

疫情下“瘾君子”面临“断供”，毒贩盯上快递渠道

“查出一个藏毒包裹，可能拯救十几个家庭”

本报记者姚友明

战“疫”期间，人员流动受阻。由于吸毒成瘾者需要持续购买毒品，于是不少犯罪分子盯上了物流寄递渠道。

作为我国首支打击物流寄递犯罪的专业队伍——西安市公安局物流寄递犯罪侦查支队（下称“物侦支队”），从今年初开始连续出击，破获数起违法案件，为维护社会和谐稳定做出了积极贡献。

疫情对侦破物流寄递犯罪带来哪些难点？如何与不法之徒斗智斗勇？如何防止寄递渠道滋生违法犯罪？带着这些疑问，记者走进了这支特殊的队伍。

管控存在瓶颈

疫情期间，当人们怀揣兴奋与期待，打开快递包裹时，很少有人想到，不法分子也“盯上”这条寄递渠道。

西安目前登记在册的快递企业超过125家，物流企业超过2700家。

物侦支队支队长王晓锋说，这些企业大部分采用“加盟模式”，即网点缴纳加盟保证金后，按照总部的经营模式运营，网点自成老板。

“加盟商为节约成本，一般只租间民房，弄几个电脑、几部电话、几辆电动车，再到工商部门办个营业执照就开业了，很多公司总部根本不知道自己在全市有多少网点，想实现有效监管很难。”王晓锋表示。

另一方面，由于从业人员身份庞杂，流动性大，货物检查、客户信息核实、货物保管等环节经常出现问题。在西安火车站，一货运部员工就曾利用搬运货物的便利，盗窃4部某品牌手机。

“由于简便快捷、随意性强，人货分离，物流寄递渠道容易被不法分子所利用，寄递黄、毒、非法出版物等违禁物品。”物侦支队政委赵健说。

物侦支队在近几年的工作中发现，由于国内销售、运输刀具，对刀尖、长度、重量等有一定限制，审查力度大，因此在经济利益的驱使下，一些刀具生产企业或者小作坊，开始通过物流寄递的方式寄递管制刀具。

“不仅是传统意义上的违禁品，寄仿真枪、各类打火机的也越来越多。我们还侦破过一起违法寄递活体动物的案件，”王晓锋说：“如果现在还用传统的工作方法，那就很难开展工作了。”

疫情期间，在多地出台防疫政策背景下，物侦



▲2019年6月21日，训导员带着缉毒犬现场演示搜索藏匿在包裹中的毒品。当日，深圳海关开展“6·26”国际禁毒日宣传活动。新华社资料图片

支队经过预判，针对性地加强监管力度，尤其是利用物流寄递渠道运送毒品的犯罪行为。

疫期千里追毒

“购买毒品的人都很警惕，收快递的时候，如果发现有可疑人员，会放弃收货，或者找其他人试探、收货。”物侦支队四大队大队长王冰说。

在抗“疫”的特殊时间里，街上行人相对很少，嫌疑人容易察觉出状况。加上各小区基本采取封闭管理，民警进入小区时不得不亮明身份，也容易引起犯罪分子的警觉。

魔高一尺，道高一丈。物侦支队四大队民警初康就通过布控，破获了一起涉毒案件。

3月16日，初康协同同事对抓捕行动进行缜密部署。嫌疑人孙某某在取到毒品包裹后，立即坐在发动机没有熄火的摩托车上，企图逃跑。

让孙某某没想到的是，物侦支队四大队副大队长付程，早已和多位民警组织了一张“大网”。

付程果断出击，将孙某某摁倒在地，由于用力过猛，付程右手骨折。钻心的疼痛没有让他退却，孙某某再挣扎也无济于事了。

此前，西安警方通过排查发现，云南省经西安发往汉中的一个包裹中可能藏有毒品。狡诈的犯罪分子先是雇用一名“跑腿小哥”代其取货，而后又多次更改取货地点，妄图降低警方追踪的可能性。

疫情期间24小时吃住在单位的初康和同事吴建，接到相关线索后，立即与相关部门协同行动。他们冒着感染新冠肺炎的危险，驱车2000公里后，最终将嫌疑人唐某抓获，缴获冰毒1200克。

值得一提的是，此前物侦支队在侦破相关案件时，经常“单打独斗”。如今，在公安部和国家寄递行业主管部门的高度重视下，在兄弟省区市公安机关的密切配合下，物侦支队已逐渐建立了一套反应迅速、应对及时、工作高效的全链条犯罪打击机制。

卫冰表示：“以前我们往往只能抓获下游的犯罪分子，很难穷尽犯罪线索，而现在，我们有了完成这个目标的保障。”

实战锤炼技能

“看过法制新闻的人都知道‘人体藏毒’这种运毒方式，而通过快递包裹贩运毒品，则是近年来出现的运毒方式。”卫冰说。

西安是我国重要的物流节点城市，在我国西北地区的“门户”工作，西安警方守护的不仅仅是西安。西安警方曾在不同种类的食品和日常用品包裹中发现过毒品。“可以说发现毒品的位置，每次都不一样。”王晓锋说。

不光是毒品，在检查寄递包裹的过程中，警方还经常发现假烟假酒、涉世文物以及其他多种违禁物品。在物流场站堆积如山的包裹之下，可能隐藏着种种罪恶。

民警们在“战争”中学习“战争”，在与犯罪分子的交锋中增长经验。经过几年的发展，这支队伍已经成为保护人民群众生命财产安全、有效震慑犯罪分子的精锐之师。

从2016年入队起至今，吴建只享受了三天休假。每当有人劝他休息，他总说：“我家里没啥事。休假权利优先留给其他同志。”

十多年前同时移植肝脏在内的三个器官的民警万月田，今年年底即将退休，可他仍然不顾医生的多次劝阻，选择在一线坚守。

疫情当前，除了缉毒工作外，万月田还肩负起检查防疫物资的任务：排查通过物流快递寄到西安的劣质口罩，排查防疫物资有无倒卖等情况。

不止步于侦破案件，为有效管控物流寄递行业，遏制违法犯罪行为，民警们还对物流寄递企业和相关从业人员定期加强教育，推进了“三个100%”落地生根。

所谓“三个100%，”指的是寄递物流企业落实100%先验视后封箱，寄递邮件100%实名登记，100%通过X光机安检。

为更好打击违法犯罪，西安市打造了一个统一的平台，物侦、刑侦、治安、禁毒等14个警种集中办公，整合警方精锐资源多角度研判、一体化打击。如此一来，嫌疑人利用快递物流业实施犯罪的空间就被极大压缩了。“查出一个藏毒包裹，就有可能挽救十多个家庭。”卫冰经常这么说。

王晓锋表示，物侦支队虽然是一支年轻的队伍，但在实践中快速历练成长，“我们有能力、有信心守好物流寄递这条‘战线’，维护好物流寄递行业运营和发展的良好秩序！”

（应受访者要求，文中部分民警为化名）

编辑刘婧宇

强行“洗脑”贩卖焦虑，出卖用户“精准围猎”

野蛮生长的医美 App 正在制造“美丽陷阱”

本报记者谢樱

随着“颜值经济”不断升温，整形、医美成为不少爱美人士的选择，医美 App 平台应运而生。

众多定位为“社区+点评+团购”的医美平台，原本是从提供咨询、服务用户的立场出发，打造以内容创作、社群参与以及线上预订为主的商业模式，吸引用户和医美机构，弥合供需两端的信息鸿沟。

然而，不少用户表示，一旦进入医美 App 便成了商家“精准围猎”的目标，所有浏览内容都与商业紧密绑定。

再加上平台对入驻商家、发布内容审查把关不严，为不正规的从业者提供了生长温床，消费者利益难以保障。

被“洗脑”后，“对自己越看越不顺眼”

“我们在 App 上看到的所有内容，都是平台、机构精心包装设计的‘软文’。”一位“资深”医美消费者直言。

这些内容看似是为用户提供参考，实际却是为不良商家洗白、蒙骗消费者的营销手段。

——野蛮营销，强行“洗脑”。“您感兴趣的方面是？”一打开各类医美 App，立即就弹出针对用户需求的标签勾选——吸脂、注射玻尿酸、抗衰老……用户一开始就被精准画像，一步步掉进营销陷阱。

记者看到，平台里铺天盖地的美女扑面而来，“离婚妇女整容改变命运”“成功换头成人生赢家”“如果不是做了这个鼻子，你今天怎么搜得起飞”“别人屁股已经开始做线雕了，你还在犹豫脸上要不要做”等片面夸大医美效果的标题，极具煽动性。

“为了营造‘全民整容’的氛围，这些 App 编造了大量‘整容改变命运’的凡人故事。”长沙一家医美机构营销人员王芮告诉记者。

同时，各类明星整容、微整形等博眼球的话题充斥，“某女星整形实锤”“某女星没有谁整的多，为什么看起来更僵硬”等帖子点击量很高。

“很多帖文动辄蹭明星热度、已经出现多起被明星起诉的案例。”王芮透露。

“看多了平台里的整容脸，感觉被‘洗脑’后审美都发生了偏差，对自己越看越不顺眼”，长沙市民徐乐说，“只要不是欧美双眼皮、瘦削瓜子脸、高尖肋骨鼻，都觉得不对劲”。

——贩卖焦虑，制造需求。为了增强客户“焦虑”心情，有的平台还开启“魔镜”功能，用人工智能自动测脸。

对准手机前置摄像头，快门一按，3—5秒就有了“AI 美学诊断全脸分析”结果。App 会根



漫画：曹一

据照片自动生成对用户年龄、五官、类型的测算，提出类似“鼻长偏短”“眉毛偏细”“下颌角略宽”等分析，还分别从智力感、距离感、年龄感进行打分。

一位用户告诉记者：“平台用一种标准的美貌‘模板’，来查找你脸部的缺陷，为用户量身定制‘焦虑文案’，再进一步提出‘变美方案’，并通过你的定位，直接推送所在城市的医美机构信息给你。”

——“出售”用户，泄露隐私。不少用户吐槽，在医美平台上随便浏览几个帖子，立即就会收到数家医美机构的私信，甚至还会接到线下商家电话，营销攻势强劲。

“用了医美 App，就等于打开了让医美机构来骚扰你的大门”，徐乐吐槽，“自从我在一个 App 上注册，就经常接到各家机构的项目推荐电话，毫无隐私可言”。

——含沙射影，话术“晦暗”。“整形机构经常发布一些分析某明星整容失败的帖文，对各整形项目的技术种类分析、安全系数测评头头是道，让人产生这家机构技术更高明的错觉。”一位用户告诉记者。

——消费者很在乎机构的资质和积累的案例，喜

欢询问有没有明星在这里做过手术。网络营销员通常回答，‘肯定有，但明星签了保密协议，不能透露’。有的则说，‘有很多网红，比如小杨幂、小迪丽热巴、小刘亦菲’，听起来言之凿凿，但不知真假。”这位用户吐槽。

高价买“图”，催生“整容日记”造假产业链

不少医美 App 对平台发布内容监管不力，虚假营销、美化商家、竞价排名等行为屡禁不止，基本形成了“亲商家坑用户”的模式。

——移花接木，真假难辨。对于整形消费者来说，商家说得再好听，也不如一个普通人真实的案例吸引人。因此，平台充斥着大量整形用户的日记和案例，通过术前、术中、术后的照片对比，来佐证医美机构的技术和服务。常常几张照片，就能引来成群的用户询问“哪家机构做的？”

记者发现，平台发布的几乎所有整容前后照片对比，都是手术前素颜+原相机拍摄，手术恢复后化妆+美颜相机拍摄，再加上各类滤镜、PS 美颜技术，观感差别很大。

为了让整形成功案例更丰富，很多机构不惜高价买“图”，从而催生“整容日记”造假产业链。

“电商平台上有很多‘医美案例对比图’商品，有的机构还专门组织人，去悄悄拍摄其他机构整形者的术前照，再通过化妆、ps 合成‘整容照’，宣称是自己的案例。”王芮透露，“如今 PS 技术发达，哪怕不整容，要做出这样的照片对比，在技术上也不是难事。”

一些细心的用户发现了其中的“猫腻”：“同样的照片，在不同平台上出现，被冠以不同的人物、故事，指向不同的整形机构。”

还有人甚至发现，同一个发文用户，在不同帖子中，描述自己所做的整形项目都不一致。

——补贴提成，激励造假。做过整形的人，一般都不太愿意承认，但平台上为什么会有这么多人愿意分享自己的整形经历呢？

实际上，一方面，平台方会以补贴的方式，激励用户分享案例；另一方面，医美机构也会直接给“带客”“引流”的“中介”不菲的提成，这已经成为行业内公开的秘密。

于是，众多分享整形经历的医美博主成了“托儿”，不少机构还雇有专业“写手”团队，手握多个水军账号。

“写帖文分享自己的‘血泪’整容史，历数自己数次失败案例，最后终于找到了靠谱的医师，实现华丽转身，这类文章最容易骗取读者的信任。”王芮说。

王芮告诉记者：“有些医托甚至‘欲擒故纵’，在文中声称自己不是‘托儿’，不点明具体的机构，从而吸引用户纷纷找她私聊。她再根据每个人的不同需求，编造各种经历，将用户‘带客’去某家机构，并收取不菲的提成。”

——包装美化，竞价排名。医美平台还存在“出钱多内容靠前”的竞价排名现象。

“从商家入驻，到帖文发布再到展示位置，都不是免费的午餐。”王芮说，为了进一步扩大“吸金”能力，医美 App 对机构、医师审查“宽松”，对前置展示位收取高额费用，帮机构虚假刷单刷好评，甚至过滤掉用户对合作商家的投诉曝光。

“平台对用户是免费的，只有用户掏钱消费，平台才有盈利、提成，因此都会站在商家立场上坑用户。”王芮说。

“野蛮生长内容失控”的医美 App 需严管

据德勤咨询公布的报告显示，中国医美2017年的市场规模达到了1925亿元，居全球医美市场第二位。德勤预计，2022年中国医美

市场有望达到4810亿元，居世界首位。

一方面是快速膨胀的市场需求，一方面是资质的机构、医师供给不足，由此产生了巨大的市场缺口，催生了很多打擦边球、非法行医的医美机构。

这些机构大多依赖线上 App 做宣传、引流，湖南大学工商管理学院教授朱国玮说：“线上宣传造势，线下机构资质存疑，手术质量不高，售后难以得到保障，导致医美行业纠纷、投诉居高不下。”

朱国玮告诉记者，目前市场上的医美 App，大多采用“类大众点评”模式，为线下的各医美机构导入流量。App 用内容、服务吸引用户成为潜在消费者，又和商家机构有着密不可分的利益关联。

他分析，由于没有实体技术、资源、服务同质化，医美 App 平台处于整个医美行业的下游。面对竞争，平台对入驻机构资质审查时“睁一只眼闭一只眼”，用较低的广告费用吸引“劣质”机构，出卖消费者信息给商家，用非法手段牟取利益。

多位业内人士指出，平台吸引用户是前提，但导流、分成、广告才是真正的吸金来源。因此，用户信息泄露、入驻机构刷单、虚假内容发布、选择性屏蔽真实投诉帖等现象屡禁不绝。

另外，片面夸大医美效果、推崇过度医美、隐藏医美风险，也成为医美 App 的“通病”。

用户“粘度”难以持续是医美 App 商业模式面临的一大困境。“医美行业的核心资源是优秀整形医师，一旦用户找到了满意的医师，线上消费就会转移到线下，平台可持续发展能力存疑。”朱国玮说。

长沙多家医美机构负责人建议，对于医美 App 普遍存在的“失范”行为，期待有关部门“精细化监管”，否则，任由平台扰乱市场秩序，容易出现“劣币驱逐良币”的恶性循环。

朱国玮认为，对于虚拟化的平台软件，需要相关部门使用先进手段，采取督导结合的方式，有效提供管理服务。另一方面，线下医美行业乱象也亟待严格监管。“医美行业作坊式经营、医师挂牌‘走穴’、手术效果质量堪忧等问题，亟待相关部门关注。”

对于医美 App 自身发展而言，需要进一步完善商业模式，摆脱完全依靠广告分成的商业困境。

“优质平台可以利用大数据信息，做类似‘医疗美容师缺口’等医疗整形指数预测分析”，朱国玮建议，“也可以和专业机构合作，做医师培养、实体投放等业务，回避产业弊端，真正做大医美 App 的商业前景”。

（应受访者要求，部分采访对象为化名）

编辑刘婧宇