

“嗨一时毁一世”,“笑里藏刀”何时了

——多重身份导致笑气监管存在盲区,升格强制管理宜早不宜迟

笑气,学名一氧化二氮,广泛应用于食品、医疗等行业,属于危险化学品,有很强的成瘾性,吸入后人会产生幻觉、不自觉发笑。目前,国内已发生多起因吸食笑气致病、致残、致死案例。当前,笑气管制已有所加强,但记者调查发现,仍存在网络平台易获取、监管惩处存盲区等问题,升格强制管理宜早不宜迟。



▲卖庄某雇佣他人在朋友圈展示的笑气存货。
◀笑气气弹。
上海市青浦区人民检察院供图

病,如今给我1000美元,我想到的不是买包,而是买多少箱笑气,这些可以让我开心多久。”

“由于当前笑气并未被列为毒品管制的范围,不适合接受社区戒毒或戒毒所的治疗,滥用出现身心健康问题后,只能送入医院。若这些年轻人回到吸食笑气的圈子,反复使用导致的躯体受损能否恢复,就不得而知了。”杜江说。

搭乘“互联网+快递”贩卖风驰电掣

尽管对滥用笑气的管控正逐步加强。但记者调查发现,在“互联网+快递”的遮蔽下,笑气的获取十分便捷。

在一名吸食者的指导下,记者在闲鱼和QQ群搜索到了多个商品和商家,不少打着卖“8g 二氧化碳空瓶”的幌子,行出售“笑气弹”之实。

名为“桃”的商家给记者发来的购买链接中,商品名用“空瓶”代替,月销量达“5万+”。而店内其余商品销售量都为0;名为“KS”的商家今年春节前就在朋友圈打出“过年备货趁早,晚一步拍大腿”的广告,新冠肺炎疫情期间,还在每天发布“全国发货”“接单”等内容。

这些商家多数要求购买5箱到10箱起送,每箱有240至300支的8克气瓶,售价每支从1.4元到4元不等,交付方式为快递。

据了解,笑气作为危化品,企业在生产、储存、经营、运输等方面取得相关部门授予的许可和资质,个人不可随意获得。若以吸食为目的,吸食者多是通过非法途径花大价钱购买。

中国人民公安大学应急警务研究中心主任谢川豫曾对网上售卖的笑气进行计算,每8克气体的罐装笑气均价为正规奶油气弹的约10倍,可谓暴利。

名叫“鱼王”的商家告诉记者,网上售卖的多为国内非法灌装,并贴着“圈内”熟知的国外品牌,“若担忧质量或被查,可购买奶油气弹,但需要加价,价格也最高。”

记者通过搜索“一氧化二氮”等关键词,询问了搜索排名靠前的某销售公司。销售人员向记者报价,一瓶40升的一氧化二氮气体售价900元。该销售人员还表示,无须提供任何手续和证明,可直送指定地点。

搭乘“互联网+快递”的便捷,笑气贩卖风驰电掣。由上海市青浦区检察院提起公诉、全国案值最大的非法经营笑气案,就是通过此方式,将笑气贩卖至全国各地。

2018年3月,庄某在上海市静安区某公寓设立工作室,通过微信发送广告和吸食教学视频。公安机关在其租赁的仓库、工作室等地扣押三种品牌一氧化二氮共1726箱,

非法经营案值超过2300万元。2019年11月,庄某等两名被告人分别被判处有期徒刑九年和五年六个月。

送货的快递人员承认,自己每天都为该工作室送货2至3单,“工作室的人说是食品,还有其他同事为其送货。收货人一般是年轻男女,但我不知道买来干什么”。

在另一起非法经营笑气案中,运送笑气的快递员称,自己送过笑气的地方包括上海的“外滩188、维多利亚广场、火车站的宾馆”,送货的时间为晚上十点到凌晨四五点。

针对夹带违禁品问题,多家快递企业对记者表示“无奈”:当前对用户违法私送违禁品的现象难以杜绝,不经中转筛查的同城快递问题更为凸显,“有的用户甚至会将违禁品藏在土里,仅靠当场验视没办法杜绝。”

笑气滥用 监管更需“横眉冷对”

食品添加剂、危险化学品、医疗麻醉药……商家利用笑气的多重身份,寻找法律的空隙。“滥用始于国外,在国内,笑气未被列为毒品,但是近几年有关恶性案例频频出现,且有日趋严重的态势,应当引起重视。”谢川豫说。

此前,联合国毒品和犯罪问题办公室发布的2016年世界毒品调查报告就显示,笑气成为全球第七大流行滥用药物。但现实中,笑气的监管和处罚都遭遇困境。当前《危险化学品安全管理条例》中并未禁止笑气向个人销售。

一位山东民警曾告诉谢川豫,在检查辖区内娱乐场所时,发现多地存在向顾客提供笑气的经营行为,随后查明该气体属于危险化学品,只能将发现的情况和线索移交安监部门。

谢川豫指出,目前的立法尚不能限制“有证企业”向个人销售笑气以及个人“娱乐使用”的行为,导致公安机关对滥用行为无禁止或处罚的权力。作为危化品,工商、卫生和安监部门仅有权对企业使用的范围、剂量做出规定,对个人购买和使用行为缺少监管的职责。

“升格笑气的强制管理宜早不宜迟。”上海市戒毒管理局理论研究中心负责人徐定认为,对“娱乐使用”的笑气要尽早纳入新精神活性物质列管,对医疗和食品用途的“笑气”要在生产、使用、销售、流通环节多头加强管理,提高全链条的违法成本。

“可由国家食品药品监督管理部门、卫生部门、应急管理部门和公安部门联合发布公告,对笑气的销售和购买做出明确规定,禁止向个人销售,并禁止个人购买、使用。”谢川豫建议。(应受访者要求,张泽化名) 新华社记者兰天鸣

在微信、QQ群拉人头发展下线获利……
**警惕社交电商
勿碰传销红线**

今年4月,烟台市民王爱青被亲戚拉进了多个微信群,通过群内链接购买商品可以返利,但最近微信群管理员开始鼓励大家发展下线。王爱青认为,原本用来购物的微信群开始变了味儿。

近年来,通过微信、QQ群以及相关APP等社交软件购买商品在一些消费者中流行,被称为社交电商模式。但“新华视点”记者调查发现,有的社交电商盈利重点不是实际的商品或服务,而是通过拉人头发展下线、收取人头费等获利,与传销行为相似,遭到消费者、专家等多方质疑,多地监管部门也对一些涉嫌违法行为进行了查处。

社交电商热度攀升,宣称拉下线分享链接每天能赚三四十元

王爱青最近被微信群管理员频繁通知:“如果进一步发展下线,不仅有金钱奖励,别人购买产品时上线也能得到返利。”

据了解,近两年,在QQ群、微信群等社交平台上,有的群组通过分享商品引导成员购买,并伴有诱人的返利和发展下线的奖励,吸引了不少消费者。记者在社交软件中输入“社交电商”“返利”等关键词,搜出上百个群组。

记者进入一个名为“电商内购返利互助群”的QQ群,群内上百个成员几乎无人购买商品,群主要是鼓励成员发展下线,让下线通过商品链接购买商品,以此获得奖励。链接商品大多为面膜、卫生纸、零食等,价格在10元到50元不等。

有的用户告诉记者,除建社交群组外,还有一些专门用来发展下线的社交电商APP,以夸张的宣传拉拢用户。

记者下载多款APP进行测试,发现大多数APP需要提供邀请人手机号或邀请码才可注册,注册成功后会弹出宣传页面,宣称每天分享链接保底能赚三四十元、邀请好友每次得10元等。不过,当记者尝试邀请了一位好友后却发现,仅获得平台的“金币”,而宣称的现金则需要发展下线并让下线购买商品后才能得到。

人头数与用户获利挂钩,开发机器人工具“管理”下线

在一些消费投诉平台上,不少消费者投诉一些社交电商APP存在虚假宣传、鼓励拉人头等行为。

有消费者投诉一款名为“拼多多”的应用,称其怂恿会员发展下一级代理,不断拉人头进去充值,充值数目越大佣金越高,认为该APP涉嫌传销和非法集资。

记者在多款社交电商APP中看到,设置会员等级是这类APP的突出特点。在一款APP

中,设有合伙人、团长、高级团长等层级,而根据拉人头的数量,平台还为下线设置了从A到H等若干个等级。

例如,该平台中一篇“教学文章”中提到,加入成为团长并发展下线,每月可获得佣金,下线再去发展更多下线,收入提升更明显,“在拥有5级下线后,每个月就能收入33280元。”

一款APP的客服人员告诉记者,人头数与用户获利挂钩是平台的核心玩法,不同层级之间收入差距很明显。只要发展的下线层级达到3级以上,每个月收益保底3000元。而且还能与众多下线形成团队,获得20%到30%不等的额外团队收益奖金。

一些地方消协提醒,社交电商APP的套路,最开始是销售商品实物或服务,通过发展下线产生的销售业绩作为上线计酬或返利依据。但随着下线越来越多,所谓的收益更多是以拉人头或收取入门费为依据。因此一些人专门以此牟利,打着推广商品获得返利的名义拉拢下线,并开发出机器人工具,实现对下线的“管理”。

记者联系到一款名为“造梦机器人”的程序开发商。对方表示,所开发的程序可以与多个电商平台和社交网络接口进行对接,实现自动上下线佣金绑定,还可自定义佣金比例。在对方给记者展示的收益截图中,大多数人的月预估收入超过一万元,极具诱惑力,而开发这类程序最低只需几百元。

多地严查社交平台涉传销行为,专家建议发“黑名单”预警

记者发现,针对一些社交电商平台拉人头、收入门费等行为,多地市场监管部门以涉嫌传销进行查处。

2019年3月,社交电商平台“花生日记”因设置会员层级最多达51级,累计收取佣金超过4.5亿元等涉嫌传销(直销)违法行为,被广州市市场监管局处罚。

2020年3月,广西百色市市场监管局公布消费者维权案例,指出社交电商平台“未来集市”的消费返利是传销新模式。“其要求会员及加入者交纳入门费或者变相交纳入门费,靠发展下线盈利,颇具迷惑性。”

山东临沂市市场监管局工作人员表示,市场监管部门查处的相关案件中,涉案企业利用互联网平台和社交网络发展会员或代理,最终形成多个层级,这种经营行为违反了禁止传销条例第七条的规定,构成组织策划传销行为。

专家建议,应加强对社交电商平台的规范,严防传销滋生。山东王宁律师事务所律师马金友说,根据国务院颁布的禁止传销条例,只要有拉人头、交入门费、层级计酬等特点的行为就涉嫌传销。执法部门在发现和查处的同时,应及时发布预警信息,将相关平台列入黑名单。

新华社记者邵鲁文 杨文