

灭火器质量岂能“量身定制”？

上海闵行：办案同时对高层住宅小区消防安全等领域开展重点监督

□本报记者 潘志凡 通讯员 杨莹莹

新闻眼

◆国家要求干粉灭火器磷酸二氢铵含量75%，涉案公司为降低成本，部分灭火器只添加30%的磷酸二氢铵。该公司还会根据采购单位的“身份背景”来决定灭火器的质量。

◆除承担刑事责任外，涉案公司和施某某等5名公司管理人员还被责令在国家级媒体上公开赔礼道歉，召回已销售的6800余具不合格灭火器，承担24万元的赔偿责任及灭火器检测费用。

◆闵行区检察院针对伪劣灭火器开展专项监督，向相关行政机关、属地街镇、物业公司等制发检察建议，助力排除安全隐患点位900余处。



（漫画由AI生成 易得香制作）

表人施某某。经查，该公司成立于2005年，专做灭火器的生产、销售生意。施某某作为公司法定代表人、股东，主要负责公司经营、灭火器销售等业务。马某甲作为公司厂长，负责灭火器生产等事项。季某某、马某乙二人则分别保障公司后勤，协助管理生产等。

施某某到案后供述，他与其他三人合谋，将劣质干粉灌入罐体，“国家要求灭火器干粉里磷酸二氢铵含量75%，我们只用30%。成本降下来，利润才能‘飞起来’。”他交代，工厂成立初期，由于没有混合搅拌机，他们就将购买来的干粉灭火器原材料直接放入灌装机，灌入瓶体，再进行贴标、装箱、售卖。

办案过程中，检察官了解到，因为该公司的生产模式属于订单式生产，所以施某某等人还会根据采购单位“身份背景”来决定灭火器的质量。比如有些采购单位是政府机构、交通部门，施某某就不敢把不合格的灭火器销售给对方。而有些采购单位是住宅小区的物业公司或者小型单位，施某某就让手下将合格灭火器和不合格灭火器混合在一起销售。由此，上海某消防设备有限公司批量生产的不合格灭火器不断流入市场，其中包括住宅小区、酒店、医院等人流密集的地方。

累计生产销售伪劣干粉灭火器6800余具

2024年12月，案件移送闵行区检察院后，检察官引导公安机关全面查证涉案公司的生产、销售情况，对涉案公司在上海市销售的部分产品进行抽检，并依法调取该公司的生产销售台账、银行流水、行政处罚记录等客观书证。

“不能只算刑事账，更要算好公益账。”在梳理刑事案件证据时，检察机关同步启动民事公益诉讼审查程序，发现该案可能存在危害公共安全、侵害社会公共利益的情况。随后，该院刑事检察部门将涉伪劣灭火器的公益诉讼线索移送至公益诉讼检察部门。

为了查清犯罪事实，闵行区检察院对涉案公司售卖伪劣灭火器的情况进行深入调查，并委托专业机构对10

个批次的灭火器进行抽检，为定罪量刑和公益索赔提供证据。抽检结果显示，其中5个批次的干粉灭火器磷酸二氢铵含量只有30%，不符合75%的国家标准。

由于涉案公司存在真假灭火器混卖的情况，无法通过其销售台账对犯罪数额进行全额认定。依托前期公安机关以及该院的抽检证据，闵行区检察院在确定具体不合格批次后，一方面，在现有销售台账基础上，计算能认定部分的犯罪金额；另一方面，引导公安机关走访调查专门销售灭火器的一级经销商、二级经销商等，结合涉案公司生产销售情况，追加涉案犯罪金额，为后续定罪量刑提供有力支撑。

经查，2021年至2023年，涉案公司累计生产销售伪劣干粉灭火器6800余具，涉案金额24万余元。

随着案件调查的深入，检察官发现，涉案公司此前曾因生产不合格产品，多次受到行政处罚。为何多次行政处罚仍难以对涉案企业起到震慑作用？

“唯有严惩企业实体，才能从根本上斩断‘屡罚屡犯’的恶性循环。”检察官认为，涉案公司内部组织架构较为松散，但生产销售伪劣产品的活动是由公司股东共同实施的，体现单位意志，受益对象也是单位。“施某某等5名公司管理人员共同策划实施造假行为，利益尽归公司。以单位犯罪认定，更有利于对涉案公司进行刑事惩处，也更能体现罪责刑相适应原则。”“打疼”单位，还要“追尽”主犯。一名漏网的生产主管杨某，也被迅速追捕到案。

排除安全隐患点位900余处

每一分黑心钱的背后，都可能关联着千家万户的生命安危。闵行区检察院发现，全市同类问题频发，单靠办案无法根治，还需推动系统性治理。

该院通过检察监督与人大监督“双向联动”破局。“我们一方面对接市人大代表，定期汇报案件进展与监管难点，撰写分析报告；另一方面，与市人大代表一起梳理症结，将个案经验提升为政策建议。”该院公益诉讼检察部门检察官告诉记者，今年的上海市

两会上，市人大代表由岫提交了《关于对企业生产销售劣质灭火器加强监管的建议》，提出公示监督抽查及处罚信息、健全协作机制等精准举措，直指监管薄弱环节。目前，该建议已得到相关职能部门回复。职能部门表示，对生产伪劣灭火器企业进行重点监督并加大处罚力度，及时公示灭火器监督抽查及处罚信息，健全打击制售伪劣灭火器的协作机制，并持续强化联动协作，开展专项整治。

2025年6月4日，闵行区检察院以涉嫌生产、销售伪劣产品罪对该案提起公诉，同时提起附带民事公益诉讼。6月25日，法院以生产、销售伪劣产品罪判处被告人施某某等5人二年至八个月不等有期徒刑，各并处罚金。法院对闵行区检察院提出的民事公益诉讼请求全部予以支持，判令涉案企业及施某某等5人在国家级媒体上公开赔礼道歉，召回已销售的6800余具不合格灭火器，承担24万元的赔偿责任及灭火器检测费用4.1万元。截至目前，民事判决部分已全部执行完毕，消防安全隐患已消除。

10月13日，针对该案暴露出的监管问题，闵行区检察院向涉案企业所在地职能部门制发检察建议，提出加强对辖区内消防产品生产、销售企业的监管，健全消防产品重点企业动态监管清单，提高日常巡查频次以及第三方抽检比例。此外，还建议相关职能部门完善与消防、公安等部门的协作机制，对跨省市生产、销售伪劣消防产品的，应及时将线索移交至上下游关联地监管部门。收到检察建议后，涉案企业所在地职能部门表示，将认真整改，强化消防产品全流程监管，切实维护消防安全和城市运行安全。

与此同时，在上海市检察院指导下，闵行区检察院还针对伪劣灭火器开展专项监督，特别是针对高层住宅小区消防安全等领域开展重点监督。截至2025年10月，该院已经督促相关部门对全区所有街镇进行排查，涵盖40多个住宅小区、2个园区、4个商场、1个体育场馆，向相关行政机关、属地街镇、物业公司等制发检察建议，助力排除安全隐患点位900余处。

功能越多，这些电子产品就越背离设计初衷——儿童电子产品不是用来社交和获取流量的工具，而是确保安全和辅助学习的产品。

儿童手表引发的“圈子”闹剧必须叫停

法眼观察

□石佳

当下，不只是成年人有自己的社交圈，不少孩子也有自己的“手表”圈子。某品牌生产的儿童手表本该只用于定位、通话，如今却成了不少中小學生眼中的“社交硬通货”：加好友、冲点赞、买“靓号”、卖“高粉”账号，甚至衍生出代养号、刷赞、账号租赁等产业链（据11月12日封面新闻）。

有别于其他儿童手表，某品牌儿童手表在社交功能设置上颇费了些心思。该手表设置了独特的“碰一碰”加好友、“点赞刷榜单”等功能，孩子要想融入“手表”圈子，就必须购买该品牌手表。也许有人认为，为抢占市场份额，商家对产品进行“独家设计”，进而增加用户黏性，无可厚非。但事实上，上述功能让无数孩子沉迷其中：为“起号”花费大量时间，用点赞数量衡量“圈内地位”，甚至做起“养号”“卖号”生意……“手表”圈子交来的不是现实生活中同悲喜、共冷暖的知己，而是靠虚荣攀比、挥霍金钱得来的虚拟朋友、“数字朋友”。在这样的背景下，不论这一功能设计的初衷是什么，单凭这个“手表”圈子给孩子传递的不良交友价值观，该功能就应当被叫停。

况且，既然专门生产儿童电子产品，商家在产品之初就应当恪守保护未成年人的注意义务，这不仅是道德约束，更是法定责任。未成年人保护法明确规定：“网络产品和服务提供者不得向未成年人提供诱导其沉迷的产品和服务。”《未成年人网络保护条例》也明确提到“不得设置以应援集资、投票打榜、刷量控评等为主题的网络社区”。某品牌儿童手表的“点赞刷榜单”等功能很容易让孩子为“刷榜”沉迷，但它却未设置有效的防沉迷机制，也未加设监护人监管的强制权限。再说其榜单排名功能，虽与常见的网络“投票打榜”有所不同，但其背后的排名逻辑、竞争模式与“投票打榜”基本类似。商家把这套功能引入儿童手表中，明显未尽到未成年人保护义务。

随着产品迭代升级，当前市面上的儿童手表、学习机等电子产品不断“加料”，功能越来越丰富、繁杂。然而，功能越多，这些电子产品就越背离设计初衷——儿童电子产品不是用来社交和获取流量的工具，而是确保安全和辅助学习的产品。某品牌儿童手表暴露出的问题只是冰山一角，要防止此类问题在其他儿童电子产品中重复上演，必须重新明确产品定位，从设计源头加强监管，及时扫除儿童电子产品防沉迷系统的“盲点”。

此外，也要告诉孩子们：争排名、刷数据的“手表”圈子都是虚的，性情相合、志趣相投的身边人才是真正的朋友。与其把时间耗在虚拟的“手表”圈子上，不如回归现实生活中的朋友圈，收获成长路上真正的良师益友。

（法眼观察栏目欢迎读者朋友投稿。投稿邮箱：pingleun109@jcrb.com）

快递面单“福利”广告套路深

□本报记者 周蔚 通讯员 刘作城 方宇翔

“扫码抽水杯”“先别拆、领红包”……在快递包裹外张贴的快递面单上，类似的“福利”信息不胜枚举。然而，这些印在快递面单上的“福利”广告却充满陷阱。

江苏省滨海县的杨先生就曾踩中“二维码陷阱”。2024年的一天，在收到网购商品后，他随手用手机扫了面单角落的二维码，手机屏幕瞬间跳转至某“优惠”页面，“充100得200”的滚动字幕顿时吸引了他的注意力。“反正每月话费都要交……”杨先生滑动着页面上不断弹出的“限时优惠”倒计时提示，拇指按下支付键。100元转账成功！可第二天话费，账户竟一分钱都没有多，仔细翻找，他才注意到充值页面底部细若蚊足的活动规则，原来自己还需关注公众号，每个月手动领取20元，连续10个月，当月逾期未领就会被视为放弃。

“我以为这是快递公司的活动，没想到变着法儿骗我们消费！我上个月忘了领，20块钱直接打了水漂。”杨先生说。和杨先生有相同经历的人不在少数，有多名老年消费者向江苏省滨海县检察院反映受骗。为此，该院于2024年12月进行行政公益诉讼立案调查。

这些二维码小广告中有什么玄机？办案检察官决定扫一扫。办案检察官将手机对准快递面单上的“扫码领茅台酒”二维码。随着“嘀”的轻响，页面跳转至抽奖的“大转盘”，点击“抽奖”，随即就显示：“你太牛了！恭喜获得整箱白酒！”按照页面提示，办案检察官填写了家庭地址及电话后，次日就接到酒水销售人员的电话，称只需支付398元运费即可得到抽中的1箱白酒，货到付款……

办案检察官又进行多次扫码，发现扫码后面页面往往会弹出“0元购”“限时充值优惠”等链接，要求消费者填写手机号、身份证号等个人信息，或诱导充值所谓“会员费”，甚至跳转至山寨购物平台……

“所谓的‘福利’根本就是商业‘套路’。”办案检察官对记者说。那么，是谁在投放广告？又为何能堂而皇之地出现在快递面单上？办案检察官决定前往物流园区一探究竟。

“我们完全不知情！这些二维码不是我们添加的。”一个电商商家表示，其长期使用某第三方打单软件，从未主动设置广告内容。办案检察官现场测试发现，当商家使用某网络科技公司开发的打单软件打印快递面单时，系统会自动嵌入二维码广告，且商家无法干预内容。

结合前期调查的情况，办案检察官继续走访各快递公司负责人，并查询某网络科技公司信息，证实上述广告并非消费者所购商品的商家添加，而是来自相关打单软件，通过快递面单印刷系统“搭便车”混入包裹。

为整治这一新业态下的乱象，滨海县检察院通过调查，厘清电商平台、平台商户、打单软件开发企业等主体的责任。2025年1月，该院向市场监督管理部门制发检察建议，建议加强对快递面单广告的监管。

市场监督管理部门收到检察建议后，根据检察机关提供的线索，对快递企业、快递收发点开展监督检查。针对电商平台、软件提供者等异地违法经营者，市场监督管理部门将线索移送所在地市场监督管理部门，并将普遍性问题向上级行政机关汇报，提请多方协作解决问题根源。

2025年2月，滨海县检察院邀请市场监督管理部门工作人员、各快递公司负责人、部分平台商户召开磋商会。经讨论，由市场监督管理部门向县城12家快递企业、相关快递驿站经营者逐一发放《防范虚假广告提醒函》，责令县城38个较大网络平台的商户采取措施消除或遮盖虚假广告。

同时，一位关注该问题的盐城市人大代表根据滨海县检察院的调研报告，撰写代表建议，在该市两会上提出。6月23日，盐城市市场监督管理局对建议进行答复称，将严格履行监管职责，持续加强执法检查，深化源头治理，强化宣传指导，协同相关部门净化广告市场环境。

“近日，我们回访发现，辖区快递面单上的二维码广告明显少了。”办案检察官告诉记者，“新业态的治理需要凝聚多方智慧，切实守住百姓‘钱袋子’是我们不懈的追求。”

与法治同行 与时代共进

2026年《检察日报》征订工作正在进行中

全国各地邮局均可订阅

邮发代号：1-154

全年订价398元

广告