

# 十里芳堤“夜市”火热后褒贬不一 多部门进行整治

近日，“十里芳堤夜市”成为许多无锡市民热议的话题，热闹的“夜市”也给周边环境带来了负面影响，鼋头渚景区联合多部门对该“夜市”进行整治。为何“夜市”会在十里芳堤自发聚集起来？为何大家对其褒贬不一？9月4日，记者到十里芳堤进行了探访。

有网友认为，十里芳堤“夜市”的出现丰富了无锡的夜生活，让无锡的夜晚更具有市井生活的烟火气；也有网友认为，自发形成的“夜市”搞得路面油腻无比、垃圾成堆、交通拥挤，破坏环境的同时给夜跑、赏景的市民们造成了困扰，希望有关部门予以取缔；还有网友称，在夜市花20元买了一杯西瓜汁却喝得食物中毒，夜市食品安全令人担忧……

根据记者调查，在8月25日前后，零星星星有几个小摊贩在十里芳堤摆摊，有人将相关视频发布到了抖音、小红书等平台后，大量商户与网红聚集到十里芳堤摆摊并拍摄视频发布，吸引许多市民及周边城市的游客纷纷前来打卡“凑热闹”。经过8月26日、27日周末两天的发酵，“十里芳堤夜市”突然火爆，短短几天内，摊位已经从几个猛增长至几十上百个，占据道路超1公里。

## 快评

近年来，无锡正大力发展夜经济，但是经济的发展不该以牺牲环境为代价。无锡人渴望夜生活，渴望夜市带来的人间烟火气，但同样需要一个干净整洁、美丽和谐的城市。夜市

## 擅自制售茅台咖啡 城区一咖啡店“翻车”被罚

9月4日，贵州茅台与瑞幸咖啡推出的联名咖啡“酱香拿铁”正式开卖后，冲上热搜榜，一度成为朋友圈的“顶流”。然而，这样的跨界联名，可能任性、随意玩，否则可能涉嫌侵权。昨天，梁溪区市场监管局披露的一起“茅台咖啡侵权案”中，当事人就因擅自制作茅台咖啡而“翻了车”。

去年2月底，城区一家咖啡店推出的一款“茅台拿铁”，在小红书平台上走红，吸引了不少消费者慕名前去“打卡”。同年3月1日，梁溪区市场监管局发现相关线索后，赶到现场进行检查。经检查，执法人员发现，该店主营咖啡和美妆服务，店内设有“专属特调茅台咖啡53°”“咖啡天花板53°”“飞天茅咖”等宣传牌，在售的“茅台拿铁”售价为128元一杯，由8克53°茅台酒与350毫升的拿铁咖啡混合制成，杯身外包装上有“茅台”字样以及茅台酒包装高度近似的杯套。

在接受调查时，该店负责人无法提供该地址的食品经营许可证以及“茅台”商标权利人——中国贵州茅台酒厂(集团)有限公司的授权材料。

既然如此，该店为何要推出这



整顿前

4日晚，在十里芳堤，原本干净整洁的彩绘樱花大道满是油渍以及车胎印，在道路两侧及垃圾桶边堆放了大量的餐饮垃圾。环卫清洁车仍在对道路的顽固油渍进行清洁，鼋头渚景区正联合城管等多个职能部门开展集中整治工作，并向现场的市民、摊贩等发放告知书；直至晚上9点多，仍有大量市民、游客前来。

记者在现场采访了数十位市民、游客，无论是原本就习惯夜间到十里芳堤赏景、运动的市民，还是特意来夜市而来的游客们，大家对于夜市的看法出奇地一致：夜市很好，但是不该出现在十里芳堤，

摊位的经营者们应当提高经营素质，自觉维护摊位周边环境，不能因图谋私利而损害公共利益；政府各职能部门也要加强对夜市经济的建设管理：一方面，由相关单位牵头建设夜市摊

位聚焦点，避免自发形成的夜市引发混乱；另一方面，各相关部门要加强对夜市食品安全等问题的监管，构建相应的准入机制，避免良莠不齐损害夜市经济的长远发展。(虹生)

款饮品呢？对此，该店负责人称，2021年底，他看到市场上有“茅台冰激凌”在售，为了吸引消费者，他萌生了制作“茅台+咖啡”的“创意”。随后，他购买了茅台酒、仿照茅台酒瓶身包装定制了咖啡杯套，以“8克53°茅台酒+350毫升的拿铁咖啡”的“配方”在店内制作茅台咖啡销售，并在店内以及抖音、小红书等社交软件上进行宣传，直至案发。

经查，截至案发，该店在未领取食品经营许可证的情况下，共销售咖啡等食品货值金额合计8378.15元(未缴税)。其中，在未取得中国贵州茅台酒厂(集团)有限公司商标授权的情况下，销售标称“53°飞天茅咖/拿铁生椰茅咖”21杯，非法经营额为2728元。

更不该像如今这般弄得遍地狼藉。市民赵女士说：“夜市挺好的，就是缺少管理，卫生很差。”

正在现场开展整治行动的无锡太湖鼋头渚旅游集团有限公司安全质量部负责人吴先生告诉记者，十里芳堤“夜市”聚集形成后在交通安全、食品安全、生态环境、市容市貌等多个方面都引发了问题。“我们今晚主要是到现场进行告知，从9月5日起，景区将联合公安、交警、城管等部门对在景区内违法设摊经营的行为进行整治，对不服从管理、拒不配合的将依法追究相关责任。”

(晚报记者 虹生/文、摄)

作出了罚款的行政处罚。

## 提醒

### “跨界联名”食品 应规范标注

执法人员表示，为了提高商品的人气，不少品牌推出了“跨界联名”的创意商品。但是，在推出这类商品时，一定要经过相关商标权利人的授权。同时，在制作“跨界”食品时，应当严格按照食品安全相关规范要求，避免发生食品安全风险。如果在食品标签或食品说明书上特别强调添加了或含有一种或多种有价值、有特性的配料或成分，应标示所强调配料或成分的添加量或在成品中的含量，否则，可能涉嫌误导消费者，将承担相应的法律责任。

需要特别提醒的是，对于含乙醇类饮品，经营者还应在包装上标明酒精浓度、“过量饮酒有害健康”的警示语、“产品含有酒精，未成年人、孕妇以及酒精过敏者勿食用”的提示，并在显著位置张贴“禁止向未成年人售酒”的标志。

(刘娟)

## 一年发展会员3万余人 “欢乐豆”背后 藏传销陷阱

受邀请才能成为会员，每天可“躺赢”溢价，如升为“星级”会员，更可按层层收取收入翻倍……靠着“每天增收2%”的“新概念”理财，在短短一年内发展会员3万余人，涉传销资金达1000余万元。日前，滨湖检察院对许某某以涉嫌组织、领导传销活动罪依法提起公诉。

### 网上商城“借力”传销

2021年6月，许某某在滨湖区租下了一处写字楼，找到技术人员花费数万元开发了一款名叫“欢乐易购”的App，主要从事网络虚拟商品竞拍业务。同年8月，许某某感觉生意不好，便将App改名为“快乐易购”，继续经营。

2021年11月，许某某与涉案人员张某某(另案处理)等人开展合作，约定由许某某负责平台运营，张某某等人发展会员，平台出售原始单的收入双方按照6.5:3.5比例分成，出售平台虚拟币“欢乐豆”的收入按照6:4比例分成，并将上述App名称更名为“华夏商城”，开展非法网络传销活动。

该平台入场条件非常严格，会员加入时须有上线推荐，并用平台内会员才能生成的邀请码注册。该平台设置虚拟货币“欢乐豆”，会员想要竞拍虚拟商品，必须先向上级人员或平台购买“欢乐豆”才能交易。购买虚拟商品24小时后，会员就可根据平台设定，每日加价5%将商品溢价转售赚差价获利。其中2%属于“静态收益”，为会员获利部分，2%是平台通过“欢乐豆”形式收取的“手续费”，剩下1%是“动态收益”即团队奖励，必须通过拉人头才能获取，以“欢乐豆”形式在会员中进行分配。会员级别越高，获取的动态收益比例就越多。会员级别从普通会员到五星会员分为六级。各层级达成条件与团队奖励的分配模式也是层层递增。

### 无法承受泡沫最终崩盘

2022年3月，平台无法承受越来越多的泡沫，最终崩盘。2022年5月6日，民警将许某某、张某某等人一一抓获归案。到案之初，许某某一直辩称因为自己商城的虚拟商品是可以进行交易的，已经引入实体商品可进行积分兑换，拒不承认构成传销犯罪。但面对海量聊天、转账记录等事实证据，许某某终于承认经营该网上商城属于传销行为，愿意将非法获利作相应退赔。

经审查查明，该网上商城App现有会员总数3.7万余名，根据邀请关系生成的会员层级关系图最大层级达50层，涉案传销资金1000余万元。

检察官提醒，新型传销组织依托虚拟网络，以“电子商务”“电子币”等为幌子，以快速致富为诱饵引诱发展下线牟利，借助互联网工具打破地域与亲友关系限制，传播速度更快，范围更广，被查处后还可能推出改头换面的变种逃避进一步打击，值得公众警惕，如遇“天上掉馅饼”式的致富捷径，不能轻易上当，而要第一时间报警处理。(晓城)