

揭网售滞销水果“悲情牌”套路：“滞销大爷”被滥用



当地称电商平台上的“临猗苹果滞销”夸大事实

据《北京青年报》报道,近日,山西临猗县政府发布的一则针对“临猗苹果滞销”不当营销方式的声明引发关注。声明称,多个电商平台发布“临猗苹果滞销”的营销策划,利用打“悲情牌”营销临猗苹果,给当地果业品牌形象造成了严重影响,并且营销内容有诸多夸大失实之处。

记者看到,在公众号和电商平台上,仍有商家以滞销作为营销宣传方法来售卖苹果。除了临猗苹果外,还有多个商家以“苹果滞销”“鲜笋滞销”“菠萝滞销”等为头售卖商品,采用同一名老人的照片作为宣传图。对此,电商客服表示商家或涉嫌侵犯肖像权,平台会对商家的销售行为进行监督。

■事件 “临猗苹果滞销”? 当地称夸大事实

5月7日,山西运城临猗县政府发布一则针对“临猗苹果滞销”不当营销方式的声明。该声明称,近期,多个电商平台发布了“临猗苹果滞销”的营销策划,利用打“悲情牌”的方式营销临猗苹果,这给运城果业的整体品牌形象造成了严重影响。经全面深入查证,该信息内容有多处夸大失实之处。

据临猗县政府调查,报道所选用视频、图片均拍摄于2016年以前,有的还采用“摆拍”方式,刻意营造果农的贫苦形象。此外,为最大限度地博取消费者同情,电商刻意打造临猗苹果“丑”的特点,所呈现出来的苹果都是有果锈疤痕、麻点、黑点、龟裂的次等果,此类苹果是客商将优质苹果收购筛选以后余下的残次苹果,仅占很小的比例。

临猗县政府在声明中还称,个别平台采取不当手段取得了加盖当地乡、村及果业部门公章的材料配合宣传,并且陈述内容与事实严重不符;大多电商平台蓄意夸大果品滞销严重程度,造成了苹果价格的不合理波动。

据调查,打“悲情牌”是一种常见的营销方式,广东徐闻的菠萝、安徽一带的蜜橘等农产品也都被采用这种方式进行营销,目的是吸引众人眼球,博取消费者同情,短期、局部地方方便了果农售果,但从全局和长远来看,损害的是整体品牌形象和全体果农的整体利益。

5月8日,记者在一家电商平台上搜索看到,仍有不少商家以“爱心助农”、山西“4000万斤苹果滞销”等为名销售临猗苹果。其中一家宣称售卖临猗滞销苹果的商家将85斤装苹果定价为287元,而发货地显示的则为广东深圳。在其宣传页面中,一名老人用胳膊擦眼睛,手里攥着几张10元和5元的纸币。在其他图片中,有的是大量霉变或是损坏的苹果堆在地上,有的是老年农户手拿苹果站在村子里。宣传中不乏“果农心急如焚”“欲哭无泪”等字眼。商品评论显示,不少买家是冲着助农的宣传来买的。卖家向记者承认,店铺地址在深圳,但声称照片是“安排员工去产地拍的”。



¥32.8 促销活动 价格 ¥69.8

【爱心助农】10斤陕西苹果水果当季现摘脆甜丑新鲜红富士整箱包邮



¥7.2 淘金币抵2%

白芦笋新鲜蔬菜包邮农家白芦笋生态有机绿色蔬菜春笋山东特产包邮



¥26.8 夏季新品 淘金币抵2% 价格 ¥59

脆甜 徐闻香水小菠萝热带海南凤梨菠萝夏季春季当季新鲜水果8斤装

“滞销大爷”的照片被多个商家用来卖苹果、芦笋、菠萝……

■调查 被滥用的“滞销大爷”

记者了解到,除了“临猗苹果滞销”外,还有多个商家以滞销为名来售卖商品,其中包括菠萝、鲜笋等食品,还包括毛毡等用品。而令人惊异的是,不少商家的宣传图片是同一名老人的照片,这名老人也在网上被冠以“滞销大爷”的名号。

其中一家售卖苹果的店铺中,宣传图左边是这位老人,右边是大量苹果,右下角写有“苹果待销,爱心帮助”。苹果售价10斤27.9元,运费为20元。

商家在宣传中称,“当地自然环境只适合种苹果,经济收入非常有限。闭塞的交通使得年年丰收的果子烂在眼前卖不出去。”商家还配有当地果农、简陋房屋和大量苹果的照片。

在宣传中,商家一会儿说滞销苹果产自河南商丘虞城县,一会又称发货地为徐州丰县大沙河镇。

对此,记者联系了虞城县政府,工作人员表示当地确实多种植苹果,但今年没有听说有滞销情况,“这是一种营销方式,有夸大的成分。”

大沙河镇政府工作人员表示,去年存在农产品滞销情况,但目前应该已经将库存处理完毕,即便仍有留存苹果,也不建议购买,同时大沙河镇完全不存在交通闭塞的情况。

另一家售卖“野生小笋”的店家同样用了“滞销大爷”的照片。宣传图中老人形象不变,只是右侧的画面换成了笋,也配有“寻求帮助”的文字。

店家告诉记者,笋子来自桂林临桂区,他并不认识“滞销大爷”,用这张照片只是因为“看他好拉生意”,并且还有很多不同的商家也都在用大爷的照片来拉拢顾客。店家还表示,因为这类“野生小笋”只有一个月的上市期,用了“滞销大爷”的照片以后确实对销量有帮助,“水果、米粉,好多用他的照片,不光是我们一家”。

随后记者致电桂林市临桂区政府,一名工作人员称现在已经过了挖笋季节,也没听过有滞销的农产品,“笋子一般都是清明前后挖来吃的,现在的笋子都老了,而且当地的种植基地也没有那么大的规模,大多都是野生的,不可能滞销的。”

通过图片识别搜索,记者输入“滞销大爷”的头像照片后,所识别出来的商品多达十种以上,并且商品种类和产地都有所不同,除了苹果、笋以外,还有柠檬、甜瓜、枇杷等食品,甚至包括月季苗、灯具等商品,宣传图右下方均写有“寻求帮助”或“帮帮我们”的字样。

■回应 平台称“滞销大爷”照片或涉嫌侵权

5月8日,记者联系了网络电商平台客服,对于商家以滞销为名来售卖商品,客服表示,用户如发现情况不符可以进行投诉,工作人员会处理。

此外,公司也有大数据库,会对商家进行监

督。客服人员看过“滞销大爷”照片之后表示,多家店铺都采用这位大爷的照片进行宣传,已经涉嫌侵犯肖像权,“店家用网页制作的,大爷有权利保护自己的权益,如果大爷找来,平台肯定会对他负责。”

■律师 店家虚假宣传 应承担相应行政责任

据北京康达律师事务所韩晓律师介绍,店家以滞销为名销售临猗苹果等商品,陈述内容与事实严重不符,蓄意夸大果品滞销严重程度,已经涉嫌《中华人民共和国反不正当竞争法》中规定的虚假宣传行为。根据相关规定,经营者或可被处二十万元以上一百万元以下的罚款;情节严重的,处一百万元以上二百万元以下的罚款,对于消费者维权问题,韩晓说,网上店家的虚

假宣传行为,侵害了消费者的知情权。苹果等商品不属于“七天无理由退货”的范畴,但消费者与店家协商一致,可以要求退货退款。

另外,店家基于欺诈的故意,实施了虚假宣传的欺诈行为,使消费者产生了错误认识,并基于错误认识购买了其果品,如果造成了消费者财物损失(比如消费者花高价买回带有疤痕、麻点、龟裂的次等果),则其行为涉嫌欺诈。(郭琳琳 张曜麟)