

加油卡何以成非法套现渠道

《半月谈》张琴 周思宇 王全超

加油卡本是方便车主预消费的支付工具,却被不法分子异化为套票逃税、洗钱套现的工具。记者调查发现,一些“卡贩子”公然在加油站摆摊设点,或通过线上社群低价兜售加油卡,这些举动背后隐藏着一条庞大的灰色产业链。

加油站旁的“地下交易”

记者在西部某加油站外走访看到,两名女子摆着简易摊位,以95折的“加油优惠”招揽生意。短短2小时内,就有10名车主在此交易,不少车主停车后熟稔地走向摊位拿卡加油。“公司油卡用不完,但需要发票,说白了就是变现。”该摊主向记者坦陈。

更隐蔽的是密码盒无人交易。记者在距离另一加油站不到10米的墙上看到两个密码盒,一旁写着“加油中介”的联系方式。司机只需拨打手机号,即可获取密码取出加油卡,以“优惠”价格加油。记者蹲守约一小时,共有8名司机使用了密码盒里的加油卡。

西南政法大学商学院副教授葛静表示,大宗加油预付卡使用无需记名、流通便捷等特性一定程度上为不法分子提供了便利,企业可借物流运输等名义大量购卡,虚构成本避税,再将油卡交由下游“中介”,以低于市场价的价格向个体司机分销,实现资金回笼。整个过程看似票据齐全,实则

构成“票货分离”与“发票虚开”。

近年来,炼化企业集中地、区域交通枢纽等成为“套票重灾区”,部分犯罪团伙长期盘踞加油站。据湖南省公安厅统计,2021至2024年间,湖南公安经侦部门共办理涉油虚开增值税专用发票犯罪案件86起,抓获犯罪嫌疑人256名,涉案价税合计427.6亿元。

受访人士认为,涉油虚开犯罪动辄涉案数十亿元,不仅直接导致巨额税款流失,还可能与电信诈骗、洗钱等犯罪交织,成为非法资金“洗白”工具。

打击涉油虚开犯罪有三难

记者调查发现,涉油虚开犯罪治理涉及油企、税务、公安、商务委等多个责任主体,从侦查、取证到认定的治理全链条存在堵点,致相关犯罪行为屡禁不止。

——侦查难:套现渠道转至线上,犯罪手段日趋隐蔽。当前,加油卡套现行为更加隐蔽,一些不法分子通过微信群远程交易,查证难度较大。记者在名为“94折先加油后付款2群”微信群“潜伏”发现,该群

成员近500人,日均交易近10笔。司机到加油站后先将定位发至群内,加完油后附上油枪号及消费金额,“中介”通过线上支付的方式先帮司机支付油费,再按94折“优惠”向司机收取费用。

葛静表示,不法分子由此实现“资金线上走、油卡全国流、实体油品就地销”,割裂了资金流、货物流、发票流,给传统监管带来很大挑战。

——取证难:跨部门协作低效,仍存数据壁垒。今年上半年,上海市普陀区人民法院审理了一起以加油卡为销赃工具的掩饰、隐瞒犯罪所得罪的案件。在该案中,犯罪嫌疑人使用伪造的企业材料成功办理加油卡。

受访业内人士称,部分油企“重售卡、轻管卡”问题突出,虽按要求关联了加油卡与使用企业、车辆信息,但未严格执行消费环节“卡-车-人”一致性核验,导致源头防控失效,有的油企甚至“睁一只眼闭一只眼”,为了“做大”销售额而包庇犯罪行为。

此外,由于成品油行业主体多元,涉及生产、仓储、运输、零售等复杂环节,税务发票数据、公安身份信息、油企消费记录、运输轨迹等分散于不同系统,相关部门线索移交、联合执法机制尚未打通,导致追踪全链条证据难。

——惩处难:法律规定相对滞后,违法成本过低。云南财经大学财政与公共管理学院教授袁娇等人介绍,根据我国刑法,虚开增值税专用发票需达到法定情节才能构成犯罪,即虚开的税款数额在5万元以上

才能被认定为虚开增值税专用发票罪。

多位受访人士认为,现有法规对预付卡虚开犯罪缺乏针对性约束,刑事责任认定标准偏高,违法成本过低,惩戒威慑不足。

切断油卡非法套现利益链

受访人士建议,压实油企主体责任,健全源头防控。要求油企推行预付卡“实名制”绑定制度,在消费环节严格核验车牌、持卡人信息一致性,对跨区域消费启用人脸识别。一旦发现异常交易数据,主动上报、配合相关部门监管调查,切断非法套现链条。

针对成品油专项整治“多头管理”问题,袁娇等建议,从省级层面统筹建立跨部门专案组,共享行政许可、质量检测以及预付卡实名信息与使用信息是否对应等数据,由主责部门牵头开展联合整治。探索整合税务、公安、金融、商务等部门数据,搭建涉油企业风险画像系统,借助大数据分析自动预警“高频开票-低物流数据-异常资金流”等可疑行为。此外,在涉油案件高发地区设立税警联合办公点,实现线索实时移交、联合侦查。

葛静等建议,在梳理现有涉成品油违法犯罪法律依据的基础上,会同公安、法院、检察机关研究解决法律适用中的疑难问题,推动出台地方成品油管理条例。同时,降低相关犯罪的起刑点,加大量刑力度,适度提高犯罪分子的违法成本,实现法律威慑力。

网传人工智能被用于“造假式索赔”,记者实测——AI伪造图片竟成“退款神器”

《北京晚报》魏婧

近期,一些消费者利用AI工具制作伪图来骗取退款的行为,被一些电商客服在社交平台上曝光,随即引发热议,AI软件甚至又多了个“退款神器”的名头。

在业内人士看来,伴随相关法律法规的不断完善,此类乱象以及商家一些“无中生有”“拿来就用”的AI滥用行为,应得到进一步规范的管理。

新技术竟用于“造假式索赔”

发霉的水果、破裂的镜子、洒掉的奶茶……记者看到,社交平台上类似被商家披露的案例中,均是购买者对AI软件下达各种指令,声称货品存在质量问题,以此申请售后处理。一些图片中甚至还保留着AI软件的水印,或者痕迹太过生硬,致使造假者未能最终得逞。

那么,如果将生成图片的指令描述得更细致些,再将相应提示水印裁掉,商家能否识别出来呢?记者找到新近购买的商品先拍摄图片,再生成“瑕疵”图,分别发送给



记者拍摄的原图(左)与AI图(右)

商家客服进行实测。

例如,一款通过某旗舰店购买的营养保健品,记者将未开封的纸盒包装产品竖立放置,拍摄图片并对AI下达指令:“生成封口位置有一处小范围破损的图片,同时保留盒子其他部位信息。”十几秒后得到相应图片。记者联系客服称,包装盒稍有破损,客服在看过图片后称,“可能是运输途中有磕碰,但产品是独立包装,不影响服用,可以提供5元补偿。”

另一款通过某微店购买的一套书籍,记者拍摄其中一本的封底,要求AI生成“右上角位置轻微污渍”的效果图片,很快得到一张沾染了小范围黑色霉点的伪图。发送给微店客服后,对方表示“可以给予3元补偿或退换货”。

事实上,因为封底有较多文字,细看所生成的AI图片,相较原图的文字,呈现出一种颜色较淡、仿佛打印机没墨了的断续感。尤其在生成“污渍”的周边,涉及的字迹也跟着变得模糊一团。但尽管有诸多疑点,客服仍未提出异议。从记者实测结果来看,如果图中没有明显的AI水印,商家基本无法辨别图片真假。两次测试中,记者均婉拒了客服的补偿方案,商家没有实际损失。

遭“碰瓷”的店铺以中小商家为主

“这种生成AI伪图以‘薅羊毛’的现象,是近几个月才出现的,确实已有部分商家遇到过。”互联网与数智化专委会副主任、上海光明(合肥)律师事务所律师涂攀跃说。

据他观察,目前遭遇“碰瓷”现象的商家,多集中于小额生活用品、生鲜食品等类别。“以中小商家为主,因为金额较低、数量也不大,还没有正式立案,基本停留在咨询讨论阶段。”

记者发现,自从今年多个主流电商平台调整售后政策以来,“仅退款”从形式上已不再默认可选。不过,平台仍支持买家与卖家在协商一致后,不用退货只退款。对一些低价商品以及生鲜食品等,不少商家遇到质量问题往往习惯于直接退款或重新补发,至少会给予一些返款“补偿”,这就给了别有用心者“薅羊毛”的可乘之机。

什么样的群体会做这种事情呢?涂攀跃告诉记者,一是“羊毛党”,二是职业打假索赔群体中的入门级“小白”——看到AI技术很火,就催生了占小便宜的歪心思,在其“圈子”内部,也被视作“不入流”的行为。

中国消费者协会律师团成员胡钢称,个别消费者甚至职业索赔人,通过AI伪造商品图片、开箱视频等骗取退款,商家有权要求返还并赔偿损失。更有甚者要求商家进行“退一赔三”“最低千元”等惩罚性赔偿,就属于一种违法行为,若涉案金额或次数达到标准,还可能涉嫌诈骗罪或敲诈勒索罪,承担刑事责任。

不过,从实际经验来看,涂攀跃分析AI造假索赔只是一种短期现象,是个别消

费者的特殊行为,尚不具有普遍性。记者注意到,在一些相关讨论帖的下方,已有商家支招称,会让一些疑似“碰瓷”买家,拍摄某特定场景角度的视频,受目前技术所限,此举可以识别出那些经AI加工的画面。

解决“哪些内容是生成的”问题

尽管数量不多、发展空间有限,AI用于“薅羊毛”的现象,再次引发人们对平台经济消费场景下,AI生成内容滥用的关注。

记者注意到,“造假式索赔”乱象出现前,消费者对于商家AI广告图铺天盖地的应用诟病已久。尤其在农产品、服饰服装等非标准化产品领域,完美AI商品图的背后,是到货后的一言难尽。

为规范AI发展问题,自9月1日起,《人工智能生成合成内容标识办法》已正式实施,这被视作我国对人工智能生成内容的治理,从框架原则到规则细化的转变。涂攀跃认为,该《办法》重点解决了“哪些内容是生成的”“是谁生成的”“怎么生成的”等关键问题,无论商家、平台还是用户,都应该尽快对标学习。发布AI生成合成内容的,应主动声明并使用平台提供的标识功能进行标识,任何人均不能对标识进行删除或篡改。

虽然该办法没有直接就不进行AI标注的法律后果进行明示,涂攀跃结合《中华人民共和国网络安全法》《生成式人工智能服务管理暂行办法》等法律法规分析,总体而言,对于服务提供商及平台,未履行AI标识义务,将面临较为严重的后果,如关闭网站、吊销执照、罚款等。而对普通用户,管理上更倾向于敦促整改,但AI滥用严重的,会采取下架、限流、封禁等举措,如侵权还可能要承担民事责任。