

20万飞天茅台必须搭售40万黔茅酒

企业老板受邀参加“峰会”后怒斥被耍;茅台官方曾否认举办类似峰会

5月13日,贵阳观山湖区某展览中心,蓝色LED屏上,“签约合作仪式”“茅台文化”“茅台集团”字样格外醒目。全场座椅都套着印有“贵州茅台集团健康产业有限公司 黔茅酒”字样的白色椅套,200多位来自全国各地的企业老板端坐其中。

峰会三天来,企业老板们被安排免费住星级酒店,参加隆重晚宴,坐大巴参观茅台酒厂车间,听着“我们茅台集团”“应董事长要求举办”的反复宣讲,满心以为能以1269元/瓶的内部直采价拿下多箱飞天茅台。



太多参会企业老板一开始没想那么多

邀请函上赫然写着“茅台集团2026年全国项目合作峰会”,获邀参会投诉人向记者提供的峰会介绍中承诺,每家企业能以1269元每瓶的价格,直采10至240件飞天茅台,整个活动包吃包住,没有其他任何附加条件。

茅台集团及其子公司此前曾多次发布声明,称从未举办过如“直采峰会”“企业合作峰会”等活动。

调查记者以某企业负责人名义,与“茅台集团企业对接部刘经理”对接上后,5月11日,其在贵阳北站接到记者,还有两名工作人员持欢迎板,内容为“赴茅台之约,探文化传奇,热烈欢迎企业家聚首贵阳”。

11日,活动方带200多位企业老板,参观了贵阳茅台国际商务中心41楼的展

直到翻开合同的那一刻才发现,买1瓶飞天茅台,最低要捆绑4瓶黔茅酒,签约消费门槛60万元,相当于买20万元飞天茅台必须搭售40万元的黔茅酒。

这场峰会始于一通通精准轰炸多地企业家的骚扰电话。近日,长沙一名企业负责人不断收到上述峰会的邀请电话,对方用“仅限符合资质企业参与”制造稀缺感,该负责人称不胜其烦。

记者以企业负责人身份参加峰会发现,有企业老板中途愤然离场。

馆,内部展示了多个系列的茅台酒,同时也展出了多个系列的黔茅酒,有专人对茅台发展史进行讲解。12日,活动方带企业家们到茅台酒厂车间参观。

两日的晚宴上,活动方邀请企业老板们品鉴飞天茅台及黔茅酒。其间,活动方多次以“我们茅台集团”“我们是健康产业公司员工”自称,只字不提搭售,记者在晚宴座椅的椅套上看到,有喷印“贵州茅台集团健康产业有限公司”(下称健康产业公司)“黔茅酒”字样。

上述一系列行为及频频出现的茅台元素,让多数企业老板相信,这就是茅台官方的活动。也有企业老板看到同样频繁出现的黔茅酒后,隐隐感到不对,一位企业老板告诉记者,“只觉得有点蹊跷,但是没想那么多”。

峰会第三日签约环节前只字未提搭售

5月13日上午,在峰会现场,工作人员介绍了飞天茅台相关防伪知识、发展现况,在介绍中多次以“我们茅台集团”称呼,但全程未在讲解内容里提及搭售事宜。

到签约环节时,活动方发下合同书,不少企业老板才如梦初醒:1269元飞天茅台必须与黔茅酒搭售,套餐最低瓶数比例为1比4,最高为1比6.8,套餐每组价格均在30万元以上,且要求两组起购。

少数企业老板直接起身离去,部分企业老板在询问后也离场,但也有选择签约购买者。

直到12点峰会结束前,在场工作人员还在极力向调查记者解释并推销,试图说动记者付款。

活动方称,峰会会在飞天茅台1539元指导价基础上,补贴270元,即1269元,但合同未体现该点,刘经理表示,将以补充条款形式添加进合同中。

峰会工作人员徐经理强调,他们是健康产业公司员工,并称举行此类峰会还有另外一个目的,“就是应(茅台集团)陈华董事长的要求,促进酒旅融合”。

茅台官方否认举办类似峰会,子公司称可能系经销商行为

几位提前离场的企业负责人在与记者交流中提到,他们同样也接到贵州的电话,但电话中工作人员未提及搭售,直到看到合同书时才知晓,怒斥“被耍了”。“你要搭售就提前告诉我们,我们想搭就来了,不想搭就不来了,把我们当傻子耍,(黔茅酒)不知名的酒,送人的话别人会嘲笑你。”

5月13日,调查记者致电贵州茅台集团官方客服,客服称官方未举办上述峰会活动,并提醒谨慎交易。对于这类假借茅台集团名义的峰会,客服表示茅台集团有专门的工作人员处理。

记者随后拨打了健康产业公司官

方电话,客服称,“可能是经销商搞的活动”,并表示茅台集团不允许搭售行为。

对于授权书中出现的贵州茅系黔茅酒业及贵州黔茅营销策划有限公司是否为其经销商,客服核实后表示肯定,其证实黔茅酒确系该公司旗下产品。

峰会结束后次日,记者查看刘经理等其他几位峰会工作人员微信朋友圈,内容均为成功签约与飞天茅台发货,未出现任何与黔茅酒相关内容。因记者未签约,刘经理在之后连续数日多次发来微信消息,频繁拨打微信电话,试图让记者签约。

“1269元买飞天,还轮得到企业老板大老远来?”

为进一步弄清峰会搭售及黔茅酒市场认可度等情况,5月17日,调查记者来到贵州仁怀市茅台镇。

酒商吴先生(化姓)说:“那种模式不会在仁怀开会的,都是在遵义、贵阳,带你们在(茅台镇)这边转一下,然后带回去让你们签约,把你们洗脑,太多了。”

吴先生透露,此类直采峰会卖飞天茅台所搭售的酒一般成本不高,但售价却在数百元,即使在销售飞天茅台上贴了钱,依然有钱可赚,这属于“羊毛出在羊身上”。

另一位酒商周女士也同样认为“羊毛出在羊身上”。“就是便宜的酒卖到高价,他们是不会做亏本生意的。”

当地一位张姓酒商表示,如果飞天茅台有1269元低价,他们本地酒商就会去尽数购买,“还轮得到你们大老远来?”

张先生还称,这类直采峰会搭售的酒,价格虚高出售,会把在飞天茅台上贴的钱赚回来,“能忽悠一个是一个”。

走访中记者注意到,在茅台镇的白酒一条街,鲜有商户的货架上出现黔茅酒和其他茅台集团子公司品牌的酒水,几乎为自主品牌及贵州茅台酒股份有限公司(下称“茅台酒股份公司”)酒品牌。

张先生表示,他仅售卖一款茅台集团子公司酒水“台源”,不仅系公司分配,也因其进价便宜,售价也才一百多元,“性价比高,亏也亏不到哪去”。

张先生认为,茅台酒股份公司的酒属于“硬通货”,他如果亏钱,可以一瓶低十元左右将这些“硬通货”轻易转手回血,而茅台集团分公司的酒水做不到这样。

关于企业家峰会及黔茅酒,记者还咨询了仁怀市一茅台直营店工作人员及几位贵州省外的黔茅酒经销商。

一位湖南的黔茅酒经销商告诉记者,他一年前已经没有了再售卖黔茅酒了,并表示他系2021年接触到黔茅酒,认为需要在私域售卖,“很吃圈子”。

另一位山东的代理商称,他在2022年时,同样被以低价购飞天茅台的名义邀请,至贵阳参加峰会,并分两次共被搭售了200万元飞天茅台及黔茅酒,现在他还有200箱左右黔茅酒在库存中。“关系好的朋友会买一些黔茅酒,不然谁买这个酒?”

他还提醒记者:“慎重一点,我知道的一些地方的经销商都做得不是太理想,酒卖给你基本上也就不管了。”

潇湘晨报·晨视频记者 报道

律师分析

举办方涉嫌消费欺诈甚至合同诈骗罪

就本次暗访调查发现的问题,记者咨询了湖南联合创业律师事务所管委会委员、高级合伙人、副主任刘研律师。

刘研称,上述峰会举办方公司虚构茅台集团主办、集团领导授意,冒用茅台集团子公司员工名义,前期不向参会企业家透露搭售情况等一系列行为,让消费者可能因误判而签署合同并付款,涉嫌消费欺诈,符合消费者权益保护法中退一赔三法定情形,消费者可向当地市场监管部门、消费者协会投诉举报。

如涉及金额超过一定数额,可能涉嫌合同诈骗罪。合同诈骗罪不仅可体现在合同条款内容本身,也可体现在缔结合同前的虚构事实、虚假承诺等情况,这类犯罪实施者不一定会在合

同条款文书中体现诈骗事实,可能仅停留在口头,消费者维权时收集证据难度将增加。

刘研认为,如此类峰会举办方在前期通过非法手段获取到企业家信息,则涉嫌侵害个人信息权益与隐私权,企业家们可要求停止侵害、赔礼道歉、赔偿损失等,如频繁致电给企业家日常生活造成影响,可能被认定为“骚扰电话”,主管部门可叠加处罚。

刘研补充,如茅台集团知晓或在应当知晓的情形中,默许或未制止授权的经销商以其名义进行搭售,可能涉嫌违反《反不正当竞争法》,也可能因未对经销商起到及时管控义务,在消费者主张退赔时承担相应责任。