“贫苦善良女孩”编造“父母双亡”人设卖假货

揭秘“顶流网红”背后的黑色产业链

“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10万元不等的罚金。

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。

“凉山孟阳”直播视频截图(新华)

A “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……假装身世悲惨笑对生活,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元至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机构以此套路实现销售额超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。

B “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,为直播带货作铺垫。

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,在一系列套路下,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。

C 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。”

(新华社 吴光于 周以航)