

一张“始祖鸟”冲锋衣的产品标签和同品牌鞋盒，标价 100 元左右；“海蓝之谜”护肤品的空瓶，标价几十元到 100 元；“爱马仕”“香奈儿”等奢侈品牌不同规格的手提纸袋，报价十几元到几十元……一段时间以来，在二手交易平台上，出现大量知名品牌尤其是奢侈品牌的产品标签和包装。为什么看似无用的标签和包装，能卖出上百元的高价？

“始祖鸟”标签一张卖上百元

二手标签买卖？“洗白”假货

知名品牌的标签和包装待价而沽，最主要的目的是“洗白”假货。在二手交易平台，有售假者主动表示，其销售产品用的是“正品包装”。一名兜售“始祖鸟”保暖衣的卖家毫不讳言自家产品是假货，只不过是“代购级”的“高仿”产品，使用正品同款面料，洗护方式都参考正品。作为产品的加分项，他家的产品使用了专柜手提袋，购买后如果退换货丢失或损坏手提袋，要扣除 10 元。

“正品包装袋比较多，所以在二手市场叫价也就几元到几十元钱，而服装的标签、化妆品及香水的空瓶相对较少，所以售价较高。以‘始祖鸟’的标签为例，一度二手交易价格

超过 300 元。”知情人士透露，这类看起来已经没用的二手商品标签和包装主要有两个去处：其一，不法商家将品牌服饰的正品标签挂在假冒商品上，或者将假冒化妆品灌装进正品包装瓶中，然后冒充正品销售。一件成本价一两百元的服装，使用正品标签后，售价可高达上千元。如果消费者对正品的工艺、材质不熟悉，仅凭标签或包装鉴别，很容易上当。其二，有些服饰标签、包装袋被用在走私货上。部分境外代购人员购买产品后，为规避海关监管，会拆除产品的标签，假装为自用产品；入境后，为了表示产品是全新的，就通过二手平台收购正品标签和包装袋，继续出售。

“奥莱柜姐”“品牌柜姐”带货？公然售假

随着直播电商兴起，一批以“奥莱柜姐”“品牌柜姐”为关键词的账户出现在社交平台，直播带货。这些主播往往声称自己是知名品牌专柜的员工，能够以内部价拿到商品，奥特莱斯折扣价叠加内部价，所以销售的产品价格比官方渠道便宜很多。

可只要观看一段时间这类“奥莱柜姐”的直播，就会发现产品疑点重重。比如，正宗的“品牌柜姐”大多只负责某个品牌的产品销

售，但在直播平台，很多“柜姐”会同时介绍数个品牌的产品。如果消费者询问，她们或是搪塞“我们是不同柜姐一起直播，互相介绍”，或是表示“我们是品牌的代工厂”。

为验证“奥莱专柜”售假，记者特意从自称某品牌“奥莱代购”处购买了一件衬衫，定价是原价的 1/10。下单前，记者询问客服真伪，客服表示：“衣服有水洗标和吊牌……因为价格的原因，去除了敏感信息和 logo……建议当成同款

自制。”当记者收到实物时，发现做工极差，属于“一眼假”，与所谓的“奥莱专柜”没有丝毫关系。

调查发现，以“奥莱柜姐”为噱头的直播间往往人气不低。这些直播间里除了有主播的花言巧语，还存在“展示正品，发售假货”、使用正品的标签、包装等为假货背书等现象。部分主播还用谐音或相似字指代知名品牌，或者用“原厂出品”“避免公司查处，不能说品牌名称”等方式，逃避监管。

“男朋友送了一款名牌包，姐妹们帮我看看真假”？也是套路

如果说直播间的“奥莱柜姐”属于公然售假，那么社交平台上以“经验分享”“讲故事”等形式出现的售假行为更具隐蔽性。

这类售假往往出现在以“种草”“经验分享”为主要内容的社交平台上，帖子的标题以“品牌鉴定法宝”“男朋友送了一款名牌包

包，姐妹们帮我看看真假”“背了高仿出门，没想到……”等居多，看似知识分享或个人生活经历分享，但暗藏玄机。

还有一些帖子以“男朋友送了名牌包，姐妹们帮我看看真假”或“男朋友送了名牌包，背了好久才发现是假的”为主题，配图是假冒名牌

产品的各种细节，根本目的仍旧是暗示他人这款假包做得逼真，然后通过评论引流到平台外进行交易。

无独有偶，那些“背了假包出门，没想到……”“穿了假冲锋衣去户外，结果……”为主题的帖子，看似表达尴尬，本质仍旧是暗示假货为高仿品，吸引他人购买。

平台应建立预警机制，从源头斩断售假信息发布

业内人士指出，平台并非法外之地，也不能推卸责任。电子商务法明确规定，电子商务平台经营者知道或者应当知道平台内经营者侵犯知识产权的，应当采取删除、屏蔽、断开链接、终止交易和服务等必要措施；未采取必要措施的，与

侵权人承担连带责任。可见，面对新型售假手段，平台不该也不能用“无法鉴别”“技术难”“成本高”等作为疏于监管的借口。

其实，新的造假行为已经形成了套路，平台完全有能力“有的放矢”加强治理。升级算法监测系

统，对“产品标签”“空瓶”等看似无用却定价异常的商品、对“剪标”“同款定制”等模糊表述，以及“鉴定”“求辨真假”等可疑内容，建立预警机制，配合人工审核，从源头斩断售假信息发布。

(来源：上海网络辟谣等)

一周辟谣

冰淇淋含有致癌物？警方：虚假信息

“某品牌的冰淇淋含有致癌物”。2025 年 6 月 10 日晚间，一则短视频内容在网上迅速传播，并引起众多网友围观，视频浏览量很快就达到 7.7 万次。一时间，人们对于该品牌冷饮的食品安全产生担忧和质疑。

当天 21 时许，名为“某师兄”的社交账号，突然在某短视频平台发布一则视频，内容显示为某冷饮品牌产品配料表图片，并配文声称该品牌冷饮含有多种致癌物。据了解，该视频中所显示的品牌，是当地一家具有多年历史的大型冷饮品牌企业，知名度较高。由于当时正是冷饮类消暑食品销售的旺季，该视频一经发布，就引发网友对该企业的大量质疑和抨击，很多网友还对食品安全产生担忧，并有大量消费者投诉、退货。

接警后，江西省宜春市樟树市公安局网安大队民警迅速展开调查。经对该冷饮产品的检测报告、公司营业执照、食品添加剂等材料证明进行核实后，查实该视频中所提到的冷饮产品符合国家相关标准，企业正常经营，该视频存在编造虚假信息、故意引导等情况，引起大量消费者恐慌。

在掌握大量证据后，樟树市公安局网安大队对视频发布者王某进行调查，王某对其编辑发布虚假视频的行为供认不讳。由于王某编造传播谣言，扰乱公共秩序，依据治安管理处罚法相关规定，最终，公安机关对其在网上散布谣言的违法行为做出行政处罚。

(来源：“法治网”微信公众号)

“大凉山姑娘被拐 24 年后回亲人身边”？警方：与事实不符

近日，一名在短视频平台上有 50 多万粉丝的博主，发布了两条“四川大凉山姑娘被拐到山西 24 年后回到亲人身边”的短视频，引发了大量网友的关注。

视频中，博主声情并茂地讲述着女子被拐的故事，被拐女子和家人们见面后泣不成声，抱在一团。视频中流露出的真情，感动了许多网友。凉山州盐源县公安局网安大队立即展开调查核实。经查，视频中的女子是在 20 多年前，经家人同意自愿嫁至山西，只因当时经济条件有限且两地距离遥远才与家中逐渐失去联系。视频所称“被拐卖”等内容与事实完全不符。

查明事实后，盐源公安部门依法传唤了视频发布人吉里某某。“发布这些视频的目的是为了吸引眼球和追求流量。”吉里某某称，自己缺乏对社会公序良俗和道德规范的敬畏之心，盲目跟风一些不良网络现象，才拍摄了这些不良视频。目前，公安机关已依法对吉里某某作出行政处罚。吉里某某认识到自身错误，并公开道歉。

(来源：四川互联网举报辟谣平台)