

“积分到期兑换”短信乱象再追踪

●新华社记者

不久前，新华社“新华视点”栏目播发《经常收到“积分到期兑换”短信？小心其中有“诈”》，揭露一些商家给手机用户发送短信，称其有大额积分即将到期，诱导用户采用积分加现金的方式兑换高价或劣质商品。

稿件播发后，中国电信向用户发送短信提醒：“部分不良商家以积分过期需尽快兑换为噱头进行诈骗，导致消费者权益受损。请广大用户注意核实信息来源，积分兑换请登录各平台官方地址进行处置，避免上当受骗。”

近日，“新华视点”记者追踪发现，仍有消费者不时收到类似的“积分到期兑换”短信。为何这一乱象屡禁不止？

仍有消费者反映积分兑换到劣质产品

河南消费者冯先生说，前些日子收到一条短信，“说我有3万多积分将在次日过期，并提供了兑换链接，署名‘服务通知’”。冯先生误以为是移动运营商的提醒，随即点开链接，以现金加7300积分为孩子购买了“价值”799元的“天才M6智能电话手表”。收到后发现手表做工低劣，两小时就没电了，且无法退货。

记者看到，冯先生购买的手表背面贴有制造厂商名称，但未见产品商标及具体生产地址。经查，售卖该款手表的谷创优品积分商城，为深圳市历创科技有限公司运营，公司注册资本100万元。

北京消费者王先生在积分兑换平台上用429元和29000分购买了六瓶号称“原产地澳大利亚”的“奔富臻致PIN407干红葡萄酒”。记者发现，王先生购买的这款红酒与市场上每瓶售价500多元的一款澳洲知名品牌红酒在包装风格、字体设计等方面高度相似，极易混淆。

还有消费者反映，以积分加现金购买了包装及品名极具类似“SK-II”的产品，收到后发现竟是一款名为“SKINI”的山寨产品，退货无门，不敢使用，只能扔掉。

新浪黑猫投诉平台有关负责人表示，2023年第四季度，黑猫投诉平台上，与积分短信相关的投诉量较上个季度环比增长超77%。

非法短信是如何群发的？

非法积分短信的发送号码一般以“106”开头。记者以“106短信”为关键词在网上搜索发现，不少商家发布以“106”开头的短信“生意”广告，其多以“到达率高、转化率高、三网不屏蔽”等为宣传语。

记者询问上海一家自称可群发“106”开头短信的平台获悉，该平台针对个人及企业用户提供自助操作账号及短信套餐，收费为每1万条400元。



记者以化妆品网店店主身份购买了该平台的“106”短信套餐，被告知可在短信中添加购物网站或网店链接。该平台工作人员提醒，短信内容需经平台人工审核，一些明显违法的内容不允许发送。

当记者询问能否发送包含“积分兑换”字样的群发短信时，该工作人员称，正规的短信群发平台不允许发这种短信。不过，经协商，在去掉具体积分数额后，该短信平台还是发送了积分兑换提醒短信。

而另一家群发短信平台则对记者表示，他们对用户行为无审核监督义务，用户因发送信息产生的全部法律责任由用户承担。

“网络安全法规定，电子信息发送服务提供者应当履行安全管理义务，知道其用户发送的电子信息含有法律、行政法规禁止发布或者传输的信息的，应当停止提供服务，采取删除等处置措施，保存有关记录，并向有关主管部门报告。”西南政法大学仲裁研究院(仲裁学院)教师邱威棋说。

同时，邱威棋说，网络安全法还规定，网络运营者应当加强对其用户发布的信息的管理，发现法律、行政法规禁止发布或者传输的信息的，应当立即停止传输该信息，采取删除等处置措施，防止信息扩散，保存有关记录，并向有关主管部门报告。

如何加强监管？

“山寨货”“骗钱”“拖着不给退”……不少消费者反映，联系这些积分兑换平台，电话是空号或被挂断，客服为机器人回复，无人受理退货或售后不予处理。

记者调查多家被投诉的此类公司的工商注册信息，发现大部分公司注册于2022

年至2023年，未见经营异常与处罚记录。上当受骗的消费者冯先生表示，向市场监管部门投诉后，被告知需要在3日内提交“被举报产品完整不间断开箱视频及全方位完整清晰图”。由于冯先生无法提供该视频，投诉按证据不足处理。

江苏省泰州市人民检察院第六检察部主任顾伟认为，这些案例中，商家所售产品与知名商品的外包装在色彩、字体等设计元素上近似，极易使消费者造成错误判断，具有迷惑性，涉嫌违反商标法的相关规定，涉及侵犯注册商标专用权。

“我们认为此类行为存在多重违法可能，涉及行政责任、民事责任，还可能涉及诈骗罪刑事犯罪。”顾伟表示，检察机关应密切关注此类现象，对涉及侵犯公共利益的行为，要及时依法开展公益诉讼监督。

有运营商表示，消费者对短信合法性存疑时可以进行举报，监测到的号码属于诈骗电话、骚扰电话、垃圾短信的，系统会予以关停。不过，据了解，目前有消费者曾向运营商提交投诉，但30天过去仍未收到答复。

邱威棋介绍，网络安全法对网络运营者不履行处置违法信息义务、电子信息发送服务提供者不履行安全管理义务规定了责令改正、给予警告、没收违法所得、罚款、责令暂停相关业务、停业整顿、关闭网站、吊销相关业务许可证或者吊销营业执照、对直接负责的主管人员和其他直接责任人员处以罚款等相应法律责任。

专家建议，市场监管部门可与公安、网信、网信部门、运营商等共同建立违法线索同步机制，通过合作及时分享线索，协同共治，根除这一乱象。

(记者翟翔 胡林果 陈席元 高亢 王丰) (新华社北京1月30日电)

“中南海内招酒”“中央军委办公厅内招酒”“海、陆、空军部队特供酒”“中央警卫局接待用酒”……成本价10元一斤的基酒，酒瓶印上“特供”之类的字样，一瓶可以卖到上千元。

近日，重庆武隆警方侦破一起特大制假酒案，抓获涉案人员53名，摧毁一个辐射全国的“特供”假酒包装、生产、批发销售网络，揭开“特供”假酒黑产内幕。

公安部食品药品犯罪侦查局有关负责人表示，根据相关规定，目前市场流通的“特供”“内供”“专供”酒均系非法产品。

成本几十元，“特供”包装后卖价千元

2021年5月，重庆市武隆区公安局接到一条线索：武隆区某烟酒门店老板廖某，进货了14件假冒某知名品牌白酒。这批酒每瓶进价600元左右，廖某以每瓶900元至1600元价格卖出。

武隆警方调查发现，廖某的假酒是从外地陈某处购入。通过陈某，警方进一步深挖上游制假假犯罪链条。

陈某及其同伙曹某等人交代，他们销售的假酒，来自贵州省仁怀市以陈某、黄某、许某为首的制假窝点。该窝点为其订单式生产多种假酒。

专案组民警发现，在陈某销售的多种假酒中，带有“特供”“内供”“专供”等字样的假酒销量较好。这些“特供”假酒以普通基酒灌装，酒的成本价一斤仅10元左右，加上酒瓶和包装盒，成本也不过四五十元。

警方发现，涉案“特供”假酒不仅在包装上非法印制了与知名品牌白酒相同的注册商标，涉嫌商标侵权犯罪；更为恶劣的是，包装上还醒目使用了党政军机关“特供”“内供”“专供”等标识字样，严重损害中央和国家机关、人民军队声誉形象。

市场流通的“特供”“内供”“专供”酒均系非法产品

该案中，陈某交代，他在一次与白酒从业人员的交流中获悉，各类“特供”假酒“故事性”强，市场接受度较高，他的公司便转型卖起了“特供”假酒。陈某、曹某等人先后在多地成立网销公司和烟酒门店，并就近设立假酒库房，派出团伙骨干分赴各地负责牵头经营。

他们的目标客户多为“社交需求高”的“中年”“男性”“中小企业主”，销售人员则多为35岁以下、具有网销经验的青年。销售人员批量购买电话卡、注册微信号，将微信头像设置为年轻女性，时不时发送女性语音消息，在朋友圈发布生活类信息，来吸引目标客户。

同时，他们注意把控销售节奏，不急于频繁点对点推介酒品广告，而是在朋友圈多发、在私聊中间隔发。销售人员在聊天中使用统一制定的“话术”，尤其在“七一”“八一”、中秋、国庆、元旦、春节等时间节点，对客户宣称某些部门与知名白酒企业合作推出“特供”酒，公司通过“特殊渠道留货”“限量秒杀”等方式拿到这些“特供”酒。

据某知名白酒企业工作人员介绍，自2012年中央出台八项规定后，酒企已停止特供类白酒的生产。2013年3月，国管局等五部门联合下发《关于严禁中央和国家机关使用“特供”“专供”等标识的通知》，严禁中央和国家机关各部门及所属行政事业单位使用、自行或授权制售冠以“特供”“专供”等标识的物品。2013年11月，原国家食品药品监督管理总局下发通知，要求酒类企业不准生产标注有“特供”“专供”“专用”“特制”“特需”等字样的白酒。

2020年9月，市场监管总局组织开展清理整治网络销售和宣传“特供”“专供”标识商品专项行动。2022年，中央军委后勤保障部、公安部等六部门联合发布《关于禁止销售“军”字号烟酒等商品的通告》。

“特供”假酒为何屡禁不绝？

警方介绍，“特供”假酒在一些圈层很受欢迎。有消费者出于收藏、送礼等目的，愿意花高价购买此类酒品。

“特供”假酒案件近年来并不鲜见。2021年12月至2022年3月，北京警方持续开展打击制售假酒专项行动，先后破获各类假酒案件25起，查获假酒4万余瓶、包材40余万件，其中就包括大量“特供”酒。

办案民警表示，经过近年来持续打击整治，“特供”假酒泛滥势头已得到一定遏制，但仍有死灰复燃风险。为逃避监管，一些“特供”假酒已转入“地下”隐蔽销售。

受访民警和市场监管部门执法人员建议，进一步加强制假源头管控。如针对“特供”假酒包材集中流通区域，相关部门综合施策、协同发力，有效管制包材违法犯罪行为，并加大对物流寄递等环节查处力度，彻底根治制假假酒源头。同时，督促酒类从业企业和人员强化行业自律，自觉遵守守法，引导行业良性发展。

办案民警表示，“特供”假酒来路不明，往往由小作坊用散装酒灌装，存在质量安全风险，消费者买酒务必从正规渠道购买品牌商品。如发现有人销售“特供”酒，消费者可及时向市场监管等相关部门举报。(新华社重庆2月2日电)

标价上千元，成本仅几十

●新华社记者 周文冲 熊丰

揭秘“特供”酒黑产内幕

开售即秒光？抢票软件成功概率更高？12306回应

●新华社记者 樊曦

2月4日，2024年春运进入第10天。铁路12306系统已顺利度过春运前车票售票高峰，迎来节后返程车票售票高峰。

今年春运是疫情防控平稳转段后首个常态化春运，旅客出行意愿强烈。不少网友反映，一些车次开售即秒光，一票难求；还有网友反映，有的抢票软件显示“有票”，12306却显示“无票”。

针对公众关注的春运火车票购票相关问题，记者进行了采访调查，12306也作出回应。

火车票难买，一些车次开售即秒光？

从春运前九天的情况看，作为大众化交通工具，铁路仍是许多旅客出行的首选。自1月26日春运开启至2月3日，全国铁路春运累计发送旅客1.065亿人次，日均1183.4万人次。

中国国家铁路集团有限公司的数据显示，今年春运，铁路部门将全部客车投入运营，每日最多可提供1070万个客票席位(不含途中重复利用)，运力安排总量创历史之最。整个春运40天时间，全国铁路预计发送旅客4.8亿人次，日均1200万人次，同比2023年春运增长37.9%。

记者调查发现，有的旅客表示可能自己手速快，抢票很顺利；有的旅客通过候补购票买到了车票；也有旅客表示，人多的时候还是很难抢，一些心仪的车次开售即秒光。

抢票软件成功概率更高？

春节临近，人们集中在年底回家，造成时段性票源紧张，抢不到票可以理解。但有不少网友反映，铁路12306上抢不到票，却在一些抢票软件上买到了票。网友因此质疑12306放票不实。

事实如何？

记者调查发现，抢票软件主要采取代购、抢票、囤票等特殊手段，比如冒用他人身份信息注册大量12306用户账号抢票，或者让旅客设置多个发到站组合，采用多花钱、购买实际到站前方几站车票的“买长乘短”方式，以及先买短途车票上车、违规下车的“买短乘长”方式购票。

一些抢票软件还推出快速、光速、VIP等费用不等的“加速包”，告知旅客购买“加速包”服务即可提高抢票成功率。“据12306后台数据分析，无论是否购买‘加速包’，购票

成功时间一致。”杨立鹏表示，网传抢票软件可通过集中抢票，然后不支付退票或支付后退票，再让退回的车票满足自己提交的候补需求，利用这种手段抢到车票的概率极低。

杨立鹏表示，抢票软件提交的候补需求最终需要进入12306候补队列，而12306系统的候补是按订单生成的时间顺序兑现，抢票软件无法将其排在后面的候补需求调整至前列；同时，12306系统可通过多种途径，识别出有异常的候补需求订单并加以处置，不会将票源优先满足异常候补需求。

“有票”“无票”谁真谁假？

那有的抢票软件显示“有票”，12306却显示“无票”，又是怎么回事呢？

杨立鹏表示，12306从未与任何抢票平台合作，也未将票源分配给任何平台发售，也未与任何平台链接数据。抢票软件页面上显示的余票数据，是从12306平台爬取页面显示的信息，然后再修改加工而成。

“当某车次列车车票售罄后，12306平台上会显示该车次无票，但抢票软件平台上显示时将其更改为‘有票’，实质是让旅客‘买长乘短’和‘买短乘长’。”他说。

记者调查发现，有的抢票软件在“有票”下方附加设置小字提示，如“多买几站”或“全程不用下车、上车补票”等，但是这种“有票”并不是真的有出发站至到站的车票。

杨立鹏提示，“买长乘短”让旅客多付费用，“买短乘长”、上车补票可能会引发列车超员报警，影响列车运行安全，铁路部门将依规请“买短乘长”人员下车，旅客出行会受到很大影响。

记者了解到，铁路车票分配的基本原则是统筹考虑便利沿线旅客群众购票出行和充分利用好铁路运力资源，兼顾长短途。分配依据主要是始发站和沿途各站的历史客流及车票预售情况，优先满足从始发站乘车到终点站的长途旅客；当长途车票还有剩余时，售票系统会将部分票额调整至沿途有需求的车站。

“目前，全国铁路运行图中，铁路局管内短途旅客列车比例达到65%，短途旅客可选择空间较大。”杨立鹏表示，对于网传发现有的列车“有大量空座”的现象，主要原因是这些列车或是单向客流的返途列车，或是为了照顾中途旅客预留的部分空座，还可能是部分运行线路较长的列车存在部分区段客流不饱满的情况。

对于如何提高抢票成功率，杨立鹏表示，铁路12306网站是中国铁路唯一官方火车票网络售票平台，也是全球最大的实时票务系统。在春运火车票售票高峰期，建议广大旅客选择12306官方渠道购票，充分运用起售提醒、购票需求预填、候补购票、务工人员和学生购票专区服务等12306新功能，以提高购票成功率。

此外，杨立鹏表示，当无法买到心仪的直达车票时，可尝试购买12306平台的联程票，采用分段乘车的方式出行。铁路部门已在120个主要车站开展换乘服务，旅客无需出站即可进行换乘。(新华社北京2月4日电)