

当代最新社会——经济热点写真书系

黑!!!

假冒伪劣活动大曝光

西子·立山 余江 著



哈尔滨出版社

当代最新社会—经济热点写真书系

策划：斯 人 蓝 柯 荣 焕

黑!!!

假冒伪劣产品大曝光

西子 立山 余江 著

哈 尔 滨 出 版 社

(黑)新登字12号

责任编辑: 李荣焕

封面设计: 安玉滨

黑!!!

假冒伪劣产品大曝光

西子 立山 余江 著

哈尔滨出版社出版

宾县印刷厂印刷 新华书店发行

787×1092毫米 32开本 4.25印张 100千字

1993年2月第1版1993年2月第1次印刷

印数5000册

ISBN7—80557—581—9/I·127 定价: 3.50元

目 录

第一章 新闻界的特别行动 (1)

1. 新闻界不再沉默 (1)
2. 煞费苦心的“曝光” (5)
3. 凌厉的舆论攻势 (6)
4. “万里行”走向纵深 (7)
5. 记者艰辛谁人知 (9)
6. 艾丰说, 质量正需“万里行” (10)
7. 薄老嘉奖“万里行” (15)
8. 假冒伪劣是一个世界性现象 (16)

第二章 “3·15晚会”喜与忧 (20)

1. “上帝”的节日 (20)
2. 泪洒“3·15” (25)

第三章 茫茫酒海起黑潮 (29)

1. 酿酒: 挡不住的诱惑 (29)
2. 郎酒的呐喊 (34)
3. 真假茅台之战 (40)
4. 文水的悲哀 (47)

第四章 假药, 杀人不见血的刀 (49)

1. 倾斜的红十字 (49)

2.假药猖獗闹广东·····	(53)
3.混浊的假药市场·····	(57)
4.药,不是闹着玩的·····	(62)
5.杜绝毒药的“良药”·····	(64)
6.截流堵源有新招·····	(66)
第五章 烟雾里的黑手·····	(69)
1.怪异的“气体”·····	(69)
2.制造假烟为哪般·····	(72)
3.名烟,呼唤保护神·····	(81)
第六章 农民的悲哀·····	(83)
1.追踪伪劣化肥·····	(83)
2.还我良种·····	(85)
3.部长说,要保护农民利益·····	(89)
第七章 洋货质量不OK ·····	(91)
1.洋货席卷黄土地·····	(91)
2.洋货亦有劣质品·····	(92)
3.洋货并非皆“上品”·····	(94)
第八章 “日立”彩电吃黄牌·····	(98)
1.起因:一封投诉信·····	(99)
2.《消费者》的调查报告·····	(103)
3.《消费者》不怕起诉·····	(107)
4.《消费者》不再孤独·····	(108)
5.投书监察部·····	(109)

- 6. “日立” 薦了…………… (110)
- 7. “日立” 走上被告席…………… (112)

第九章 伪劣商品多棱镜…………… (115)

- 1. 泪洒“席梦思”…………… (115)
- 2. 骑车人苦恼…………… (115)
- 3. 电热毯，灾难的隐患…………… (117)
- 4. 谁之罪…………… (119)
- 5. “眼睛”长了“白内障”…………… (120)
- 6. 无形的杀手…………… (122)

第一章 新闻界的特别行动

一、新闻界不再沉默

似乎谁也没有想到，当时代的列车驶入1992年的时候，商品质量问题竟成为全国舆论关注的热点。一些伪劣产品在报纸、电台、电视台曝光后，厂长经理急如热锅蚂蚁。许多地方政府制定了打“假”治“劣”的政策，掀起了抓质量的高潮。广大消费者增强了自我保护意识，挺身而出诉诸舆论，理直气壮地维护自己和他人的利益。经济学家评论说，中国以严厉打击伪劣、假冒产品为突破口，拉开了进一步改革开放，发展市场经济的帷幕。

1992年2月11日。由中国新闻文化促进会（以下简称“新促会”）和《人民日报》经济部发起，19家新闻及有关单位共同主办的“中国质量万里行”（以下简称“万里行”）系列新闻宣传活动，在中央各大新闻媒介中登台亮相，以少有的群体阵势，一下引起亿万群众的关注，产生了强烈的轰动效应。

产品质量已成为严重的社会问题。

1978年之后，开放改革解放了生产力，商品多了，品种也多了。但是，商品质量却远远滞后于商品数量发展的速度。质量带来的社会矛盾日趋尖锐。据国家质量抽查提示，每年在市场流通的商品，合格率才50—60%，大量的劣质品

使消费者对质量状况严重不满。全国消费者对质量问题的投诉逐年增加，1987年是4.3万件，1988年上升到10万件，1989年是14万件，1990年达到22万件。1991年可能因为开展了“质量、品种、效益年”活动，稍有下降，但仍然有21万件。这是已经投诉的，而不投诉，吃哑巴亏的，数字恐怕要更大。今年春节前，中国消费者协会累计收到投诉信100万封，其中抱怨商品质量差的有70%，揭露假冒伪劣现象的占10%。他们反映，现在除了卫星、火车，吃、穿、用商品全有假冒的。单从假冒商标犯罪活动看，全国就呈上升趋势。全国工商部门1991年查处假冒商标案件16112件，比1990年上升21.2%；全国检察机关1991年立案侦察这类犯罪案件849起，立案数量是前10年总和的43.8%。福建省查处的假冒商标案件中，商标印刷行业印制假冒商标标识的占49.1%；1991年全国检察机关立案查处国营、集体企事业中假冒商标的直接责任人员，占立案总人数的21.5%，说明搞假冒的已不是个体工商户了，昆明市五华丰腾包装装璜经理部经理曹明尧1990年8月至12月间，非法印刷“云烟”、“红塔山”等名牌香烟商标330万套，经营额达42.6万元，非法获利14.8万元。

质量问题与民族生存攸关

“中央知不知道这个情况？”在火车上、在摊群中、在家庭的饭桌上，人们谈起伪劣商品，常常这样问。情况当然知道。去年年底，国务院一位领导同志在一次会上提出，1992年要在转换企业经营机制的基础上抓好质量工作。他说，质量问题是关系到一个民族能不能生存的大问题。最近内参上报道了一个消息，外国人说中国国营企业工人不关心质量，看了令人伤心、痛心。中华民族难道就这样吗？如

果我们的产品质量、工作质量大家都不关心，飞机、火车不正点，这种情况继续下去，这个民族怎么能存在下去？他还说，1992年抓企业经营机制转换，就是要使企业着急、厂长着急、职工着急，逼他们着急，不然的话，什么事情都搞不好。过去我们讲，质量搞不好，原因是卖方市场，短缺经济，“皇帝女儿不愁嫁”，所以质量就好不了。可是现在大部分商品都是买方市场了，怎么质量还是不好了。他指出，买方市场也不能保证质量就好，关键是企业的经营机制。没有危机感，企业不会去提高质量，都吃大锅饭，质量是搞不好的。他提出法治加行政措施，惩罚造成质量事故的直接责任者，一是撤职，二是罚款、降低待遇，三是法办、坐牢。这些硬措施对企业法人很有威慑作用，而他更看重另一手段，即舆论监督——曝光；他说，人家最怕曝光，别的不怕，通报他不怕，曝光的产品没有销路，他当然害怕。

国务院领导的构思

“万里行”的发起人——中国新闻文化促进会从1991年11月就开始筹备“万里行”活动。原想组织中央新闻单位按东北、西北、西南、华南等行政区划进行大规模的集中采访活动，看看1991年我国开展的第一个质量、品种、效益年活动究竟收效如何，企业的产品质量在这一年中，到底有多大提高。为什么取“中国质量万里行”的名儿呢？“万里行”组委会主任、《人民日报》经济部主任艾丰解释道：“中国质量万里行，既表示记者在我国广阔土地上的采访足迹，又表示我国产品质量工作还面临着千里、万里之行的艰巨任务。”12月14日，“万里行”活动方案报给了国务院生产办副主任赵维臣，赵维臣又转给国务院一位领导同志。他们对此持何态度？方案能顺利通过吗？发起人在焦虑中熬过10天。终

于，这位领导同志对活动方案的批示下达了！批示说：

“维臣、育理并艾丰同志：原则同意组织此项活动。建议：一、发挥新闻监督、群众监督的作用，政府部门不参加组织委员会，可请艾丰同志担任主任，请质量管理协会、中国消费者协会并国家技术监督局一位副局长担任副主任即可（群众组织负责人可保留）。二、不要组织声势浩大的集中采访活动，以分散私访、事先不作准备为好，这样才能发现问题。三、目前质量问题很不令人满意。正面报道真正好的典型是必要的，但更多的要揭露问题，否则脱离群众。四、谢绝地方一切招待吃请，严格防止给企业摊派活动经费，认真注意不增加企业负担，真正贯彻中央关于搞好大中型企业的精神。五、经财政部同意，补助活动经费30万元，从增加国家质量监督抽查经费中拨给。”

或许筹委会的同志没想到，国务院领导同志不仅全力支持“万里行”活动，而且还作出了如此周密、具体的批示。无疑，这给“万里行”组委会的同志以莫大的鼓舞。中顾委副主任薄一波同志还为“中国质量万里行”题了词，并担任“万里行”活动组委会名誉主任。1991年12月30日国务院“质量、品种、效益年”活动领导小组办公室转发了“万里行”活动实施方案，请各地、各部门将活动方案转发各地、各部门所属新闻单位，要求他们积极参加并精心组织“中国质量万里行”系列新闻宣传活动。这样，当1992年2月11日“万里行”专栏在中央各报台开篇以后，各地、各部门也陆续开展了“中国质量万里行在×地、×部门”的活动。抓质量的希望之火，在北京点燃，又迅速燎原到全国各地，其声势、影响等

等都始料未及。

现在看来，“万里行”活动的最初设想、提出、发起后，是国务院领导在关键之处给予点拨、赋予“万里行”以明确的指导思想，使“万里行”起势不低、出手不凡。

二、煞费苦心的“曝光”

“万里行”活动怎样搞？1991年12月29日上午，国务院生产办副主任赵维臣在国家计委大楼619会议室主持召开了研究会，他说，要认真地调查研究，发现问题，批评几个质量差的典型，在全国起震动作用；对假冒、伪劣品要狠狠打击。1991年12月30日上午，组委主任艾丰在中国质协会议室主持了组委会第一次全体会议，提出要注意抓好两个“一”，一个是正面典型，一个是反面典型。三种报道策略：一、实的——需要严厉打击的，如假冒伪劣，逮住一个，点名一个，狠狠打一个；二、虚的——揭露一类现象，较深入地分析，不具体点名；三、虚实结合的——适合大面积报道。

确定报道题目，真是煞费苦心。从国务院生产办传来的信息，是要抓这四类问题：一是抓原材料，着重抓“两黑一白，”即煤炭、钢材、棉花；二是抓关键设备、重大设备及配套件，如重大发电设备稍不好，造成的损失就上亿元；三是抓耐用消费品，如彩电、摩托车等；四是抓关系到人民生命健康的几种产品，如医药、注射器、医疗器材等。而中国消费者协会提供的情况又表明，消费者目前最不满意的是鞋、家电、食品饮料、燃气热水器、化妆品、家具、服务质量、药品、农资、商品房、虚假邮购广告和假冒烟酒等12类问题。经反复研究、磋商，确定了几个重大批评报道篇目，如恶性劣质酒、假药、劣质酱油、食品标签、假冒郎酒、痘

猪、巩义市的劣质电线、燃气热水器致死人命、假五粮液、劣质鞋、不卫生的熟肉制品、假冒北京吉普车等；还确定了34家正面典型，如华北制药厂质量如生命和杭州景新食品商场严把进货关等。这些题目，大多涉及群众利益，能引起普遍关注。

发稿程序是这样定的：各报台先认领组委会分配的题目或上报本单位的选题，经组委会确认后，各自采写，稿件经本单位审后，再送组委会编审。组委会将最后定稿提前四五天分送各单位，新华社再提前一天发通稿到各单位，有了这样的“双保险”发稿制度，重大报道就可以集中在同一天在各报台刊播。关于署名，组委会规定：经组委会编审的稿件，才能署“中国质量万里行记者”，否则，只能署“本报记者。”1月10日，组委会成立了电视报道组，共16人，配备采访车4辆（包括转播车一辆），行经8个省，行程6000多公里，沿途随拍、随编、随播。不久，艾丰主任将“万里行”活动计划向国务院一位领导同志汇报，这位领导同志在汇报信上批示：“艾丰同志：计划很好，活动中再补充、完善。”

三、凌厉的舆论攻势

2月12日《人民日报》等报刊在头版显著位置刊出《抓质量促企业经营机制转换》的消息，开篇按语说要“造成重视质量的舆论。”舆论，确实造起了，十几家大报统一采用新华社稿，整齐得像“亚运会开幕。”而且，从清晨6点半到晚上10点，广播、电视叫喊质量的声音不绝于耳。来头太大了，好象发起了凌厉的攻势。有的人已从这攻势觉察到不同寻常的气氛。一些部委的领导和外地效益年活动办公室的同志来

电话连说：“没想到、没想到！声势太大了！”而真正让人震惊的，是随后经国家商检局主动和“万里行”配合而组织的第一批“曝光”。“这是我们的质量？”人们一下就明白了“万里行”的一大旨意——打击恶性劣质产品；而《假药需要真药治》、《郎酒的呐喊》、《巩义市劣质电线考察记》等报道陆续发表后，人们又明白了“万里行”的另一大旨意——打击假冒伪劣产品。曝光，的确威力大。三家酒厂早就知道自己产品在边贸出口中质量出了问题，也知道要挨“通报”，甚至行政处罚，而这都是内部处理，不当回事儿。哪知这次碰上了“万里行”，要在电视镜头、十几家全国大报上“亮相”，一下震动了。“万里行”记者到强力啤酒厂采访，见到这样悲壮的局面：天下着蒙蒙细雨，全厂职工站在露天操场上一动也不动，静静地听着关于本厂受批评的报道。此情此景，谁心不为之颤动？

四、“万里行”走向纵深

2月22日，组委会召开第二次全体会议，总结第一阶段工作。对这次活动消费者的普遍反映是：“大快人心事，质量万里行”。不论走到哪里，都能听到谈论“万里行”。虽然这次活动政府部门退到二线，但群众还是认为，这是党和政府为人民群众办的好事、实事。影响之大，超过了预料。

从群众的反映来看，大多数叫好，认为反映了群众的呼声，早就该搞这样活动。有的说这回报纸、电视台敢说话了，但也担心解决不了问题，担心会不会抹杀了改革开放的成绩，会不会造成群众的恐慌心理，遇到一些拒绝批评的单位，担心官司打不清。针对上述担心，艾丰提出6篇综合分析文章的题目，新华社认领了第一篇《缺东西——有东西——

一好东西》，主要从我国经济发展的历史来看质量问题；《工人日报》认领了第二篇《质量——促进企业机制转换的杠杆》谈抓质量与加快改革的关系；《科技日报》认领了第三篇《消费者，站起来！》，号召消费者提高自我保护意识，自觉地抵制假冒伪劣商品；《经济参考报》认领了第四篇《发展经济要走正道》，谈地方如何对待假冒伪劣问题；《中国技术监督报》认领了第五篇《质量，需要法制的领域》，呼吁《质量法》出台；《中国经营报》认领了第六篇《协调一致，齐抓共管》，谈各部门的配合问题，不能“神仙打架，小鬼遭殃”。这6篇系列述评，在5月陆续刊出了，统一以“中国质量万里行记者”署名。

2月27日，艾丰主任向国务院一位领导同志送去了下一段活动计划的汇报信。3月2日，这位领导同志在汇报信上批示：“艾丰同志：‘中国质量万里行’一炮打响，反映甚佳，可喜可贺。希望再接再厉，推动‘质量、品种、效益年’活动。”

各地领导也用“万里行”的精神去鼓励新闻记者。3月1日，河北省委书记邢崇智在全省新闻记者座谈会上说，大家都觉得中央几家新闻单位搞的“中国质量万里行”系列报道好，碰到好的表扬，碰到坏的批评，先进的受到鼓舞，并感到不足了；落后的受到鞭策，坐不住，吃不下，睡不着。去年是“质量、品种、效益年”，大家写了不少反映质量问题的报道，但是还有点一般化，对质量问题触及不深，震动不大。这次搞的“中国质量万里行”系列报道没多长时间，就在社会上引起了一个冲击波。把质量问题一捅，工人、厂长、省委书记都被触动了。

五、记者艰辛谁人知

参加“万里行”采访的各新闻单位的记者不计个人得失，对老百姓痛恨的假冒伪劣现象敢于碰硬。写“郎酒假冒案”的记者罗茂城和范玉章面对古蔺县少数人挑动群众围攻、污蔑，并不顾有人扬言对他们“碎尸万段”，深入底层摸清情况，写出连续报道，并及时向中央反映了情况。记者姜在忠和王迎春装扮成采购员，去巩义市了解伪劣电线制售详情，自住小旅店，还花自己的钱请当地人吃饭以了解实情。一位记者调查劣质燃气热水器时，某市一位局长拍桌大骂，要控告他，他也不理睬，照常调查。记者杨家林很幸运，他带电视采访组纵横6000公里，全队人都发低烧、拉肚子，唯独他没有事儿，但他熬到北京还是病了一场。

四川某县32个厂假冒“郎酒”质量低劣，危害当地，并波及全国，非法牟取暴利，罚款并不解决问题。省高级法院3年前就判了官司，取消“假郎”，而至今“真郎”仍斗不“假郎”。《人民日报》记者罗茂城和《工人日报》记者范玉章对“郎酒官司”两次曝光后，省长张皓若表态“不护短”，省里派调查组去该县。一些县领导否认假冒，说两篇报道给当地造成严重经济损失。县里少数领导让工厂职工围攻、谩骂记者，说“要剥记者的皮，抽记者的筋”，并要组织群众到北京、成都请愿、游行。2月26日，有人散发传单到县人大、政协会议，传单上写道：

请各级领导、各位代表、全县人民看一看《人民日报》个别记者和省高院经济庭副庭长李昌荣与个别坏人勾结，发表不实文章严重损害郎酒声誉和郎酒厂经济，严重损坏蔺酒声誉和川酒声誉滔天罪

行,对我县委、县政府恶毒攻击诬蔑,严重破坏我县经济,请大家都来关心我县经济,呼吁各级领导、各位代表强烈谴责破坏我县经济和郎酒声誉的各种不法行为,克服各种干扰,把我县经济搞上去。

此事成为此次活动中唯一的悬案。

如何反映现实?记者梁长春说,近年来新闻界陷入两难境地:一方面现实经济生活中客观存在着许多问题,但不能碰;另一方面如何围绕稳定、鼓劲做文章,又苦于没有好的路子。而“万里行”报道,使新闻界跳出了“两难”——既有正面典型,又充分揭露了问题;不但揭露和分析了问题,还积极反映了整改措施。这无疑将客观事物发展的全貌完整地告诉了群众,并引导群众从中思考问题、研究问题,与实际生活、群众更近了,给人以积极的、冷静的、客观的、富有建设性的感觉,新闻报道在群众中的信任率提高了。

“万里行”显示出舆论监督的威力。

六、艾丰说,质量正需“万里行”

艾丰走路、说话都“新闻化”了:迅敏简洁,干脆利落,53岁的人,飒飒步姿,洒脱得让青年嫉妒。

猴年闹春,“中国质量万里行”的报道,引起了众多百姓的注目,可又有多少人知道他是这次宣传活动组委会的主任。由他参与策划和组织的“中国质量万里行”活动,在中国新闻界掀起一般冲击波,“闹”得社会沸沸扬扬,平民百姓拍手称快。有意思的是,有的知情者称赞艾丰干了一件大好事,一件可彪炳史册的大好事。

1992年5月的一天,艾丰站到全国质量工作会议的讲台上,向与会代表阐述了他对“产品质量”的理解和思考。

质量和效益的关系 郎酒的稿子还没有见报，泸州市委和古蔺县委就给《人民日报》和中央电视台打来电报，不同意发表该报道。理由之一是他们那里边远贫困的地方；以前因为打这场质量战已经损失了一千万，再报道，他们经济上承受不了。他们的要求是可以理解的，但这也提出了一系列问题：贫困是不是可以成为放任假冒的理由？只追求当地的“效益”而损害其他地方的效益，是正路吗？只图一时的“效益”，假冒出名，危及当地名牌，危及当地所有产品，会不会带来更大的经济损失和影响长远发展？浙江省一位领导同志曾经深有所感地说，一个乐清县的劣质低压电器，弄得浙江全省的产品都被人们认为是不可靠的了。这是很有眼光的见解。

质量和发展的关系 “没东西——有东西——好东西”这是一个过程。改革开放使东西从无到有，从少到多，才把“好”的问题突出出来了。前些年是短缺，是凭票，卖给你就是一种恩赐了，谁还会提什么质量问题？

在最近一次座谈会上，国家计委经济研究所一位负责同志说，质量问题的突出，是在这样的背景下发生的：一、经济增长方式，由供给决定型转入需求导向型。二、产业结构，由过去的重型结构，逐步转变为轻型产业为主，国内外市场竞争激烈。三、居民消费结构升级，要求产品向高层次升级。他认为，质量正是产业、企业、消费这三个结构的衔接点。

从消费者协会提供的情况看，前几年，投诉最多的是家电产品；后来变为鞋第一；近来食品的投诉最多。这个变化也很耐人寻味。家电的变化说明，抓质量是有成效的；食品的变化说明，人们的家庭生活正在社会化。这都说明，质量问题是发展中的问题，又是进一步发展必须解决的问题。