

今日威海

我们就在您身边

齐鲁晚报 2017.7.11 星期二 读者热线: 96706

走私烟吞金:原本20多元/条,烟民买花百元

警方斩断一条香烟走私销售链条,一个不起眼的末端分销人能买通小区保安

本报威海7月10日讯(记者 陶相银 实习生 李沐熹 通讯员 孙天胜) 电话订货,网银转账,物流发货,一条原本二三十元的韩国“爱喜”烟经过烟贩子层层加价,从广东中山市到威海,再到烟民手中已是每条百元。今年,环翠警方再次破获一起特大走私香烟案,涉案三人因涉嫌非法经

营罪将被公诉。今年1月5日,威海市烟草专卖局向公安环翠分局移交一条线索——市区经营商店的秦某通过物流接收大量走私香烟。当天,民警抓获秦某,在他的店、仓库及家中查获韩国“爱喜”香烟1000余条。秦某贩卖走私香烟的事实很快调查清楚:从广东中

山市的陈某手中购进香烟,每条加价两三元卖给刘某、姜某等5名下线,这5人有商店主,有经营烟酒行或者喜铺的。民警多次赶赴中山市,4月份抓获秦某的上线陈某,陈某的上线李某也被抓获,同时查获大量走私香烟。陈某的另一名下线——青岛的王某也落了网。

经查,陈某和秦某、李某和王某之间,均通过电话或网络订货,通过网银转账,由陈某在中山市通过物流将走私香烟发往威海、青岛。李某和陈某之间的交易隐蔽一些,每次是李某驾车到陈某处直接“装货”,交易也是通过银行转账或现金交付。这种走私韩国“爱喜”香烟,从走私团伙手中销售时

每条20元左右,经过“层层扒皮”走向市场。本案中,李某以每条不足40元的价格“进货”,以每条41元卖给陈某,陈某每条加价2元卖给秦某,秦某每条加价5元卖给下线,到烟民手中已卖到了每条100元。李某、陈某、王某因涉嫌非法经营罪被逮捕,目前检察机关正向法院提起公诉。

案情解读

走私贩子能量大 买通小区保安守门报信

走私烟网络庞大,盘根错节。本案只是走私网络中的一小支且处于网络最末端。

比如陈某,他早就贩卖走私香烟,2015年6月因贩卖走私香烟构成非法经营罪被中山市第一法院判处有期徒刑一年六个月、缓刑两年,今年4月份落网时正处于缓刑期。抓获陈某,民警还查出他的另两名上线,这二人已被安徽、河南

警方抓获。李某在本案中处于走私香烟贩卖网络的最高点,但现实生活中他不过是打工者,贩卖走私香烟是他的一个工作而已,他是这个庞大走私网络中的小鱼。他的上线与他交易极隐蔽:一辆无牌面包车不定时到李某处送走私烟,双方从不通过电话、网络订货,从来都是现金交易,李某不知道对方姓名和

联系方式。李某算不上“大佬”,但已够厉害。民警租用一辆海南牌照轿车到他的小区排查,刚转了两圈就被他察觉。民警事后才得知,李某早就买通小区保安:一旦有陌生人或陌生车辆进入,保安立即向他通风报信。李某一家人在家,民警敲门就是不开门,当地派出所民警找

来消防队员破拆房门,李某一家六口被堵家中,此时李某躲进了床底。我国法律规定:国家对烟草专卖品的生产、销售、进出口依法实行专卖管理,并实行烟草专卖许可制度。外国香烟通过非法渠道进入我国市场贩运、销售,若达到价值5万元以上,可被追究非法经营的刑事责任。《烟草专卖法》、《烟草专

卖法实施条例》规定,无烟草专卖批发企业许可证的单位或者个人,一次销售卷烟、雪茄烟50条以上的,视为无烟草专卖批发企业许可证从事烟草制品批发业务。《国家烟草专卖局关于规范异地携带卷烟管理和携带证使用的通知》规定:“如个人乘坐车、船、飞机等交通工具,跨地(市)携带卷烟的最高限量为每人每次1万支(50条)。”

今日威海C叠4版 本版编辑:高洪超 美编/组版:邵舒瑾

预售证号: 威海预售证字第20170226号

无理由退房

恒大·海上帝景

滨 | 海 | 湖 | 居 全 | 能 | 生 | 活 | 城

灵动小户型 度假新体验

大城已现 遇见海岸

建面约 **41~78m²** 新品加推 多元空间 带装修交付

世界500强匠心打造 环翠百万方综合生活城

- 雄踞环翠 尽享繁华
- 双主干道 畅行无忧
- 三大公园 富氧人居
- 主题园林 阔景内湖
- 恒大影城 视听盛宴
- 休闲会所 恒温泳池
- 风情商街 便利生活
- 恒大酒店 筑城名片

恒大集团 世界500强

0631 3572999

项目地址 威海市环翠区海滨中路与胶州路交会处向南

开发商: 威海华府置业有限公司 营销代理: 整合推广: CCAD朗奕广告



温馨提示: 1. 标准地名: 海上帝景小区。2. 本项目注册名为海上帝景小区,推广名为威海恒大海上帝景,商品房预售证号、房号以政府相关部门文件确认为准。3. 本广告相关内容、图片均为项目所做的示意图,仅供参考,最终以政府有关部门批准的文件、图则为准。经政府批准的详细规划已在销售现场公示,敬请查看。后期因规划及设计方案调整导致信息变化的内容,我司将按照政府要求进行公示。4. 本广告对项目的环境、交通、公共设施、各种产品及文字介绍,旨在提供相关信息,不意味着本公司对此作出了任何承诺。5. 本模型仅为户型结构示意,相同户型单位因楼栋、楼层、单元不同,局部结构、面积等可能有所不同,其中所列因素可能会对部分房源造成采光、通风、视线等方面的影响。6. 本广告为要约邀请,买卖双方权利义务以双方签订的《商品房买卖合同》为准。8. 本广告2017年7月11日启用,相关内容如有更新,请以最新资料内容为准。