大量滞销？农民“亏得血本无归”？
攀枝花芒果又遭“卖惨营销”
记者调查发现是一些大型团购电商和个人带货在搞鬼

攀西经济区的水果再次遭遇“黑手”！8月4日，一个名为“说声晚安”的微信公众号发布了一条消息称，四川攀枝花凯特芒果“大量滞销”，农民“亏得血本无归”。

8月12日，攀枝花市市场监管局行政执法监督科副科长杨雪直言，没有出现芒果滞销的情况，这种行为就是“卖惨营销”。

而事实上，攀西地区的果蔬遭遇“卖惨营销”，早已不是新闻。攀枝花芒果、凉山会理石榴、凉山盐源苹果等，都曾有过被“卖惨”的经历。

到底是谁在“卖惨”？如此“卖惨”伤害了谁？从8月10日开始，华西都市报、封面新闻记者走访多地，对话果农、营销专家、律师以及相关部门，对攀西水果遭遇“卖惨营销”事件展开调查。

华西都市报-封面新闻记者 周翼

攀枝花混撒拉村的芒果丰收了。

芒果刚上市就滞销？
攀枝花：拒绝为“卖惨带货”买单

进入8月，正是攀枝花凯特芒果逐渐开始大量上市之际。

8月2日，一个名为“助农追梦”的公众号发布信息，称攀枝花“600万斤大芒果价格暴跌”“高温天气，无法运输，失去商品价值”。

8月4日，认证为浙江森清科技有限公司杭州分公司的“说声晚安”公众号，也发布“痛心！数百万斤攀枝花凯特芒果滞销！”的文章，内容涉及“部分芒果烂在树上坏在家里，当地的果农十分着急”“今年行情不好，几万斤果子现在卖出去的没几颗”“8月正是凯特上市季节，一般这个时候就会有外地的商人来到当地收购芒果，可今年迟迟没有人来”等内容。

攀枝花市市场监督管理局得知消息后，第一时间联系公众号运营方，责令其“删除上述悲情营销内容”，并对其进行政策讲解、法律宣传。

8月12日下午，该局通过微信公众号发出“小心攀枝花水果的网购消费陷阱”消息，内容包括“选择好商家、核对发货信息”“不迷信低价、甄别水果品质”“谨防缺斤短两、避免购买预售水果”等，最后还特别提醒，“拒绝为‘悲情营销、卖惨带货’买单”。

销售情况到底如何？
阿署达村一果农 20吨芒果一天卖完

攀枝花芒果销售情况到底如何呢？8月12日，记者在攀枝花市东区阿署达村看到，不少果农正在忙着采摘芒果，道路上不时有村民用农用三轮车将芒果拉到收购点。当记者问及芒果是否有滞销情况时，多个村民均表示“没有听说”。

在一处芒果收购点，20多位村民正忙着将芒果装箱，“这里的芒果都是我家的，20吨左右。”果农夜合良告诉记者，为尽快完成装车，他请了当地70余人帮着采摘、装箱，“每个人一天一两百块钱吧，装车后会卖到浙江嘉兴去。”

果农用农用三轮车运输芒果。

果农夜合良（左一）家的芒果正在装箱。

痛心！数百万斤攀枝花凯特芒果滞销！17.9元每箱！核薄肉厚，香甜软糯，恳请您支持，爱心接力！

说声晚安 2022-08-04 18:31 发表于浙江

这两年，因为"yi情"，商业、农业都受到了很大的影响，特别是最基层的农民，

辛苦一整年的 收成果可能 因为突如 来的管控发不了货，大量滞销，亏得血本无归！

我们后台收到一条来自攀枝花的求助：该大量出口海外的攀枝花凯特芒果，因为管控销路受阻，在国内又没有很好的销售途径，部分芒果烂在树上，坏在家里，当地的果农十分着急~

“卖惨营销”截图。

在“攀西芒果第一村”仁和区混撒拉村，同样进入了晚熟芒果采摘季。到2021年，混撒拉村芒果种植面积达2万亩，年产芒果1.05万吨，产值7300万元，芒果收入占村民全年收入的90%以上。

8月8日，来自山东、上海、广州、重庆、成都等地的9家企业，与仁和区现场签订3.8万吨芒果集中采购协议，将仁和芒果销往北京、上海、广州等一线城市，以及通过国际贸易企业销售至俄罗斯、新加坡等地。

“没有滞销！”8月12日，混撒拉村党总支书记邹胜洪十分肯定地说，现在因为晚熟芒果成熟度还不够，只有少量在上市，“基本上每天都有商家来收购芒果，平均每天都有一二十吨的销量。”

攀枝花市农业农村局相关工作人员介绍，攀枝花市近期已邀请湖南红星、浙江嘉兴、广州江南、深圳鑫荣懋、西安雨润、成都蒙阳、重庆双福等国内知名农批中心，沃尔玛、永辉超市、家乐福等一线商超，以及淘宝、京东、抖音、快手等电商销售平台到攀考察，与本市攀果公司、天府顶珍公司、攀枝花市邮政公司等本地企业及合作社共签订20万余吨芒果供货合同，“芒果销售的各个渠道都是畅通的，不存在滞销的情况。”

到底谁在“卖惨”？
一些大型团购电商和个人带货在搞鬼

近年来，攀西地区的水果遭遇“卖惨营销”已是屡见不鲜。早在2018年，就曾出现“凉山50万斤苹果滞销急哭小女孩”的消息，调查却发现视频中小女孩家“根本没种苹果”。

去年7月，有人在短视频平台发布视频称攀枝花芒果销售困难，记者找到视频中的果农老陈时，他表示“都是拍视频的人教我说的”，“产量只有2000斤，每年都能卖完。”

“凉山樱桃遇滞销”“会理石榴滞销”等不实消息，也都发生在2021年。那么，到底是谁在“卖惨”？“卖惨”现象为何屡禁不止？

“公众号上主要是一些大型团购电商，另外也有一些个人带货的。”杨雪介绍，通过对查到的“卖惨营销”案例进行分析，“卖惨”主要有两种方式，一是到当地找人配合拍摄，以“提高销量”为“诱饵”，诱导农户“卖惨”；二是断章取义，随便在网上找一些相关图片，搭配“卖惨营销”“博人眼球”的文案，误导消费者。

杨雪直言，从长远来看，“卖惨营销”的过程中没人能获益，果农、经销商、消费者都是受害者。

记者在采访中发现，果农对于“卖惨营销”基本上都是抵制的。去年8月，一位当地的芒果种植户向“市长信箱”反映“攀枝花芒果网络市场的问题”，他在信中写道，个别主播“通过在视频中各种说惨，再以所谓的低价售卖芒果，从而获取盈利”，“这些行为不仅苦了当地的果农，还扰乱了市场价格。”

“从专业的角度看，不管是无中生有还是夸大事实，根本不能算是营销，应该算作造谣。”攀枝花学院经济管理学院博士、副教授赵冬阳认为，之所以这种现象屡禁不止，是因为“违法成本太低，没有受到应有的惩罚”。

赵冬阳建议，应该通过法律手段进行规范，从造谣或是不正当竞争的角度，提高“卖惨营销”的违法成本；职能部门及时通过有效宣传，压缩“卖惨营销”生存空间；信息发布平台也应该发挥审核功能；作为普通网友，需要提高谣言甄别能力，多从官方渠道获取信息，不信谣不传谣。

律师：跨越边界 可能构成诈骗犯罪

“针对这种‘卖惨营销’的打击工作，其实一直在持续开展。”杨雪介绍，去年，攀枝花市市场监管局开展专项治理，对3家外地抖音账号进行了监测，督促下架24个涉及攀枝花芒果的不实视频信息。与此同时，攀枝花市已与多个网络平台建立了“特色水果网络市场监管协查工作机制”，针对“卖惨营销”侵扰攀枝花特色水果的行为，及时给予扣除信用分、永久封禁账号、永久关闭电商权限等处理。

去年9月，凉山州市场监管局等5部门也联合开展了网络市场“卖惨营销”等虚假助农信息专项整治。

记者梳理相关案例发现，对“卖惨营销”的处理基本都是以辟谣、删稿，或是封禁账号为主，其行为人却很少受到法律的惩处。

“‘卖惨营销’如果跨越了相应边界，极有可能构成诈骗犯罪。”四川一上律师事务所合伙人林小明律师分析，如果“卖惨”具有相应基础事实，还属于民事上的欺诈；如果“卖惨”本身就是虚构的事实，那么“卖惨”的实施者可能构成违法或犯罪。但在现实中，受制于受害人界定，或是少有受害人报案等因素，此类事件难以追究行为人的责任。

林小明建议，商家在进行相应营销时应实事求是，注重诚信，避免形成被消费者抛弃的局面；对消费者来说，应在确实有需要时根据自身的能力和需求购买，尽量选择正规商店或渠道。