

■后续报道

宣传“浅水湾”的微信因违规被删 “舌尖有味”公众号消失了

本报3月19日刊发的《不少市民称逛“浅水湾威尼斯风情小镇”被套路了》的报道引起较大的社会反响,“宁波首届国际花海美食狂欢节”在宁波浅水湾威尼斯风情小镇举行的宣传广告,由于与现实“货不对版”被市民愤怒吐槽。此前大力推广此次活动的微信公众号“舌尖有味”则遭到网友一致声讨,记者昨日上午再次搜索此微信公众号发布的内容时,显示“此内容因违规无法查看”,连公众号也搜不到了。

多地活动曾套用同一条微信模式

回看此次事件,3月8日,“舌尖有味”曾以《鄞州被世界瞩目了!宁波首届国际花海美食狂欢节,3月17日开幕!领福利!》为题发布一条推文,对将在浅水湾威尼斯风情小镇举办的活动进行推介宣传。这条微信里宣传的盛开的梨花、巨无霸龙虾、垦丁炸鲜奶、西班牙小油条、鲜花果饮等精美图片以及小视频,因极为诱人等原因引起朋友圈的疯转,短时间内获得了10万以上阅读量。

令人匪夷所思的是,涉及宁波浅水湾的这条微信发布后,该公众号被发现将标题和微信里的地点、联系方式改了改后,以几乎一模一样的内容堂而皇之地为荆州的同名活动做起了宣传广告。此外,记者还了解到,这一微信套路仅本月就已在滨州(3月6日)、嘉兴(3月9日)以及城阳(3月10

日)等多个城市的活动上套用。宁波事件引发关注后,上述微信陆续遭遇各路网友举报,目前相关微信均被删除。

截至记者发稿时,原来微信上的“舌尖有味”公众号已经搜索不到,“究竟是被腾讯封号了,还是活动策划者自己悄悄改了名,就不得而知了。”一名网友分析道。

多名网友提供的截图信息表明,这个名为“舌尖有味”的微信公众号于2017年2月注册,地区显示在云南,是个人公众微信号。根据公众号上的介绍,该号的功能属于“美食节信息专用发布平台”。不过值得关注的是,这个微信号一开始叫“知识音乐库”,注册一个多月后改成了“舌尖有味”,历史发布信息一度仅存1条。

微信平台策划写稿人没到过景区

记者辗转联系上了该公众号的工作人员,号码显示所在地是在山东。

对方表示,自己是为“舌尖有味”微信平台做策划的,由于有人联系了平台才会撰写上述微信,“一开始收到的景区资料,信息内容是很丰富的,也帮景区做宣传了。”他告诉记者,自己没去过宁波这家景区,只是后来才知道花没开。

“删除微信的原因,是不想再误导消费者,等日后花开了会再将微信发出来。”至于网友声讨其微信平台涉嫌虚假宣传,他认为,景区开放的前两三天就能发现花不会按时开,应该及时告知他们删除微信或者重新发一条微信说明花开时间延期。另外景区里的各

种“美食”是“浅水湾”自己找来的,与他们无关。

事实上,微信宣传与实际情况“货不对版”的事在宁波并非首次发生。比如,2016年7月,位于环球银泰城的名为“远洋1699轻奢海鲜自助”的餐厅在微信宣传时写着“半价随便吃”,许多市民大老远赶到现场才发现打折是有人数限制的;2017年4月时值鄞州万达广场的奇幻海洋馆开业,相关前期微信宣传用图丰富多彩,看起来海洋动物多不胜数,待众多家长带孩子兴冲冲地赶去时,看到的却是简陋的现场、寥寥无几的海洋动物,只好失望而归。此外还有恐龙展、蝴蝶展等也都曾引发网友吐槽。

记者 谢舒奕 实习生 王鑫鑫

■相关新闻

市场监管部门 约谈“浅水湾”经营者 要求限期改正

针对市民逛浅水湾威尼斯风情小镇时发现“宁波首届国际花海美食狂欢节”与宣传差异较大一事,记者从鄞州区市场监管局了解到,上个周末该局确实接到了一些消费者的相关投诉。

据了解,投诉主要集中在两个方面:一是所谓的“宁波首届国际花海美食狂欢节”存在虚假宣传的嫌疑,比如,说好的花海,现场根本没看到,各种“高大上”的美食也成了地摊大排档;二是举办方说转发微信到朋友圈就能送门票,但是后来有的就没有兑现,也涉嫌虚假宣传。

针对这些投诉,鄞州区市场监管部门派出执法人员到现场进行了察看和调查,并且约谈了本次活动的主办方浅水湾威尼斯风情小镇的相关负责人,要求他们尽快改正不恰当的宣传,积极回应消费者的正当诉求,限期改正不当的做法。

记者 毛雷君



甬城咸米道

百年海味 · 买二送一起

老宁波的“压饭榔头”

在宁波方言里,菜肴一律称为“下饭”,菜只有跟饭一起落肚肠,才叫好吃。而“下饭”中的翘楚莫过于“压饭榔头”。这类霸气的“咸下饭”口味极重,像有力的榔头把饭压进了胃里。

微信扫码

【9.9元】抢购蟹糊



宁波日报报业集团旗下唯一电商平台
NINGBO DAILY PRESS GROUP, THE ONLY ELECTRIC BUSINESS PLATFORM

官方微信: 搜索公众号【每日报到】回复
“甬城咸米道”有惊喜
客服电话: 4008-264-640