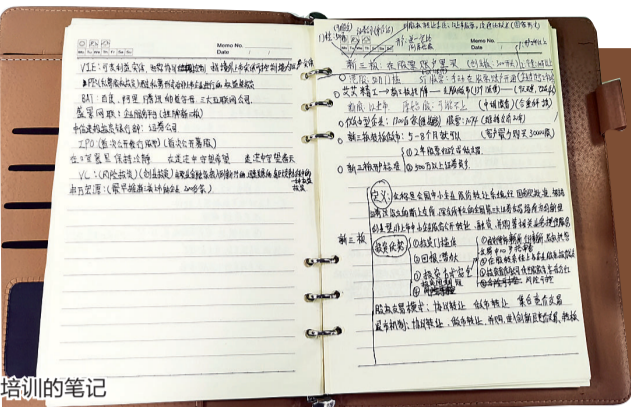


笔记本上记满专业术语和“励志鸡汤” 微信朋友圈都是“美女”“成功人士” 云和警方破获特大跨境网络平台“杀猪盘”诈骗案



培训的笔记

本报记者 陈佳妮 通讯员 徐婷

随着最后一车大巴开进云和县公安局大门,一起特大跨境网络平台投资诈骗案的49名犯罪嫌疑人,从全国4省5地,全部被押解回云和。

这又是一个“杀猪盘”骗局。当包装成“白富美”的嫌疑人将“猪”养肥后,便毫不留情地“宰杀”。被害人遍布全国19个省份,共210余人。



抓捕现场的涉案物品



抓捕现场

可疑网络平台引出大案

2019年9月,云和男子王某某向警方报案,三个月前,名为“秦琪舒”的陌生人加了自己微信。翻阅“秦琪舒”的朋友圈可以看到,都是一些出入高档场所、晒奢侈品的内容。加上相谈甚欢,王某某便一直和对方保持联系。

“钱不是靠省下来的,是要靠正确的理财。”当年9月初,“秦琪舒”向王某某分享了她的生财之道,并推荐了一个理财平台——“M”平台。王某某听了之后,便要求对方教他操作进行买卖,并先后往平台里投了5次钱,共计34.3万余元。

在“秦琪舒”的专业“理财指导”下,王某某很快就有了收益,并从平台中提取了33600元。尝到甜头的王某某,又陆续往平台投了4次钱,加上之前的共投了90多万元。

可是,当他最后一次投完钱,“理财产品”突然贬值,价格狂跌。王某某进账一看,发现自己账户资产为负数,亏了6228美元。此时,他再去联系“秦琪舒”,发现已被对方拉黑,这才猛然醒悟,原来自己掉入了骗局。

9月10日,王某某匆匆地来到云和县

公安局刑侦大队报警。办案民警分析,王某某很有可能陷入了“杀猪盘”类的网络诈骗中,而这个平台也有猫腻。

网络犯罪集团浮出水面

“该平台背后究竟隐藏了什么阴谋?”办案民警在调查“M”投资平台过程中发现,平台的“大盘”走势有时与市场出入较大,有时又基本一致,有些理财产品甚至是虚构的。操控平台各类数据的,是一个操盘团伙,而在操盘团队背后,是整个诈骗集团。

原来,“M”投资平台是由该诈骗集团自主开发的,由专门的团队负责研发和日常维护。而且诈骗集团分工明确,实行公司化运行。

云和县公安局刑侦大队负责人介绍,该诈骗团伙在不同的地区分小组作案:集团“首脑人物”常驻在境外操控,为犯罪分子传授作案方法、提供网络技术支持及资金支付结算等帮助;总公司设在北京,下设“洗钱”组、技术组、业务组,分别分布在福建、四川、河南、福建等省份。

“首脑人物”于2019年12月最后一次出境后,便没有回国,由总公司员工负责具体的“操盘”,给分公司业务员进行话术培

训、形象包装、定制骗局、操控平台;期间还从多条灰黑产业链违法购买公民个人信息并添加个人微信。

摸清公司底细后,根据公安部部署要求,云和警方精确研判,连续作战。4月19日上午8时,100余名警力分别前往北京、福建、四川、河南等地,开始统一收网。

4月21日,除“首脑人物”在逃境外,整个犯罪集团被云和警方连根拔起。警方现场扣押电脑51台、手机121部、车辆3辆,现金23万余元。该集团自2019年以来,骗取了全国19个省份210多名被害人钱财,涉案金额高达3000万余元,其中损失50万元以上的有17人、100万元以上的3人。

分工明确“养肥再杀”

“加人的时候,可以先以黄花梨圈椅、球杆、同学聚会等话题开头。”“如果客户直接就说认错人的,可以先发惊讶的表情,然后说去核实下,下午再说不好意思打扰了,客户说没关系,就可以继续聊。”

据云和警方介绍,该犯罪集团业务组人员每周都开展培训,他们的笔记本上密密麻麻记着一些搭讪技巧、投资的专业术语还有“励志鸡汤”。

添加为好友之后,分公司的业务员按

原告说自己是“知名品牌”,被告说“没看到过” 真假“红船”相“碰”,赔不赔?

通讯员 金娜

“原告一年的酒水销售额上亿元,‘红船啤酒’在其中的占比不小……原告的产品都是面向全国各地的,有较高的知名度。”“请问在嘉兴哪个超市可以买到原告这个‘红船啤酒’?在嘉兴哪个媒体可以看到‘红船啤酒’广告……我们在嘉兴地区没有发现。”

日前,嘉兴市南湖区法院在科技城法庭第4审判庭开庭审理了华美达酒店销售“红船”商标产品被诉侵权一案。

原告:起诉索赔20万元

法庭上,原告红船投资股份有限公司代理律师提到,故事起源于原告在华美达酒店发现了“红船啤酒”,事实上,原告于2014年11月11日注册成立后,2016年6月27日就从其他公司处授让了“红船”商标,核定可使用的商品包括啤酒、姜汁啤酒、麦芽啤酒、果汁、水(饮料)等。而华美达酒店销售的“红船啤酒”从包装颜色、容量来看,都不是原告公司的。

“原告对‘红船’商标享有专用权,任何组织和个人使用此商标均须获得授权许可。”原告代理律师提到,原告的“红船啤酒”因独特的发酵工艺及精美的外包装,深受广大消费者的喜爱。同时,原告

代理律师也提到,原告组建了专业品牌推广团队,每年投入大量资金,通过多种媒体和展会、广告等对“红船”商标进行持续的市场宣传,使得“红船”商标已成为知名品牌,在嘉兴享有很高的声誉,并获得多项荣誉。

原告代理律师表示,被告以盈利为目的,销售侵害原告注册商标专用权产品的行为,在经济上、商标声誉上给原告造成较大损失。

综合考虑涉案商品的属性、商标的知名度和影响力、被告侵权行为的性质、规模、时间及原告为制止该侵权行为所产生的合理支出,原告请求法院判令被告立即停止侵权、销毁涉案侵权产品的所有库存,赔偿原告经济损失及合理费用支出共计人民币20万元。



被告:不应承担赔偿责任

对于被起诉,华美达酒店觉得“很突然”。在法庭上,被告代理律师提到,华美达酒店是在去年9月试卖涉案的“红船啤酒”的,当时也是有人来推销,酒店就拿了20箱,进货价是4元一瓶,酒店卖10元一瓶,双方约定先卖后结算。

“这个啤酒本身销量也一般,再加上新冠肺炎疫情疫情影响,酒店基本没怎么销售。另外,酒店收到法院传票后马上和经销商沟通、结算,酒店总共才销售了3箱多一点。”被告代理律师介绍,“现在剩下的啤酒都已经退给经销商了。”

关于原告的赔偿请求,被告代理律师在法庭辩论中提到:常规超市没有发现原

告生产的啤酒,在嘉兴地区更是没有发现原告所谓的“红船啤酒”,可见原告具有商标专用权的“红船啤酒”并不具有知名度,所以导致被告并不知道销售的涉案啤酒侵犯了原告的商标专用权。此外,被告销售的涉案啤酒是通过正规经销商合法取得的,我国商标法规定,不知道侵犯了商标专用权且是正规渠道取得的,不应承担赔偿责任。

法庭上,原告代理律师多次提到“红船啤酒”具有较高知名度时,遭到被告代理律师的否认。原告方指出,原告本人和被告本人是同一个商会的会员,被告应该从2017年该商会成立起就接触到过原告的产品。

法院:调解不成择日宣判

该案在庭审了将近2个小时后暂告一段落,双方的争议焦点主要集中在三方面:一是被告是否构成对原告“红船”注册商标的侵权;二是被告的合法来源抗辩能否成立;三是若被告构成商标侵权,且合法来源抗辩若不成立的情况下,被告应该承担的民事责任。

由于双方代理律师都表示自己一方接受调解,所以法官表示将在庭后组织调解,如果调解不成,将择日宣判。