



# 成本 60 元，卖 499 元

## ——起底新变种“特供酒”骗局

6月12日，国务院食品安全委员会办公室通报，我国破获一起大型假冒伪劣“特供酒”案。7家电商平台因对平台内销售所谓“特供酒”管控不力将被处罚。

这一通报再次向公众敲响了“特供酒”骗局警钟。不同于以往明目张胆标明的“特供酒”，此次查处的新变种“特供酒”手法更加隐蔽。“新华视点”记者深入追踪，起底新变种“特供酒”造假链条。

### 简单勾兑，深夜灌装

2025年以来，网络直播陆续出现“京总一号”“备战”“军台”“储备”等系列白酒，外包装印有“特需物资供应”等元素，营造“特供”属性。

近期，市场监管总局与公安部联合行动，破获新变种“特供酒”大案：不法分子刻意避开“特供”“专供”等敏感词，隐瞒借用党政机关、军队等专属名称注册公司，并在产品包装上标称为出品方、监制方，让消费者误以为这些酒“来路神秘”“出身不凡”，从而将成本仅60元一箱的假酒，在直播间摇身一变卖到499元，既坑害消费者健康和钱财，还严重损害党政机关和军队形象。

经查，该造假网络的核心操盘手之一为28岁的湖南人杨某。杨某2020年大学毕业后从事白酒销售，熟悉直播带货运作，据此搭建起一套造假假体系。

为打造“官方滤镜”，杨某精心使用“京总”“备战”等易关联党政军背景的商标，比如，“备战”酒正面标注五角星图案，背面标注“八一”“献给最可爱的人”；在北京批量注册名称看似正规的“京西特需物资供应(北京)有限公司”等空壳公司，虚构出品、监制主体；在湖南开设多家酒业、传媒公司，用于运营

线上店铺、对接直播销售。

这套造假假模式迅速在业内扩散，多名人员跟风入局。长沙茅味商贸有限公司陈某拿下“军台”商标合作权，挂靠杨某旗下空壳公司名头用于产品包装宣传。

“军台”酒包装和瓶身通体军绿色，瓶身飘带标注“品鉴级，大师手工酿”。这些直播间里被吹成古法酿造、多年窖藏的所谓酱香“特供酒”，追溯至生产源头，真相令人触目惊心：没有粮食发酵工序，没有储酒周期，仅凭食用酒精搭配香精、水等简单勾兑，短短数小时便能灌装成箱。

被查的三名主要操盘手没有一家自有酒厂，游走在贵州、安徽、山东三省，租借无证车间，挂靠或冒用合规酒厂资质，用最低成本完成生产。为躲避检查，代工作坊昼伏夜出：晚上10点后灌装，凌晨收工。

从成本明细来看，单瓶酒体原料仅靠酒精加水、香精调配，每瓶原液成本仅2元多，一箱6瓶原液成本不足14元，剩余花费全部投入包装物料，一箱综合成本仅60元，直播间里按“特价”卖到499元一箱。

其余两款产品同样劣质不堪。陈某运营的“军台”酒采用低成本熟串酒，就是使用丢弃的酒精加入食用酒精串蒸制取酒体，全程没有粮食入料发酵；团队主要成员之一沈某的“储备”酒在山东生产，从贵州采购廉价散装熟串酒直接灌装，刻意冒用茅台镇产地名头误导消费者。

抽检鉴定结果显示，涉案酒品均属于以次充好，以假充真的伪劣酒。

### 打磨直播剧本，营造神秘氛围

过去的“特供酒”骗局，往往直接把“军供”“内供”“机关专供”“国宴用酒”等字样印在包装上，靠明显的权力暗示

吸引消费者。近年来，随着监管部门持续开展“特供酒”整治行动，这类明目张胆的包装越来越难公开流通。

于是，新变种开始出现。

不法分子搭建双重线上销售模式：一是依托一些网红的商品橱窗代售，订单成交后由杨某的团队统一发货、分账结算；二是以电商平台选品工具为渠道，设置商品链接与带货佣金，吸引全网主播挂载带货，借助平台流量扩大销量。

为最大化引流售酒，不法分子打磨了一套直播剧本，从主播语气、表情到关键词全部统一。

“特种钢箱子，要有批文才能用”“这酒级别不够喝不到”“空瓶摆在酒柜都能撑场面，办事都能锦上添花”……主播直播时刻意营造神秘氛围，刻意营造“稀缺”“捡漏”假象，诱导消费者即时下单。

这类新变种“特供酒”，名字本身虽未直接写明“特供”，但制造了一种暗示：这酒不是普通渠道能买到的，而是“有门路”“有背景”“有限量”的特殊产品。这种隐晦的“话术”，正是“特供酒”骗局的新套路——不明说，让消费者自己联想。

然而，就是这样的假酒，在电商、直播平台却销售无阻。

为躲避执法追查，该团伙形成一套反侦查运营模式：采用“流窜直播”游击式运营，假借他人身份多地注册空壳公司，跨地域、跨平台、跨账号辗转开播；一被查处就立刻换平台、换场地、换账号继续直播。其中，有1名违法人员通过注册或控制16家公司，开设多个直播间售卖“特供酒”。

国务院食安办通报，共查实涉案“特供酒”7万多箱，涉案网店61家，涉案直播间78个。7家电商平台存在管

控不力、审核缺位的问题，为假酒线上销售提供了可乘之机。

### 保持高压态势，严防死灰复燃

“特供酒”乱象引起有关方面高度重视。连日来，市场监管、公安等多部门联合出击，组建联合专案组，提级管辖、全程督办，开展全链条深挖彻查。

专案组介绍，通过全面摸排，抓获犯罪嫌疑人40名，关停涉案获证白酒生产企业5家、销售主体36家，捣毁无证生产窝点3个，查处香精生产企业1家、包材印制企业7家。

以往市面上的“特供酒”违规案件，大多以“虚假宣传”定性。本案中，执法部门打破传统定性思维，认为“以食用酒精勾兑白酒，冒充固态法酱香型白酒销售”的行为，属于典型的“以假充真、以次充好”，符合刑法中生产、销售伪劣产品罪构成要件，最高可判处无期徒刑。

监管部门郑重提醒，早在2013年，国家已明令禁止任何单位生产、销售标注“特供”“专供”字样的酒类产品，不存在任何“特供酒”。

市场监管总局表示，将始终保持高压态势，严防“特供酒”问题死灰复燃。下一步，针对“特供酒”新变种，将深挖彻查问题线索，对生产经营环节贯通核查。同时，压紧压实平台责任，督促平台严格落实网审查要求。消费者务必擦亮眼睛，勿信勿买“特供酒”，发现相关线索可及时向有关部门举报。

新华社“新华视点”记者 戴小河 赵怡宁



# 新能源汽车渗透率何以节节攀升

中国汽车工业协会6月10日发布的数据显示，5月份，我国新能源汽车新车销量占汽车新车总销量的比例提升至56.9%。从2024年的40.9%，到2025年的50.8%，再到今年5月份的56.9%，新能源汽车渗透率何以节节攀升？

中汽协副秘书长陈士华说，受政策调整、市场结构变化等因素影响，5月燃油车国内销量出现下滑，新能源汽车则凭借成本优化、技术迭代和消费者消费观念转变等方面的优势，走出独立增长曲线。

数据显示，5月份，我国新能源汽车产销分别完成155.4万辆和149.6万辆，同比分别增长22.4%和14.4%。

重庆市民王先生最近把燃油车换成了电动车，他给记者算了一笔账，原来开燃油车每月通勤油费超过1200元，换成新能源车后电费不到200元，仅这一项一年便能省1.2万元。而近期高位震荡的国际油价，进一步凸显新能源汽车的出行成本优势。

除了出行成本优势，新能源汽车的智能化体验日渐成为市场的关键变量。广州市海珠区新滘中路鸿蒙智行用户中心内，顾客陈先生走进汽车座舱，尝试操作语音车控、车载大屏与智能辅助系统，爱不释手，连声夸赞。

记者走进深蓝汽车重庆汽博中心店时，店长高磊正忙着接待客户。这个店5月份共销售220多辆新能源车，环比增长超10%。“消费者的关注点已从动力参数转向智能化体验，深蓝S07搭载华为乾崮智驾，在同级别市场中性价比优势明显。”高磊说。

智能座舱体验全面跃升，成为吸引消费者的重要砝码。随着国产AI大模型加速“上车”，汽车交互告别过去机械执行单一指令的模式，迈向更人性化、更高效的新阶段，车辆逐步具备“情感感知”能力。在一些车辆上，通过传感器与视觉识别技术，可实时监测驾驶员情绪状态，自动调节氛围灯、香氛，带来更好的体验。

产业生态日益成熟，新能源汽车整车成本优势逐步显现。安徽省汽车经销商协会会长蒋天赐说，电池原材料价格回归理性，叠加一体化压铸、电池底盘一体化等新工艺规模应用，整车制造

成本持续降低，新能源车正在实现对燃油车的平价甚至更优。

与此同时，价格相对较低款式的新能源汽车，配置越来越智能，“智驾平权”也让新能源汽车受到更多消费者喜爱。记者了解到，目前，比亚迪、零跑等车企已将高阶辅助驾驶车型价格下探至10万元以内，部分入门级车型降至8万元左右。

新能源汽车受青睐的另一个关键因素，是充电网络等配套基础设施覆盖面越来越广，“里程焦虑”正逐步得到化解。

“村里2023年就装了充电桩，充电方便快捷。”在安徽省安庆市岳西县菖蒲镇菖蒲村，村民王国宏驾驶新能源车往返县城上班，无后顾之忧，这得益于国网岳西县供电公司提前预留电网容量、推进充电桩进村等系列举措，打通了补能“最后一公里”。

国家能源局数据显示，截至2026年4月底，我国电动汽车充电基础设施总数量达2195.5万个。从城市核心区到偏远乡村，“充电像加油一样方便”正逐渐成为现实。

各地促进汽车消费的政策也在持续发力。重庆市从5月1日起实施2026年汽车购新补贴政策，个人消费者购买乘用车新车，可享受从1000元至8000元不等的现金补贴；广东省一线城市新能源汽车免摇号上牌的政策有效拉动终端消费转化；安徽对个人消费者报废或转让旧车并购买新车的，给予一次性定额补贴。

广东省汽车流通协会会长严斐说：“新能源汽车二手车交易市场逐步建立成熟，车辆保值率趋于透明，流通瓶颈逐渐打通，消费者‘旧车能出手、残值有保障’的信心明显增强；而车企端价格体系趋于稳定，进一步打消了消费者‘买早吃亏’的观望情绪，置换需求正成为市场主力”。

北京交通大学教授张国伟分析认为，高油价倒逼消费转向，技术全面升级化解了续航与充电焦虑，且年轻群体成为购车主力后，对智能电动汽车接受度显著提高，高性价比、潮流设计与低碳理念等共同催生了绿色出行新风尚。新华社记者 吴慧珊 黄兴 胡宇云



## 千方百计“抢”农时保丰收

### ——山东麦收一线见闻

期”，千方百计加快收割进度。前期山东部分地区遭遇强对流天气，有些地块小麦倒伏，给机收带来困难。农业农村部门及时制定了倒伏小麦机收技术要点，通过发放明白纸、开展田间指导等方式，指导农机手提高作业质量，减少机收损失。

在德州市宁津县，当地发挥基层网格化治理优势，搭建起“麦收云图”数字化调度平台，把全县麦田长势、收割需求、农机信息搬上云端，指挥端可实时查看全县麦田分布、成熟时序与农机点位，通过就近调配实现供需精准匹配，保障小麦应收尽收。

“过去麦收两头难，农户找农机难，农机找地块难。”宁津县大柳镇党委副书记、镇长陈胜说，现在通过网格员逐地块摸排上报小麦成熟情况，“麦收云图”实时显示地块和农机位置，按需就近派车，农机不闲置，收粮不误。

在增加农户晒粮场地，德州市武城县梳理盘活闲置厂区、村委会大院、文化广场等场地800余处，发布“晒粮地图”及晾晒场地一览表，清晰标注点位位置、通行路线等信息，方便农户就近免费晒粮。

## 安徽望江：童装“穿”出百亿大市场

“给孩子买衣服，我一般会挑选望江发货的店铺。”家住山东济南的二胎妈妈刘琳告诉记者，同样的一件棉T恤，在望江的直播间里要便宜不少，而且款式多、更新快。

2025年，安徽省安庆市望江县交出了一份亮眼的电商成绩单：全县电商销售额达133亿元，其中纺织服装电商占比超90%；抖音平台童装销售增速达45%，位居全国第一；牛仔童装占据全国35%的市场份额……

这个皖江小县，凭借小万的童装，通过一根网线连接起全国亿万家庭，撬动百亿级消费市场。望江童装用“款式多、价格优、品质好、发货快”的核心优势，赢得越来越多家庭的信赖。

望江县地处长江冲积平原，拥有几十万亩优质棉田。近年来，大批外出务工

人员带着技术和资源返乡创业，让当地形成童装电商为主导的完整产业链生态体系。

“云端供应链”的兴起，更是进一步降低了商家成本，最终让利给消费者。望江县商务局局长纪光吉介绍，截至目前，全县电商经营主体已超5600家，其中直播电商企业1000余家，为消费者提供海量选择。

“以前总觉得县城生产的衣服质量不行，怕面料不安全、做工粗糙，现在彻底改变了看法。”家住合肥的消费者王悦是一名医生，对孩子衣物的安全品质要求特别高。“我特意把从望江直播间买的衣服送去检测了，甲醛含量、pH值都符合标准，面料柔软舒适，缝线也很工整，不比几百元的大牌差。”

望江童装品质的提升，离不开龙头企业的带动和标准体系的支撑。申洲

国际安徽工厂的落户，为当地带来了先进的生产技术和质量管理体系，通过产业链传导带动了全县童装品质升级。如今，望江童装的产品合格率已从2020年的85%提升至98%。

为了进一步保障产品质量，望江县参与制定了婴幼儿背带国家标准，牵头立项牛仔、机织等四大类童装团体标准。这些举措既让消费者买得放心，更让望江童装贴上了“物美价廉”的标签。

“下单给孩子买的‘六一’演出服，过了两天就收到了，这速度简直太惊喜了。”家住广东深圳的消费者张伟说，以前网购童装，遇到旺季爆单甚至要等一周以上才能到货。现在望江发货的快递，基本两三天就能到，急需穿的衣服也不会耽误事。

消费者的良好体验，背后是完善的物流配送体系。为破解“最后一公里”

瓶颈，望江县整合了10家快递品牌资源，实现统仓共配、统一分拣、统一运输。每天约52万件快递从望江发往全国，2025年全县快递发出总量达1.67亿件，稳居安徽省县域第三位。

产业繁荣不仅激活了全国消费市场，更带动了本地消费提质升级。傍晚时分，世纪华联超市望江店挤满了刚下班的童装厂工人；每逢周末，望江县的方圆荟·云珠国际广场购物中心客流超8000人次，奶茶、电影、亲子娱乐等业态蓬勃发展……

望江县商务局副局长汪杰说，童装产业带动全县6万人就业，一线工人每月平均工资约7000元，部分技术工人月收入超万元，形成了“产业——就业——收入——消费”的良性循环。

一件小万的童装，不仅“穿”出了百亿大市场，更“穿”出了中国县域经济的无限可能，彰显了中国消费市场的巨大韧性和蓬勃活力。新华社记者 吴慧珊

6月13日拍摄的黑龙江南瓮河国家级自然保护区景色(无人机照片)。

时下，黑龙江南瓮河国家级自然保护区绿意初萌，各种野生动物逐渐活跃，林间洋溢着勃勃生机。

作为松嫩平原的重要生态屏障，黑龙江南瓮河国家级自然保护区位于大兴安岭东部伊勒呼里山南麓，总面积229523公顷，是国际重要湿地、全球生物多样性热点地区之一。

新华社记者 庄宇摄

## 湖南 老区与强县借“反向飞地”实现“双向奔赴”

6月2日，湖南省张家界市桑植县与长沙市长沙县共同举办“反向飞地”升级版签约仪式，双方将在已有4年合作基础上正式启动新一轮协作升级。

相隔约400公里的桑植县与长沙县，一个是大山深处的革命老区，一个是产业兴盛的“全国百强县”。近年来，两地打破地理阻隔、跳出帮扶定式，以“反向飞地”模式架起双向共富的连心桥。

所谓“反向飞地”，是指欠发达地区主动到发达地区设立产业园区。曾经，坐拥优质生态与特色资源的桑植县，受限于区位，面临“好产品难出圈、好项目难落地、好人才难留住”的发展困境。而传统对口帮扶多为单向输血、物资支援，难以从根本上破解山区产业短板、激活内生动力。

产业基础雄厚、区位优势优越、科创资源富集的长沙县，恰好拥有桑植县急需的发展平台、市场渠道和创新资源。立足互补优势，自2022年起，两地试水湖南首个“反向飞地”模式——作为湖南省乡村振兴重点帮扶县的桑植县，在长沙县创立飞地经济产业园，借助省会产业、人才与市场优势培育企业。

湖南优冠体育材料有限公司是首家入驻桑植县飞地经济产业园的企业。“公司创始团队多为桑植人，我们很高兴以这样的形式‘回’到家乡。”副总裁钟淑环说，入驻前，公司外贸业务发展并不亮眼。入驻后，公司在长沙享受到通关便利与物流优势，打通了更大的市场。

“公司外贸体量越来越大，生产的塑胶跑道、人造草坪等产品已出口到德国、法国、西班牙、新加坡等地。”钟淑环介绍，如今外贸已占公司业务总量约三分之一。

国家地理标志产品桑植白茶，同样受益于省会城市广阔的市场资源。2021年，桑植白茶出口额不足40万元，藏在深山少人识。依托飞地园区等省会平台，桑植农产品的出口渠道不断拓宽，如今桑植白茶年出口额已突破500万元。

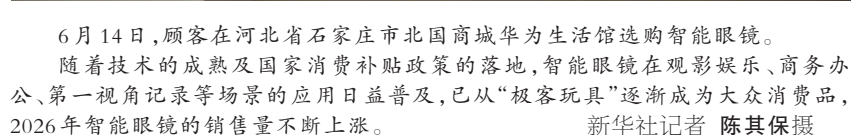
一片茶叶的出海之路，折射的是山区县打破区位桎梏、借势腾飞的发展思路。截至2025年底，桑植县飞地经济产业园已累计入驻企业178家，贡献企业所得税超8200万元，特色农产品销售额突破6200万元，还带动上千名桑植籍劳动力在长沙稳定就业。

“桑植的招商窗口、就业桥头堡直接搬到了长沙县，让我们从区位优势来到前沿，破解了许多发展痛点。利益共享中，也增强了桑植的自我造血能力。”桑植县飞地经济产业园办公室主任苏锐说。

“入驻园区后，我们享受到优质的配套服务。得益于飞地的发展，我们也有机会与长沙高校合作，补齐技术研发和人才储备短板。”桑植县飞地经济产业园一家企业负责人蒋黔湘说。

本次“反向飞地”升级版签约仪式上，明确将长沙县全境纳入桑植飞地项目承载范围。未来，只要是桑植县产业链引进落户长沙县的企业，经过联合审查后均可认定为飞地企业，两地按照合作协议实现发展收益共享。

从“借窝生蛋”到“合力筑巢”，这场“双向奔赴”将老区的特色优势与强县的发展势能深度融合。“真正的协作不是你予我取，而是你中有我、我中有你。”苏锐说。新华社记者 张格



6月14日，顾客在河北省石家庄市北国商城为生活馆选购智能眼镜。随着技术的成熟及国家消费补贴政策的落地，智能眼镜在观影娱乐、商务办公、第一视角记录等场景的应用日益普及，已从“极客玩具”逐渐成为大众消费品，2026年智能眼镜的销售量不断上涨。新华社记者 陈其保摄