

## 起底新变种“特供酒”骗局

## 成本60元，卖499元

6月12日，国务院食品安全委员会办公室通报，我国破获一起大型假冒伪劣“特供酒”案。7家电商平台因对平台内销售所谓“特供酒”管控不力将被处罚。

这一通报再次向公众敲响了“特供酒”骗局警钟。不同于以往明目张胆标明的“特供酒”，此次查处的新变种“特供酒”手法更加隐蔽。“新华视点”记者深入追踪，起底新变种“特供酒”造假链条。

## 简单勾兑，深夜灌装

2025年以来，网络直播间陆续出现“京总一号”“备战”“军台”“储备”等系列白酒，外包装印有“特需物资供应”等元素，营造“特供”属性。

近期，市场监管总局与公安部联合行动，破获新变种“特供酒”大案：不法分子刻意避开“特供”“专供”等敏感词，隐晦借用党政机关、军队等专属名称注册公司，并在产品包装上标称为出品方、监制方，让消费者误以为这些酒“来路神秘”“出身不凡”，从而将成本仅60元一箱的假酒，在直播间摇身一变卖到499元，既坑害消费者健康和钱财，还严重损害党政机关和军队形象。

经查，该造假网络的核心操盘手之一为28岁的湖南人杨某。杨某2020年大学毕业后从事白酒销售，熟悉直播带货运作，据此搭建起一套造假售假体系。

为打造“官方滤镜”，杨某精心使用

“京总”“备战”等易关联党政军背景的商标，比如，“备战”酒正面标注五角星图案，背面标注“八一”“献给最可爱的人”；在北京批量注册名称看似正规的“京西特需物资供应（北京）有限公司”等空壳公司，虚构出品、监制主体；在湖南开设多家酒业、传媒公司，用于运营线上店铺、对接直播销售。

这套造假售假模式迅速在业内扩散，多名人员跟风入局。长沙茅味商贸公司陈某拿下“军台”商标合作权，挂靠杨某旗下空壳公司名头用于产品包装宣传。“军台”酒包装和瓶身通体军绿色，瓶身飘带标注“品鉴级，大师手工酿”。

这些直播间里被吹成古法酿造、多年窖藏的所谓酱香“特供酒”，追溯至生产源头，真相令人触目惊心：没有粮食发酵工序，没有储酒周期，仅凭食用酒精搭配香精、水等简单勾兑，短短数小时便能灌装成箱。

被查的3名主要操盘手没有一家自有酒厂，游走在贵州、安徽、山东三省，租借无证车间，挂靠或冒用合规酒厂资质，用最低成本完成生产。为躲避检查，代工作坊昼伏夜出：晚上10点后灌装，凌晨收工。

从成本明细来看，单瓶酒体原料仅靠酒精加水、香精调配，每瓶原液成本2元多，一箱6瓶原液成本不足14元，剩余花费全部投入包装物料，一箱综合成本仅60元，直播间里按“特价”卖到499元一箱。

其余两款产品同样劣质不堪。陈某运营的“军台”酒采用低成本熟串酒，就是使用丢弃的酒糟加入食用酒精串蒸制取酒体，全程没有粮食入料发酵；团伙主要成员之一沈某的“储备”酒在山东生产，从贵州采购廉价散装熟串酒直接灌装，刻意冒用茅台镇产地名头误导消费者。

抽检鉴定结果显示，涉案酒品均属于以次充好、以假充真的伪劣酒。

## 打磨直播剧本，营造神秘氛围

过去的“特供酒”骗局，往往直接把“军供”“内供”“机关专供”“国宴用酒”等字样印在包装上，靠明显的权力暗示吸引消费者。近年来，随着监管部门持续开展“特供酒”整治行动，这类明目张胆的包装越来越难公开流通。

于是，新变种开始出现。

不法分子搭建双重线上销售模式：一是依托一些网红的商品橱窗代销，订单成交后由杨某的团队统一发货、分账结算；二是以电商平台选品工具为渠道，设置商品链接与带货佣金，吸引全网主播挂载带货，借助平台流量扩大销量。

为最大化引流售酒，不法分子打磨了一套直播剧本，从主播语气、表情到关键词全部统一。

“特种钢箱子，要有批文才能用”“这酒级别不够喝不到”“空瓶摆在酒柜都能撑场面，办事都能锦上添花”……主播直播时刻意营造神秘氛围，刻意营造“稀缺”“捡漏”

## 保持高压态势，严防死灰复燃

“特供酒”乱象引起有关方面高度重视。连日来，市场监管、公安等多部门联动出击，组建联合专案组，提级管辖、全程督办，开展全链条深挖彻查。

专案组介绍，通过全面摸排，抓获犯罪嫌疑人40名，关停涉案获证白酒生产企业5家、销售主体36家，捣毁无证生产窝点3个，查处香精生产企业1家、包材印制企业7家。

以往市面上的“特供酒”违规案件，大多以“虚假宣传”定性。本案中，执法部门打破传统定性思维，认为“以食用酒精勾兑白酒，冒充固态法酱香型白酒销售”的行为，属于典型的“以假充真、以次充好”，符合刑法中生产、销售伪劣产品罪构成要件，最高可判处无期徒刑。

监管部门郑重提醒，早在2013年，国

假象，诱导消费者即时下单。

这类新变种“特供酒”，名字本身虽未直接写明“特供”，但制造了一种暗示：这酒不是普通渠道能买到的，而是“有门路”“有背景”“有限量”的特殊产品。这种隐晦的“话术”，正是“特供酒”骗局的新套路——不明说，让消费者自己联想。

然而，就是这样的假酒，在电商、直播平台上却销售无阻。

为躲避执法追查，该团伙形成一套反侦查运营模式：采用“流窜直播”游击式运营，假借他人身份多地注册空壳公司，跨地域、跨平台、跨账号辗转开播；一被查处就立刻换平台、换场地、换账号继续直播。其中，有1名违法人员通过注册或控制16家公司，开设多个直播间售卖“特供酒”。

国务院食安办通报，共查实涉案“特供酒”7万多箱，涉案网店61家，涉案直播间78个。7家电商平台存在管控不力、审核缺位的问题，为假酒线上销售提供了可乘之机。

家已明令禁止任何单位生产、销售标注“特供”“专供”字样的酒类产品，不存在任何“特供酒”。

市场监管总局表示，将始终保持高压态势，严防“特供酒”问题死灰复燃。下一步，针对“特供酒”新变种，将深挖彻查问题线索，对生产经营环节贯通核查。同时，压紧压实平台责任，督促平台严格落实入网审查要求。消费者务必擦亮眼睛，勿信勿买“特供酒”，发现相关部门举报。

据新华社

## 新华时评

## 哪有什么“特供酒”，全是坑

国家对于“特供”“专供”标识的禁令早已有之。未承想，一瓶原液成本仅几块钱的勾兑假酒，装入带有“京总一号”“军台”“储备”等字样的包装，再经直播间主播话术忽悠，摇身一变就成了所谓“特供酒”。

6月12日，国务院食安办召开新闻发布会公布“特供酒”案件查处结果。这些“特供酒”消费陷阱重重，不仅破坏市场环境，更直接侵害消费者权益，损害党政机关和军队形象。

相关规定明确，严禁生产销售含有“特供”“专供”“内供”党政机关、军队等类似标识的酒类商品。近年来经过多轮专项整治，明标明示“特供酒”问题得到有力解决，但一些不法分子假借党政机关和军队名义，将毫无食品安全保障的假冒伪劣产品包装成所谓“特供酒”，演变出制假售假的“新变种”。

这些新型“特供酒”藏在直播间、朋友圈、二手平台销售。不让公开用“特供”“专供”，就改叫“储备”“京总”，同时配上“限量定制、内部流通”“肩上有星星的人才能喝”等营销话术。市场监管总局此次查实涉案的7.52万箱“特供酒”，大多为食用酒精加香精勾兑冒充酱香型白酒。这种劣质假酒，最终卖出一箱499元的价格，扰市场、损民利、毁形象，危害不容小觑。

更为严重的是，作为销售主渠道的网络平台，对特供假酒明显管控不力，审核把关仍存漏洞，一些直播平台甚至为“特供酒”直播间提供引流服务。监管部门此次查处存在违法行为的平台企业7家，涉嫌销售“特供酒”的网店61家，涉嫌以营销话术诱骗消费者的直播间78个。有的直播间还向平台额外购买了流量，平台未能发现和制止。

线上不是法外之地，平台不能只赚钱不“守门”。从不久前的“幽灵外卖”到此次特供假酒系列案，接连曝出的线上消费安全问题，警示平台企业必须坚决压实主体责任，切实加强入网商家、直播间、带货主播及交易活动的审核管理，真正保障好商品和服务质量。

对于以“特供酒”为代表的违规行为，监管端始终保持高压严打态势不减、综合治理力度不松，加大抽检监测、网络监测、随机抽查力度，严惩不法分子和问题平台。消费者也要提升防范意识，认清营销噱头背后的陷阱。各方同频发力，打造安全、放心、可靠的网络消费环境，那些形形色色的“特供酒”自然就会失去生存空间。

据新华社

