对“凉山孟阳”立案侦查,一家MCN(多频道网络)机构——成都澳维文化传媒有限公司浮出水面。

警方告诉记者,这家机构通过事先设定

“贫苦善良女孩”卖“原生态农产品”?——揭秘直播卖惨背后黑色链条



好的剧本摆拍“吸粉”,在短视频平台孵化出“凉山孟阳”和“凉山阿泽”两个“网红”账号,随后开始利用账号直播带货。

“他们带的货有山核桃、雪燕、红花、贝母、羊肚菌等。”昭觉县公安局民警王虎介绍,“凉山的确出产核桃和少量天麻,但红花、雪燕根本不是这里的特产。”

警方发现,所谓的“原生态农产品”大多来自成都的批发市场。“以山核桃为例,进价

约每斤5元,卖给网友的价格在10至13元不等。”王虎说。其间,MCN机构还雇佣网络“水军”在直播间制造爆款、抢单假象,诱导消费者购买。据警方侦查,该MCN机构以此套路销售额超3000万元,非法牟利超1000万元。

这样的手法与2023年12月被判刑的“网红”主播“赵灵儿”“凉山曲布”如出一辙——MCN机构联系四川、江苏、云南等地的供应链,低价购入蜂蜜、核桃等农副产品,假冒“大凉山特色农产品”商标,以次充好、以假充真,将假冒产品销往全国20余个省份,销售额超千万元。

“卖惨”带货背后有条产业链

前端打造“人设”、孵化“网红”,中端剧本拍摄、电商运营,末端农产品供应、流量变现……凉山州公安局有关民警对记者表示,在侦办类似案件过程中发现,虚假助农直播的背后已经形成一套完整的运作模式。

首先,幕后团队物色有“网红”潜质的年轻男女,为他们量身定制“人设”、写好剧本。例如,“凉山曲布”是淳朴的彝族青年,“赵灵儿”是“助力大凉山”的善良女孩。最初,他们用偶遇、蹭饭、送水等戏剧化的桥段吸引流

量,拥有一定粉丝量后,便开始拍摄在山里收核桃、采蜂蜜的视频,为直播带货做铺垫。

其次,这些视频往往通过安排特定元素,精准击中社会情绪:偏远闭塞的山区环境,女主角身上破烂的衣服和灿烂的笑容,破烂不堪的房屋,淳朴天真的孩子……加之戏剧化的剧本和纪录片的拍摄手法,以及大量“水军”刷好评,一系列套路下,很多人深受感动,赶紧掏腰包积极“助农”。

据了解,“凉山孟阳”真名叫阿西某某,其家庭曾是建档立卡贫困户,多年前已经脱贫;她视频中拍摄的破旧房屋是村中早已废弃的一栋农舍。

卖惨直播刺痛了凉山广大干部群众的心。“脱贫攻坚以来,凉山的变化日新月异。MCN机构利用外界对凉山贫穷闭塞的刻板印象打造‘人设’,欺骗了广大消费者,也伤害了当地干部群众。”昭觉县一名基层干部表示。

加强MCN机构监管 规范助农直播

昭觉县人民法院一审宣判认定,MCN公司低价购入非凉山农副产品,通过阿西某某(“凉山孟阳”)、阿地某某(“凉山阿泽”)在抖音平台以直播带货的方式,对商品进行虚假

宣传并大批量销售,其行为构成刑法第二百二十二条规定的虚假广告罪。

据了解,2023年以来,凉山州网信部门联合公安、市场监管、农业农村、商务等部门,深入开展“清朗·从严整治‘自媒体’乱象”专项行动,严厉打击摆拍卖惨、虚假助农、伪慈善等违法违规行为。

专家指出,当前助农直播带货在乡村振兴中发挥了积极作用,对正规的助农直播带货要加大支持力度;同时,不能让虚假助农、卖惨直播这颗“老鼠屎”坏了助农带货这锅“汤”。

四川大学文学与新闻学院教授王炎龙表示,为牟取暴利,一些MCN机构奉行“唯流量论”,以摆拍、造谣、编造剧本等欺骗网友,挑战公序良俗甚至法律底线。“监管部门要加大对MCN机构管理力度,建立有效的行业规范,对违法违规的机构果断采取处罚措施。互联网平台守土有责,对内容要全面履行审核义务,抵制无下限、无底线博流量的行为。”

办案民警王虎说:“‘网红’一定要诚信从业,不要试探法律的底线。也希望广大消费者提高警惕,提高甄别能力,不要盲目相信‘网红’主播。”

据新华社

直播“卖惨”带货被粉丝起诉

2021年7月,博主焦某在某短视频平台上进行直播,称女孩“玲玲”及生母被继母“大美”限制自由,请求解救。焦某后多次直播带人前去解救“玲玲”母女的过程。“玲玲”被救出后发现其身患重病,为筹钱给“玲玲”看病,经焦某周旋,继母“大美”同意委托焦某卖玉,所得货款用来支付“玲玲”医疗费用。焦某在直播间宣称不接受粉丝捐款,呼吁粉丝购买玉器产品为“玲玲”献爱心。

万某在某短视频平台上浏览到该直播间内容后,心生怜悯,为了帮助“玲玲”,遂在直播间内购买了手链、戒指等19件商品,累计支付5649.9元。

巧合的是,后来万某看到了一段他人转发的视频,视频中,直播间内的“玲玲”“大美”等人,一起吃饭举行“庆功宴”。此时的万某才意识到自己被骗。之后,万某将焦某及某短视频平台等公司诉至南京市鼓楼区人民法院,要求

其发布道歉声明、退还货款并三倍赔偿。

经审理,南京市鼓楼区人民法院认为,依照《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国民事诉讼法〉总则编若干问题的解释》第二十一条规定,故意告知虚假情况,或者负有告知义务的人故意隐瞒真实情况,致使当事人基于错误认识作出意思表示的,可以认定为欺诈。

故焦某故意虚构卖惨的故事情节,以虚假的公益性质的掩饰售卖玉器的营利性目的,具

有欺诈的主观故意且实施了欺诈营销行为;万某因焦某的销售行为而对焦某销售玉器的目的产生了错误的认知和判断,基于此而作出的购买玉器的意思表示,与其真实意思不符。故焦某的销售行为构成欺诈,万某要求焦某退还货款并三倍赔偿的诉请,有事实和法律依据。

最终,南京市鼓楼区人民法院判决:焦某在某短视频平台发布向万某的道歉声明(内容需经法院审核),如被告焦某未按要求履行,则本判决书全文发布于《江苏法治报》;焦某和某文化传媒公司在收到万某退还的货品后,共同退还原告万某货款5649.9元,并支付三倍赔偿款16949.7元。

据人民网

直播间里“父母双亡却坚强生活的励志女孩”,实际上父母双全,本人还不时出入高档场所;打着“助农直播”旗号,却用以外地低价采购的农产品冒充“大凉山原生态农产品”……近日,网红“凉山孟阳”及其幕后公司团队等8人因虚假广告罪被判刑。

与此前被依法惩处的网红“赵灵儿”“凉山曲布”类似,“凉山孟阳”及其幕后公司团队制作的视频都有着雷同的“剧情”:偏远的山区,破旧的房屋,善良的青年……

假“卖惨”真坑农行为须严惩

司却把助农当成赚钱幌子,以“卖惨”手法营销“视觉贫困”,靠描摹贫困、渲染悲情,甚至编造虚假的悲惨身世牟利,欺骗的是广大网友的善意,伤害的是农民的利益。精心包装的网红直播间热闹闹,真正急需为农产品打开销路的主播反而被遮蔽了声音。

还互联网以清朗,规范网红经济是必修课。对真正的助农直播要予以支持,对那些编故事坑农、败坏社会风气、抹黑地方形象的“卖惨”式带货则必须坚决惩处。从准入门槛、准入条件、过程监管、事后追责等全流程补上直播监管漏洞,建立有效的行业规制,杜绝假助农真坑农,才能让数字经济的红利更好惠及山乡大地。

辛华

