

高价网购的“增高神药”竟是进价1角钱的普通糖果

4个月时间,造假者从中获利35万元;犯虚假广告罪,夫妻俩被判刑、赔款



有这样一款“增高”产品,商家声称吃一瓶就能长高1~2厘米,吃三瓶长高3~8厘米。不少消费者信以为真,花高价买了产品,最后却发现所谓的“增高产品”,只不过是普通糖果而已。

这款糖果实际进货价一瓶11元,三瓶装套盒16元,李某辉打着“增高神药”的幌子,在网上以一瓶178元、三瓶398元的价格进行销售,价格翻了十几倍到二十几倍不等。

仅4个月时间,这款“增高神药”就销售了73万元,李某辉从中获利约35万元。2024年6月,李某辉夫妇均因犯虚假广告罪获刑。



李某辉销售的所谓可以增高的产品



被吹捧的所谓“增高神药”



声称吃一瓶长高2厘米 网店高价售卖

这些包装精美的产品,被吹捧成所谓“增高神药”,其销售者是湖南益阳市桃江县的李某辉夫妇。

2022年5月,夫妻俩看到网上有一款名为“俏脸蛋”的压片糖果销售火爆。两人就想要仿照这一糖果的包装和配方,再加工制造一款新的产品。为了增加销量,李某辉决定再对产品进行一下包装,还给它起了一个新的名字——“俏脸蛋”。

“一开始商标上面打的是矿物质压片糖果,后面我们就多加了几个助长钙的成分。咨询增高的人比较多,后面我们就改为宣传增高了。”李某辉说。

“吃一瓶就能长高1~2厘米,吃三瓶长高3~8厘米……”2022年6月至10月,李某与陈某租用工作室,并聘请多人作为业务员,在多个社交平台上发布广告引流,将这款没有增高功效的“俏脸蛋”乳矿物盐压片糖果虚假宣传为增高神药。他们以一瓶178元、三瓶398元的价格进行销售,价格翻了十几倍到二十几倍不等。

虚构成分夸大效果 普通糖果变“增高神药”

为了夸大效果,李某辉还虚构了一个成分表,在里面增加了“骨胶原蛋白”和所谓的促进钙吸收的“酪蛋白磷酸肽”等成分,“俏脸蛋”摇身一变就成了“增高”产品。

为了推广鼓吹“俏脸蛋”有神奇的“增高功效”,李某辉和妻子陈某在社交平台上新建了一个名为“糖果百货店”的账号,开始宣传他们的增高神药“俏脸蛋”。他从网上搜索相关内容,拼凑出所谓介绍增高原理的文章,在账号里推送。

在这些文章里,频频出现类似“新型天然钙源”“生长因子”“酪蛋白磷酸肽”等这些听上去科技感十足的名词和概念。这样多角度、高频次地宣传,目的就是让消费者动心,然后下单购买。

这款产品真的有增高的效果吗?“我之前卖过减肥产品,完全没有效果。我再改一个名字,做成增高钙片,也完全没效果,成分差不多,就是普通糖果而已。”李某辉说。

每粒糖果进价仅一角钱 价格翻十几倍售卖

这款普通糖果的进货价是多少呢?生产厂家给李某辉的报价是:盒子5元,贴膜包装1.6元,瓶子0.6元,每粒糖果0.1元,一瓶里有40粒糖果,共计11.2元。最终,以优惠价一瓶11元、三瓶装套盒16元的价格卖给李某辉。

李某辉大量购入后,开始在网上以一瓶178元、三瓶398元的价格进行销售,通过虚假宣传,打着“增高神药”的幌子,一款压片糖果,卖给消费者的价格,一瓶就翻了十几倍,三瓶翻了二十几倍。

锁定目标客户 夫妻俩精心设计话术

李某辉将目标客户定为13至24岁的00后消费群体。为此,他和妻子陈某精心设计了一套话术,要求业务员多发可爱表情包,态度要客气。聊天中,不断灌输“因为缺钙才导致长个慢”的逻辑。比如“如果没有钙片辅助二次长高,那这辈子都是这个身高了”,并宣传“这款钙片不需要运动,也可以长高”。

业务员还告诉客户,售价178元一盒装增高钙片,可以吃20天,预计长高1~2厘米;售价398元的三瓶装增高钙片,服用后预计可以长高3~8厘米。

而对于20岁以上的客户,业务员会劝说他们购买三瓶装的套盒,宣称一瓶增高钙片对于这个年纪的人没有效果,影响产品口碑。

用厂家提供的各类证书 打消买家质疑

对于一些消费者的质疑,业务员便会将生产厂家提供的各类证书,包括食品安全生产许可证、检测报告、公司资质等材料发给顾客,以此打消他们的疑虑。同时还借机诱导消费者增加疗程,让他们继续购买。

两个多月就销售了几百盒,尝到甜头的李某辉在营销手段上更是下足了功夫。为了让自己的生意可以在网上长期经营,避免因虚假宣传,被平台封号,他网购大量的网络账号,同时聘用多名业务员,让业务员用这些账号多加好友,然后向这些好友推荐“俏脸蛋”增高钙片。

犯虚假广告罪获刑 还被判赔206万元

2022年的6月到10月,仅4个月时间,这款所谓增高神药的销售金额就达到了约73万元。李某辉从中获利约35万元。

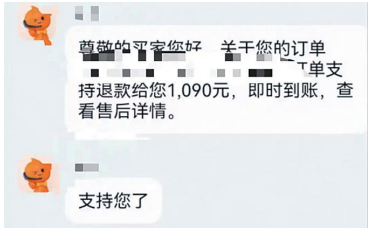
2023年3月,公安机关发现了李某辉虚假宣传销售糖果的事实,在将“俏脸蛋”压片糖果送检后,警方发现,这款产品为不合格产品,主要成分是麦芽糊精和葡萄糖。

2024年6月,李某辉夫妇均因犯虚假广告罪获刑。李某辉被判处有期徒刑一年六个月,缓刑两年,并处罚金。他的妻子陈某被判处有期徒刑一年,缓刑一年六个月,并处罚金。

2024年12月,湖南省消费者权益保护委员会以李某辉夫妇发布虚假广告欺骗误导消费者,损害社会公共利益为由,向益阳市中级人民法院提起消费民事公益诉讼,请求法院认定,被告对消费者实施了欺诈行为,应按销售金额三倍支付赔偿金。

2025年2月,法院判决被告李某辉和陈某公开道歉并支付惩罚性赔偿金206万元。

买到假货要求“仅退款” 商家怒斥她“丢人” 平台介入后 不退货也收到退款



淘宝平台介入后,支持“仅退款”。图受访者提供

最近,武汉的刘女士在淘宝平台“露娜折扣店”购买了一双价格为1090元的鞋子,收到货后,发现该鞋子并非正品,要求退款。

4月21日晚,她与该店铺协商退款,店铺的客服人员表示店铺不支持仅退款,要求刘女士申请“退货退款”。“确实是假货,退回去再拿出来卖吗?”刘女士不同意商家的退货要求。客服人员怒斥她说:“你多大的人了,在网上搞这种仅退款丢人吗?”随后还发来“要点脸吧”“成年人不要做一些把脸踩在脚下的事情”等言语攻击。

次日,拼多多、淘宝、抖音、快手、京东等多个电商平台全面取消“仅退款”,消费者收到货后的“退款不退货”申请,将由商家自主处理。

“我不会穿假鞋的,它是假的,退货后商家再次售假,我觉得不合理,不想把货退回去。”刘女士告诉记者。“仅退款”取消后,她找到淘宝平台客服协商,平台介入后,在不退货的前提下成功收到退款。

随后,刘女士要求平台对该店铺的同款商品做下架处理,平台的客服人员解释,该问题已经上报,平台会关注其他会员有无类似反馈。

早前,拼多多推行“仅退款”售后模式,其初衷为降低退换货成本,提高消费者满意度,随后,淘宝、京东、抖音等平台陆续跟进。但该规则实行后,出现了一些“羊毛党”,对并无问题的商品进行仅退款处理,有损商家利益。如今,“仅退款”取消后,刘女士的遭遇再次引发思考。

律师说法

“仅退款”是电商的一种市场竞争手段

“退一赔三是我国消费者权益保护法对消费者权益的法律规定的精简体现。”河南良承律师事务所律师孙能能说,“既是法律规定的消费者权益维护,则维权途径不单单只有起诉这一项司法程序途径。还可通过12345市民热线,12315消费热线等向行政监管部门投诉、举报要求处理消费纠纷。”

“我认为仅退款政策是新平台进入市场竞争,利用消费者观念惯性,对既存电商平台的一次进攻或是新平台入市的竞争手段。”孙能能告诉记者。

孙能能表示,“仅退款”对消费者来说确实存在合理之处,比如缩短了纠纷处理的时间和流程,给消费者提供更多的售后维权选择,减少了巨量的小额诉讼纠纷,给消费者提供了更好的网上购物体验。

但现阶段下,“仅退款”对商家利益的损害也是显而易见的,“面对当下优化营商环境和消费牟利的积存问题,在已成为占有一席之地的电商巨头的当下,共同选择对仅退款政策不再相互竞争,可以倾注更多的精力保障公司经营,进而更好地保证消费者网购权益。”

在刘女士的遭遇中,孙能能认为消费者买到假货时主张仅退款是合理的,但随着各电商平台取消仅退款政策,消费者没有了通过平台直接申请仅退款的途径。不过,现如今,电商平台有很多保障消费者维权的途径,消费者可以要求平台介入处理,也可以向监管部门投诉,抑或向法院提起诉讼。

据九派新闻



重庆晨报
民生在线
扫码关注

难事、烦事、委屈事、不平事、新鲜事告诉我们,记者帮你办