

真货·假货

经济生活
热点丛书

吕一林 芮利杰 张玉霞



中国人民大学出版社

真货·假货

经济生活
热点丛书

吕一林 芮利杰 张玉霞



中国人民大学出版社

(京) 新登字 156 号

经济生活热点丛书

真货·假货

吕一林 芮利杰 张玉霞

出版者：中国人民大学出版社

发行者：中国人民大学出版社

(北京海淀路 39 号 邮码 100872)

印刷者：中国人民大学出版社印刷厂

经销者：新华书店总店北京发行所

开 本：787×960 毫米 32 开

字 数：85 000

印 张：5.25 插页 2

版 次：1993 年 11 月第 1 版

印 次：1993 年 11 月第 1 次印刷

册 数：1—2 500

书 号：ISBN7-300-01766-5/F·481

定 价：3.30 元

《经济生活热点丛书》序

50734/25

这是一套面向广大群众的通俗经济读物。

在我们的现实生活中，有许多经济现象是大家都很关心、都很感兴趣的。比如说，消费品市场的疲软、住房制度的改革、价格水平的涨落、国货与洋货的竞争、结余粮票的流通、财政补贴的增减、人民币汇率的下调、外债的偿还，等等。这些问题和群众生活密切相关，具有很强的群众性、现实性。许多人都很想知道这些现象是如何产生的，该怎样解决。为了帮助大家全面了解和正确认识这些问题，我们选取了当前群众最为关心、议论最为热烈的一些经济现象为内容，组织编写了这套丛书。

我们的作者都是年轻的经济学者，有的在中国人民大学任教，有的在中央部委工作。他们思想敏锐，勇于创新，在分析当前群众关心的经济现象时，进行了认真的调查，掌握了丰富的资料，力求用生动活泼的形式、通俗易懂的语言，把大家知道一点但又不太清楚的经济问题说明白，理

清楚，给人以知识，以启迪。当然，由于每本书的内容不同，风格也不尽一致，但总的精神都是寓科学性、政策性于通俗性阐述之中，有材料，有议论，有观点，雅俗共赏，极富可读性。

虽然这套丛书是面向广大群众的，但对各级经济管理部门和企业的干部、大专院校的师生也是很有帮助的，丛书中的内容和看法还是很有新意的，很值得一读。

《经济生活热点丛书》编委会

1991年10月

目 录

引子	1
一 “假冒伪劣”考	3
一个从生疏到出现频度极高的字眼	5
何谓“假冒伪劣”	11
二 愈演愈烈，屡打屡禁而不止	17
假冒烟酒，似狼烟四起	19
假药横行，国无宁日	24
被毁灭的生产力	30
人人皆通的“生财之道”	36
冒牌货挤垮名牌厂	43
中国造伪劣品走向世界——谁予正名	48
三 源自何方	55
发展商品经济：致富与投机，一把	
双刃剑	58
地方保护主义：假冒伪劣的遮阳伞	69
市场：没有规矩，难成方圆	79
消费者：不称职的“上帝”	88
四 治假要下大力气	101

假冒伪劣的危害，人人皆知吗？	103
国家的意志：严打不贷	107
新闻曝光，把地下的拉到地上来	112
全社会都来管一管	114
五 消费者，要学会保护自己	119
理直气壮作“上帝”——消费者的	
权利	121
学会识别真假货	126
如果买了假冒伪劣商品——用法律	
保护自己	150

引 子

假冒伪劣商品泛滥，是近年我国经济生活中的一个热点和难点。对外关系到国家的声望，对内关系到千家万户的利益，因此也受到了上至中央领导，下至平民百姓的极大关注。

大约六七年前，大多数中国老百姓对“假冒伪劣商品”这个词还感到相当陌生；近二年，却可称得上是家喻户晓，差不多谁都能讲出两件假冒伪劣商品坑害人的事。原因在于几乎人人都未能幸免其害。

1992年，国内十几家主要新闻单位联合发起的“中国质量万里行”活动，给国人留下了深刻印象，随后的“质量万里行打假特别行动”更是矛头直指假冒伪劣。

1993年，中央电视台的“3·15”纪念国际消费者权益日专题晚会挤占了人大政协两会报道的黄金时间，虽普遍被认为对问题揭得不狠，但仍创下了仅次于春节联欢晚会的收视率——观众多达六亿。

然而，假冒伪劣制售活动的势头似仍未见收敛，最新的消息仍然是一起接一起的大案要案。

假冒伪劣是怎样发生的？它是不是改革或市场经济的必然，或是“中国特色”？哪些领域是假冒伪劣的重灾区？为什么严禁严打却仍禁而不止？我们每个人能够为遏制假冒伪劣做些什么？在假冒伪劣禁而不止的情况下，作为市场上的消费者，我们怎样才能保护自己免受或少受损害？

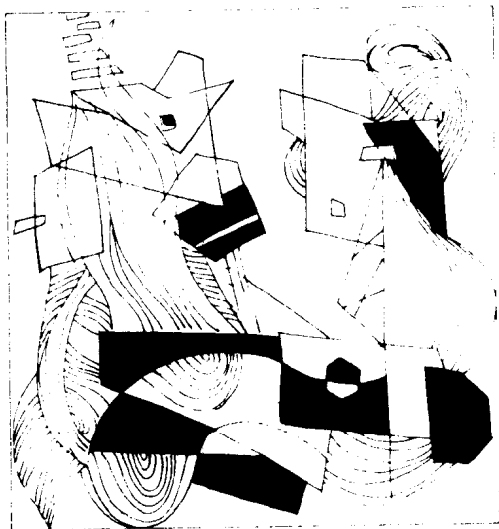
这些都是大家关心的问题，本书收集了“打假行动”以来揭示的大量事实材料，加上作者的分析，试图对以上问题作出回答。

希望这本小册子能对你有所帮助。

希望这本小册子能够为“打假”尽绵薄之力——使更多的普通人关心和参与进去，早日遏制住假冒伪劣的泛滥。

“假冒伪劣”考

经济生活
热点丛书



● 一个从生疏到出现频度极高的字眼

1992年，新闻界做的最得人心的一件事是在朱镕基副总理亲自主持下，由全国十几家主要新闻单位参与发起“中国质量万里行”系列采访报导活动。百余名记者分散查访，所到之处一改过去那种报喜不报忧的做法，对消费者反映强烈的劣质产品、假冒行为予以揭露曝光，引起全国上下震动。老百姓无不称好，参与了制售假冒伪劣产品的企业则感到了日子难过。

1992年，在中央电视台转播的不下几十台的晚会中，人们印象最深的是“3·15”纪念世界消费者权益日的“消费者之友晚会”。晚会现场设置了消费者投诉热线，短短120分钟的时间里，就收到600多位消费者的投诉电话，另有600多人因热线电话打不通，直接把电话打到了“中国质量万里行”办公室。场外观众的踊跃投诉，场内因使用劣质热水器致死的受害者家人的哭诉，以及晚会组织者当场对一些不符合国家标准的产品的曝光，引起近年来少有的群情激奋。

4月份，“质量万里行”活动在全国质量工作会议之后落下了帷幕；7月，全国范围的“打假特别行动”又拉开序幕。

5月10日，长沙召开了全国打击制售假劣药品现场会，卫生部副部长在讲话中强调要动员和组织全社会各方面力量，采取果断措施，铲除假

劣药品这个社会公害。

然而，7月到8月，又有连续报导山东、四川、河南的6名儿童因注射假冒的卡那霉素和小诺霉素致死。国务院经贸办为此召开第二次“打假”工作协调会，李鹏、朱镕基亲自过问，《中国消费者报》谓之“不除假药，国无宁日”。

如果，20年后，我们有幸基本杜绝了假冒伪劣，回过头来书写历史的话，我们也许会发现：在这艰苦的过程中，1992是一座里程碑，是我们开始为解决这个痼疾轰轰烈烈地动员，认认真真的开始。

不过，说假冒伪劣是“痼疾”似并不确切。

20年前，中国人的头脑里根本没有“假冒伪劣商品”这么个概念。人们以为，所有的投机行为已在私有制被推翻的同时消亡了，而望文生义，假冒伪劣必是一种投机行为。

在那时的计划经济体制下，生产和流通由计划控制，由国营企业完成。多数重要产品均出自全国有数的几家企业，然后由一统天下的国营商业统购包销。企业既不必为自己产品的出路着急，也就没必要搞假冒。同时，农民只能种地，不能经商，而由分散的地方性小企业、小手工业者生产的小商品，规模、数量都极有限，多为地产地销，自产自销，根本流不进国营大商业系统中，假冒也就没有了条件。

当然，劣质残次品是有的，但在一个供给不

足的市场上，许多生活必需品还要凭票证购买，加之消费者收入微薄，对商品质量自然没有更高的要求，低质低价、残次减价，也就罢了。实际上，由于闭关锁国，中国老百姓对国外情况知之甚少，缺少比较，又何来优质、劣质之分呢？和旧社会比，和过去的一无所有比，有了，就已经是一个不小的进步了。

十年前的 1982 年，中国已开始了大张旗鼓的改革开放，但假冒伪劣对绝大多数中国人来说仍是个十分生疏的字眼，至少它们还未被凑在一起并与“商品”组合成一个引起全国上下注目的专有名词。

这十年来，劣质商品的数量是在明显上升，原因主要有二：一是在 20 年的停滞不前后，老百姓的收入开始大幅度增加，需求欲望亦急剧膨胀，人们为弥补生活欠帐大量购买，这在客观上助长了生产企业的“皇帝女儿不愁嫁”、“萝卜快了不洗泥”，一些商品的质量明显下降；二是集中计划管理放松和财政体制改革后，各地方政府发展经济的热情猛增，纷纷寻找自己的发展优势，而资源往往被看作是一大“优势”。于是，烟叶产区办起小烟厂，茶叶产区办小茶厂，棉花产区办小棉纺厂，羊毛产区办小毛纺厂，实在没什么特殊“优势”的，还可以办小酒厂、小砖厂什么的。这些小厂兴办之初，因缺少技术、设备、资金和训练有素的人员，其产品质量自然可想而知。与此同

时，原有的大厂、老厂，过去由国家计划调拨原料，现在虽仍有指令计划，却调拨不动，或调不来优质原料，其产品产量、质量也就得不到保障。

于是，消费者在市场上见到了更多的劣质品、等外品、残次品，或虽未标明等外，实际质量却明显下降的产品。

商品如果仅仅是劣质，并且这劣不致对商品使用价值构成本质的威胁，又被明白无误地标示出来，让消费者以低价购买，其危害明显可见，易于计算，买者不会有被愚弄的感觉。但劣质若与假冒伪劣结合在一起，事情就有了本质的不同，消费者买的是质价极不相符的商品，甚至是完全不具备使用价值的商品，他们感到受了愚弄。社会失去的是交易的规则，连带而来的损失难以用价值衡量。

80年代中，抢购风潮迭起，当人们手里的钱都等着出手换回东西时是什么都要的。此外，发展经济以致富的观念业已深入人心，城市农村涌现出大批集体、个体经济，它们的存在和发展，为活跃市场，满足人们的消费需求起了拾遗补缺，甚至更大的作用。然而，假冒伪劣亦随之而来。

开始是个别、零星的事件。如1984—1986年间发现的用普通白酒、劣质曲酒冒充国家名酒，主要还是个别人的个别行动所为，后来则愈演愈烈，大有燎原之势，几乎所有名酒都被大量假冒，就是在北京市场上抽查，也有半数以上的名酒为假

冒品！

开始主要是产品质量差，以次充好。后来发展为搀假全假，以假顶真，及至在全国先后多次发生因用工业酒精兑水冒充白酒，致使上百人死亡、数千人伤残的恶性事件。

1985—1988年间，凡在消费者抢购之列的商品，都不乏伪劣品。当抢购风过去，人们冷静下来，看着自己花掉半生积蓄买来的那些劣质家具、不制冷的冰箱、不摇头的电扇、伪劣精纺呢绒、假纯毛毛线时，无不后悔顿首。人们由此也变得多了几分谨慎，少了几分冲动和盲目，甚至不再那么看重价格的便宜而转向购买名牌——哪怕价钱贵一点，图个买得放心，或持币待购，静候国家有关部门对产品发布了权威性的评定之后再购买。

然而，魔高一尺，道高一丈，伪劣们摇身一变，贴上了名牌标志，或至少是“厂优”、“市优”、“省优”、“部优”，或××评比之优。而且，不仅热销商品有假冒，就是平销的名牌商品也大量被假冒。大至汽车、拖拉机、推土机，小至味精、锅巴、花椒粉；位尊至国家第一名酒茅台，普通如人们日常饮用的汽水、啤酒。名牌商品被假冒，非名牌商品也被假冒；高科技产品如电视机、计算机有假冒，不需太高技术的皮鞋、旅游鞋也被假冒，使人不知还有什么是真的。上至堂堂商业部长，下至普通黎民百姓，几乎无人未上过假

冒伪劣商品的当。

1989—1991年，全国市场疲软，民意调查和专家意见表明：假冒伪劣商品横行，害怕受骗上当，是影响人们购买欲望的重要原因之一，换句话说，也是造成市场疲软的原因之一。

看似不起眼的假冒伪劣，竟发展到了要翻改革大船的地步！

1987年，中国消费者协会及所属各级消费者协会共受理消费者投诉 54 851 件，其中，反应商品、服务质量和仿冒商标的占 75% 以上。

同年 10 月，全国工商行政管理局在北京组织了“全国打击假冒行为，保护名优商品”展览，展览内容包括数百起典型的制售假冒伪劣品案例。在这前后，各地也陆续举办了类似的展览，声势不可谓不大。然而，展览归展览，揭露归揭露，处罚归处罚，假冒伪劣仍不见收敛，反有传播更猛之势。

1988 年，上述中国消费者协会及所属各消费者协会受理消费者投诉的数字上升到 129 394 件，是 1987 年的 2.35 倍，比 1985—1987 年的总和（约 10 万件）还多 29%。1990 年，这一数字上升到 28 万件；1991 年近 30 万件。

1991 年，由国务院有关部委牵头，在全国范围开展了“质量、品种、效益年”活动，重点抓国有大中型企业的产品质量。据考证，发达国家工业品合格率约 98%，我国则只有 75% 左右，而