

灌装点污水横流 销售时套路多多

——“特供酒”调查

□新华社记者 马剑 熊丰

地下灌装窝点污水横流、墙壁霉变脱落,对外精心打造成功“人设”,编造多种营销话术蒙骗群众进行“欺诈式”销售……

近期,浙江杭州公安侦破一起特大生产、销售“特供酒”案件,抓获犯罪嫌疑人61名,捣毁制售假酒黑窝点11处,现场查扣“特供酒”“假劣酒”3100余箱、各类假冒包装材料1.1万余件,涉案总价值约2.1亿元。



新华社发 徐骏作

地下灌装窝点污水横流

直到警方联系上自己,“90后”小叶才确信,今年春节前网购的那2箱“特供酒”都是假酒。“过年拿点‘特供酒’出来,显得有面子。”小叶发现,自己买的“特供酒”有点辣嗓子,“第二天头很疼,我就怀疑酒可能不正规。后来销售又找我,我没理他。”

事实上,这些“特供酒”也已进入公安机关视线。今年4月,杭州市公安局发现一条重大线索——有人从贵州贵阳向杭州寄递销售5箱“海军某基地纪念酒”;通过开包检查,发现内涉海军专用标志。警方循线追踪后,发现此人近一年向杭州寄售460余箱。

经过深入调查,专案组成功锁定一个长期盘踞在贵阳、遵义、长沙等地,专门从事制售“海军某基地纪念酒”等“特供酒”的犯罪团伙。

在位于贵州的一处地下灌装窝点,涉案团伙用布满霉斑的冲瓶机对乳白色瓷瓶冲洗,随后手动灌装。

“进去就闻到一股复杂的味道,刺鼻的酒味伴随着发霉的味道。”办案民警何汉刚说,这一位于地下室的窝点封闭潮湿,地面污水横流,墙皮霉变脱落,卫生环境极为恶劣。

经查,2018年以来,犯罪嫌疑人潘某某伙同王某某、邓某某等人,先后成立4家公司并招募大量人员通过网络平台销售“特供酒”。

同时,王某某委托王某、曾某等人印制“特供酒”外包装,委托王某设立地下灌装窝点,擅自包装生产印有海军军徽等武装部队专用标识及“中南海”等字样的“特供酒”。

2024年5月23日,杭州公安出动警力130余名,赴贵州、湖南等地开展集中收网,彻底摧毁了一条集产、供、销为一体的假酒产业链。

高分红、高提成招聘销售人员

“经调查,犯罪团伙的‘特供酒’销售范围辐射全国31个省份,仅2023年销售的‘海军某基地纪念酒’就达1.1万余箱,涉案金额400余万元。”杭州市公安局环食药支队支队长陈金达说。

“犯罪团伙对外精心打造成功‘人设’,引流销售牟取暴利。”杭州市临平区公安分局食药环知大队大队长孙波透露,犯罪团伙专门租用约2000平方米的整层高档写字楼设立销售窝点,以高分红、高提成为诱饵,大肆招聘销售人员。犯罪团伙组建专门的网络营销公司,

大量雇佣、培训客服人员,编造多种营销套路、话术蒙骗群众进行欺诈式销售,有的冒充知名酒企销售经理骗取客户信任;有的虚构与党政军单位有合作关系,营造所售“特供酒”高端稀缺的假象。

为便于管理、提升销售业绩,该公司为每名员工免费发放工作手机,在社交平台注册100余个“玉液天香”账号,发布短视频,编造虚假文案,打造成功“人设”进行引流;获取客户信任后,添加微信好友私聊沟通。

据警方介绍,在私聊过程中,销售人员明知销售“特供酒”违法,却仍通过精心编制的术语开展销售。比如,“一位领导来公司视察,我们定制了一批酒,现在这批酒的内部库存可以销售,是否需要”等。

话术偶尔也会“失灵”,销售人员此时会向“后援团”求助。记者在涉案手机内一个名为“玉液天香(招商三部)”的微信群中看到,一名销售人员求助:“客户一看这酒就不像部队的。”另一名同事为其支招:“就说这是内部的,不能对外宣布,这次对外出售也是他们认可才可以。”

一箱成本仅100元左右的“特供酒”,就这样在网上按照400元每箱对外销售,犯罪团伙借此攫取巨额非法利益。杭州市公安局环食药支队二大队大队长金炜说,王某某、潘某某名下拥有多辆豪车。

牢记“特供酒”均为假酒

为依法严厉打击整治非法制售“特供酒”犯罪,公安部部署全国公安机关迅速开展“净风”专项行动,打掉一批制假售假团伙,抓获一批犯罪嫌疑人,铲除一批制假窝点。

经查,涉案“特供酒”名目繁多,不法分子通常冒用党政军单位名义,虚构各种“特供”“专供”概念,通过“精美”包装迷惑消费者,有的还非法印制部队标识,影响恶劣。

这些案件中,不法分子非法制售的“特供酒”成本极低、酒质低劣,其中八成以上系食用酒精勾兑而成,用于灌装的基酒价格多在每斤10元左右。杭州市公安局环食药支队副支队长沈毅说,包装材料占制假成本的80%以上。

公安部有关负责人表示,公安机关将持续深入推进“净风”专项行动,始终保持对非法制售“特供酒”犯罪的严打高压态势。警方提醒,广大群众要切实增强防范意识,牢记市场上所谓的“特供酒”“专供酒”都是假酒;购买酒品时要选择正规商家,发现可疑线索及时向公安机关或有关部门举报,避免上当受骗。

据新华社杭州9月27日电

火了的微短剧 如何向流量要质量?

□新华社“新华视点”记者

“欲罢不能,看到停不下来”“‘狗血’但爱看”“一天刷了80集”……今年以来,比电视剧“短平快”、比短视频更连贯的微短剧,凭借情节直白、“爽点”密集等特点,在网络视频平台收视火爆;而付费观看“套路”多、内容浮夸制作粗等问题也饱受争议。

微短剧为何能“拿捏”挑剔的观众?如何打磨精品内容,让微短剧发展之路越走越宽?

又“土”又“上头”的微短剧火了

“本来我对微短剧存在‘土’‘俗’的刻板印象,直到有一天我点开《大过年的》这部剧,一下午就看完了。之后一发不可收拾,最多一天看三部剧共300多集。”

微短剧爱好者李甜是众多“上头”观众之一。“解压又开心,而且相比一些‘注水’长剧,短剧剧情紧凑,质量也不错。”李甜说。

微短剧满足了当代观众快节奏生活下的娱乐需求,也为内容创作者提供了新的表达空间和商业机会。

李甜提到的微短剧于今年春节期间在抖音平台上线,开播次日单集播放量破1亿,连续6周登上抖音短剧最热榜第1名。

这只是一部剧的情况。“今年出现了‘短剧春节档’这一概念,抖音短剧春节档共有8部精品微短剧播放量过亿,吸引了以往未被电影、长剧集覆盖的人群观看。”抖音短剧业务相关负责人说。

《中国网络视听发展研究报告(2024)》显示,截至去年12月,我国网络视听用户规模已达10.74亿,占网民使用率的98.3%,其中经常观看微短剧的达39.9%。市场方面,据测算,2023年国内微短剧市场规模已达到373.9亿元,预计今年将达到500亿元,2027年将超过千亿元。

流量之下的多重隐忧

伴随微短剧的快速发展,市场红利与乱象相伴相生。

——有的微短剧上瘾但低质。近日,微信公众平台运营中心微信公众号发布“关于微短剧违规内容阶段性治理的公告”,《都市龙王归来》《重返1990之首富人生》等一批违规微短剧剧目被下架,累计下架了479部违规微短剧,并对46个违规小程序进行下架处置。

首都师范大学艺术与美育研

究院教授许苗苗认为,一些微短剧因碎片化和娱乐性回避了反映现实的责任,“作为新兴网络文娱形态,微短剧尚未充分发育,难免存在题材重复、良莠不齐等问题。”

——有的微短剧吸睛但“吞金”。江苏省消保委数据显示,今年上半年,省内有关微短剧的消费维权舆情信息就高达16万余条,收费规则不透明、剧集下架导致消费“打水漂”、充值容易退款难等问题较为集中。

济南市民杨星海最近发现家中老人手机上有大量微短剧平台支付记录,原来,老人在该平台看剧时,总有第三方链接跳出,提示购买会员观看全集,购买后默认自动续费,第二个月会自动扣款。“老人操作不熟练,字体又小,容易掉入‘陷阱’。”杨星海告诉记者。

——有的微短剧质优但侵权。一些微短剧作者“模仿”“借鉴”成熟作品的人物设定、故事情节,一些平台博主未经许可转载传播他人创作的微短剧,不利于形成创新生态。

记者在社交平台和直播间看到,不少博主发布“免费观看”“分享资源”相关信息,以“课程”“素材”的名义提供微短剧视频合集,达到牟利或引流目的。除此之外,二次创作、剧情解说等侵权传播也时有发生,应引起重视。

如何从野蛮生长到繁荣发展

针对微短剧市场存在的一些问题,广电总局今年以来启动专项治理,进一步加强规范管理,促进行业健康有序发展。

今年6月1日,《国家广播电视总局办公厅关于进一步统筹发展和安全促进网络微短剧行业健康繁荣发展的通知》正式实施,明确微短剧施行分类分层审核,未经审核且备案的微短剧不得上网传播。

中国网络视听节目服务协会近期发布《微短剧版权保护倡议书》,针对微短剧行业出现的一些版权问题,呼吁尊重知识产权,维护创作尊严;推进行业自律,加强协作共治;加大打击力度,严惩侵权行为。

与此同时,有些视频平台已采取协同过滤机制,有效遏制侵权结果发生;通过技术手段处理视频内容,将视频指纹等识别技术广泛应用到视频内容的原创度判断和侵权比对中。

据新华社北京9月26日电



新华社发 王鹏作