

两只鹿号称“鹿岛公园” 樱花都是塑料的 广告宣传与实景不符 这个“鹿岛公园”有点“坑”！

新闻110

突发事
烦心事
新鲜事

18905566110

□ 全媒体记者 方芳 /文 路欣 /图

清明小长假前,一个“2021 安庆首个鹿岛公园开业”的链接在市民的朋友圈刷屏转发,和“日本奈良鹿”亲密接触,欣赏孔雀开屏,漫步鸵鸟馆,与呆萌的鸵鸟嬉戏,粉色的樱花、满满的复古风……被宣传图片吸引,不少市民选择在清明小长假前来打卡。然而4月3日以来,本报热线接到不少市民反映,“鹿岛公园”广告宣传与实景不符。对此,本报记者进行了实地调查。

市民投诉:景点广告夸大其辞 太失望!

4月3日,市民王女士从望江来到位于安庆体育中心打卡“鹿岛公园”,一家人花费50元购买了门票,然而看到的实景太失望。

王女士告诉记者说:“我们从望江赶过来游玩,没想到,现场实景跟微信转发内容不符,微信宣传的梅花鹿喂食区、鸵鸟馆、孔雀馆,实际是在笼子里分别养了2只鹿、2只鸵鸟、2只孔雀,而所谓的樱花园就几棵樱花,还

是塑料的。很多市民都被忽悠过来了,大家还都转发了朋友圈和各种平台。希望相关部门加强监管。”

市民正先生也在抖音里发了园区视频,提醒大家不要再上当:“园里给咱们看的完全就是两只营养不良的孔雀,鹿也是关在窄小的笼子里。”

市民路女士也在朋友圈发图文吐槽:“说好的鹿岛呢? 买票2分钟、逛园5分钟,看了个寂寞。”

记者调查:展览内容与宣传链接不符

4月3日下午4:30,记者赶到安庆体育中心游泳馆旁边的“鹿岛公园”,只见“公园”外围被一圈宣传画布围起来,画布中呈现的是各种动物的宣传图案,下方打着“萌宠动物嘉年华 网红风车艺术节”的宣传字样。旁边临时搭建的棚子是售票点,标价的门票为“成人30元,儿童20元”,售票人员介绍,扫码关注可减10元,出示转发两天朋友圈的宣传链接可免门票,一部手机只免一张门票。

进入园内,记者首先看到的是左边几个棚子搭成的简易小吃摊,附近是两处气球射击点,往前走是一个游玩项目“网红桥”。整个“公园”围着花圃做了些装饰和风车摆设,园中插着几棵塑料樱花树,两只小鹿被关在狭小的笼子里,毫无生机。被关在笼子里的还有两只孔雀,一旁圈养着两只鸵鸟。整个园区,记者只看到六只动物,与外面围布上宣传的萌宠动物大相径庭。现场采访中,游客们表示实际景点与微信宣传的差距太离谱了,市民钱女士对此深感失望:“带孩子来就想亲近大自然,与动物零距离接

触一下,可看到的这些动物被关在笼子里可怜兮兮的,微信上说的‘樱花园’也不是那么回事。”

记者打开了关于“鹿岛公园”的微信宣传链接,里面的画面是日本“奈良公园”的原景图:游客给几只小鹿亲密喂食,悠闲地漫步在碧绿的草坪上。宣传链接里发布的孔雀馆、鸵鸟馆,现场仅两只孔雀和鸵鸟,链接里的萌宠小动物仓鼠和小兔子,记者在现场并未找到。

随后,记者找到了开设本次临时景点的安徽华盛旅游开发有限公司,经理汪乐华告诉记者,4月3日游园的大概2000人,买票进园的700多人,其他都是凭转发微信免票的。对于宣传与实际不符以及市民们的种种吐槽,汪乐华说:“此次是趁着清明小长假举办的巡展,因为天气原因,很多游乐设施没有安装,两只鹿一开始在外面自由走动的,后来下雨,就关在笼子里了,但也不影响游客给它们喂食。”对于市民反映的宣传图片问题,汪乐华的解释是:由于才举办,所以没有上实景图。

相关部门:临时景点监管遭遇“真空”

市民反映的“鹿岛公园”广告是否涉嫌虚假宣传? 临时景点又由哪个部门负责监管? 记者拨打了消费者投诉热线,热线工作人员表示,已经接到两起对“鹿岛公园”的投诉,“景点审批不在市场监管部门,属于文旅局。”

随后,记者拨打文化稽查热线,工作人员表示,“下午也接到市民举报,并及时转给值班人员,但是执法人员赶到现场时已经闭园了。明天将联系公司所属的太湖县文旅局,以及执法大队现场核实情况后作处理。”

4月4日上午,记者再次拨打文化稽查热线了解实地检查结果,该工作人员回复:“据我们了解,鹿岛公园不是永久性的景点,也没有在文旅局备案和审批。鹿岛公园开设的地点是在体育馆旁边,关于体育场馆的管理审批应该归教体局,而从市民反映的涉及虚假宣传问题,得转办给市场监管部门。”

关于体育场馆的场地审批权问题,市教体局组宣科人员建议咨询安庆市体育馆。记者了解到,负责对接引进本次“鹿岛公园”的相关单位是爱玛会文体产业有限公司。市体育馆馆长徐翔告诉记者:

“爱玛会文体产业有限公司负责经营体育中心,根据委托合同,它有自主经营权。主办方是租了爱玛会经营的场地,我们只对场地有管辖权,主办方提前向我们报备,只要不违反国家禁令的活动,备案就可以了。”爱玛会文体产业有限公司展演部专职经理汪勇表示,今后会加强对这种临时性景点的把关环节,尤其是所宣传的内容是否与实际展出相符,及时提出修改意见。

随后记者再次联系到市场监管局,根据属地管理原则交由宜秀区市场监管局,该局邵局长表示会安排执法人员到现场核实查看后再反馈。4月4日下午,宜秀区市场监管局执法队长潘胜利回复记者:“我们执法人员进行了现场检查,在临时搭建售票棚发现有门票价格收费公示牌,符合明码标价相关规定。园内的游乐项目与宣传内容不相符,执法人员责成立即停止宣传,后续将继续跟踪调查。”记者问到,商家的这种宣传是否构成虚假宣传时,潘队长说有涉嫌。

4月5日,记者再次点击鹿岛公园的微信宣传链接发现,该链接已被关闭。后续记者将继续关注。



公园实景,两只鹿和孔雀被关在一处。

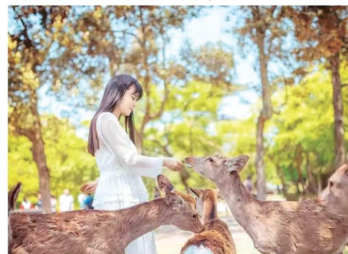


公园另一处的两只鸵鸟。

2021安庆首个鹿岛公园, 4月3日开业! 门票免费送送送!



提到鹿岛,大家一定都会想到抖音上奈良公园里的鹿。奈良公园也叫「梅花鹿公园」,是日本的著名景点。



微信宣传截图

◀ ○ ▶

记者手记

广告“浮夸风”须及时喝止

“鹿岛公园”全国“翻车”事件频发,邯郸、福州等地网友炸锅,此次安庆市民也入了“坑”。转发朋友圈并附文“一起去鹿岛公园”就可以免费领票! 这样的营销模式让景点迅速被刷屏! 如何加强自媒体监管迫在眉睫。

事实上,我国广告法明确规定,广告不得含有虚假或者引人误解的内容,不得欺骗、误导消费者。但夸大其词、虚假宣传的各类广告仍时有发生。

“百姓事无小事”,有多少执法人员站在百姓的角度解决问题? 又有多少职能部门抱着“事不关己高高挂起”的态度? 职能交叉、责权不明,让部分商家有隙可乘。然而最终的“买单者”是老百姓。

执法需亮剑,我们期待,相关部门及时喝止广告“浮夸风”,维护广大百姓的权益。