



莫为金钱遮望眼

» 单瓶售价280至400元，累计卖出超600万瓶，年营收突破10亿元……在叶黄素这个不算大的品类里，“澳洲优思益”曾是近乎王者的存在。而央视新闻的报道一把扯下了“澳洲优思益”的画皮：品牌故事是编的，国际奖项是买的，专家网红是雇的，所谓“墨尔本工厂”是一家汽车维修站，彻头彻尾就是国内生产的普通产品。

消息传出，旁观者“三观震碎”，剧中人“五内俱焚”。一时间，店铺停业、品牌崩溃，带货的明星主播纷纷道歉理赔。“销冠神话”灰飞烟灭，只留下一地鸡毛，几声唏嘘。

优思益凭借一件假洋牌外衣，再次上演了“白牌”逆袭封神的戏码。所谓“白牌”，就是指无注册品牌或由非知名厂商生产的商品。从2006年曝光的欧典地板，到2011年曝光的达芬奇家具，太多“白牌”凭借编出来的“洋故事”红极一时。

时代发展到今天，“白牌”成爆款，电商平台难辞其咎。因其低成本、高溢价，带货佣金远远高于寻常货品，备受各路网红主播青睐。在此过程中，如果平台监管不力甚至同流合污，消费者很容易被各种话术精准围猎。

针对“优思益”暴露出的一系列问题，国务院食品安全委员会办公室、市场监管总局、海关总署约谈了3家平台企业，要求他们严格落实主体责任，加强平台内跨境电商企业审核把关，强化平台内在售商品管理，切实维护消费者合法权益。

据说，叶黄素具有保护视力的功效。此次“销冠”翻车暴露出商家的严重短视，也给整个行业提了个醒：莫为金钱遮望眼，出卖信誉，无异于杀鸡取卵、涸泽而渔。

[赵志疆]



▲销冠的假皮 张永文