热辣头条

一个空瓶能卖近千元 真瓶装散酒变“茅台”

起底“李鬼酒”背后的回收、灌装、经销灰产链条

某二手交易平台上出售的空酒瓶

近段时间以来，白酒市场较热。天眼查数据显示，我国共有超过16万家白酒相关企业。白酒企业扩产潮起，一些地方制售假劣白酒犯罪案件增多，引发广泛关注。

二手交易平台上，飞天茅台空酒瓶单价百余元到数千元不等；廉价散装酒，在小作坊里被灌入回收的真瓶中，摇身一变成为中高档名酒，在农村商超、小烟酒店、饭店现身……前不久，江苏警方侦破涉案金额超千万元的系列制售假酒案，捣毁制售假酒窝点25个，抓获涉案嫌疑人22人。

白酒瓶从哪些渠道回收？散装酒如何灌入名牌酒瓶实现以假乱真？“李鬼酒”流通网络如何搭建？此类违法犯罪行为缘何屡打不绝？记者采访了看守所里的犯罪嫌疑人，邀请办案民警现身说法……

闲鱼等二手平台上，茅台酒瓶高价回收

现场查扣假冒茅台、五粮液、水井坊、洋河梦系列等高档白酒500余箱，各类假酒包材、标识、标牌10万余件，涉案价值1000余万元……2020年末，江苏省南通市公安局开展打击制售假冒伪劣酒品违法犯罪专项行动集中收网行动。

据办案民警介绍，2019年12月以来，犯罪嫌疑人马某志、高某如、平某等人以家族为单位，购买洋河大曲、洋河蓝优、金六福、茅台迎宾酒，灌装至回收的同品牌高价白酒瓶中，制成高档假酒，并销往周边县市20余家烟酒经营部。

“该系列案件集回收旧酒瓶、灌装、经销为一体。”如皋市公安局食品药品和环境犯罪侦查大队教导员孙健介绍，该案回收空酒瓶一般有三个渠道，一是在废品收购站购买，二是从酒店内部工作人员处购买，三是从浙江某地购买，还能买到包装箱、酒盒、瓶盖、防伪标签、二维码等耗材。“也见过削掉白酒瓶底灌酒、瓶身全新的案例，超乎想象。”

空酒瓶“线上”“地下”交易猖獗。记者调查发现，在闲鱼、转转等二手交易平台以及百度贴吧上，白酒瓶、洋酒瓶多以装饰品名义销售，有的报价0.1元但要求线下交易重谈价格，并由卖家指定交易地点，有的则明码标价可邮寄。

记者向一些闲鱼卖家询价发现，2020年、2018年产的飞天茅台酒瓶报价分别为150元、290元单瓶，卖家表示“均不议价，品相好可包邮，但缺小酒杯”。2016年产的飞天茅台酒瓶报价500元单瓶，卖家称“有飘带，无有机码”。

调查发现，一些指定年份、开启后瓶盖完整、带防伪芯片的空酒瓶可卖到百元以上甚至近千元，50年茅台空酒瓶回收价高达数千元。茅台标志性的红色飘带、胶帽、商标贴、防伪标签、验酒器等配件均可网购获得。

接到订单才生产，“防伪”标识一应俱全

记者前往看守所独家采访了犯罪嫌疑人高某如，邀请办案民警现身说法，揭开灌装白酒的普遍套路：

——真瓶装新酒，口感有讲究。

一般家庭作坊生产为主，一家人齐上阵较为常见，把口感相似的低档酒灌装进中高档酒瓶里。先洗瓶，有自来水洗的，有的用几元钱一瓶的低档酒洗瓶。然后灌装，有的蒙上丝袜通过漏斗直接灌进去。之后把买来的瓶盖套上，再贴标签、包装纸盒。“灌装白酒来钱快，但也是个手艺活儿，有的酒得一个小时左右才能灌一瓶，而且必须选类似口感的才行。”高某如说。

——订单式生产，不囤酒打击难。

灌装白酒转入“地下”，违法人员采用订单式生产方式，有的代客加工只赚加工费，隐蔽性极强，打击难、量刑难、定罪难。“下家要多少他们才生产多少，有的甚至坐车里在交付的路上完成全部灌装流程，平时不囤货。”孙健说，还有一些买家自己准备售价高点的洋河大曲请人代工灌装梦之蓝系列白酒，用于农村酒席。

烟酒店暗藏售假窝点。“办案中发现犯罪嫌疑人裴某发展了三个下线，都开烟酒店，裴某不囤货，接到订单才生产，4年里进货达100万元左右，别说销售额了。起初存在串供情况，反侦察意识较强。”孙健说。

——兼业化严重，打击后易再发。

不少违法人员本身有正当工作，但为赚快钱，或兼职灌装“李鬼酒”牟利，或帮助家人采购材料、联系下家等，共同制假售假。这一灰色行业分工更趋精细，流通环节赚取利润更多，带动上游制假屡打不绝。

——假酒也有“防伪”标识，穿上“马甲”变“正品”。

如皋市公安局如城中心派出所的物证房里，堆满了假酒，以及假冒注册商标、防伪标识、假酒包装盒、打包带等。民警告诉记者，如果不开瓶验酒，普通消费者很难凭肉眼分辨出真假。

民警向记者展示收缴的一瓶假“五粮液”，其包装盒顶部竟有防伪码，并标注“使用NFC功能手机才可验证真伪”，还印有五粮液防伪专网和防伪查询APP下载二维码。“我们也没分辨出真伪，是请白酒企业打假部门的专业人士来帮助鉴定的。”民警说。

“买的人不喝，喝的人不买”

我国是全球白酒第一生产大国和消费大国。近年来各地加大力度打击制售假劣白酒，如今市场环境有所改善，但这一灰产极易复生。

这些“李鬼酒”如何流向市场？办案人员介绍，白酒行业经销商是重要推手，行业内称“倒酒的”，售往农村商超、小烟酒店、小饭店，有的灌装出来直接进入农村酒席宴会上，有的则流入城市消费场所。“办案中发现，有个‘倒酒’下家，专门在农村搞婚庆酒席，走量很大。”孙健说。

调查发现，灌装的高档白酒到消费者手里之后，多用来送礼，有的拿来抵债，出现“买的人不喝，喝的人不买”怪现象。

一箱飞天茅台价格仅为千余元，一箱洋河“梦之蓝M3”只卖数百元……在巨大差价利润诱惑面前，一些小烟酒店做起“李鬼”的勾当。记者从江苏省公安厅了解到，近期江苏多地破获了类似案件。“按实际销售价量刑，到法院之后一般判生产、销售伪劣商品罪或假冒注册商标罪等，但取证难度极大，有的还判不了实刑。”孙健说。

江苏省高级人民法院民事审判第一庭综合组组长杨晓建议，各地开展大排查、大整治，严肃查处“李鬼酒”乱象，规范酒类经营秩序。加强消费公益诉讼，充分发挥惩罚性赔偿制度功能，严厉打击制假售假行为，切实保障消费者权益。

中央党校（国家行政学院）教授竹立家建议，执法部门在保持高压打击态势的同时，更要加强公安、市场监管、卫生、流动人口管理等部门和村居基层组织的群防共治力度，多部门全链条严打制假售假，同时督促酒企进一步提升科技防伪水平。

还有一些网友建议，酒瓶刻码保证唯一性、空瓶砸碎加强源头管控，并进一步强化电商平台第三方连带责任，多措并举强化电商平台监管。

公安部门提醒，消费者购酒不要贪图小店、游商、微商所报的低价，要从正规渠道、规范门店购买，并索票、索证，留下消费凭据。在购买某一品牌白酒前，可在网上查询或拨打该品牌的客服电话，咨询相应的防伪设置。如发现买到的是假酒，可拨打投诉举报热线向有关部门进行举报。

（新华每日电讯）

追踪

14省份出现沙尘天气

敦煌莫高窟临时关闭

随着沙尘带南移，16日，中国沙尘严重污染的范围继续扩大，山西、山东、河南、安徽、江苏等省份的多个城市出现严重污染。中央气象台继续发布沙尘暴蓝色预警：预计16日20时至17日20时，新疆南疆盆地和东部、内蒙古西部、青海东北部、甘肃、宁夏、陕西中北部、山西、河北中南部、北京南部、山东中西部、河南、安徽中北部、江苏西北部、湖北中北部等地的部分地区有扬沙或浮尘天气。

另据甘肃省生态环境厅介绍，15日起，甘肃遭遇10年来最强沙尘天气过程，预计严重污染天气将持续至18日前后。

16日，世界文化遗产敦煌莫高窟启动强沙尘应急接待预案，暂停对外开放。已预定、未参观的游客可根据情况免手续费退票或改签。恢复开放时间将根据天气情况另行通知。

（中新社 新华社）

天下事

台湾一游览车撞上山崖

致6死39伤

据台湾当地消防部门消息，16日下午台湾东部苏花公路发生一起游览车撞路边山崖事故，已造成6人死亡，39人受伤。

据宜兰县消防部门介绍，事故发生在下午4时许，当时车上含司机乘客共45人，乘客多为新北市居民，前往花莲旅游，下午返回。

消防部门表示，目前已确认9人重伤，30人轻伤，目前伤者已送往附近医院治疗。事故原因仍在调查中。（新华社）

今日论衡之世相评弹 □张贵峰

瘦肉精十年轮回，问题究竟出在哪？

2021年3月15日晚央视财经频道播出的“3·15”晚会，对用国家明令禁止的“瘦肉精”喂羊黑幕进行了曝光。据报道，青县作为河北省重要养羊基地，养殖户在养羊过程中，为了增加出肉率，多卖钱，在饲料中偷偷混入“瘦肉精”，喂羊吃下。

据央视报道，针对使用瘦肉精喂羊做法，有饲料推销员表示，“差不多有十年了。”不知读者还记得否，“瘦肉精”之所以暴得大名，被广大消费者所熟悉，实际上正源于10年前——即2011年央视3·15晚会上的曝光——双汇集团旗下公司被曝加工“瘦肉精”猪肉。整整十年过去，同样的央视3·15晚会，同样的瘦肉精。这一围绕瘦肉精的十年轮回，不仅给人一种无奈、宿命感，也见证了“瘦肉精从未消失”的现实。

其实，即使不对照10年间央视3·15晚会对于瘦肉精的两次曝光，仅仅梳理一下，这些年来围绕瘦肉精的相关资讯，不难得出“瘦肉精从未消失”的结论——不久前，农业农村部公布的2020年食用农产品市场监管部门抽检不合格情况显示，在畜禽类食用农产品抽检中，克伦特罗（也即瘦肉精的一种主要成分）检出83批次，主要从牛肉、羊肉中检出；2016年1月19日，国家食药监管总局通报3批次不合格肉及肉制品，其中，2批次羊肉被检出禁用兽药克仑特罗……

瘦肉精为何能如此顽固地长期存在、屡禁不止，还“有幸”两次登上央视3·15晚会曝光台，问题究竟出在哪儿、症结何在？

个中缘由，也并不十分复杂费解。如从养殖户等生产经营者角度，瘦肉精之所以屡禁不止，首先，这是一件有利可图的事情。加了瘦肉精的羊“一只多卖五六十元”。仅在河北青县，每年大约出栏70万只羊，“一只多卖五六十元”这显然是一笔相当可观的收入。在利益驱动下，某些经营者难免铤而走险。

更重要的是，相比所能带来的巨大利益，使用瘦肉精可能面临的违法成本、代价，似乎并不高。这种“不高”，不仅体现在，一旦被发现查处后，可能面临的处罚并不严重，更体现在，这种“被发现查处”的可能性、概率并不高。

据央视报道，尽管在青县，“当地养羊没好的，都喂瘦肉精”，且持续时间长达10年之久，但养殖户等相关经营者，却可以十分轻松地规避当地的监管检查，“在运输过程中，一般会在运羊车上装载几只‘绿色羊’应付检查”“养殖户们都有各种渠道得到消息，提前应对，锁门走人”“一级一级都有通知。”

这种能被轻松规避的监管执法，从违法经营者角度，固然表明他们的有恃无恐，而站在政府监管角度，当地对瘦肉精的监管，实际上并不到位——几只所谓的绿色羊，便能轻易应付检查、蒙混过关，监管执法岂能如此好糊弄？如此容易糊弄的检查，除了证明被检查者的狡猾，是否同时也表明这样的检查本身就是十分形式主义？另外，相关食品安全检查，总是能被提前通知、走漏消息，是否也表明在监管部门内部，可能存在与不法商户沆瀣一气的内鬼？

众所周知，在食品安全领域，我们一直强调“四最”要求，即“最严谨的标准、最严格的监管、最严厉的处罚、最严肃的问责”。我们显然并不缺乏“最严谨的标准”，如我国不仅早在2000年就明令禁止使用“瘦肉精”类药物，而且出台了《食品安全法》等一系列严格的食品领域相关法规和国家标准。但问题是，“四最”中的后“三最”，从近年来屡禁不止的各种食品安全事件来看，恐怕仍远没有得到真正充分的落实。

“法律的生命在于实施，法律的权威在于实施”。食品安全领域内的相关法律、最严谨标准，当然同样也是如此——只有通过“最严格的监管、最严厉的处罚、最严肃的问责”才能让其真正获得生命和权威。

因此，要想彻底改变瘦肉精屡禁不止、十年轮回的怪圈，并没有什么捷径可走，无非还是要真正兑现落实“四最”要求，一方面，让违法者必须为此付出足以令其敬畏的代价、不能不敢心存任何侥幸；另一方面，让监管者真正做到守土有责，同样不能不敢有任何懈怠，玩忽职守。

“摩电”户籍化管理是破解“黑车黑户”的应时之举

首席评论 □健强

本报今日报道，广东省《系统防范化解道路交通安全风险工作方案》日前制定，提出要全链条、系统化解决道路交通安全问题，实现“三个持续减少、一个坚决防止”的目标，也就是“道路交通事故起数、死亡人数和较大道路交通事故持续减少，坚决防止重特大道路交通事故”，全力打赢系统防范化解道路交通安全风险攻坚战。

此前不久——3月1日，广州市政府新闻办公室召开新闻发布会，宣布从即日起，全市开展为期300天的道路交通秩序大整治专项行动，全面开展交通秩序“网格整治”、开展全市停车问题综合治理、按计划逐步恢复全市非机动车道……

两则消息围绕一个共同的中心词——道路交通，侧重点一个是“安全”，一个是“秩序”；在省一级是“攻坚战”，在市一级是“专项行动”。无论是“系统防范化解道路交通安全风险”，还是“道路交通秩序大整治”，目标都是一致的——提升公路通行保障能力，提高全民交通安全素质，提升道路交通秩序、安全水平。

省市两级同时大力推进道路交通工作上水平、上层次，且均要求年内完成任务，届时广州全市乃至全省道路交通将会迎来一个全新的面貌，令人值得期待。

不过，道路交通整治并非只是“上面”的事情，道路交通事关每一个人，需要身在其中的每一名市民的参与。市民的广泛认同和积极参与，是交通整治的重要一环。例如电动自行车，虽然市区有明令禁止，但不少市民却是骑着它穿街过巷，明令严禁的不仅没有禁住，反而逐年增多，越来越受欢迎，该怎么办？

在这种背景下，如何让它成为城市交通的“好帮手”“乖孩子”，而不是“黑车黑户”“捣蛋鬼”，破解的关键在于，法规要与时俱进、要更新、要配套，这样每个使用者才能遵章而行，而不是使所有骑行者都成为违法者。《系统防范化解道路交通安全风险工作方案》明确要推行摩托车电动自行车户籍化管理和“带牌销售”，无疑是一个应时之举。因应社会发展水平和发展需求，做出及时的调整、应对，有这样的必要，更有这样的迫切需求。让每一个交通工具的使用者，都负起维护交通秩序和安全的责任来，每个人都参与进来，道路交通水平必将得到实质性的提高。

另外，加大宣传推广力度和广度必不可少。现代社会交通本质是规则之治，让规则深入人心、内化于行是核心，是交通管理的核心命题之一。无论是全力打赢系统防范化解道路交通安全风险攻坚战，还是道路交通秩序大整治专项行动，均需要宣传工作跟上来，要让全社会都知道这个事情、都参与到这个事情中来，动员全社会力量，真正在思想认识上、在行为习惯上，实现大的改变，道路交通的安全状况才能实现质的提高。

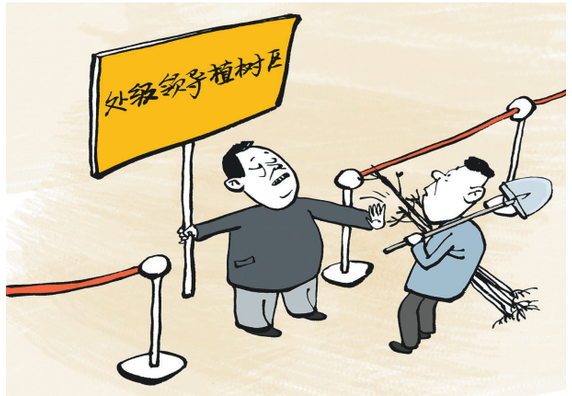
眼下已是3月中旬，以笔者所见所闻，对于广州市的专项行动，市民知晓者似乎并不多，街头没见到有声势的相关宣传和宣讲活动，在重点路段亦未见有相应的加强执法行动，车辆、行人的违规违章未见现场整治。

按照省里的要求，广州、清远两市要在落实《系统防范化解道路交通安全风险工作方案》上先行一步，拿出可复制、可推广的试点经验，这样看来在宣传的广度和力度上就更是事不宜迟了。

漫话漫画

『领导植树区』

文/斯涵涵 图/王铎



近日，南宁一部门在植树时设置“处级领导植树区”的事引发热议。3月14日，西乡塘区自然资源局（林业局）发布情况通报，并为此致歉。（3月16日南国早报）

春天本是植树造林的好时节，各界人士积极参加植树活动也是好事一桩，然而，一块“处级领导植树区”标牌兀立其中，分外刺眼。

根据当地相关部门通告上的解释，按单位、部门划分植树区域，是为了便于维持活动现场秩序，保障植树活动顺利进行。

为了保证植树的质量，很多植树活动都划分了单位区域，因此这不难理解。但一块“处级领导植树区”标牌却将植树与级别紧密挂钩且特别凸显，“处级领导植树区”无疑是官僚主义的立此存照。

事件曝光后，西乡塘区自然资源局（林业局）回应称是工作人员小王造成的。此语也激发媒体与网友的群嘲。一项由党委政府组织开展、各级机关干部集体参加的大型活动，出现了负面问题便归咎于“工作人员小王”，此种“甩锅”技能分明是在敷衍舆论。

民众不禁要问：就算是“工作人员小王”写错了牌子，为何那么多处级领导在现场却丝毫不觉有异，而提出撤换呢？

银行“彩礼贷”是对社会“痛点”恶意撩拨

热点快评 □戴先任

近日，一张江西九江银行“彩礼贷”宣传海报在网络流传，引发舆论关注。九江银行客服人员3月16日表示，九江银行并未推出“彩礼贷”产品，日后也没有上线的安排，（网传）图片只是宣传部门做的宣传。在此之前，该银行一名客户经理曾对媒体表示，“彩礼贷”确有其事，实际上就是“零花钱”，“贷了款，你可以用它买车，也能够用来做彩礼。”申请“彩礼贷”须满足三项条件：“22周岁及以上”“连续工作时间不少于12个月”“情侣一方需为行政事业单位正式员工”。（3月16日澎湃新闻）

虽然，面对舆论关注，涉事银行已改口称，并未推出“彩礼贷”产品，但无论从网上曝光的“彩礼贷”宣传海报本身，还是其中所谓的“彩礼开销不用愁‘贷’来稳稳的幸福”等宣传用语来看，这一“彩礼贷”产品的存在，恐怕是很难否认的事实。

一般而言，银行推出贷款产品，要有助于解决消费者的信贷痛点，九江银行的“彩礼贷”，确实是针对当前受到巨额彩礼困扰的很多家庭而设，一些家庭难以承担巨额彩礼，只能背负巨额债务。因此，“彩礼贷”针对的消费痛点确实存在，“彩礼贷”确实有现实针对性，从营销策略来看，甚至可以说是“有的放矢”。

问题在于，“天价彩礼”现象本身是一种陈规陋习，一直以来饱受诟病，却难以根除，而随着性别比例失衡加剧，在一些地方，攀比之风盛行，“天价彩礼”这样的婚育陋习更是愈演愈烈。中央11部门早就发文，明确反对大操大办和借婚姻索取财物等婚育陋习。而我国《民法典》中同样也明确，“禁止借婚姻索取财物”，并同时规定，“民事主体从事民事活动，不得违反法律，不得违背公序良俗。”可是，提供公共服务的银行却推出“彩礼贷”，无疑是对这种婚育陋习的变相鼓励与支持，也无异于对愈演愈烈的“天价彩礼”现象煽风点火、推波助澜。这不是在消除消费痛点，而是在让社会痛点变得更“痛”。九江银行推出的所谓“彩礼贷”，是对社会“痛点”的错误撩拨甚至是恶意撩拨。

面对“天价彩礼”等婚育陋习，任何人都有责任说不，更何况是提供公共服务的银行！可以说，九江银行推出的“彩礼贷”，有悖于公序良俗，更像是在哗众取宠，是一种低俗、恶俗的营销，应立即予以叫停。银监会等监管部门也有必要介入调查，如果涉事银行涉嫌违规，要依规予以惩治。

要遏制“天价彩礼”等婚育陋习，既需要企业少一些“彩礼贷”这样的恶俗营销，也需要政府能够多一些引导——如加强宣传教育，营造良好的舆论环境，潜移默化，移风易俗，还要充分发挥基层组织的作用等等。通过各方合力，久久为功，铲除“天价彩礼”滋生的土壤，“天价彩礼”的顽疾才能得到根除。