

“专特供”酒禁而不绝，都被谁喝了？

“内供”“特供”假酒为何屡禁不绝？原因在于侵权假冒的犯罪成本与酒企维权和执法成本之间存在不平衡的矛盾。希望政府部门加大对制售假冒伪劣商品的打击力度，出台相关法律法规，切实保障消费者的合法权益。

本报记者 张瑜宸 发自北京

春节期间，大家有没有喝到所谓的“内供”“特供”酒？

近期，公安部公布了5起非法制售“特供”酒典型案例，引发了社会的广泛关注。其中，“重庆武隆‘5·21’特大制售假‘特供’酒案”被多家媒体重点报道。

据披露，该案查扣标有“中央国家

机关特供三十年陈酿”“国务院机关事务管理局机关服务专用酒”等标识的假酒27种9000余瓶、包材85万余件，销售金额达2000余万元，全案案值约1亿元。

一时间，有关非法制售“特供”“专供”假酒的话题再次进入公众视野。

“专特供”假酒为何屡禁不绝？

《华夏酒报》记者通过梳理相关案件细节后发现，“重庆武隆‘5·21’特大制售假‘特供’酒案”时间跨度大、地域范围广，参与人数众多，涉案金额巨大，已形成一条完整的制假售假地下黑产网络，涵盖“货源组织、员工培训、库房管理、活术营销、收款发货”等全过程，呈现出团伙化、专业化、职业化的特点。

“该团伙深知‘特供’‘内供’‘专供’酒是非法产品，会精准定位目标人群，将中年、男性、社交需求高等特征的人群作为重要潜在用户，通过各种手段获取联系方式后，再运用精心设计的术语通过电话、短信、微信等方式进行销售，隐蔽性非常强。”重庆武隆区公安局食品药品和生态环境犯罪侦查支队政委曾光在分析案件时指出，他们抓住部分消费者的虚荣心，打造“私人订制”剧本。不少消费者购买后还下意识地隐瞒产品来源渠道，彰显自身的“神通广大”。

除此之外，扫描包装上的二维码还能扫出产品名称和价格，也让不少消费者对买到的假酒深信不疑。但其实，所谓的防伪扫码，都是犯罪团伙创建的链接。

可以说，此类犯罪已与虚假宣传、商标侵权、互联网售假、危害食品安全及非法印刷等行政违法行为为交织关联，严重侵害了消费者的合法权益，扰乱了正常的市场秩序，必须依法查处。

但事实上，早在十几年前，国家层面就已出台相关规定，明令禁止特供与专供酒的存在。

据公安部食品药品犯罪侦查局有关负责人介绍，2013年3月，国务院机

关事务管理局等5部门联合下发《关于严禁中央和国家机关使用“特供”“专供”等标识的通知》，严禁中央和国家机关各部门及所属行政事业单位使用、自行或授权制售冠以“特供”“专供”等标识的物品。

2013年12月，原国家食品药品监督管理总局下发通知，要求酒类企业不准生产标注有“特供”“专供”“专用”等字样的白酒。

2020年9月，国家市场监督管理总局组织开展清理整治网络销售和宣传“特供”“专供”标识商品专项行动；2022年7月，中央军委后勤保障部、公安部等6部门联合发布《关于禁止销售“军”字号烟酒等商品的通告》，明确网上网下销售的“特制”“接待”“内招”以及“军供”“军队特供”等标识、字样的商品均系非法产品。

那么，为何这类假酒总是屡禁不绝？

“‘专特供酒’这个名词，在消费者层面已经根深蒂固了。再加上一般推专特供酒、送专特供酒的都是圈层营销，所以整体来说，备受一些圈层和客户的青睐，他们觉得有牌面。”中国食品产业分析师朱丹蓬在接受《华夏酒报》记者采访时表示，最关键的还是信息的不对称。

“专特供酒这块，虽然国家明文规定不允许有这样的推广方式，但是整个监管还相对处于空白，或者存在监管不到位的情况，而超高毛利的驱动是核心原因。”朱丹蓬坦言，尽管相关案件已结，近些年来，政府对酒类行业的监管力度也在不断加大，但是想要彻底根除这一现象，仍然是一场持久战。



新华社发 徐骏图

理想与现实之间的差距

采访中，不少酒业人士都表示，酒类打假，存在理想与现实之间的差距：

首先，制售假冒伪劣酒产品的利润较高，导致一些不法分子不惜铤而走险；其次，部分消费者对假冒伪劣酒产品的识别能力不足，容易上当受骗；再次，一些地区酒类市场秩序混乱，监管不到位，为假冒伪劣酒产品的生存提供了土壤；最后，制售假冒伪劣酒产品的犯罪链条复杂，涉及多个环节和地区，打击难度较大。

贵州岩博酒业有限公司董事长余留芬曾在参加全国“两会”期间，带来有关提案。“人民小酒等中小企业在打击侵权仿冒、保护知识产权方面，采取的还是联合工商等执法部门人力盯梢的传统方式，需要派出大量工作人员蹲守、追踪，不仅浪费大量的人力，还牵扯到企业需要投入大量的财力。”余留芬表示，但实际效果往往并不理想，在追踪过程中，即便将假冒团伙的制假源头打掉，对方依然可以随时更换身份，重新出来进行仿冒。

说白了，侵权假冒的犯罪成本与酒企维权和执法成本之间存在不平衡的矛盾。对此，山东松茂律师事务所律师王文松提出了一些建议：

一是加强法律法规建设。完善酒类法律法规体系，明确酒类生产和销售的规范要求，为执法部门打击制售假冒伪劣酒类产品提供法律依据。

二是强化监管协同。各级监管部门要加强协同配合，形成合力，严厉打击各类违法违规行为。同时，建立健全酒类产品质量安全追溯体系，实现从生产到消费的全过程监管。

三是加大处罚力度。对制售假冒伪劣酒产品的行为，要依法从重处罚，切实发挥法律的震慑作用。

四是提升消费者权益保护意识。通过多种渠道加强消费者教育，提高消费者对假冒伪劣酒产品的识别能力，引导消费者理性消费。

五是发挥社会共治作用。鼓励广大消费者、企业和社会组织积极参与酒类打假工作，共同维护酒类市场秩序。

六是在权衡消费者权益、维权及经营者权益的过程中，针对恶意侵权行为，应施以严厉的处罚。而对于因法律意识淡薄导致的侵权行为，主要采取教育引导的方式。

“酒类打假肯定要维权，否则没有办法建立一个良好的品牌市场，但是维权也要适度。需针对不同主体、不同的侵权情况去区分，这可能既需要市场监管的行政部门，又需要司法部门，中间还需要一支非常专业的维权队伍。”王文松如是说。

在此，我们郑重呼吁广大消费者，在购买酒类产品时，一定要选择正规渠道和知名品牌，不要轻信“内供”“特供”等虚假宣传；同时，也希望政府部门能继续加大对制售假冒伪劣商品的打击力度，出台相关法律法规，切实保障消费者的合法权益。让我们共同努力，明明白白喝酒，喝明白白的酒。

欲了解更多美酒资讯，请关注华夏酒报微信公众号。



中国酒业创新联盟企业展示

牛栏山

美贺庄园 | 中国艺术酒庄

红星二锅头