

低价买来的爆款商品背后藏着什么猫腻？

——“盗图抄店”网络售假调查

新华社记者 魏飏

同样的爆款商品，不同的网购平台售价相差数倍；商品店铺信息和图片相同，甚至还有一样的质检报告，但买来发现品质有着天壤之别……消费者网购到的低价爆款商品，以为是捡了便宜，实际上买到的却是冒牌货、山寨款，不少人还蒙在鼓里。

“我的爆款成了别人的10万+”

“你家店在其他平台也有店吗？图片都一模一样，300多元的同款衣服为何在其他平台仅卖70元？”淘宝某女装店主盛易莎每当遇到有买家咨询类似的问题，都深感无奈。盛易莎说，我们开设的店铺是自己当设计师、自己拍模特图的纯原创品牌。

网店销售的一款大衣在“双11”成为爆款后，被超过330家其他网购平台店铺盗图，多家店铺显示已售“10万+”。

“被盗图后，我们家爆款大衣销量断崖式下跌。”盛女士说，我把盗我们图的商品买来一看，就不是一样的东西。我们用的是纯羊毛，面料料就七八十块钱一米，盗图假货的一米才二十多块钱。

盛女士的遭遇并非个别，跨平台盗用爆款商品整套宣传图片和网页设计，低价诱导消费者下单购买高仿同款商品的“盗图抄店”现象，已经从服装类产品“重灾区”向窗帘、货架、日用品等领域蔓延。

江苏某品牌货架的网店商家孙先生因为商品图片拍得好、销量大，遭遇了其他电

商平台多家店铺盗图。孙先生说，他和妻子自己做模特、花钱请人拍摄的产品主图、货架包装图均被盗用，有的商家甚至盗用其质检报告。“销量最高的那家店总销量近万件，完全把我的店搬过去了，卖的货却是别的地方采购的。”孙先生说。

一家网店专门负责处理侵权问题的工作人员刘欢说，他通过筛选网店销售量过300件的产品，发现其他平台上有80多家店在盗图，而且有的根本没有营业执照。

北京市某律师事务所知识产权律师刘凯告诉记者，跨平台盗图抄店行为主要存在于一些新兴社交电商等治理薄弱的平台，盗图商家大多通过盗用原创商家的商品图片和抄搬原创店铺，产品以次充好，低价诱导消费者下单购买高仿同款。“盗图抄店已构成不正当竞争，不仅行走原创商家大量客流，更是一种隐秘的新型售假方式。”刘凯说。

隐秘性强、维权困难，网售假冒高仿成产业链

受访者表示，盗图抄店存在跨地域性、跨平台性和隐蔽性等特点，大量的“一键搬店”软件和教学视频充斥网络，从源头盗图搬店到后续生产加工，已经形成完整的制售假冒、高仿商品的产业链条。

太原市市场监管相关部门负责人告诉记者，网上售卖的商品图片数量庞大，哪些是侵权盗图，监管部门很难识别，除非是商家举报

侵权，监管部门才进一步调查。一家网店主说，盗图商家是“打一枪换一个地方”，即便是一个平台下架产品，他会选择其他平台照样开店。

商家向记者反映最为强烈的是，一些社交电商平台的网店盗图抄店肆无忌惮，对于商家的投诉不处理或者拖延处理。一位被盗图的电商说，最难的就是跨平台维权，该商家曾去盗图抄店的平台投诉，却被要求在该平台注册开店。“开一家店一般最少需要10天审核期，如果审核不通过，可能又得再等7天。”还有商家反映，有的平台规定盗图抄店处理需要7个工作日，但等了15天也没有处理，最长反馈时间拖了45天。“一两个月的时间，对于做服饰的，特别是时装的商家来说，即便处理了也没有太大意义了。”

此外，记者发现网上存在很多“一键搬店”等第三方软件，社交平台还有类似“如何快速复制同行店铺”的教学视频。一家服饰网店店主周先生告诉记者，有的盗图商家用“一键搬店”工具把产品链接原封不动地复制过去，整个风格、详情页，全部是一样的，然后再仿冒生产高仿产品，形成一条完整的制售假冒、高仿产业链条。

“一个标尺”治理监管斩断盗图抄店产业链条

去年下半年以来，江苏常熟、浙江绍兴、山西太原等多地市场监管部门查处多起跨平台盗图行为。中国（深圳）综合开发研究

院数字战略与经济研究所所长曹钟雄认为，处罚起到了遏制作用，但从长期来看还需加大治理力度。

太原市市场监督管理局网络交易监管科科长郭晋认为，对于网络交易的违法违规行为，执法的关键在于加强对取证技术手段的研究，要与各大电商平台建立互通机制，得到他们的配合。

多位原创网店商家表示，对于反复多次进行盗图抄店等情节严重的商家，应通过司法途径给予严惩，同时建立行业内非法商家黑名单通报制度，这样才能起到“处罚一个、警醒一片”的威慑作用。

业内人士表示，不同平台对待盗图抄店举报的态度和做法差异较大，一些社交电商平台甚至提供“一键搬店”等盗图和刷单的工具，纵容商家盗图和刷单，让盗图零成本，是导致这种恶性竞争泛滥的原因之一。因此建议不同平台对治理盗图抄店要统一标尺，建立通畅的维权通道和完善的维权保护机制，不能坐视不管甚至纵容。

曹钟雄说，监管部门可以搭建跨平台协同通报机制，尤其加大对更容易出现“一键盗图”“一键搬店”社交电商平台的监管，实现“一处清退、处处关店”，维护整个电商行业良好的营商环境和公平竞争的市场秩序，共同推动和促进数字经济的健康发展。（新华社太原2月16日电）



2月16日，杭州市临安区渡口镇“三服务”小分队的农技专家叶立前（右）和党员志愿者（中）在迎丰村的一处苗木基地进行走访和农技指导。连日来，浙江省杭州市临安区渡口镇启动春耕备耕“三服务”活动，组织农技专家、党员志愿者深入田间地头，对种养殖户进行点对点帮扶，着力解决种养殖户在春季生产过程中遇到的实际困难，指导做好农产品生产、加工销售、防灾减灾等工作。

新华社记者 徐昱 摄

四川3000余个乡镇(街道)

组建应急队

新华社成都2月16日电（记者 张海磊）“我是8组的凌秀芝，刚熏腊肉时不小心引燃厨房柴火，现在火势变大，家里还有瘫痪老人……”近日，四川省眉山市洪雅县柳江镇两河村应急分队队员苏海燕接到一通求救电话。她马上赶往凌秀芝家中，并在途中分别拨通两河村应急分队、柳江镇消防中队、柳江镇卫生院、柳江镇政府应急办的电话。最终，火情被扑灭，被困人员被救出。

这是四川加强基层应急能力建设的缩影。为形成县城“1小时”和乡镇“半小时”应急救援响应圈，四川推进区域性中心乡镇（街道）消防救援站、乡镇（街道）应急队和村（社区）应急分队“一主两辅”建设。截至2021年12月底，已基本完成全省516个中心乡镇消防救援站整合重组和新建补建任务；全省3101个乡镇（街道）完成应急队组建任务，完成率100%；共组建村（社区）应急分队3.4万余支。

“以前发生事故，通知到乡镇基本上都要1个至2个小时，现在出现险情，立马给就近救援队员打电话，大大缩短了处置时间。”巴中市巴州区水宁寺镇水宁村应急分队队长王学升说。

1092.8万吨粮食是咋种出来的？

——山城重庆“巴掌田”里的“稳粮经”

新华社记者 李松

件。

从2018年以来，重庆累计新建高标准农田超过510万亩，不少粮田实现了“宜机宜耕、能排能灌、稳产高产”。

“巴掌田”变成“整片田”，让种粮成了效益更高的产业。在梁平区星桥镇两路村，2700多亩粮田去年完成高标准农田建设后，变成了适宜农机下地、高效作业的高产田，吸引了不少农户竞标种植。“现在种粮可不是靠人力去堆，肩挑背磨下苦力气的日子成了过去时。”种粮大户邓中在两路村流转了上千亩稻田。“我敢流转这么大面积，就是因为农田经过整治，不像过去三五分一块田，而成了平均5亩以上的大田，可以全程机械化，降本效果明显。”邓中算清收入成本账，种田“钱”景可期。

谨防“数字形式主义”滋生蔓延

田建川

推进数字化、网络化和智能化对政府治理体系和能力现代化意义重大。但有的地方在发展过程中，滋生出“数字形式主义”，不仅脱离群众、增加基层负担，还造成了资源浪费。

例如，在某些网络问政平台上，对群众反映的个性化问题，回复统一而“官方”。群众诉求只是转交相关部门，平台上显示“已办结”后就没了下文，问题仍未得到解决。

有的地方为了提高工作APP点击率和官方微博活跃度，给基层下指标、搞摊派，每周排名通报，基层不胜其扰，有的地方出现一人多机刷点击率甚至购买“水军”当粉

丝等现象。

少数领导干部将信息化、大数据的简单运用视为工作创新，未经充分论证就搞信息平台开发建设，“一片火热”之后往往“凉凉收场”，浪费老百姓的血汗钱。

与传统形式主义相比，“数字形式主义”更具隐蔽性。梳理媒体报道发现，在数字化基建、电子政务、基层数字化办公等领域，“数字形式主义”已有所抬头，此风当刹。

“数字形式主义”表现形式多样，但本质还是忽视实际、脱离群众，其背后是政绩观错位、作风不严不实。数字化、智能化只是手段，踏踏实实为人民群众服务才是目的。数字化治理搞得好不好，群众

满意不满意才是衡量标准。

谨防“数字形式主义”，必须脱虚向实，从重数据转向重实绩，求真务实、不玩虚活；对大搞数字化面子工程的领导干部，应当依规依纪依法严肃问责。

推行电子政务、数据化，目的是利用数字技术提高为民服务的效率，方便群众办事，更好满足群众需求。如果背离这个初衷，搞成“数字形式主义”，那就南辕北辙了。

（新华社北京2月16日电）

新华时评

着有机种植和品牌推广，花田稻米已是酉阳县出名的“品牌主粮”，并成为国家地理标志农产品。

“好山好水种出好粮，花田稻米、金佛山贡米、江津富硒大米、渝东南糯玉米等一批优质主粮顺势成长。”重庆市农业农村委副主任袁德胜介绍，近年来，重庆实施农业供给侧结构性改革，以稻米、玉米为重点发展“品牌主粮”，通过绿色、科学种植，推广良种、良技、良法，走品质化新路，让种粮成为更有奔头的产业。

为了提高农民种粮吸引力，重庆还积极推广复合种养，通过稻油轮作、稻经轮作、稻禽协同、稻鱼共生等“水稻+”“玉米+”高效产业，间种、套种、轮作农业发展得风生水起，提高了土地利用效率和单位产值。

早春时节，重庆涪陵区江北街道邓家村农民陈冬种的青菜头有10多亩，每亩利润有1000多元。正在地里忙活的陈冬笑着说：“我是‘一地两吃’，去年8月份地里收了玉米后，10月份就开始种青菜头，种粮种菜两不误，种地效益能倍增。”（新华社重庆2月16日电）

中国冬奥首金20周年 杨扬想对大家说

新华社北京2月16日电（记者 姬烨 卢羽晨 李旭）20年前的2月16日，在2002年盐湖城冬奥会短道速滑女子500米决赛中，杨扬实现了中国冬奥会金牌“零的突破”。20年后，在家门口的北京冬奥会上，中国代表团目前以6金4银2铜刷新了在单届冬奥会夺得的金牌数和奖牌数两项纪录，创造了参加冬奥会以来的历史最佳战绩，并在多个项目上取得突破，一代又一代中国冰雪人在传承中书写新篇章。

在这个值得纪念的日子，杨扬通过新华社跟大家分享了感受。她说：“20年前的今天，我有幸为祖国赢得第一枚冬奥会金牌。20年后，冬奥会在家门口举行，运动员们正用他们高超的技艺、完美的表现、顽强的拼搏，以及赛后热情的拥抱、彼此的祝贺与鼓励，震撼世界、鼓舞世界、感动世界。”

“年轻的一代，比我们那时更更自信、更洒脱、更渴望表达。国家的发展让年轻的一代有机会看到更广阔的世界、体验和吸收着不同的文化，年轻的一代更渴望与世界对话、渴望向世界展示自己，而冬奥会给了他们这个机会。当然，这里不仅是运动员，还有那些志愿者们，远远地挥着手，热情洋溢地用各种语言欢迎来自世界各地的友人们。面对微笑与自信的年轻面孔，谁的心能不被融化呢？”

“坐在赛场边，我的心随着运动员们的每一次超越、每一次翻腾，每一次冲刺而激昂，也会为他们在比赛中拼尽全力、赛后相互拥抱、相互鼓励而哽咽。依旧能感觉到赛场上的这种激情与感动，令我感到非常幸运、非常幸福。有句话说，经常被幸运眷顾的人是因为从不把幸运留在身边，而是与更多人分享。我要一直幸运、幸福下去，并努力将这种幸运和幸福与更多人分享。”

“相信体育的力量。”

第三胜！

中国女子冰壶队击败英国队

新华社北京2月16日电（记者 张悦姗 梁金雄 马思嘉）16日上午进行的北京冬奥会女子冰壶循环赛中，中国队8:4战胜多届世锦赛冠军英国队，取得前三场胜利，目前三胜五负在十支队伍中排名第八。这是中国女队在冬奥会上12年来首次战胜英国队。

本场比赛中国队阵容与15日一致：一垒姜馨迪，二垒副队长张丽君，三垒董子齐，四垒队长王芮，韩雨替补。

本场赛前，英国队四胜三负排名第三，中国队两胜五负并列第八。

比赛中，除了第二局中国队“流局”，前六局都是后手队伍得分，中国队2:3落后。第七局，中国队利用对方最后一投不到位，旋进赢得两分，4:3取得领先。第八局王芮最后一投打用轻磕形成压制，英国队最后一壶产生效果但未能留在营内，仅得一分。第九局中国队再次利用对手的失误默契配合，击打成功取得3分，7:4领先。最后一局中国队偷一分，最终8:4胜出。

中国队在比赛中表现出良好的精神面貌和自信。赛后，王芮说：“我们没什么压力，没有考虑对手是谁，在场上更多地关注自己。今天战术上更简单了，队员们成功率都比较高。”

王芮是中国队唯一有往届冬奥上场经验的运动员，评价本次冬奥之旅时，她表示中国队跟其他强队之间“有的打”，只是作为一支年轻队伍，在细节、经验上不如对手。

被问到未来的规划时，王芮说：“每次参加冬奥会都是积累经验的过程，这样下次才能做得更好，以后还会继续坚持下去。”

国家统计局：

1月份CPI同比上涨0.9%

新华社北京2月16日电（记者 魏玉坤）国家统计局16日发布数据，1月份，全国居民消费价格指数（CPI）同比上涨0.9%，涨幅比上月回落0.6个百分点；环比由上月下降0.3%转为上涨0.4%。

统计数据显示，1月份，食品价格同比下降3.8%，降幅比上月扩大2.6个百分点。其中，受去年同期基数较高影响，猪肉价格下降41.6%，降幅扩大4.9个百分点；鲜菜价格由上月上涨10.6%转为下降4.1%；鲜果和水产品价格分别上涨9.9%和8.8%，涨幅均有扩大。

1月份，非食品价格同比上涨2.0%，涨幅比上月回落0.1个百分点。其中，工业消费品价格上涨2.5%，涨幅回落0.4个百分点；服务价格上涨1.7%，涨幅扩大0.2个百分点。

据测算，1月份，扣除食品和能源价格的核心CPI同比上涨1.2%，涨幅与上月相同。

当天发布的数据还显示，1月份，煤炭、钢材等行业价格走低，带动工业品价格整体继续回落。1月份，全国工业生产者出厂价格指数（PPI）同比上涨9.1%，涨幅比上月回落1.2个百分点。

福建漳州食品企业

疫情之下积极转型

新华社福州2月16日电（记者 吴剑锋）新春伊始，位于福建漳州的紫山集团迎来忙碌时刻，一盒盒自热食品在工人打包后，陆续发往全国各地。

紫山集团从最早的农副食品加工到布局方便食品，从纯外贸模式到进军国内市场，疫情之下，企业迈出积极转型的步伐。紫山集团总裁洪水河说：“中国市场太大了，只盯着出口让我们失去了太多机会。”

疫情期间，“宅经济”炙手可热，企业研发的自热米饭产品意外走红。洪水河说：“随着冷链物流技术成熟，我们正着手推出冷冻菜肴包，以适应后疫情时代的生活方式。”

紫山集团的策略之变是漳州众多食品企业的缩影。漳州食品产业曾普遍依赖外贸，产品远销美国、日本等近200个国家和地区，疫情之下，如何融入国内大循环？当地企业各显其能。

位于漳州的卡尔顿公司办公区里，映入眼帘的不是食品，而是琳琅满目的“潮玩”——这是企业独特的基因密码。

出生于1984年的公司董事长黄秋平是一名“食二代”。当大家还在争抢线下商超时，卡尔顿率先做起网红直播，企业与葫芦娃、忍者神龟等IP联名生产面包，唤醒食客的童年记忆……

在黄秋平看来，危机感驱动年轻一代的企业家打破陈规。疫情重构了大众消费方式，即使是中老年人，也尝试着用电商购买食品。与此同时，进口零食的神话被打破，更加自信的年轻一代对“国潮”食品有了更多期待，“这是市场的变化，也是机遇。”黄秋平说。

漳州市工信局的数据显示，面对疫情压力，近年来当地食品产业加速升级，成为重要的增长极。2021年食品工业实现规模以上产值近1700亿元，增长约13.6%，总量和增速位居全省第一。