

健身圈突然流行起巧克力

民警健身时的这个发现,牵出一起食品犯罪大案

本报记者 陈佳妮 通讯员 戴茜 张莹

“你试过这个巧克力没?有奇效……”今年7月,嵊州市公安局崇仁派出所民警陈宇在健身房锻炼时,偶然听到有人议论一款名为“*丁丁”的巧克力。据说这款巧克力可以改善男性生理机能,在本地健身圈等圈群线上销售十分火爆。

说者无意、听者有心。民警一查,发现里面竟然牵扯违法犯罪。今年9月,嵊州市公安局通过前期侦查经营,破获一起生产、销售有毒有害食品案,分赴河北、山东和省内的宁波等地抓获犯罪嫌疑人34人,扣押涉案药品5000余盒、违禁原料400余公斤、添加剂200余箱,冻结涉案资金300余万元。

神奇的“巧克力”悄然流行

7月的那次健身回来后,陈宇越想越觉得奇怪,很快上网查到了这款巧克力的销售渠道,并发现其不仅已悄然蔓延于朋友圈、小程序,销售量可观,且售价明显高于普通巧克力。

陈宇将情况汇报给相关领导后,很快引起了嵊州市公安局食药环知大队的注意。办案民警对这款巧克力进行取样送检,经市场监管局监测发现,其中含有西地那非、他达拉非等违禁成分。

巧克力中含有违禁品?凭借职业敏感性,办案民警继续对这款产品展开调查,进而发现了一个集生产、运输、销售、代理、程序开发于一体的销售有毒有害食品犯罪团伙。

跨省抓捕一锅端

掌握基本情况后,嵊州市公安局立即启动重特大刑事案件侦查机制,成立工作专班,通过研判分析、调查走访、蹲点排摸,锁定河北、山东、广东、深圳以及宁波、嵊州的生产、运营、销售窝点6处,确定核心人员42人。专案组策划了多波次集中抓捕方案。

通过暗中调查,民警发现该案30余名核心人员将于9月9日到宁波某酒店召开“市场核心领导人扩大会议”,并在广东、深圳设置视频会议分会场。专案组分析认为,这是一个绝佳的抓捕机会。

为保证行动万无一失,专案组提前抽调警力,勘探现场,暗中对会场周边进行布控,就等嫌疑人到位后来一场瓮中捉鳖。

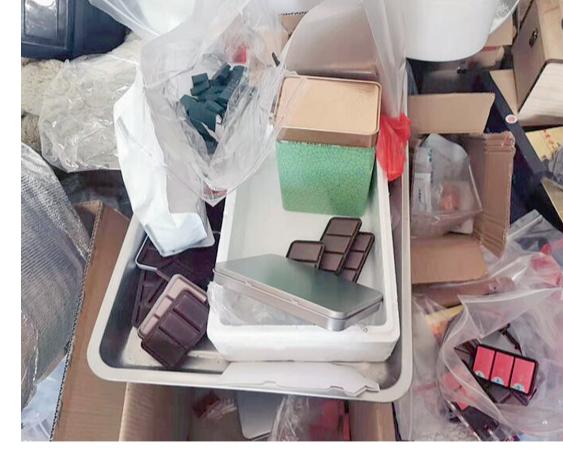
9月9日上午9时15分,核心人员全部进入会场。见时机成熟,领导一声令下,6地同步行动,对犯罪嫌疑人白某某、翟某某等团伙骨干成员开展集中收网,现场抓获生产、销售有毒有害食品骨干成员34人。经审讯深挖,又相继抓获他达拉非、吡罗昔康等违禁药品生产、销售商宋某等2人及其下级代理9人。

工人变“老总”

警方介绍,在两年多的时间里,这个犯罪团伙发展省级以上代理1059人,市级以下代理、会员、消费者等6422人,销售“*丁丁”至少6.5万盒、“**安好”至少3.6万盒、“*博士”至少1000盒,销售额达1500万元以上。而他们这些犯罪行为,竟源于主犯白某某的一个“突发奇想”。

河北人白某某是一名普通工人,平时喜欢浏览一些与医药知识相关的书籍。2019年,他注意到成人用品这个市场,进而产生了一个疯狂的念头:何不把一些药物成分做进巧克力中,说不定可以大卖。

他注册成立了山西**世纪生物科技有限公司,自行研发出将中药黄精、牡蛎等药粉加入巧克力中。随后,他找到青岛一家专门生产巧克力的公司帮助其批量生产。因为觉得中药效果不明显,他又在巧克力中加入西地那非、他达拉非、吡罗昔康等西药成分,研发



出“*丁丁”“**安好”“*博士”等产品。

为扩大销售市场,白某某找到了远在浙江宁波的亲戚白某,让其公司帮忙运营、线上线下销售等。随着时间的推移,这个产业链条愈发成熟,产品销往各个省份。

食品安全法第38条明确规定:生产经营的食品中不得添加药品。犯罪嫌疑人白某某、翟某某、卢某某等人的行为已触犯刑法,涉嫌生产、销售有毒有害食品罪。目前,该案正在进一步侦办中。

“打假测评”网红牙膏 厂家索赔被驳回

法院认为未超出对经营者服务进行评价的必要限度

《北京青年报》宋霞

一款网红美白牙膏在某短视频平台上火了,各路带货主播更是极力宣传推荐。与此同时有“打假测评”类博主却对其功效产生了质疑,发布的“打假”视频获得20余万点赞。为此,该牙膏的生产商认为,自己的名誉权受到侵害,产品销量下滑与此有关,便将博主和短视频平台一起告上法庭索赔10万元。近日记者获悉,北京互联网法院一审驳回涉案牙膏生产商的全部诉讼请求。

厂商:视频导致产品销量下滑

牙膏厂商诉称,2020年3月1日,该款网红牙膏产品在短视频网站开始做产品宣传。然而,生产商发现在2020年4月30日,在该短视频网站上一专做“打假测评”的博主,发有所谓的打假视频。视频中,博主捏造、歪曲事实,极力诋毁牙膏产品的功效,并且该博主是在没有任何事实根据的基础上进行评论。“全是毫无根据地乱说,其行为已经给这款网红牙膏产品造成了很坏的影响,导致产品的销量大幅度下滑。”

“该侵权视频点赞数量是24.7万次,评论1.1万个,转发986次,传播广泛,影响巨大。”生产商认为公司的名誉受到了侵犯,请求法院判令博主澄清事实、恢复名誉、消除影响;短视频平台和博主共同承担赔偿其因名誉受损产生的经济损失以及为制止名誉权损害持续扩大所产生的律师费、交通费共计10万元。

博主:只针对不正当销售形式

对此,短视频平台不同意生产商的诉讼请求。其辩称,涉案视频系由用户自行编辑发布,平台仅提供技术服务,收案后,平台即对涉案视频进行了下架处理,及时维护了生产商的权益,并未给其造成任何扩大损失。综上,平台既不存在侵权的故意,也未实施侵权的行为,不应承担任何责任。

博主则辩称,其未对生产商名誉权有侵害行为,视频内容从未提及产品是否有质量问题。在日新月异的互联网时代,平台带货行为已是常态,不可否认的是有些网络主播为了卖货,在宣传时故意夸大产品功效,或隐瞒产品部分事实。“我们录制的这段视频,主要的目的是为了告诫大家在购买网红产品时不要轻易相信网红主播在推荐并销售产品时的夸大宣传。针对的是网红主播对网红产品不正当的销售形式,而并非针对某一产品。”博主认为,视频浏览量等数据与生产商的经济损失完全没有因果关系。

法院:博主发视频不构成侵权

法院经审理认为,该案系名誉权纠纷,主要争议焦点为博主发布的涉案视频是否指向生产商,构成对品牌的侮辱或者诽谤。

关于主体指向性问题,涉案视频中,博主手持黑色包装、黑色膏体的牙膏,且牙膏包装中含有三张牙部对比图进行说明,经与原告生产的牙膏外包装进行

比对,其在包装颜色、膏体颜色、三张牙部对比图等方面都存在高度一致性,能够让对该产品有一定了解的消费者识别出博主手持的产品为原告生产的网红牙膏产品。结合博主的台词,“真的能一刷即白吗?”“靠牙膏去美白牙齿,简直就是天方夜谭啊”“为了把这玩意卖给你,他(网红)什么话都说得出来的”,涉案言论的指向为牙膏在销售中宣传的美白牙齿功效的行为,而并非牙膏本身存在产品质量问题。该款牙膏外包装上牙齿对比图隐含说明其具有美白牙齿功效,并且在销售该产品的涉案网上店铺的宣传页面中,产品名称包含“一刷白”“一刷即白”,并将牙齿对比图以宣传视频形式播放。

在此情况下,博主的涉案行为并未超出对经营者服务进行评价的必要限度,且从涉案行为来看,该博主并不具有侮辱或者诽谤涉案产品生产商的主观意图。

综上,涉案博主发布涉案视频的行为不构成侵权,短视频平台亦不构成侵权。北京互联网法院一审驳回涉案牙膏生产商的全部诉讼请求。

提醒:对合理批评应有一定容忍度

法院强调,在互联网与社会生活高度融合的当下,网络博主发布的带有测评性质、评论性质的文字或视频是消费者了解相关产品和服务的重要途径,生产者、经营者对于网络博主对其产品质量、服务质量及宣传行为等进行的合理限度内批评应具有一定的容忍度,网络博主所发布的内容应当基本客观,不得借机诽谤、诋毁,损害生产者及经营者的名誉、商誉。