

“部队用酒”警棍警服网上可轻易买到

记者调查网络平台“军警”商品乱象



□ 本报记者 韩丹东
□ 本报实习生 李丹

近日,天津市蓟州区的李先生在某二手交易平台上浏览商品时,被一款名为“北部军茅”的酒类产品吸引了眼球。根据卖家介绍,这款酒产自辽宁沈阳,虽然卖家并未明说,但话里话外都暗示着该款酒与军队存在联系。

根据李先生提供的线索,(法治日报)记者联系到该卖家,对方称自己是“北部军茅”酒的总代理,并热情地推荐了几款不同价位的白酒,从380元到1560元一箱不等。

“这款酒,市场上很难买到,我们是独家销售。”卖家强调,这些酒都是专为军人及其家属设计的,在战友聚会或是作为礼品馈赠时非常受欢迎,具有很高的收藏价值。

除了“军”字号商品,记者发现,在一些平台上还有“警”字号商品售卖,这些商品是否真的和“军”“警”有关系?公开售卖“军”字号、“警”字号商品是否合法合规?对此,记者近日进行了调查采访。

宣称是部队特供酒 实为散装酒质量差

在一番讨价还价之后,记者从自称“北部军茅”酒总代理的卖家手中购买了一箱52度的白酒,收到货后记者发现,箱子上印有“军茅酒”字样,拆开箱子后发现,除了从瓶盖处垂下的两根红条上写的是“北部军茅”,瓶身处写的酒叫“军茅酒”外,其他和贵州茅台酒都很相似,包括手提袋的外包装和酒盒。

而在商品包装上,记者看到了该款酒的生产商为“辽宁××公司”,但网上查询后发现该公司已于2019年注销,而记者买到的酒生产日期显示是近日生产的。

瓶身以醒目的红色为主色调,瓶身上印着“××军校”,标签上还特别标注了这款酒是“内供非卖品”,在某二手交易平台,另一款酒类产品同样“引人注目”。

卖家热情洋溢地向记者介绍道,这款酒选用了优质的高粱、小麦、豌豆作为原料,酒精度42度,经过精心酿造和贮存调配,具有窖香浓郁、甘冽醇和的特点。

在问到该款酒的名称是什么意思时,卖家直言不讳,强调这款酒是部队用酒,品质上乘,“酒的名字就代表一切”。卖家声称,这款酒一直作为内部接待用酒,是生产单位内部自己喝的,不仅适合自己收藏,更适合送人。但自始至终卖家也没有透露酒是哪里生产的。

“知道哪里生产得更放心,我也会大量采购。”在记者的不断追问下,卖家终于说出这款酒是由“黑龙江××基地”生产的。记者检索后并未发现该公司注册信息。

这些所谓“部队用酒”“特供酒”到底是什么酒?它们是怎么制作出来的?

近年来,多地警方相继查获了一批“特供酒”案,在江苏扬州警方和市场监管局查获的相关案件中,犯罪嫌疑人将基酒(散装酒)从酒厂直接运输过来后,分灌到各个酒瓶里面,这些基酒的价格很低,几元到十几元一斤,犯罪嫌疑人购买的基本上7元一斤。按照一瓶500毫升来算,一斤基酒就可以灌装一瓶酒,也就是说,一箱6瓶酒的基酒成本40元左右。为了让“特供酒”卖出高价,犯罪嫌疑人会购买知名酒类的瓶子、盖子和飘带组装白酒,这样一番操作后,销售价格也翻了数十、数百倍,在民房改建的生产窝点内,只要一两个人,就能生产两万多瓶酒。

中央财经大学法学院教授朱晓峰告诉记者,早在2022年,中央军委后勤保障部等六部门就发布通告,严禁任何单位和个人利用中国人民解放军和武装警察部队名义,以任何形式进行商业营销宣传,严禁线上线下销售“军”字号烟酒等商品。所谓的“特供酒”“专供酒”,往往是廉价劣质基酒,披上了假冒的名牌酒的酒标和包装。其损害的是消费者的利益,长此以往也将损害人民军队的形象,破坏市场经济秩序。

在一些平台上,除了打着“军”字号产品的酒类商品,记者还看到有军工铲、军用水壶等军用品甚至仿制军服售卖。据报道,今年年初还有人在网上大量买卖伪造的军队公章、车辆通行证军人证件等。

在贵州新瑞林律师事务所执行主任吴旭梦看来,之所以会有如此多地打着“军”字号的商品,主要是不法商家为了让消费者感觉产品质量好,“拉大旗作虎皮”,利用消费者对“军品特供”的盲目崇拜,赚取非法利益,部分人出于炫耀、拉关系的目的,想尽办法购买用于请客、送礼,也助长了“军”字号商品的层出不穷,导致年年打,年年有。

向韦某东,林某婵收取2万元,将男孩交给二人抱走。后杜某彩多次向韦某东、林某婵索要钱财,再次收取3850元后签署“断绝联系协议”。

之后,冯某娟在与杜某彩同居期间再次怀孕,杜某彩提议孩子出生后卖掉换钱,冯某娟默许。杜某彩在网上联系宋某江、罗某红夫妇,经讨价还价约定要孩价格为28万元。2019年12月31日,冯某娟生下一名女婴。2020年1月3日,杜某彩、冯某娟收取宋某江、罗某红28万元,将女婴交给宋、罗二人抱走。

海口市琼山区法院认为,杜某彩主动在网上发布出卖子女信息,确定买家时未曾考虑对

方的抚养目的,抚养能力,积极讨价还价,在出卖后找各种理由向买家另行索要钱财,具有非法获利目的,明显有别于民间送养收取“感谢费”“营养费”。杜某彩出卖亲生女婴一名,非亲生男幼几一名,其行为已构成拐卖儿童罪,判处有期徒刑七年六个月,并处罚金2万元。宣判后,杜某彩没有上诉、抗诉。

承办法官表示,儿童是祖国的未来,是社会的希望,儿童身体自由权和人格尊严受到特别保护,即使是父母也不应予以侵害。父母在决定生下孩子并成功将孩子带到这个世界后,从道义上和法律上都应尽到对子女的抚养、教育责任。儿童不能作为商品予以出售,父

警用装备随意出售 破坏形象扰乱执法

“出售四根防暴棍和保安棍,很多都是老警察用过的,懂得来。”

在某平台,记者发现一位名为“××鉴定师”的卖家挂出的商品链接中,有印有警察标识的警棍。警棍通体呈现深邃的黑色,握柄处有螺旋状的纹理,握柄下方印有“中华人民共和国公安”的标识,上面还有一个红色五角星,看上去和警察使用的警棍无异。这些产品被明确标上了序号和价格,材质均为橡胶,二手警棍的售价从50元到88元不等,全新警棍(非警用装备)售价10元但不包邮。

卖家向记者保证,所售产品均为正品,并解释说自己白天忙于训练,只能在晚上回复咨询。同时表示,如果产品有任何问题,愿意承担后果,承诺“假了白送”。

除此之外,在一些平台上,记者还发现了不少涉嫌非法售卖警用装备的商家,有卖家公然出售印有警察标识的警用装备,比如警灯、警服等,有些警用装备一看就是假的,有些则真假难辨,评论区对此有不少好评,称“用起来手感很好”“拿去给j(警察)朋友看他说是真的”,卖家也从不会过问买家买来做什么。

值得注意的是,不管是假冒还是真品,不少警用装备都可以在网上被轻易搜索和购买到。

吴旭梦说,现实中,有些人会觉得警服很威风,于是就买来试穿,拍照,实际上这种行为严重地损害了警察的形象。根据相关法律法规,警察制服、警衔标志和警用器具等是人民警察的专用装备,只有具有警察身份的人员才能穿着、佩戴和使用。一旦被不法分子购买利用,容易让群众产生混淆,不仅扰乱执法环境,更可能引发其他违法犯罪。非法生产、买卖人民警察制式、专用标志、警械等警用装备是违法犯罪行为,情节严重的将被依法追究刑事责任。

朱晓峰说,现行法律禁止商家利用军人和警察名义宣传商品和从事商业活动,生活中那些以军人名义进行商业宣传的,往往都是虚假宣传。如果商家违反法律规定,以军人名义进行虚假宣传,消费者合法权益因此遭受损失,其既可以向其所在地的县级以上地方市场监督管理部门投诉,也可以向法院起诉,要求行

为人承担侵权责任。

严格落实监管职责 加强查处形成震慑

对“军警”的各类商品,近年来多部门一直在加强治理。

2022年,中央军委后勤保障部、公安部等6部门联合发布《关于禁止销售“军”字号烟酒等商品的通告》。

今年公安部部署开展“净风”专项行动,组织全国公安机关依法严厉打击冒用党政机关、军队等名义,生产、销售所谓“特供”“专供”等假冒犯罪活动,集中侦破一批非法制售“特供酒”“犯罪案件”。

2024年5月,国家市场监督管理总局组织制定了《市场监管总局关于严禁制售“特供酒”的公告(征求意见稿)》,拟提议,严禁生产、销售含有“特供”“专供”“内供”党政机关和军队等类似标识内容的酒类商品。

朱晓峰认为,打击假冒“军”字号、“警”字号的商品需要严格落实市场监督管理部门的监管职责,依据广告法规定,市场监督管理部门对在履行广告监测职责中发现的违法广告行为或者对经投诉、举报的违法广告行为,不依法予以查处的,对负有责任的主管人员和直接责任人员,依法给予处分。市场监督管理部门和负责广告管理相关工作的有关部门的工作人员玩忽职守、滥用职权、徇私舞弊的,依法给予处分。有前两种行为,构成犯罪的,依法追究刑事责任。

针对近年来带有“军”字号、“警”字号的商品仍在销售,并且将阵地转移到线上,销售渠道也更加隐秘的情况,吴旭梦建议,应从平台方、从源头加大打击力度。在平台审查的时候,凡是有此类商品,应及时下线、查封账号。

吴旭梦说,很多消费者可能觉得,“军”字号、“警”字号商品是“特供品”,用起来有面子,实际上都是假的,真正的军方,警方不会销售此类商品。因此要加强宣传和教育,让更多的老百姓知晓内情,对打了“内部供品”“军队内部贡酒”等标签,且生产商家等信息不全的商品说不,遇到这类商品要及时举报。执法机关也应加强查处和打击,公布一些典型案例,给“蠢蠢欲动”的不法商家以震慑。

漫画/高岳

□ 本报记者 韩丹东

“直播间显示的猕猴桃鲜嫩可口,汁水丰富,怎么我收到货后就是一堆烂果,猕猴桃也不像直播时那么大。”

今年7月初,河北省廊坊市的李东(化名)在某网红直播间看到猕猴桃的推荐,便花了49.9元购买了两箱精美礼盒装猕猴桃。收到货后才发觉猕猴桃坏了一堆,而且口感、味道与直播宣传的相去甚远,最关键的是该商品包装上没有任何信息,属于“三无”产品。

李东只是众多被网红带货坑过的消费者之一。近期,多位消费者向(法治日报)记者反映:看到知名网红带货才下单购买,下单界面显示“当日已售999+”,到货后发现商品质量奇差。再回过头来查看商品界面发现,商品真实销量只有几十件。

产生困惑的不只是消费者,不少商家反映最近一段时间发现一个怪现象:明明花大价钱请了网红带货,直播时订单多到数不清,第二天却收到大量退货通知,实际成交数惨不忍睹。

受访专家认为,网红达人为了赚取更高的利益,一边给商家的带货数据“注水”来赚取巨额坑位费,一边用虚假宣传迷惑消费者“韭菜”,这种“两头坑”的现象不仅违反了市场公平竞争原则,也侵害了商家和消费者的知情权和选择权。相关平台应明确严惩措施,对数据注水的主播、机构,该禁播的禁播,该封号的封号,从而真正形成威慑力。

数据注水骗坑位费 实际直播销量惨淡

近日,某网红被指制商家“韭菜”,一边疑似通过数据注水制造虚假繁荣,骗取商家巨额“坑位费”;另一边利用“夸张”话术宣传产品功效,误导消费者。

在相关视频中,商家称该网红给其的几次带货中尽管销售额有上千万,但很大一部分都是刷单。据该商家公布的记录显示,不少买家使用的是同一个ID,在每一场直播中都会大量下单一件产品,购买后立即发起退款。

今年4月,一演员曾为某商家在直播间带货,厂家支付了3万元“坑位费”,为这场直播备货60万元商品,最终以0销量惨淡收场,之后还遭遇了维权难的困境。

今年1月有品牌方爆料称,某明星到网红直播间带货,某腊肉品牌的负责人为此准备了价值170万元的腊肉产品,结果只卖出去一单。本希望通过网红助阵提升销量的商家,最终不赚反亏,还要莫名负担大量退款产生的快递费、人工费和退货仓储费,损失惨重。

《法治日报》记者近日在调查中发现,一批以“对接推广”为名,实则为主播提供刷单服务的团队出现在网络平台,不少人发布诸如“每天动动手指就能赚钱”“赚生活费了!当天秒结账!”的帖子吸引一批想要赚外快的大学生、宝妈等人群。

不仅如此,网上还有大量卖粉、卖评论转发的店铺。记者随机咨询了一家店铺如何收费,商家发来一张价目表:3元100个赞,5元200个赞;12元100名粉丝,48元500名粉丝;7元30个评论,3元100个评论,2元10000播放量等。有的店主直接表示,在“××”直播间发一条评论,拍下一件商品,就能获得几元钱的收益,多发多得。

一位业内人士向记者透露,直播间邀请网红带货时,一般会规定销售额需要达到的具体数额,为替主播完成销售额,一些网红团队会寻找刷单人员,“一般协议中都会出现‘禁止刷单’条款,但实际操作中不少网红背后的团队私下都会找人刷单。”

对此,中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍表示,合同结算形式有很多种,其中最重要的是“GMV”(Gross Merchandise Volume,即商品交易总额,是一定时间段内成交总额,多用于电商行业)。该成交额既包括真实成交量,还包括“拍下未付款”的部分。商品交易总额多,真实成交量低,就是因为主播利用不正当手段进行刷单,只要利用水军刷单冲销量提高GMV,达到所需销售额,再发起退款申请或者退货,网红团队和水军就稳赚不赔。而商家不但要支付网红“坑位费”,还要承担退货带来的损失。

收费发帖直播刷屏 虚假宣传诱导消费

“前段时间,正打算入手一款面膜。每次购物前我都喜欢先看下想要购买的商品的直播,觉得在直播间能够看到商品使用后的真实效果。在北京读研的小刘告诉记者,她在某社交平台看到该款面膜的分享后,又到售卖面膜的网红直播间,看到主播的试用效果立竿见影,便毫不犹豫地下单购买。

小刘使用后却发现,面膜效果并不好,自己还出现了皮肤泛红、刺痛的情况,在网上一查才知道,对于该主播刷屏的讨论和实操很多。“很多人买这个品牌一直在找人做推广,实际根本没这么多多人购买,使用,一旦欺骗我们这些真实购买的消费者。”小刘气愤地说。

“买到到手十二件,这一个牌子的东西我一直回购……”这样的话术在直播间并不鲜见。仅上线十几秒的商品瞬间成为销售“爆款”,满屏的点赞、好评。直播时刷屏的“好物”,买回来后却质量极差,好评从何而来?成千上万的高额成交量背后又藏着什么猫腻?

近日,北京市朝阳区的王女士收到一封邮件,对方自称是“××传媒公司”的工作人员,可以帮助她和商家对接,替商家带货。在该传媒公司的撮合下,没过几日就有一款“大牌”面膜公司联系到王女士,称只要发朋友圈就能拿到酬劳。“因为第一次合作没什么经验,商家发来商品的评价内容,自己也有亲身试用商品,就发了帖。”王女士说。

发完帖后,王女士被拉进了一个群聊,群主每天都会发布一些“小众”商品,由群里的“博主”自行认领,发布内容可得10元至20元的报酬,还有一项任务则是在指定直播间进行刷屏或带货视频的点赞、评论,直播中途不能退出直播间,佣金为15元一小时,一场直播下来可赚五六千元。

朱巍说,《网络交易监督管理办法》,电子商务法中都有明确规定,电子商务经营者不得以虚构交易、编造用户评价等方式进行虚假或者引人误解的商业宣传,欺骗、误导消费者。因此,主播在电商平台评论区中操纵好评、滥用评论或利用虚假评论误导消费者等行为,都是被禁止的,并且可能构成违法行为。

北京市康达律师事务所高级合伙人秦燕说,根据消费者权益保护法规定,消费者有权获得关于商品或服务的真实信息,网红主播雇佣水军刷单、刷假好评的行为或构成不正当竞争法中的虚假宣传情形,对消费者存在误导,侵犯消费者的合法权益。

健全网络监管机制 实时监测智能分析

近些年,类似的网红“变现”套路并不鲜见,这种行为的本质,就是在挥霍商家和消费者的信任,这种“两头坑”的乱象在破坏正常直播带货行业秩序的同时,也破坏了正常的营商环境。

对主播雇佣“水军”虚假刷单坑害商家、误导消费者的行为,该如何进行整治?目前,国家相关部门已经出台规定,严厉打击“刷单炒信”、虚构交易等虚假宣传违法行为。今年4月,中央网信办在全国范围内开展的“清朗·整治‘自媒体’无底线博流量”专项行动中,重点整治通过摆拍场景等内容博眼球,在直播带货中进行虚假宣传等行为。近日,中央网信办又印发通知,在全国范围内部署开展“清朗·网络直播领域虚假和低价乱象整治”专项行动,重点整治“编造虚假场景人设,无底线带货营销”“欺骗消费者,销售假冒伪劣商品”等问题。

在秦燕看来,网络平台作为商品或服务交易的中介,有责任对平台上的销售者进行资质审核,确保其合法合规经营。如果网络平台未尽到审核义务,明知或应知平台上存在刷单行为而不采取措施,可能需要与销售者承担连带责任。

“因此,电商平台应用用大数据、人工智能等技术手段,对网络交易行为进行实时监测和智能分析,及时发现和查处虚假销量、虚假好评等违法行为。相关部门应加强对电商平台、销售商、带货端的监管,畅通投诉举报渠道,对涉嫌刷单、刷好评等行为的商家进行调查并依法查处,从罚款、暂停营业等角度加大对该类行为的处罚力度。还应完善商家信用体系,对商家的违法违规行为记入档案并公示。”秦燕说。

朱巍则提议,商家务必在与主播签订带货合同中清晰约定好推广项目内容、销售额业绩、提成方式、违约责任等内容,保障各方合法权益,避免出现纠纷难以解决。同时,还应强化监管,建立健全网络监管机制,对在直播间“冲销量”的活动进行实时监控和管理。只有在用户举报、平台约束、违法处罚等一系列制度扎实落实的情况下,网红带货才不敢信口开河“两头坑”。

连“卖”俩子女,民间送养还是拐卖儿童?

□ 本报记者 邢东伟 翟小功

少数父母在生育儿女后不想养育,送养他人,但民间送养与拐卖儿童的界限何在?近日,海南省海口市琼山区人民法院的一则判决,将两者关系划清了界限。该案例入选最高人民法院案例库(参考案例)。

2017年,被告人杜某彩与怀有身孕的冯某娟(另案处理)相识,2018年3月18日冯某娟生下一男孩。2019年4月,杜某彩提议将男孩卖掉,冯某娟默许。

杜某彩从网上联系韦某东、林某婵,经讨价还价,2019年4月12日,杜某彩、冯某娟

方的抚养目的,抚养能力,积极讨价还价,在出卖后找各种理由向买家另行索要钱财,具有非法获利目的,明显有别于民间送养收取“感谢费”“营养费”。杜某彩出卖亲生女婴一名,非亲生男幼几一名,其行为已构成拐卖儿童罪,判处有期徒刑七年六个月,并处罚金2万元。宣判后,杜某彩没有上诉、抗诉。

承办法官表示,儿童是祖国的未来,是社会的希望,儿童身体自由权和人格尊严受到特别保护,即使是父母也不应予以侵害。父母在决定生下孩子并成功将孩子带到这个世界后,从道义上和法律上都应尽到对子女的抚养、教育责任。儿童不能作为商品予以出售,父

母也不应以出卖子女来获得经济利益。

承办法官说,实践中,有父母迫于生活困难,出于让子女有更好的生活环境考虑,将子女送养他人,并收取少量的“营养费”的情形,属民间送养,不构成拐卖儿童罪。法院对出卖子女案件,需要严格区分拐卖儿童与民间送养的界限,其关键在于判定行为人是否具有非法获利目的。对于将生育作为非法获利的手段,生育后即出卖子女,根本不考虑对方是否有抚养目的,为收取钱财将子女“送”给他人的,或是收取明显不属于“营养费”“感谢费”的巨额钱财的,应当认定为具有非法获利目的,以拐卖儿童罪定罪处罚。

母也不应以出卖子女来获得经济利益。

承办法官说,实践中,有父母迫于生活困难,出于让子女有更好的生活环境考虑,将子女送养他人,并收取少量的“营养费”的情形,属民间送养,不构成拐卖儿童罪。法院对出卖子女案件,需要严格区分拐卖儿童与民间送养的界限,其关键在于判定行为人是否具有非法获利目的。对于将生育作为非法获利的手段,生育后即出卖子女,根本不考虑对方是否有抚养目的,为收取钱财将子女“送”给他人的,或是收取明显不属于“营养费”“感谢费”的巨额钱财的,应当认定为具有非法获利目的,以拐卖儿童罪定罪处罚。