

真瓶装散酒,摇身一变成“茅台”

■ 赵久龙 杨丁森 郑生竹

白酒瓶从哪些渠道回收?散装酒如何灌入名牌酒瓶实现以假乱真?“李鬼酒”流通网络如何搭建?此类违法犯罪行为缘何屡打不绝?新华社每日电讯记者采访了看守所里的犯罪嫌疑人,邀请办案民警现身说法……

假劣白酒横行 空酒瓶交易猖獗

现场查扣假冒茅台、五粮液、水井坊等高档白酒 500 余箱,各类假酒包材、标识、标牌 10 万余件,涉案价值 1000 余万元……2020 年末,江苏省南通市公安局食品药品和环境犯罪侦查支队组织如皋市公安局食品药品和环境犯罪侦查大队及 17 个派出所 150 余名精干警力,开展打击制售假冒伪劣酒品违法犯罪专项行动集中收网行动。

据办案民警介绍,2019 年 12 月以来,犯罪嫌疑人马某志、高某如、平某等人以家族为单位,购买金六福、茅台迎宾酒,生产灌装茅台、五粮液、水井坊等高档假酒,并销往周边县市 20 余家烟酒经营部。

2019 年以来,犯罪嫌疑人马某志从他人处购买伪造的江苏双沟酒业股份有限公司、四川宜宾五粮液集团有限公司、贵州茅台酒股份有限公司注册商标标识的包装材料,组织工人在自家或租赁的房屋内,将金六福、茅台迎宾等低档白酒直接灌装至同品牌高价白酒瓶中,包装成箱对外销售。

“该系列案件集回收旧酒瓶、灌装、经销于一体。”如皋市公安局食品药品和环境犯罪侦查大队教导员孙健介绍,回收空酒瓶一般有三个渠道,一是在废品收购站购买,二是从酒店内部工作人员处购买,三是从浙江某地购买,还能买到包装箱、酒盒、瓶盖、防伪标签、二维码等耗材。“也见过削掉白酒瓶底灌酒、瓶身全新的案例,超乎想象。”

空酒瓶“线上”“地下”交易猖獗。记者调查发现,在闲鱼、转转等二手交易平台以及百度贴吧上,白酒瓶、洋酒瓶多以装饰品名义销售,有的报价 0.1 元但要求线下交易重谈价格,并由卖家指定交易地点,有的则明码标价可邮寄。

记者向一些闲鱼卖家询价发现,2020 年、2018 年产的飞天茅台酒瓶报价分别为 150 元、290 元单瓶,卖家表示“均不议价,品相好可包邮,但缺小酒杯。”2016 年产的飞天茅台酒瓶报价 500 元单瓶,卖家称“有飘带,无有机码。”

调查发现,一些指定年份酒瓶、开启后瓶盖完整、带防伪芯片的空酒瓶可卖到百元以上甚至近千元,50 年茅台酒空酒瓶回收价高达数千元。茅台标志性的红色飘带、胶帽、商标贴、防伪标签、验酒器等配件均可网购获得。

揭“李鬼酒”套路:真瓶装新酒、订单式生产、兼业化严重

记者前往看守所独家采访了犯罪嫌疑人高某如,邀请办案民警现身说法,揭开灌装白酒的普遍套路。

如何加强中国白酒文化遗产与知识产权保护?

文化是一个民族的灵魂,中华民族的文化源远流长、博大精深,经历了五千多年的岁月洗礼积淀。国家的经济发展水平和生产能力的提升在一定程度上也是民族优秀传统文化推动的重要表现。传承发展中华优秀传统文化是实现中华民族伟大复兴和树立民族文化自信的重要着力点。

酿酒文化是中国传统文化中最具特色的部分之一,蕴含着浓厚的民族特性,它与中国的农耕文化、烹饪文化、传统发酵酿造技艺、中医、饮食民俗、饮食文艺等人文、社会生活都息息相关。我国酿酒起源于超过一万年的新石器磁山文化时期,是世界公认的蒸馏技术鼻祖(考证中国的蒸馏技术至少起源于公元前 8 年),白酒又可谓是世界上工艺最复杂、对人的感官冲击最丰富的蒸馏酒。中国人酿酒遵循“天人合一”与“和而不同”的哲学思想,这也是中国哲学对万物关系的理解和对社会理想境界的构思。近代以来,我们国家的陶瓷和丝绸制造技术先后被国际其他国家超越,而中国白酒的酿造技艺仍属于我国独有的知识产权,是可以肩负中国民族文化表达的重要符号。

弘扬酒业文化遗产,保护酒业文化知识产权,是酿酒行业为繁荣社会主义文化所做的贡献,对于建立民族文化自信和文化自觉具有十分重要的意义。

中国白酒文化遗产保护现状

中国酒业文化遗产保护对中华文化具有深远的意义,尤其是对白酒等传统酿造文化、技艺的保护。

第一,白酒酿造技艺历经传承了上千年,是我国古代劳动人民在长期的生产实践中创造总结出来的,古文献记载的酿酒工艺非常有限,技艺的传承几乎都是靠每一代酿酒技



二手交易平台 上,飞天茅台空酒瓶单价百余元到数千元不等;廉价散装酒,在小作坊里被灌入回收的真瓶中,摇身一变成成为中高档名酒,在农村商超、小烟酒店、饭店现身……前不久,江苏警方侦破涉案金额超千万元的系列制售假酒案,捣毁制售假酒窝点 25 个,抓获涉案嫌疑人 22 人。

真瓶装新酒,口感有讲究。如皋市公安局食品药品和环境犯罪侦查大队中队长廖兴军介绍,假酒灌装一般以家庭作坊生产为主,一家人上阵较为常见,把口感相似的低档酒灌装进中高档酒瓶里。先洗瓶,有的用自来水洗,有的用几元钱一瓶的低档酒洗。然后灌装,有的蒙上丝袜通过漏斗直接灌进去。之后把买来的瓶盖套上,再贴标签、包装纸盒。

灌装白酒“选材”的口感有讲究。记者了解到,行业里一般五粮液或金六福灌装五粮液,茅台王子灌装茅台酒……

“灌装白酒来钱快,但也是个手艺活儿,有的酒得一个小时左右才能灌一瓶,而且必须选类似口感的才行。”高某如说,“严格来讲这也不是假酒,喝不死人。”

订单式生产,不囤酒打击难。孙健介绍,灌装白酒转入“地下”,违法人员采用订单式生产方式,有的代客加工只赚加工费,隐蔽性极强,打击难、量刑难、定罪难。

“下家要多少他们才生产多少,有的甚至坐在车里,在交付的路上完成全部灌装流程,平时不囤货,但瓶子、商标、二维码、盒子等有稳定的供货渠道。”孙健说。

“我更多的时候就赚点加工费,下家给订单,甚至低档酒、高档酒瓶等材料下家也都备好,我帮着灌装,一般不超过 10 箱,我这里利润不高。”高某如说。

烟酒店暗藏售假窝点。“办案中发现犯罪嫌疑人裴某发展了三个下线,都开烟酒店,裴某不囤货,接到订单才生产,4 年里进货达 100 万元左右。”孙健说,白酒是消耗品,办案中查获的实物少,取证难度大。

兼业化严重,打击后易再发。“作案人大多

有前科。”孙健介绍,违法人员更多进行现金交易,打击难度加大,且打击之后容易再发。

记者调查发现,不少违法人员本身有正当工作,但为赚快钱,或兼职灌装“李鬼酒”牟利,或帮助家人采购材料、联系下家等,共同制假售假。这一灰色行业分工更趋精细,流通环节赚取利润更多,带动上游制假屡打不绝。

假酒也有“防伪”标识,穿上“马甲”变“正品”。如皋市公安局如城中心派出所的物证房里,堆满了假酒,以及假冒注册商标、防伪标识、假酒包装盒、打包装等。办案民警纪昊告诉记者,如果不开瓶验酒,普通消费者很难凭肉眼分辨出真假。

纪昊向记者展示收缴的一瓶假“五粮液”,发现包装盒顶部竟有防伪码,并标注“使用 NFC 功能手机才可验证真伪”,还印有五粮液防伪专网和防伪查询 App 下载二维码。“我们也没分辨出真伪,是请白酒企业打假部门的专业人士来帮助鉴定的。”

强化源头管控 多部门全链条严打制假售假

我国是全球白酒第一生产大国和消费大国。近年来各地加大力度打击制售假劣白酒,如今市场环境有所改善,但这一灰产极易复生。业内人士认为,“李鬼酒”威胁消费者身体健康,还会对正常的酒水生产、销售造成冲击,扰乱市场秩序。

这些“李鬼酒”如何流向市场?办案人员介绍,白酒行业经销商是重要推手,行业内称“倒酒的”,售往农村商超、小烟酒店、小饭店,有的灌装出来直接进入农村酒席宴会上,有的则流入城市消费场所。“办案中发现,有个‘倒酒’下家,专门在农村搞婚庆酒席,走量很大。”孙健说。

调查发现,灌装的高档白酒到消费者手里之后,多用来送礼,有的拿来抵债,出现“买的人不喝,喝的人不买”的怪现象。一些犯罪嫌疑人通过网络通信工具寻找买家,然后以货运托方式将“李鬼酒”卖给酒业经销商,下游还按真酒价格售卖,或者单瓶便宜一些售卖。

一箱飞天茅台价格仅为千余元,在巨大差价利润诱惑面前,一些小烟酒店做起“李鬼”的勾当。记者从江苏省公安厅了解到,近期江苏多地破获了类似案件。“不同于过去按真酒量刑,现在按实际销售量量刑,到法院之后一般判生产、销售伪劣商品罪或假冒注册商标罪等,有的还判不了实刑。”孙健说。

江苏省高级人民法院民事审判第一庭综合组组长杨晓建议,各地开展大排查、大整治,严肃查处“李鬼酒”乱象,规范酒类经营秩序。加强消费公益诉讼,充分发挥惩罚性赔偿制度功能,严厉打击制假售假行为,切实保障消费者权益。

中央党校(国家行政学院)教授竹立家建议,执法部门在保持高压打击态势的同时,更要加强公安、市场监管、卫生、流动人口管理等部门和村居基层组织的群防共治力度,多部门全链条严打制假售假,同时督促酒企进一步提升科技防伪水平。

还有一些网友建议,酒瓶刻码保证唯一性,空瓶砸碎加强源头管控,并进一步强化电商平台第三方连带责任,多措并举强化电商平台监管。

公安部门提醒,消费者购酒不要贪图小店、游商、微商所报的低价,要从正规渠道、规范门店购买,并索要、索证,留下消费凭据。在购买某一品牌白酒前,可在网上查询或拨打该品牌的客服电话,咨询相应的防伪设置。如发现买到的是假酒,可拨打投诉举报电话向有关部门进行举报。



师口口相授、代代相传。现今,中国白酒酿酒技艺非遗传承人只有 17 位,且大都超过或接近退休年龄,中国白酒酿酒技艺的传承情形堪忧,岌岌可危。

第二,我国酿酒文化遗产包括酿酒老作坊、老窖池等酿酒文物遗址群落保护的形势堪忧,大量老作坊以及各种酿酒文物由于得不到有效保护而快速消失在历史尘埃中。同时城市化进程的加快,也使得酿酒文化遗产保护难上加难。如不尽快将更多的“中国白酒老作坊”列入中国世界文化遗产预备名单,我国酿酒文化遗产保护还会持续恶化,将对中华民族文化的传承造成不可估量的损失。

当前,各路洋酒充斥中国市场,其文化也在中国大行其道,不仅持续影响着我国民众的消费习惯,同时对我们的民族文化侵蚀也在不断加深。而我国作为世界蒸馏酒的发源地,加强传统酿酒技艺和老作坊等文化遗产的保护,是保护民族文化传承的重要举措,对增强文化认同感和民族凝聚力更是意义非凡。

中国酒业知识产权现状及问题

酒类产品是和国计民生息息相关,酒类产品企业数量多、品牌多、商标多、社会关注度高、影响大。截止到 2020 年 8 月,我国已累计注册酒类地理标志商标 202 件,其中国内企

业注册 48 个,国际企业 154 个(法国 141 个)。具体而言,在我国酒类知识产权保护有以下几方面侵权行为:

一是对于品牌商标的侵害,包括未经许可擅自使用与注册商标相同、相似的产品,制售假冒伪劣产品,山寨产品、“擦边球”产品,伪造、盗用驰名商标的产品,以及对多品牌的酒企商标的傍名牌、虚假宣传等行为。

二是对于专利申请的侵害,包括产品的外观设计、企业技术发明及实用型的专利技术,如酿造、灌装等方面专利申请。

三是地理标志及文化遗产类的滥用,尤其是头部品牌和区域强势品牌、酿酒核心产区的地理标志等,进行冒用等行为。

酒业知识产权保护欠缺也有行业自身的原因,全行业对知识产权系统性和预见性管理水平不高:

一是,对知识产权的范畴和内容的认知参差不齐,特别是传统的白酒企业存在问题比较多,系统性和预见性管理水平不高。比如:酒类产品和风土有着重要的关联,酒类产品建设已成为全球酒类产业公认的发展方向与消费者的消费趋向,也是酒类产业未来发展的核心标志,但是,从地理标志注册情况上看,还未得到酒业的足够重视。

二是,保护知识产权的奖励激励机制欠缺,市场监测力度不够,商标立法和执法监管滞后。部分白酒企业在侵权产品已经危及到市场份额时,才会展开维权行动。导致酒类市场竞争激烈,恶意抢注商标情况较为普遍。

加强中国白酒文化遗产与知识产权保护的建议

第一,推动中国白酒文化遗产申报世界文化遗产名录的工作。我国酿酒企业 6 千余

家,规模以上酿酒企业 1 千余家,其中酿酒老作坊、文物遗址众多。但中国文化遗产认定的“中国白酒老作坊”只有 7 处。建议强化酿酒文化遗产的考古研究和认定工作,同时推动中国白酒文化遗产申报世界文化遗产名录的工作,建议以“中国白酒老作坊”的名义联合申报世界文化遗产。

第二,制定工业遗产针对性保护体系。当前,我国对于文化遗产保护并没有一部完整的法律法规予以规范,文化遗产保护散见于各类不同层次的法律法规及通知规定之中,且存在多头管理的情况,以至于职责不明或导致管理上的缺失。尤其白酒文化遗产中正在使用中的“活的遗产”,很多明、清时代甚至更老的酿酒窖池、作坊等,都是延续、持续酿酒生产几百年的文物,与传统的文物保护是有显著差别的。因此十分有必要在现有遗产保护体系的基础上进行细化,增加工业遗产保护的针对性内容,最终建立独立的工业文化遗产保护体系,根据工业遗产的价值和特点,制定工业遗产保护的法规和政策,法规和措施,更好地实现文化遗产的保护与利用。

第三,对知识产权违法行为严惩处罚。知识产权是保护商标、地理标志、文化遗产等重要手段。但目前对酒类知识产权的违法侵权行为处罚的幅度非常轻微,基本达不到对于侵权违法行为的震慑作用,极大地伤害了行业发展和消费者权益。建议对侵犯知识产权、假冒伪劣的违法行为,要完善法律顶层设计,从严加大惩罚力度,大大提高知识产权侵权行为的违法成本,依法实现对知识产权犯罪的根本性治理。从企业维权方面,要构建司法、行政和行业协作的保护联动机制,充分运用现有的行政、监察、法律、社会舆论等多种手段,动员全社会力量,共同打击制假贩假行为,营造良好的市场秩序。

(据中国酒业协会 CADA)



白酒能否在网络直播中讨个好?

■ 王莹

随着近年来电子商务的发展,直播平台与电商平台在其中发现了商机,但是直播带货的本质是电商行为,由于监管部门,对其实际运营模式不够了解,其出现的问题仍然是虚假宣传、商品质量、售后服务等普遍问题,因此带货出现的纠纷比比皆是。产品质量良莠不齐,维权追责更是不畅等诸多问题困扰着传统生产业在新模式前徘徊。今年 3 月 15 日当天,央视新闻客户端直播了《新闻 1+1》栏目更是公布数据显示,线上直播带货不合格率高达 40%。一方面是多元市场需求下的直播带货的欣欣向荣,一方面是直播背后存在着的“不明真相”。在这样的利弊之间,酒水行业的将如何取舍?

事实上网购酒并非什么新鲜的话题,而是直播主的介入,让这场买卖双方的单独游戏,又多了一个 NPC(工具人)的参与。而网络主播与酒水销售,一切是必然却又有着几分“意外”。

2020 年,突如其来的疫情让酒行业短暂慌乱,有人预测厂家会降价销售,还有人准备旺季抛货。越来越多的模式与话题,都在尝试与这个传统行业接触,试图嫁接出更优秀的产物,网络直播带货这一热门的话题自然而然也成为了尝试产物之一。2020 年 3 月,酒仙网推出抖音账号“拉飞哥”,10 个月积累获得 410 万粉丝关注,年度销售额达 4 亿元,刷新了很多传统渠道商和电商的认知。

但是想要拷贝或者复制直播带货与酒业销售挂钩,取代传统酒商呢是否可行?其实答案是否定的。即便抛去网络销售存在一定的售后问题等因素,单是直播带货 KPI,就需要有一个转化期。

要想使直播带货更多,前提是你的流量池足够大。但是,现在粉丝多的基本都在几个大平台手中。换个角度看,直播也是流量入口,也是引流的工具。一方面是直播平台越来越多,流量获取越来越贵,头部网红价格越来越高。而且,头部网红就那么多,都有自己的一套打法。不同的平台,流量不同,内部政策不同,中间的手段和策略都各有各的套路。而没有流量的主播,也只能慢慢培养,想快也快不起来。

同时,酒水是社交属性产品,直播过程是非常需要情绪调动和现场互动的,而酒类产品现场互动比较难,即便主播现场品尝,也是很难有共鸣。何况,酒类直播是不允许现场喝酒的,也在客观上限制了酒类直播。

再有就是文化及品牌价值传导问题。因为酒水是文化商品,不做文化宣导就难以进行情绪互动和情感共鸣。单纯卖产品是很难得到销量,这是和其他商品的不同之处,否则就会导致场景单调。同时,目前大众熟知的头部网红本身都不是酒水行业专家,所以他们的共情消费很难得到大众认可,因此便需要厂家、专家来协助。所以,酒水行业直播带货,是要制定正确的策略。

我们说回网络直播存在的弊端,就是后期产生纠纷责任方将如何承担。所以这要从产业源头进行规范,但笔者认为,这绝非网络平台一家责任,也需要酒产业参与其中。想要与一个产业渠道快速融合,绝非借力,而应合力。事实上,网络直播带货已有越来越多的产业集群在发展,在去年,作为产区代表的泸州率先开始在泸州市纳溪区直播产业园里启动全国网络直播基地(中国·酒街)。园区建设初衷便是考虑带动纳溪农产品、旅游商品走出泸州,通过建设酒城泸州独具特色的酒街文创、消费体验街区,形成高端白酒、本地白酒等千亿白酒产业品牌推广窗口,助推泸州白酒产业的发展。通过政府部门的监管,保证产品质量。同时,直播产业园是集主播培训、孵化、带货为一体的基地,这个职能鉴定中心的作用就是能够把带货直播变的更专业、更规范。

这不仅增加了当地产业多元推广,更增加了就业机会,同时也让白酒这种靠传统体验式的产品打破束缚,获得新发展。相信未来,直播带货会以更规范与系统的模式,为白酒消费市场助力。