

一位满脸污泥的中年果农，手捧几颗芒果拦下汽车，声称家中急用钱、芒果成熟无人收购而陷入困境，卑微地恳求车主收购。经查实，这一短视频系人为编造剧情。

近年来，网络“卖惨”剧情屡现短视频平台，主播通过刻意制造或夸大悲惨、困境等情感故事，吸引观众关注和同情，进而通过打赏、带货等方式牟利。如何界定网络“卖惨引流牟利”的行为？近日，记者前往四川乐山，当地警方披露了一起“直播‘卖惨’引流虚假广告案”。

网络巡查牵出“虚假广告案”

“我从未想过犯法的事情。”正处取保候审阶段的先某悔不当初，“我只是想着尽可能多挣点钱，但凡我懂点法，也不至于这样。”

近些年，网络短视频成为大众消遣娱乐的主要方式，相关行业发展迅速带动了电商直播等新业态，但同时也滋生了各种乱象，甚至还触犯了法律。

2024年3月，四川省乐山市公安局沙湾区分局成功破获一起网络虚假广告案。犯罪嫌疑人先某、陈某、朱某等人为谋取利益，在多个短视频平台上开设账号，通过编造剧本、虚构场景、摆拍虚假内容，打造悲惨人设，并发布短视频，以此引流敛财。

该案线索由乐山市公安局网安支队在网络巡查中发现，经初查达到立案标准。2024年3月11日，四川省公安厅指定由乐山市公安局管辖此案，次日正式立案侦查。3月18日，案件被指定由沙湾区公安分局负责具体侦办。

据警方调查，先某系乐山本地人，其于2021年10月在成都市蒲江县注册成立“四川××农业科技有限公司”，注册短视频账号“da×××51888”，开设“大××时鲜”短视频店铺，并使用企业注册信息认证账号，以此获得短视频平台蓝V标识，提高可信度，从事水果等商品的短视频及直播带货业务。

“先某在各大网络平台注册多个账号，专门通过拍摄卖惨视频来引流和直播带货。”乐山市公安局沙湾分局网安大队教导员李毅介绍，涉案短视频账号取名“大××助农在行动”，主要业务是在互联网平台销售各种应季水果，“先某会组织团队游走多个省份，打着助农的噱头，通过制作剧本、虚构场景、捏造悲惨人设等方式，利用卖惨视频来代销水果。”

警方调查发现，自2023年1月起，先某组织陈某、朱某等人，拍摄了大量包含“自家种植”“当地采摘”等虚假信息的短视频，塑造“助农解困”“良心商家”等虚假人设，并在平台上博取关注，为带货引流。截至案发前，该账号拥有粉丝213.5万。

在视频和直播带货过程中，先某等人先在短视频平台精选联盟挑选水果销售链接，将链接挂载到发布的视频及直播间，诱导消费者购买，从中赚取佣金。李毅表示，先某团队只负责销售，选货、包装、发货、售后等环节均不参与，买家收到的水果与视频及直播间展示的品质可能存在较大差异，“水果时鲜这类保质期短的商品，买家即便不满意，也大都自认吃亏，不会选择退货退款”。

据统计，在2023年1月1日至2024年3月2日期间，先某的短视频账号共发布（含已删除）虚假信息视频7326个，累计播放量达1.22亿人次，收获评论85181条、点赞623102个，转发分享21423次，收藏60260次。该账号为多家商户带货水果

不只是赚你眼泪 其实这涉嫌犯罪

摆拍“卖惨”视频引流牟利 警方以涉嫌虚假广告罪追责



137422单，销售总额达4415874.5元。

“本案涉案人员主要有三人，分别是负责人先某，主要人员陈某、朱某。先某负责团队的整体运营，挑选货源、场地，组织拍摄，个人分取获利的70%，陈某配合拍摄，朱某负责视频的剪辑上传，同时朱某和陈某还负责组织直播卖货，每人分取获利的15%。”据警方介绍，他们卖货主要有两个渠道，一是在发布的“卖惨”视频中挂产品链接，另一种是靠直播进行售卖，其中单场最多销售金额达30余万元，佣金在7%至15%之间。

具体而言，上述视频中有70多条涉及“卖惨”视频，点赞量几万、十几万都有。乐山市公安局沙湾分局网安大队副大队长窦海柱认为，先某打着国家扶贫（助农行动）的名义，但实际却是通过虚假宣传来博取大众同情，碰瓷国家扶贫政策，“打着做好事的名号，其实是一种敛财手段”。

2024年3月14日，犯罪嫌疑人先某、陈某在海南省三亚市落网，次日被依法取保候审；同年3月26日，犯罪嫌疑人朱某到公安机关投案自首，同日被依法取保候审。

如何界定 “卖惨引流牟利”行为？

随着警方深入侦查，一条无底线卖惨、博流量获利的灰色产业链浮出水面。

记者观察到，网络直播中“卖惨引流牟利”的行为，通常是指主播通过刻意制造或夸大悲惨、困境等情感故事，吸引观众关注和同情，进而通过打赏、带货等方式牟取经济利益。

据警方介绍，网络“卖惨”营销产业链的运作套路主要包括三大步骤：挑选“卖惨”的对象——打造悲情人设——变现获利。首先，MCN机构往往会选择基层工作者或者是偏远地区的经济困难群体作为虚假拍摄对象，通过编造剧本来夸大或者是虚构生活困境，以此获取网民的同情。其次，他们会组织专门团队进行拍摄和剪辑，打造所谓网红，塑造悲惨人设，让视频内容显得更具真实性。最后，利用打造出来的虚假网红人设的流量进行直播带货，销售各种商品进行获利。

“我们办案人员对线索进行核实、研判，最主要的是要确定构不构成犯罪，如果构成，还要确定属于哪种类型的违法犯罪。”窦海柱表示，经办案研究，他们发现这一行为更倾向于虚假广告罪的认定，包括嫌疑人的客观行为、主观认识等都符合认定要件，“这种行为滥用了群众的同情心和善良，不正之风要及时打击。”

根据刑法第二百二十二条规定：广告主、广告经营者、广告发布者违反国家规定，利用广告对商品或者服务进行虚假宣传，情节严重的，处二年以下有期徒刑或者拘役，并处或者单处罚金。

“本案涉嫌虚假广告罪，属于经济类犯罪。”乐山市公安局沙湾分局经侦大队副大队长叶志国分析指出，这一罪名的区分关键在于利用虚假广告欺骗用户和消费者的行是否情节严重，根据司法解释，违法所得数额超过10万元就可以认定为情节严重，应当立案追诉。目前，该案已移送检察院审查起诉。

除了行为的准确界定，警方在承办案件过程中，还存在取证困难等现实障碍。比如，在调取相关链接、销售数据、已删除的短视频等证据时，存在一定难度。窦海柱直言，网络平台在监管方面应该有更多的手段或更严格的方法，“但我们也只能提出建议，希望尽量完善优化，也没办法要求人家。”

综合央视网、澎湃新闻等

■新闻延伸

网络“卖惨”乱象如何治理？

近年来，随着网络直播的兴起，网络“卖惨”的合法性和道德性一直面临广泛争议。

记者观察到，表面上，网络“卖惨”行为是吸引流量的营销手段，实质上是通过传播虚假信息非法获利，属于网络谣言的变种形式。

如何杜绝短视频造假、直播卖惨等违法违规行为，成为一个亟待解决的问题。记者注意到，中央网信办曾于2024年7月开展“清朗·网络直播领域虚假和低俗乱象整治”专项行动，其中通过摆拍场景等方式，编造虚假“助农”“患病”等场景，制作“扮穷”“卖惨”内容博眼球是重点整治的突出问题之一。

网络“卖惨”现象不仅损害了网络环境的公信力，也扭曲了社会价值观。北京航空航天大学法学院副教授赵精武认为，通过“卖惨”的方式能够有效调动用户的共情情绪、博取同情，并且这类人设的运营成本和剧本的编写成本也很低。所以，基于平台没有对这些以流量为导向的算法推荐机制进行约束和调整，很有可能就会诱发卖惨的网络信息快速传播，一旦“卖惨”的网络信息与社会热点绑定，更有可能在短时间内

快速登上热搜，也间接加速了这类信息的传播。

此外，网络“卖惨”营销利用了公众的同情心获利，可能会影响社会慈善事业的良性发展。另外，一些打着助农旗号的虚假卖惨行为还会干扰正常的市场供求信息，从而损害农户和正规商家的利益。

“对于这类‘卖惨’视频，直播平台也是负有一定的监管责任。”赵精武认为，切断网络“卖惨”营销的非法第一链，需要进一步完善法律法规，细化“卖惨”营销中虚假宣传、消费欺诈等行为的认定和处罚办法，在法律层面上形成有力震慑。同时，“卖惨”营销的有效治理也离不开主管部门、平台和用户的共同参与，网络平台需要严格落实网络实名制和黑名单制度，避免用户通过频繁更换马甲等方式来规避日常巡查。

此外，针对“卖惨”营销类的内容，平台可以考虑使用水印等提示词的方式让用户来辨别真伪，尤其是针对一些短期从事“卖惨”带货的网络账号，需要纳入平台重点监管账号对象的范围当中，提前进行信息内容的重点审核。

据央视网