

新闻调查

你可能是冒牌货
『捡漏』买的『网红』精油内外勾结
炮制高仿“网红”精油

家住山东淄博市桓台县的陈先生，在一家自称是某知名精油“品牌授权”的网店内，花费130余元购入两瓶精油产品。根据产品说明，该精油具有“安神助眠、缓解疲劳”的功效。然而，陈先生使用后大失所望：“与从正规店铺买的产品对比，这些精油虽然气味类似，但细看之下包装略显粗糙，实际效果更是天差地别。”他怀疑自己买到假货，随即进行了举报。

公安机关从涉案网店店主李某入手展开调查，一个涉及十几人的“原料采购—生产加工—销售获利”制假售假链条逐步浮出水面。

经查，被告人赵某原为该品牌精油企业内部人员，他利用职务之便窃取产品原料供应渠道与生产工艺等信息，随后为被告人钱某精准推荐符合“仿冒标准”的精油原料、专用包装瓶及印有品牌标识的包装盒供应商。钱某采购原料后，雇佣被告人孙某用其经营的某科技公司作为掩护，在隐蔽场所生产假冒精油。他们经过简单混合勾兑、粗制灌装生产出“高仿”精油，涉案金额达500余万元。

据被告人供述，他们找来和正品成分相似但价格较低的原料，一瓶30毫升的假冒精油，成本仅需20元；经过简单灌装后，在线上渠道以六七十元的价格售出，利润率超过200%。

记者调查发现，随着养生保健消费市场迅速扩大，一些不法分子盯上其中商机，多地通报了相似案例。在湖北通山县警方侦办的一起案件中，民警根据嫌疑人注册的多家网店信息追查到处位于山沟民房内的生产窝点，现场查扣假冒精油3.6万余瓶。同桓台县的案件类似，该团伙主要通过网络渠道销售，非法获利180余万元。

“为了压低成本，假冒精油产品的原料往往以次充好，在卫生不达标的简陋场所灌装，不仅无法发挥应有的调理功效，甚至可能对身体造成伤害，严重损害正品厂商的信誉。”桓台县检察院第二检察部负责人岳洋表示。



检察官在这起高仿“网红”精油案中出庭支持公诉。图据新华社客户端

“问题”精油
如何流入消费者手中？

记者从市场监管部门了解到，目前市面流通的假冒伪劣精油主要存在以下问题：一是仿冒知名品牌商标和包装，使用成分不明的油料，灌装生产环境缺乏安全卫生保障；二是虚构中医药背景，将普通精油和劣质精油包装成具有医疗调理功效的产品销售；三是非法添加化学药物成分或激素，短期内营造有效假象，长期使用则危害健康。

这些“问题”精油是如何堂而皇之地流入消费者手中的？记者调查发现，不法分子有一套从制售到营销的完整套路。

——精心炮制“高仿”产品。

上述案件显示，部分具备精油产品从业经验的人员，利用其所掌握的产品配方特性、原料供应商信息等资源，为造假者精准对接香精香料公司、基础油供应商，从而调配出气味、色泽均接近正品的精油产品。同时，高度仿制包装工艺，由于相关技术门槛不断降低，仿品的玻璃瓶、纸盒、标签乃至防伪标识均能做到与正品几乎一致。有一线执法人员告诉记者，部分不法分子还会仿冒正品备案编号，让普通消费者难辨真假。

“为逃避监管、降低风险，造假链条通常呈现分散化、隐蔽化特征。”承办检察官表示，一些假冒精油产品的生产环节往往被拆解至不同小型加工厂分批完成，灌装环节则多选址于城乡接

合部的民房、废弃厂房等以掩人耳目。

——销售渠道相对隐蔽逃避监管。

桓台县检察院检察官路芳告诉记者，这些“问题”精油主要通过微信朋友圈、微信群等私域渠道推广，或以直播带货等形式线上销售，仅有少部分流入线下理疗馆等实体店铺，销售渠道相对隐蔽，较难被传统监管手段监控到；甚至还有部分不法商家通过频繁更换产品链接等方式逃避监管。

对此，记者近期以消费者身份，在某平台网店向客服咨询了一款“网红”精油的具体成分、生产信息等问题。仅仅几个小时后，记者再次浏览该网店，发现这款产品链接页面已显示“商品过期不存在”。

——迎合消费者心理编造营销话术。

业内人士表示，与正规产品相比，假冒精油往往刻意迎合消费者对亚健康问题的担忧，以夸大疗效、制造焦虑等方式推广营销。一些产品打着“祖传秘方”“皇家御用”的噱头，将精油产品塑造成解决疲劳、失眠、湿气等问题的“万能钥匙”，吸引消费者购买。

另一方面，不法分子利用部分消费者追求高性价比的心理误导消费者。“我们使用‘工厂直发’‘渠道特供’等话术，以低于市场价的价格促销，让消费者以为自己‘捡漏’到正品，从而冲动下单。”被告人李某坦言。

擦亮“识假”双眼
可通过国家药监局官网核查

本案中，法院最终以假冒注册商标罪判处主犯赵某、钱某有期徒刑3年，缓刑5年，各并处罚金12万元；以假冒注册商标罪判处从犯孙某有期徒刑3年，缓刑3年6个月，并处罚金4万元；以销售假冒注册商标的商品罪判处李某有期徒刑2年，缓刑2年6个月，并处罚金3万元。

法律界人士表示，近年来不少假冒伪劣产品通过直播、私域流量等渠道流入市场，需要进一步完善网络电商监管的长效机制。

今年2月1日，《网络交易平台规则监督管理办法》和《直播电商监督管理办法》开始施行。根据规定，直播间运营者、直播营销人员不得进行虚假宣传，不得销售或者提供违法商品及服务；平台应加强对平台内交易活动的管理，依法落实商品和服务质量保障。

山东上和律师事务所律师邓伟说，市场监管部门应严格落实《中华人民共和国产品质量法》，加大对生产、销售假冒伪劣精油产品行为的行政处罚与刑事追责力度；加强相关法律法规衔接，推进跨部门协同执法，畅通消费者维权渠道。

一位从事精油生产的业内人士表示，根据我国有关规定，大部分精油产品被列入化妆品范畴进行管理，其产品外包装中文标签上应明确标注产品编号和产品名称、成分、功效、生产厂家、生产日期及保质期等信息。“如果某款精油价格远低于市场平均水平，尤其是热门品牌或高端产品，需警惕是假货。”

执法人员建议，消费者应选择品牌官方网站、大型连锁药店、正规电商平台的官方旗舰店等正规渠道，避免通过不明来源的个人代购、流动摊贩或非正规网店购买产品。如果对精油产品真伪有疑虑，消费者可通过国家药品监督管理局官网或“化妆品监管”APP进行核查，也可直接向当地市场监管部门举报核实。据新华社

近年来，随着各类养生热潮兴起，具有调理疗愈功效的精油产品颇受消费者青睐。然而记者调查发现，一些不法分子打着“工厂直发”“渠道特供”等旗号，低价销售假冒知名精油，让不少自以为“捡漏”的消费者蒙受财产损失，甚至损害身体健康。

这些假冒伪劣精油是如何流入市场的？冒牌货如何“摇身一变”被当作正品售卖？山东司法机关近期办理了一起典型案件，记者展开调查。

平台回应“北大毕业生送外卖”：骑手仅跑了5单

当事人：是一次随心行为，并非博流量也不是找不到工作

3月18日，一则“北大毕业生化身外卖员”的话题迅速冲上网络热搜，引发全网广泛讨论。

当事人陶文俊自称北京大学毕业，是2021年安徽省安庆市高考文科第一名。他在社交账号上表示，送外卖是因为自己的生活失去了目标，为了完成“自我救赎”。中国顶尖名校光环与外卖员职业的强烈反差，瞬间引发网友热议。

“北大毕业送外卖”引热议

3月18日晚，经外卖平台核实，陶文俊确于2025年12月初在北京海淀区站点注册众包骑手，但仅在12月9日当天完成5单配送，此后便再无任何接单、配送记录，并非长期从事外卖行业、靠送外卖谋生。该平台同时表示，骑手注册流程无需提交学历证明，无法直接核实其北大毕业的学历背景。



陶文俊发视频称，自己送外卖是在两三个月之前的随心行为。网络视频截图

后经记者查证，陶文俊确实于2021年参加高考，并以660分的

成绩成为安徽省安庆市文科第一名，被北京大学社会学专业录取。

至于为何要送外卖，陶文俊在自己的社交账号上，有过两次比较矛盾的解释。第一次视频里，陶文俊表示，毕业后遭遇就业难题，因眼高手低、职业规划缺失等原因，迟迟未能找到合适工作，无奈之下选择成为外卖骑手，称“送外卖拯救了我”。该条视频一经发布，迅速引发热议。

不少人感慨“顶尖名校毕业生也难逃就业困境”“学历不再是铁饭碗”，更有网友围绕社会学专业就业前景、职业发展等问题展开激烈讨论。

本人回应是一次随心行为

被广泛关注后，陶文俊于3月18日晚再次发布了一条视频，内容却几乎与前一次截然相反。在这条更新的视频里，陶文

俊称，自己送外卖是在两三个月之前的随心行为，“把当时的所思所想记录下来。”

陶文俊还表示，送外卖的主要原因并不是为了博流量也不是找不到工作，而是一次“自我救赎”。

“上大学之前我就是一个做题机器，脑子里只有高考。考上大学后的四年，整整有两年我是完全颓废状态，觉得我的人生没有任何意义。”

陶文俊在视频中坦言，送外卖并不是被逼无奈的选择，而是一个曾经痛苦迷茫的年轻人，在试图找回和世界的链接，并表示之后会继续送外卖。

更新的视频发布后，陶文俊也把此前找工作不顺而送外卖的视频给删除了。

到底是自述的“跑单上千单”，还是外卖平台所称“仅跑5单”？记者联系上了当事人陶文

俊进行求证。

陶文俊回应称：“在这个平台是这样，又不止这一个平台。”但当记者进一步追问细节时，他未再作回复。

朋友圈多是教培信息

从陶文俊朋友圈公开信息可以看到，他从2025年开始就一直活跃在教培领域，以两类信息为主：一是帮人对接找老师、找学生的教培资源；二是分享各类学习方法。这些内容与外卖配送并无关联。3月18日，陶文俊的最新朋友圈动态，依旧是寻找学生资源的教培相关信息。

目前，“北大学子跑外卖”的相关话题仍在网络上持续发酵，公众对于学历价值、职业选择、流量炒作的讨论还在继续。

华西都市报—封面新闻记者 马嘉豪