

“假悲情”博取“真同情”

虚假助农视频为何屡禁不绝？

新华社记者熊丰 薛晨

身着破衣烂衫、满脸污泥的残疾果农卖水果为重病儿子筹钱；中年女果农向收购商下跪，乞求收购“滞销”芒果……这些场景来自四川省乐山市公安局沙湾分局破获的一起“卖惨”摆拍案件。

警方调查发现，打着“助农在行动”名义的带货博主通过聘请临时演员、编造悲情剧本、虚构拍摄场景等方式，在短视频平台引流敛财，一年多时间销售水果总额达440万元。目前，该案已移送乐山市沙湾区检察院审查起诉。

一段时间以来，各地对网络“卖惨”营销乱象进行了集中整治，但虚假助农视频依然不时出现。记者调查发现，一些博主假借助农旗号，通过“卖惨”带货，从剧本策划到流量变现已形成完整的畸形产业链。

『卖惨』营销：悲情戏码频上演

“前面那个老板把我芒果收了没给钱”“我儿子病犯了，着急用钱，你把我的芒果都买了吧”……2023年12月，在某短视频平台，一个名为“XX哥助农在行动”的账号频繁发布多条农村背景的视频，每条视频都挂上了芒果、车厘子等水果的销售链接。这引起了乐山市公安局网安支队的注意。

“在网络巡查中，我们发现这些视频摆拍痕迹明显，情节和现实脱节，还有不少穿帮的细节。”乐山市公安局网安支队副队长龚懿说。

比如，同一名“演员”在不同的视频里出现，扮演截然不同的角色。

在一条视频里，一名身穿破衣烂衫、满脸污泥的中年果农，手捧芒果拦住博主的车，声称家里儿子重病急用钱，但芒果成熟无人收购陷入困境。果农还不断做出下跪、作揖的动作。随后，博主掏出厚厚一叠现金交给果农，并承诺收购全部芒果。

然而，在另一条视频里，这名单微的果农摇身一变，成了一名态度蛮横、肆意压价的水果收购商。他跷着二郎腿坐在椅子上，一名中年女果农向他下跪，乞求他收购自家“滞销”芒果。

更离谱的是，同一件脏破不堪的土黄色T恤，先后穿在不同的果农身上。

“除了剧情是假的，宣称的助农也不真实。”负责侦办此案的沙湾区公安分局网安大队教导员李毅告诉记者，该博主在大量视频中声称，售卖的芒果是自家果园种植、车厘子为当地现摘。经调查，其销售的水果实际来源为网络平台商家，与助农毫无关系。

畸形产业链：从剧本策划到流量变现

沙湾区公安分局民警在侦办时发现，该带货博主的背后是一个多人团队，已形成较为完整的畸形产业链。其中，前端负责编造剧本、虚构场景，中端负责摆拍视频、直播“卖惨”，末端负责销售水果、流量变现。

经调查，注册该视频账号的人，是一名34岁的乐山男子先某。2021年10月，他在成都市蒲江县成立皮包公司“四川XX哥农业科技”，目的是在短视频平台注册账号、开设店铺，从而使用企业注册信息获得蓝V认证标识。

2023年1月以来，先某在多个短视频平台注册多个账号，组织陈某、朱某等人先后前往四川、云南、广东、海南等地物色拍摄地点，按照剧本摆拍“卖惨”视频，制造“自产自销”的假象，打造“助农解困”“良心商家”等虚假人设，进行引流和直播带货。

先某负责团队的整体运营，挑选货源、场地、组织拍摄；陈某配合拍摄，朱某负责视频的剪辑上传。同时，陈某和朱某还组织直播卖货。视频出镜人员除了先某、陈某外，还有其他带货团队的人员等临时客串。

先某等人并不参与选货、包装、发货、售后等环节，而是将水果销售链接挂载到发布的视频和直播间中，让消费者误以为是其自家种植，诱导购买，从中赚取佣金。据了解，每单的佣金抽取比例不固定，一般为销售额的8%至15%。

乐山警方调取平台数据统计显示，在2023年1月至2024年3月期间，先某的短视频账号共发布（含已删除）虚假信息7326个，累计播放量达1.22亿人次、获赞623102个。该账号为多家短视频商户带货水果137422单，销售总额达4415874.5元。

多方联手合力整治

国家广播电视总局发展研究中心发布的《中国短视频发展研究报告（2024）》显示，从2018年12月至2023年12月的5年间，短视频用户规模从6.48亿增长至10.53亿，使用率从78.2%增长至96.40%。

与此同时，各类短视频乱象层出不穷。出于带货牟利目的、故意营造悲情画面、恶意引导消费者的“卖惨”视频充斥网络，其中不乏虚假助农视频。

2024年以来，依托“净网2024”专项行动，公安部组织全国公安机关持续开展打击整治网络谣言专项行动，及时发现查处借热点舆情事件进行造谣传谣线索，坚决整治自媒体运营人员移花接木、摆拍造谣等利用网络谣言进行吸粉引流、非法牟利等行为。

受访人士认为，剧本摆拍谣言的本质是“流量黑产”，其危害远超普通谣言，治理需多方联手，形成合力。

相关短视频平台应提升技术手段，建立大数据模型进行风险预警，加强对“贫困”“助农”等关键词和内容的审核力度，对高频发布悲情剧情的账号进行重点排查，健全用户举报机制，与公安机关加强协作。同时，还应完善法律惩戒，引导公众提升辨识力，对相关内容保持警惕。

“该团伙正是利用了消费者的‘扶贫心理’，从而实现‘情感绑架式’的销售。”李毅说，这种情感绑架使得公众的善意沦为流量变现工具，导致“狼来了”效应，久而久之那些真正需要帮助的人会难以获得关注。

受访民警提醒，广大群众在观看直播带货时，不要轻易被“卖惨”等噱头迷惑，遇到可疑的直播或者发现被骗，应及时向平台和公安机关举报，共同营造健康的网络直播环境。

