

四川凉山多名百万粉丝网红被捕

虚假助农卖惨带货利益链曝光,5个MCN机构被捣毁

打造虚假人设 带货销售假冒产品

据凉山州公安局党委委员、副局长卢晓梅介绍,今年5月,凉山公安机关接凉山州市场监管局通报,发现网红“凉山曲布”“赵灵儿”在直播带货过程中虚假宣传,涉案数额巨大,涉嫌犯罪。

经昭觉县公安局立案查明,2022年7月,成都小虞助农传媒有限公司(MCN机构)负责人张某来到凉山,物色到个体工商户赵某(女,汉族,27岁)、阿日某某(男,彝族,23岁)等“网红苗子”,开始精心孵化。

该公司通过设计剧本、话术,专门挑选当地无人居住的生产用房、破壁残垣作为直播背景,为二人编造了淳朴的男主角形象和纯真善良的女主角形象,打造“大凉山原生态”人设,通过在短视频平台发布“偶遇”“蹭饭”“助农”等情节的视频,博取眼球、收割流量。

最终孵化出的“凉山曲布”“赵灵儿”两个网红账号,粉丝量均超过200万。赚取流量后,该公司顺势开设网店和直播带货,打着“助农”“优质原生态”等旗号,从成都、南京等外地食品公司低价购入蜂蜜、核桃等农副产品,假冒“大凉山特色农产品”商标,以次充好,以假充真在全国范围内销售,假冒产品销往全国20余个省市,涉案金额超千万元。据介绍,赵某、阿日某某在7个月内,收入就超过70万元。

今年7月,昭觉县人民检察院对涉嫌假冒注册商标罪、虚假广告罪的赵某、阿日某某,以及MCN公司负责人、假冒产品供应商等批准逮捕。

低价购入高价卖出 制造爆款假象诱导消费

今年6月,凉山公安机关在工作中发现,当地网红“凉山孟阳”“凉山阿泽”在直播带货过程中虚假宣传,涉案数额巨大,涉嫌犯罪。

近段时间,四川省凉山州多名粉丝数百万的“网红”,因虚假宣传、销售假货被查的消息传出后,备受网友关注。9月20日上午,凉山州举行“系列网红直播带货案”新闻发布会,对案件详细情况进行了通报。

目前,该案件已抓获犯罪嫌疑人54人,其中网红主播11人,捣毁MCN机构5个。



“凉山曲布”与“赵灵儿”直播售卖假蜂蜜。 视频截图

经昭觉县公安局立案查明,2020年以来,成都澳维文化传媒有限公司(MCN机构)负责人唐某以剧本、摆拍等方式,在短视频平台孵化了有着300多万粉丝的“凉山孟阳”(阿西某某,女,彝族,21岁),以及“凉山阿泽”(阿的某某,男,彝族,21岁)。

2021年3月以来,该团伙从成都、昆明等地低价购入雪燕、红花、贝母、羊肚菌等农产品,打着“凉山特产”“助农”“原生态”等旗号,通过网络直播进行销售。

其间,唐某还伙同李某、郭某等人,雇用网络水军,在直播间制造爆款、抢单的假象,诱导消费者购买,涉案金额超千万元。

据了解,“凉山孟阳”是凉山较为知名的“网红”,走红初期曾靠“卖惨”打造悲情人设,博取网友

同情。2022年以来,她被爆出视频摆拍,以及出入高档场所、穿名贵衣服等,网友开始对其产生质疑。

抓获犯罪嫌疑人54名 包括网红主播11人

卢晓梅表示,上述违法犯罪行为,组织严密,迷惑性强,涉案地广,形成了前端打造人设、孵化网红,中端剧本拍摄,电商运营,末端农产品供应、流量变现的制假售假灰色产业链。

目前,该系列案件共计抓获犯罪嫌疑人54名,其中涉案网红主播11人,已批准逮捕18人;捣毁MCN机构5个,查封涉案公司14家;查扣涉案蜂蜜原材料20余吨,假冒“大凉山土蜂蜜”成品4700余瓶,商品外包装5万余件,生产设

备3套;冻结涉案资金500余万元。

通过侦办此案,警方还厘清了网红团队“吸粉-引流-带货-变现”的产业化运作模式,以及“上游供货商家一包装引流团队一虚假助农主播”的吸粉带货利益链条,总结提炼了一套具有凉山特色的打击类似案件的实战经验。

清理一批 虚假助农账号

今年以来,凉山网信部门联合公安、市场监管、农业农村、乡村振兴、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。

目前,已永久关闭“云南波波”“山村老人”“乐行四海”“火不了”“善行者(正能量)”“小明(传递正能量)”等账号82个,采取禁言、清理粉丝、暂停或取消营利权限等手段处置“秦少与秦机”“爱心小双”“小梁哥”等账号106个,清理违规信息13869条。

同时,严厉打击MCN机构或个人打造“励志网红”等虚假人设,以“大凉山”“助农”为名通过“套路带货”“虚假宣传”等方式进行虚假营销、非法牟利的违法违规行为,在上级网信部门支持下对60个违规账号关闭“商品分享”(橱窗)功能,永久关闭“小虞”“赵灵儿”“曲布”等粉丝量两百万以上账号5个。

凉山警方表示,下一步,将联合相关部门,继续从严打击网络乱象违法犯罪,并积极探索建立网络乱象治理长效机制。特别是聚焦凉山“悲惨营销”“虚假助农”等网络谣言扰乱网络空间突出问题,发现一起,打击一起,以打开路,以打促治,全力净化网络环境。

警方还提醒相关自媒体从业者,网络不是随意收割流量的“自留地”,从业人员切勿造谣引流、非法牟利。同时,希望广大网民积极举报网络谣言违法犯罪线索。

综合央视新闻、封面新闻等

评论

严查直播带货虚假宣传和售假早已有的,但长期遭到“有心之人”利用的凉山州奋起反击,依法击碎“情怀贩子”的阴谋,令人尤为提气。

人红“带货”多,本不奇怪;“网红的尽头是主播”,也无可厚非。发家致富从来不是坏事,但直播带货有不能逾越的底线:真实无欺。助农需要真心实意地展开,不能虚情假意,甚至玩弄群众于股掌之中。

值得一提的是,赵灵儿和凉山曲布的所作所为,超越了一般意义上的卖惨、忽悠,其以“长线”精心布局、直抵人心,堪称此类行为的加强版。

这类直播带货模式不仅大搞欺诈行为,损害了群众利益,扰乱了市场秩序,伤害了受众情感,还败坏了一个地方的名誉。在“大凉山”成为许多供应链公司、网红、短视频创作者们竞相角逐的“流量热土”与“淘金地”的同时,大凉山的形象被恶意消费和透支了。是可忍,孰不可忍。

其实,此类骗局并非没有破绽。正如谷莫村的村支书俄的克布所言:“谷莫村这么小的一个村子,哪有那么多蜂蜜、核桃产品卖给他们,实事求是地说,他们就是打着我们村的旗号拍视频赚钱,助农是假的。”爆红之后,他们也引来网友的质疑,也有网友发现,所购买的核桃、蜂蜜等农产品包装印有“大凉山”图形商标标识,但发货地并不在凉山,而是成都蒲江等地。

虽然赵灵儿和凉山曲布回应称,他们是偶然相遇,没有团队,更没有大家说的资本和大公司的包装,但真与假泾渭分明,骗局的大模样最终还是浮出水面。

凉山州的“拍案而起”、直捣黄龙的气势和成果说明,打击此类网红虚假宣传、售假行为,亟待全社会形成共治机制:平台和监管部门平时守土有责,不可遇事才如梦方醒,此外,引入公众监督、畅通维权渠道,迫在眉睫。在此前提下,还要在地方之间实现信息共享,打破信息壁垒——无疑,某些网红利用的就是“信息差”和“落位优势”,在不引人注意的角落行骗。一旦地方之间能够在打假事务中互通有无、相互协助、攻防有序,那些贪得无厌的人还能那么随心所欲地“隐身”和“收割”吗?

据羊城晚报

对「情怀贩子」就该重拳出击

延伸阅读

揭开大凉山网红卖惨背后的五大套路

四川大凉山由于其特殊的经济、自然环境与风土人情,被认为是“天然的流量池”。“很多人借此来蹭热度。”凉山州当地一位商界人士告诉记者,“大凉山被外界很多人认为是贫穷落后的地方,又是少数民族地区,很容易博得人们的同情心。”记者调查发现,打造卖惨视频并获利,台前幕后的套路不少。

1.“偶遇”是常用的手段

“偶遇”“到家里吃饭”成了大凉山网红的经典桥段,在不少网红蹿火的过程中都可以见到

类似的情节设置。通过专业摆拍,雇用网络水军烘托气氛,呈现在广大网友眼前的是贫困地区青年艰辛的生活和带货致富的“励志”故事,导致全国网友真假难辨,消费大家的善意。

2.拍摄过程煽情造假

2021年6月,凉山州公安局就披露过一个名叫“韩文团队”的“情感带货”案例:该团队打着“扶贫”的旗号在凉山多地以扶贫捐助、帮扶困难群众为名,故意摆拍贫困,发布不实视频。在拍摄细节上,该团队采用滴眼药

水、掐孩子等手段,人为制造女孩流泪场面……

3.助农邀请来自幕后老板

“一些网红经常会收到所谓助农邀请,其实卖的都是供应链老板的货。”几乎所有在大凉山活跃的网红,背后都归属某个团队和供应链老板。供应链老板,就是专门为网红提供货品渠道的人,他们往往是网红的雇佣者。

4.打大凉山旗号卖外地货

网红兜售的所谓大凉山特产,除应季水果是大凉山出产

外,很多货品其实并非当地货。这种现象的存在,在当地早已属于不是秘密的秘密。

5.买粉丝操控机器人账号

凉山警方查明,为配合“网红”在直播间的虚假宣传,某MCN机构曾找河北保定某传媒公司、北京徐某等网络水军团伙开展“投流”(投放流量)业务。另外,通过搭建“橘子”接单平台,下发至各地“机房”批量操控机器人账号,伪装成消费者,在直播带货期间评论商品产地、夸大产品功效。

综合中新周刊、上游新闻等