

“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

新华社 吴光于 周以航

“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。”

工期拖延、质量堪忧等问题屡屡出现 定制家具争议频现，商家如何才能不“任性”？

《工人日报》邵亚章

“房子装修整个过程中，最让我糟心的就是定制家具。”近日，四川成都消费者李女士告诉记者，2023年6月，她与当地一家装修工作室签订了全屋定制的装修合同，没想到装修过程一波三折。

定制家具以满足个性化需求、提高房间利用率等优点受到消费者的青睐。然而，记者了解到，消费者在选择定制家具时遇到的麻烦可谓五花八门，工期拖延、质量堪忧等问题屡屡出现。

有专家表示，定制家具的优势在于根据户型以及消费者的需求量身打造，标准难以做到绝对统一，但极具个性化的行业不应该“任性”发展。减少消费者与商家的矛盾冲突，规范市场行为，实现定制家具行业的健康发展，是当前亟待重视的问题。

安装过程问题多发

“约定安装时间是一周，最后却花了两个月，安装时出现很多问题。”李女士说，安装过程中，对方时常遗漏家具配件，还造成

柜体开裂、翘边，只得返工，工期一再拖延。全屋的开关插座无法衔接，李女士搬进新家的计划只能延后。

“出了问题才发现，合同里约定的内容不够细致，后来都是商家说了算，让我感到很无力。”李女士说。

李女士的装修过程充满波折，而天津消费者田先生等了快一年也没有等到装修师傅进场。2023年3月，田先生与一家装修公司销售人员达成口头协议，预付4万元定制全屋家具。

“6月我们就完成了基础装修，通知他们进场，但对方表示夏天温度高，木头材料不稳定，不建议安装。9月又告诉我工厂着火，等到年底一块木板都没见到。”田先生无奈之下只好报警，在警方协助下，对方才同意退款。

争议频现原因何在

“消费者与商家签订的定制家具合同本质上是承揽合同，消费者向商家下单交费，商家根据测量结果以及消费者个性化需求定制、交付、安装。定制家具不是一次

性交付，在这个过程中如果出现尺寸不符、质量不合格或者与消费者实际需要不符的情况，就会产生争议或纠纷。”北京市中闻律师事务所律师李斌表示。

中国室内装饰协会人民调解委员会副秘书长林海指出，定制家具不独立于整体家居消费和服务，需要与其他项目配合，容易出现对接不到位的情况。同时，装修是部分消费者的知识盲区，导致其无法做出精准的风险控制。

北京一名定制家具设计师丁先生告诉记者，这个行业有一定门槛和专业要求，但目前从业人员素质参差不齐，有的缺乏实践经验就开始揽活，有的商家为了追求短期利益不择手段。“全屋定制收费项目很多，板材种类也是五花八门，需要消费者花一些时间做功课避免踩坑。”

诚信经营是立足之本

如何规范定制家具市场？李斌认为，定制家具作为一种产品有其自身的质量标准，商家应该按照标准生产，同时要满足消费者的知情权，把重要信息披露给消费者，

拒绝虚假宣传。

“对于消费者而言，签订合同时要谨慎，合同要约定清楚内容，合同主体是谁，是不是品牌方授权的门店；定制家具的价格信息、折扣信息、材质、数量、规格、标准、交付时间、退换货以及违约责任等信息要细致明了。同时，消费者在选择商家时，应当了解其经营状态和清偿能力。”李斌建议。

据悉，《全屋定制家居产品》行业标准已于2016年实施，该标准对全屋定制家居产品的材料、技术要求、试验方法、检验规则、现场验收等内容和环节都做出了规范要求。

“定制家具行业竞争越来越激烈，行业的健康发展离不开企业的规范经营和用心服务，相关部门要加强监管，企业更要加强自律，从业人员也应提升职业素养。”林海建议，消费者装修前要实地了解装修公司，看交付效果，花时间学习装修知识。

在丁先生看来，定制家具从业者要想走得更稳，需敬畏行业准则，敬畏经营理念。“商家需要重视信用，这个行业不是一锤子买卖，诚实守信才能长久立足。有关部门也应加大对不法商家的惩处力度，促使其合规经营。”