

多家鞋企遭遇恶意骗货，警方全力出击

成功抓获嫌疑人，还打出“护企优商”组合拳

通讯员 王萍萍 本报首席记者 陈佳妮

“先付定金少量下单骗取信任，然后突然加大订货量，收货后就避而不见，这是恶意骗货的套路。如果遇到类似情况，请一定要谨慎！”日前，温岭市公安局组织助企廉政警官前往泽国、大溪等7个鞋类产业集聚区开展走访，排查风险隐患，及时干预防止此类案件再次发生。

去年9月，温岭市鞋业领域出现一些不法分子恶意骗货行为，给当地众多中小型鞋企和个体户带来经济损失。近日，温岭市公安局通过数月侦查，成功侦破系列合同诈骗案，移送起诉犯罪嫌疑人1名，为群众挽回经济损失120万余元。

“大客户”连环设套 鞋厂遇“空头支票”

2024年8月，涂某的鞋厂迎来一个“大客户”鲁某。对方自称是某文化传媒有限公司总经理，还出示了营业执照和过往交易记录，承诺以每双35—40元不等的价格订购乐福鞋。

“他说第一次合作先下少量订单，还很快支付了定金。之后突然加大订货量，不过鲁某说来料加工以鞋料作担保，货到再结款。我当时觉得这个人应该可信，就答应了。”涂某回忆，货物交付后，鲁某却以各种理由拖延付款，最后连电话都成了空号，人也找不到了。

类似的情节在多家鞋厂同步上演。同样经营乐福鞋加工的张某也被“采购商”鲁某以同样的方式骗走价值37万多元的货物。他按照鲁某的要求将货物送到指定地点后，要求鲁某支付尾款，鲁某以账户暂时没钱为由，一直拖欠货款，直至隐匿踪迹。

多方位深度研判 成功抓获嫌疑人

这种连续恶意骗货的“贸易活动”，给温岭商贸领域带来了不稳定因素。对此，温岭市公安局高度重视，立即组成专案组全力展开侦破。

专案组从涂某提供的转账记录入手，发现该账户与多地鞋厂有资金往来，且资金基本都是通过第三方支付平台流动。通过分析物流数据，专案组还发现被骗货物均已被低价转卖至当地的批发市场。

警方经多方走访调查，深度研判案件脉络，串联海量数据分析研判关键信息，终于摸清了鲁某的诈骗模式。鲁某以注册的某文化传媒有限公司名义，专门针对中小鞋厂实施合同诈骗，通过少量下单及时付款、来料加工以鞋料作担保等方式获取鞋厂老板的信任，之后再突然放大业务量，拿到货物后低价销售或抵押给当地的批发商。对于加工鞋厂则以各种理由推诿欠



款，甚至隐匿踪迹，还频繁变更营业地点、名称等信息，重复实施骗货行为。

2024年11月11日，专案组民警赶赴温州成功抓获嫌疑人鲁某，并于近日移送起诉。

“护企优商”组合拳 筑牢反诈防火墙

案件告破后，温岭警方组织助企廉政警官挨家挨户走访鞋业企业，排查不稳定因素24个，并发放《企业风险防范建议书》，提醒企业主注意防范类似情况。

针对鞋业交易中合同诈骗高发的痛点，温岭市公安局还在鞋业园区开设“法治讲堂”，通过模拟合同陷阱、剖析典型案例提升商户防范意识。

“以前光看合同公章就信了，现在学会了要查企业征信、核实流水，心里踏实多了。”参加完培训的鞋厂老板李某感慨道。

同时，温岭市公安局还开发了企业需求直通车、经济犯罪风险预防指引、风险岗位防范建议、警示教育知识培训、线上报案等网上应用模块，衔接“安企共富”“企安宝”等平台，做到企业随时随地可看可学可用。

“目前已有6290家企业入驻‘企安宝’，实现全市重点、规上企业全覆盖，广受企业好评。”温岭市公安局经侦大队教导员陈永军表示，“今年，温岭公安将继续致力于打造线上线下多维赋能矩阵，夯实民企风险防范，便企利民惠企的政务服务也将更加丰富。”

仿古景观大同小异，臭豆腐、大鱿鱼、竹筒奶茶是标配…… 批量涌现又批量沉寂，一些“古城古镇”为何后劲乏力？

《工人日报》陈曦

近期，位于湖南张家界的大庸古城引发公众关注。数据显示，这一项目总投资约25亿元，但运营3年多累计亏损超5亿元，去年上半年仅约2300人购票，日均购票人数不足20人。在社交平台上，网友们也给出了“荒凉”“冷清”“商家比游客多”之类的评价。

小桥流水、轻舟画舫、粉墙黛瓦……随着“国潮风”兴起，古城古镇成为颇受游客喜爱的旅游目的地。为抓住这个文旅风口，很多地方纷纷挖掘文化资源，投资建设此类仿古项目。然而，轰轰烈烈上马之后，却有不少成了烂尾工程，或是由于同质化严重、运营管理不善等，建成之后沦为“空城”。

不少“古城古镇” 接连陷入困境

记者了解到，大庸古城位于张家界市中心区域，是张家界单体投资最大的城市旅游文化项目，于2016年6月破土动工，历时6年完工。但是据报道，2024年9月，张家界大庸古城发展有限公司被法院裁定进入重整程序。

早在10多年前，中国古城与文化研究院院长林鹏就曾指出，我国共有2800多座已开发或正在开发的古城镇。现阶段这个数量可能更为庞大。与大庸古城一样，不少古城古镇正面临着经营困境甚至已经倒闭。例如，位于陕西蓝田的白鹿原民俗文

化村，开业仅4年就因客流稀少而被拆除；成都龙潭水乡“门可罗雀”，附近村民甚至在空地上开荒种菜。

投资40亿元、国家5A级景区建设标准……自2019年开工以来，济南宋风古城便备受瞩目，还在2020年被列为山东省“明星项目”。根据规划，该项目建成两年后将实现年接待游客量500万人次以上。但是据报道，5年多过去，一期工程都尚未完工，园区内杂草丛生、一片荒芜。

古城古镇为何批量涌现？北京旅游学会理事刘思敏告诉记者，曾经历史文化旅游局限于参观文物和名胜古迹。平遥古城、凤凰古城、周庄古镇、乌镇等古城古镇开风气之先，营造并再现了古典生活场景，让游客更有沉浸感，暗合了“体验消费”的新风尚，取得良好的经济效益，引得不少地方争相效仿。

刘思敏还表示，“2016年住建部等部委鼓励各地培育特色小镇，一些地区不顾自身情况跟风上马，很多缺乏经验的地产商也想分一杯羹。”记者发现，2018年，国家发改委对全国特色小镇进行测评，419个“问题小镇”被淘汰整改，其中许多是以仿古为特色的小镇。

千镇一面让人审美疲劳

“各种古镇就像复制粘贴的，相似度高达99%。”北京的宋宁是历史爱好者，每次出差都会顺便逛逛当地的古镇，感受风土人情。但这几年，她渐渐开始“审美疲劳”：粗糙的仿古景观大同小异，一条石板路两边挤

满了商铺，臭豆腐、大鱿鱼、竹筒奶茶是标配，“想你的风”到处乱吹……宋宁觉得，比起古镇，这些地方更像是夜市和商业街。

正在读大学的关靓对此也有同感。几年前，关靓和家人在西安大唐不夜城观看了“不倒翁”的演出，觉得非常新颖。后来，她发现家乡所在省份也建起了好几个“不夜城”，推出了类似“不倒翁”表演。“不仅商铺和小吃千篇一律，就连演出都玩‘连连看’。”

中国旅游研究院发布的《2024中国古镇旅游发展报告》显示，有51.3%的受访者认为目前古镇之间有一些相似，有38.5%的受访者感觉古镇都很相似，缺乏独特之处。

“公众的文化修养和审美水平不断提升，对旅游产品的要求自然也更高。当下，很多古城古镇项目缺乏历史底蕴支撑，加之定位不清晰，运营方经验不足，跟风效仿不断，导致同质化现象严重，游客自然不买账。”北京联合大学在线旅游研究中心主任杨彦峰向记者表示。

旅游是一种口碑经济，在互联网时代更是如此。事实证明，一座古城如果缺少内核、盲目模仿，哪怕当地宣传得再卖力，网上的分享和吐槽都会直抵游客——前人踩过的坑，后来者大概率不会再踩。多位受访者表示，古城古镇要想发展好，亟须塑造自身的差异化优势。

找准定位 打造差异化优势

在刘思敏看来，目前比较有生命力的

古城古镇可以分为两类。第一类是历史遗留型古城，如平遥古城、宏村古镇等，这些地方历史遗存丰厚，古城风貌保存良好；另一类可以被称为“人造型主题公园式古城”，例如乌镇二期、古北水镇等，一些位于市区的仿古街区也可归入此列，它们一般地理位置优越、产品形态丰富，虽然观光价值并不高，但很适合短途休闲度假。

“很多项目走的是第二条路线，就此而言，选址非常重要。”刘思敏认为，一些古城古镇地处偏远，既不在大城市周边，也不在重要经济带范围内，交通不便让游客出行动力不足。

若想盘活“沉睡”的古城古镇，刘思敏认为，仅靠当地的资本和管理能力可能不够，应考虑引入外部资金，以及更成熟的策划团队和高水平的运维团队，找准古城古镇的市场定位，深入挖掘当地自然资源和民俗传统，依据独有的文化符号，打造具有辨识度的旅游产品。

上海社会科学院城市与人口发展研究所研究员邓智团表示，可采用“产业+小镇”的模式为古城古镇“造血”。他举例称，乌镇以产业思维来运营古镇，引入乌镇戏剧节、世界互联网大会等前沿新颖的大IP，为景区注入可持续发展的不竭动力。

业内人士表示，古城古镇的发展应当“两条腿走路”，一方面要立足文化根基，打造特色品牌，另一方面要用好新技术，培育新产业，解锁新玩法，不断丰富游客体验。唯有如此，才能既不失本色，又焕发活力，成为连接过去与未来的文化桥梁。