

“五粮液”100多元一箱，哪来的

——起底直播间“名优老酒”造假产业链

“老哥们，处理一批库存老酒，20年陈酿，卖一瓶少一瓶”……当前，在一些平台的电商直播间里，“年份老酒”生意火爆。热销背后，一些所谓的“年份老酒”却暗藏猫腻。

“新华视点”记者跟随市场监管执法人员，查处了一个依托网络售往全国、销售金额超2.6亿元的特大制售假冒仿冒名优白酒犯罪网络，揭开其从制作、罐装、转运到直播销售的造假售假全产业链条。

“五粮液老酒”有猫腻

山东消费者王先生在某短视频平台某直播间看到主播介绍：“天地盖老五粮，每瓶都是1997年封存，现在促销价168元一箱。”王先生觉得价格很优惠，于是赶紧下单。

然而到手后，王先生发现购买的“五粮液老酒”有猫腻。该快递寄出地是山西省太原市清徐县，生产厂址也与五粮液唯一产地四川宜宾相去甚远。随后，王先生拿了家中的五粮液与购买的“老酒”对比，这才发现，“老酒”瓶身上写的是“五粮液”。“‘粮’与‘粮’十分相似，且酒的包装、设计几乎与真酒一样，不仔细看很难发现端倪。”王先生说。

王先生购买的这瓶“擦边”五粮液的“老酒”，产自山西省文水县南安镇高车村的造假窝点。经四川省市场监管部门和公安机关跟踪摸排一年多发现，该窝点“名酒”由文水县裴某生产，由山西省太原文忠电子商务有限公司实际经营者赵某某夫妇利用电商平台大肆销售。

2025年11月5日一早，四川省市场监管部门、山西省市场监管部门联合公安机关对该案展开收网行动。当日，记者跟随市场监管执法人员来到该村的涉案点。

在生产窝点，记者看到，数十个储酒罐摆放在院内，破旧的灌装生产线充斥着难闻的刺鼻味道，旁边已灌装好的白酒堆积如山，合格证、防伪胶等物品散落在一旁。在转运窝点，数千件假冒的名优白酒堆满整院，包括不少“中国四川 五粮液”“剑南春”“四川泸州老窖特曲”，旁边屋子里则堆放了几十箱造旧的包装材料。在印刷窝点，一台大型数字印刷机旁放着大量

印有“五粮液”“剑南春”和“配料表”的模板。

收网行动当天，办案组共捣毁制假窝点3处、仓储窝点4处，查封制假设备55台，查获侵权假冒剑南春、仿冒五粮液等名优白酒1.9万余件。

四大套路欺骗误导消费者

办案人员告诉记者，该窝点无生产许可证，在2024年3月至2025年10月期间购进食用酒精2912.75吨，勾兑成配制酒，再灌装至自制酒瓶中，用生锈剂将瓶盖做旧，并用做旧包装虚假标注生产日期、厂名、厂址。

通过包装成“名优老酒”，这些假酒累计销往全国20多个省份，涉案金额达2.6亿元。

——用近似字“傍名牌”误导消费者。

四川省市场监管局稽查局相关负责人表示，“剑南春”已构成商标侵权，“五粮液”是商标仿冒，它们模仿真品的字体、包装设计，使用近似字来误导消费者。在网络直播中，画面一闪而过，消费者很难辨清真伪。此外，“四川泸州老窖特曲”也是误导消费者以为是“泸州老窖”。“商标侵权、商标仿冒均构成商标违法。”该负责人表示。

——仿造陈年老酒“以假乱真”。

办案人员告诉记者，仿造陈年老酒一方面是利用消费者对年份酒的追求，一方面是因为新酒的防伪技术门槛更高，而老酒更易仿造。此外，按我国相关法规，外观设计专利权的期限为15年，该窝点仿造的多款老酒外观设计专利已经过期，“这也是造假者为后期给自己减轻处罚做准备”。

——用饥饿营销、回避关键词诱导消费者。



在假酒窝点直播间的电脑里，记者看到数十个广告视频及文案。视频中，主播喊着“入口都是回忆”等煽情口号，再配合“限时50单”“倒计时10秒”等饥饿营销手段，让不少消费者掉入陷阱。主播在直播时不直接提“五粮液”“剑南春”，而是用“老五粮”“水晶剑”进行诱导，同时规避平台监管。

——利用假酒价值不高、消费者嫌退货麻烦的心理获得暴利。

办案人员说：“很多消费者收到‘老酒’后发现货不对板，但因为价格不高，不少人嫌退货麻烦且邮费不低，便自认吃亏。”进货价仅48元一箱的“五粮液”“剑南春”，在直播间的售价普遍在168元至数百元不等，利润率高达250%以上。

需多方联手形成打假合力

业内人士告诉记者，由于线下打击力度不断加大，如今大量不法分子转移到线上，提高了监管难度，亟待多方联手形成打假合力。

——构建网络交易监管执法协作体系。网络销售不受时间、空间限制，其生产、销售、仓储、物流与注册地分离的情况很多，且当前跨区域执法缺

乏协作机制，从网络平台提取和固定电子证据存在困难。

办案人员建议，各部门应充分运用已出台的网络交易系列法律法规，建立起“线上线下一体化监管执法”模式，明晰相关事权，形成执法合力，打造权责统一、规范高效的网络交易监管执法环境。

——运用科技手段加强智慧监管系统建设。四川瀛领禾石律师事务所律师李易建议，相关部门应进一步归集互联网信息数据，借助大数据监测、智能化监管技术，加强网络交易前端监测监管，提升对网络违法行为的发现、甄别、挖掘能力，为网络交易执法提供靶向目标。

——加大惩治与宣传教育力度。李易建议，对该类售假行为建立全链条追责机制，让违法者无处遁形，明确传递“侵权须担责”的态度。相关部门可定期公布典型案例，既有效警示经营者勿触碰法律红线，又提醒广大消费者提高对假冒名牌商品的辨别意识。

办案人员提醒，广大消费者不要轻信直播间“低价促销”“陈年老酒”等话术，遇到可疑情况，应及时向平台或监管部门举报，坚决维护合法权益。

(新华社北京4月19日电)

绵绵文脉 悠悠书香

——“数”读全民阅读新图景

我国成年国民综合阅读率稳步攀升至82.3%、人均纸质图书和电子书阅读量达8.39本、数字阅读作品总量超7000万部……

20日在江西南昌开幕的全民阅读大会上，备受关注的第二十三次全国国民阅读调查结果和《2025年度中国数字阅读报告》发布。感受悠悠书香，传统阅读与数字阅读交织、广度与深度并重的全民阅读新图景徐徐展开。

看总体，阅读“基本盘”更加坚实。

超过八成的综合阅读率，标志着阅读已成为绝大多数成年国民的生活“标配”。同时，0至17周岁未成年人图书阅读率达到86.7%，人均图书阅读量11.72本，多项指标优于成年群体，展现出新生代的精神成长潜力。

在阅读服务方面，超过半数城镇成年居民知晓居住地附近建有图书馆、社区书屋等阅读设施，图书馆以近八成满意度成为最受认可的文化空间。

“从调查结果看，阅读服务设施建设得到加强，居民对阅读服务设施的知晓度和满意度较高。”中国新闻出版研究院院长冯士新分析，未来还需进一步提升阅读设施的便利性与服务品质。

今年2月1日起施行的《全民阅读促进条例》对加大全民阅读推广力度、提升全民阅读服务质量、强化全民阅读保障措施等作出了相应规定。相信在不久的将来，全民阅读的土地会愈加丰厚。

看趋势，数字阅读潮流势不可挡。

数据显示，成年国民数字化阅读方式接触率达80.8%。越来越多的人选择通过听书和观看视频讲书的方式进行阅读，分别从2024年的38.5%和5.7%增长至2025年的38.7%和6.3%。

从通勤路上的音频播

客，到睡前陪伴的连载网文，阅读的时空界限被彻底打破，个性化、场景化、多感官的“泛在阅读”成为日常。

值得注意的是，一组营收数据揭示出未来新方向：五年间，大众数字阅读市场规模从302.5亿元增至594.76亿元，近乎翻番，占比与增速均持续走高。

报告分析，网络文学向短剧、微短剧的IP转化功不可没。数字阅读从单一阅读场景，升级为以IP为核心，覆盖阅读、改编、衍生开发的综合业态。

阅文集团副总裁谢兰芳认为，阅读的本质，就是让故事打破场景边界，深入城市空间、文娱消费等线下场景，成为可体验、可互动、可触摸的文化生活方式。

对阅读深度与质量的关注也在升温。

调查显示，45.9%的成年国民仍更倾向于“拿一本纸质图书阅读”，这一选择稳居首位；在内容上，文学类图书备受青睐。这反映出，在享受数字便捷的同时，公众对沉浸思考、系统学习与精神滋养的深层需求并未消减。

“在数字化时代，越是工具高效，越需阅读深潜；越是信息纷繁，越要思接千载。”中国出版协会理事长邬书林表示，应加强数字阅读引导，营造深度阅读氛围，引导读者从“碎片化浏览”向“深度化阅读”转变。

如何在高基数上实现高质量，在广覆盖下追求深浸润，已成为全民阅读迈上新台阶的重要课题。

悠悠书香将以更智慧、更公平、更深刻的方式融入民族血脉，内化为一种生活方式、一种精神追求、一种时代风尚，成为滋养民族复兴的不竭精神动力。

(新华社南昌4月20日电)