

尤溪县市场监督管理局文件

尤市场监管〔2021〕7号

尤溪县市场监督管理局关于印发 尤溪县岩茶市场秩序专项整治行动方案的通知

各市场监督管理所，县市场监督管理局各股室、直属单位：

为严厉打击“天价岩茶”乱象问题，规范我县岩茶市场经营行为，促进岩茶产业健康发展，经局领导研究，决定在全县开展为期三个月的岩茶市场秩序专项整治行动。现将《尤溪县岩茶市场秩序专项整治行动方案》印发给你们，请结合实际，认真抓好贯彻落实。

尤溪县市场监督管理局

2021年3月16日

（此件主动公开）

尤溪县岩茶市场秩序专项整治行动方案

根据《福建省市场监管局 福建省农业农村厅关于整治天价岩茶乱象的通知》（闽市价监〔2021〕24号）和《三明市市场监督管理局关于印发三明市岩茶市场秩序专项整治行动方案的通知》（明市监价监〔2021〕9号）文件精神，为严厉打击“天价岩茶”乱象问题，规范我县岩茶市场经营行为，促进岩茶产业健康发展，经研究，决定在全县开展为期三个月的岩茶市场秩序专项整治行动，特制定本工作方案。

一、成立领导小组

成立由吴悌森局长任组长、吴方扬副局长任副组长的专项整治行动领导小组，成员包括：黄涛（人教股股长）、何为民（价监股股长）、林兴棉（执法大队大队长）、吴光铮（政策法规股股长）、肖自焱（食品生产流通股股长）、詹幼珠（知识产权股股长）及各市场监管所所长。

二、整治目标、对象和重点

通过专项整治行动，有效遏制天价岩茶乱象，促进价格回归合理水平，还原茶叶作为日常生活消费品的本质功能，引导理性消费，维护岩茶市场秩序，推动岩茶品牌健康有序发展。

此次整治行动重点对象为：各类岩茶品牌直销店、分销店、加盟店和岩茶包装生产企业、包装设计单位、批发企业、批发市场，重点整治价格虚高、不明码标价、掺假掺杂、假冒伪劣、以次充好、虚假宣传、虚假广告、商标侵权、串通操控价格、标签不合规、恶俗花名以及私下交易、上市销售“非卖品”“品鉴茶”等行为。

三、整治措施和整治内容

(一) 开展岩茶生产环节落实食品安全信息追溯情况专项检查。依据《食品安全法》《福建省食品安全信息追溯管理办法》，突出强化岩茶质量安全监管，打击岩茶中存在的掺假掺杂、标签不合规等现象，检查岩茶生产企业进货查验、产品标签等重点环节、重点问题，督促生产企业如实标注茶叶产地来源，如实标注产品信息，如实宣传产品信息，规范岩茶生产加工行为。重点查处：不能持续保持生产许可条件；进货查验把关不严，无法说明茶叶原料来源和产地；加工过程中违规添加香精、色素和其他非茶类物质；未按照要求开展产品检验；岩茶标签不合规；生产不符合食品安全标准的武夷岩茶；生产企业未有效落实“一品一码”溯源体系建设问题。（责任单位：食品生产流通安全监管股、各市场监管所）

(二) 开展岩茶流通环节食品安全专项检查。依据《食品安全法》《预包装食品标签通则》，开展对生产企业直营、连锁经营和岩茶品牌直销店、分销店、加盟店等重点茶叶销售者的检查，督促重点茶叶销售者建立健全食品安全管理制度，严格执行索证索票、进货查验等工作，落实食品安全主体责任。重点查处：经营标签标示不规范等违规行为，防止不合格产品流入市场，维护消费者合法权益。（责任单位：食品生产流通安全监管股、各市场监管所）

(三) 开展岩茶市场价格巡查。依据《价格法》，开展为期三个月的岩茶市场价格巡查，加大价格违法行为查处力度。重点查

处：不按规定明码标价，价外加价，相互串通、操纵市场价格，捏造、散布涨价信息，哄抬价格，“非卖品”“品鉴茶”上架销售等行为。（责任单位：综合执法大队〈价格监督检查股〉、各市场监管所）

（四）开展岩茶虚假广告专项检查。依据《中华人民共和国广告法》，加强虚假违法广告监管，聚焦重点平台，组织指导各所加大对辖区传统媒体、重点网站、微信公众号等岩茶广告行为的监测监管力度。重点查处：使用或者变相使用国家机关、国家机关工作人员的名义或者形象的岩茶商业广告；宣扬低俗庸俗媚俗内容等违背社会良好风尚的违法岩茶商业广告行为；岩茶商业广告涉及商品的性能、功能、产地、用途、质量、规格、成分、价格、生产者、有效期限、销售状况、曾获荣誉等信息，以及与商品有关的允诺等信息与实际不符，对购买行为有实质性影响等虚假或者引人误解的内容，欺骗、误导消费者的行为；岩茶商业广告涉及疾病治疗功能。（责任单位：知识产权股、各市场监管所）

（五）严厉打击虚假宣传等不正当竞争行为。依据《反不正当竞争法》，加大岩茶市场虚假宣传行为查处力度。重点查处：通过非广告宣传形式对其商品的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者行为。（责任单位：法规股、各市场监管所）

（六）开展岩茶地理标志规范使用专项检查。依据《商标法》和《地理标志保护规定》，开展岩茶系列地理标志商标和岩茶地理标志产品的许可、授权使用检查，及时了解地理标志使用和保护

情况；指导权利人强化地理标志的许可、授权使用，跟踪监督地理标志专用标志的印刷、发放等环节的日常监管。严厉打击侵犯岩茶系列地理标志商标和武夷岩茶地理标志产品的侵权假冒行为，及时受理、查处相关侵权投诉，在商标印制、产品生产、流通等各环节查处滥用、冒用、伪造地理标志专用标志和侵犯地理标志商标的行为。重点查处：未经许可使用岩茶相关地理标志商标及地理标志专用标志行为；不规范使用岩茶相关地理标志商标及地理标志专用标志行为；侵犯岩茶相关地理标志商标、茶企商标专用权行为。（责任单位：知识产权股、各市场监管所）

（七）开展打击假冒伪劣岩茶专项行动。依据《食品安全法》《产品质量法》，开展岩茶专项打假行动。重点查处：在茶叶中伪造或冒用他人厂名厂址、伪造或冒用他人食品生产许可证编号、伪造食品生产日期，虚假标注地理标志保护产品、地理标志证明商标、获奖信息、以假充真、以次充好、以不合格产品冒充合格产品等行为。（责任单位：综合执法大队、各市场监管所）

四、工作步骤

（一）动员部署阶段（2月下旬至3月上旬）。走访本地茶业协会、生产经销企业，听取茶叶协会、检验机构、有关部门意见，深入调查研究媒体报道反映问题，摸清我县岩茶茶企茶商相关情况，通过投诉举报平台，以及网络、广告、直销监测平台，梳理近年来与岩茶市场违法行为相关的投诉举报、行政处罚案件、“双随机”抽查、产品抽检、部门转办、媒体曝光等发现的突出问题和违法线索，全面排查天价岩茶乱象背后涉及的违法违规问题，形成问

题清单，明确政策界限，全面部署我县岩茶市场秩序专项整治行动。

(二) 自查自纠阶段(3月初至3月中旬)。通过电视、报纸、网络等媒体，集中开展政策宣传，引导消费者理性消费，及时报道行动动态，树立正确的舆论导向；公布投诉举报方式，畅通投诉举报渠道，拓展信息来源；全面发放提醒告诫书，约谈重点对象，推动重点对象签订价格承诺书，倡导诚信经营、守法经营、合理定价、规范定价，督促茶企、茶商对照问题清单，特别是对私下交易、上市销售价格高昂的“非卖品”“品鉴茶”等问题开展自查，指导各茶企茶商主动抓好存在问题整改，及时纠正经营行为。

(三) 专项检查阶段(3月中旬至4月中旬)。根据前期茶企茶商自查自纠情况和摸底掌握情况，统筹整合岩茶生产环节、流通环节食品安全专项检查、价格巡查和虚假广告、虚假宣传、地理标志规范使用专项检查以及打击假冒伪劣专项行动等七个方面整治措施和整治内容，对本辖区内价格排名靠前、名称恶俗的茶企茶商予以一次性综合检查，避免加重企业负担，影响企业正常经营和行业发展；对核心岩茶品牌茶企尤溪直销店、分销店、加盟店要进行100%检查；对发现自查自纠后仍存在的违法违规行为，依法予以处理；对涉及违纪的问题线索，及时移送同级纪检监察部门。

(四) 总结提升阶段(4月中旬至4月底)。对检查发现的问题，召集重点企业、相关经营者、行业协会开展集中约谈，加强行政指导，提出进一步规范要求，督促自觉整改违法行为，集中曝光一批违法违规典型，达到查处一批案件，规范一个行业的效果。在全面完成专项整治基础上，认真总结工作成效，建立健全茶叶市场

常态化监管机制，达到标本兼治的效果。

五、工作要求

（一）提高政治站位。认真学习贯彻习近平总书记关于严肃整治领导干部利用名贵特产、特殊资源谋取私利问题的重要讲话重要指示批示精神，提高政治站位，进一步集中整治“天价茶”背后“四风”和腐败问题，高度重视岩茶市场秩序专项整治工作，看清危害，抓早抓小，坚决整治，破除乱象，维护福建岩茶的市场秩序和社会形象。

（二）全面落实监管。各部门要以高度负责的态度，切实把整治行动作为当前工作重点，层层落实，抓紧抓好。要统筹集中优势力量，推动落实整治任务，以问题为导向，敢于迎难而上，创新监管模式，提升监管水平，有效遏制岩茶市场乱象，务求做到四个全面：所有岩茶门店要全面明码标价，提醒告诫要全面覆盖，发现违法行为要全面立案查处，发现问题要全面整改规范。同时，要按照“1+X”监督机制，发现违纪问题线索，及时移交纪检监察部门。

（三）加强督促指导。相关股室要加强对基层所工作指导，深入基层，共同推动整治工作。切实落实属地监管责任，建立健全工作责任制，层层抓落实，确保各项任务落到实处。建立专项整治信息报送制度，每阶段工作结束后3日内要及时向县局价监股报告阶段性工作情况和取得成效。

（四）建立长效机制。综合运用政策提醒、约谈告诫、督促自查、责令整改、行政处罚、联合惩戒等措施，全力整治市场乱象，严厉查处天价岩茶乱象涉及的各类违法违规行，规范市场秩

序。同时建立完善长效机制，注重标准化、品牌化建设，注重质量提升，强化地理标志保护，大力提升岩茶的品位、品质、品牌，推进岩茶产业可持续发展。

（五）加强宣传引导。要坚持正面宣传引导，加强与宣传部门、新闻媒体的沟通协调，深入宣传解读政策措施，及时发布整治成果。对重大案件、典型案例加大曝光力度，形成有力震慑。积极推动社会共治、全民监督，充分发挥媒体监督作用，营造良好舆论氛围。

（六）形成工作合力。各部门要加强沟通协作，发挥职能优势，注重横向配合、纵向联动，形成市场监管整治合力。要主动加强与农业农村、商务、税务等部门和行业组织的沟通联络，发挥各自优势，形成工作合力，研究解决实施中遇到的问题，协同推动各项工作落实。

（七）及时报送材料。各部门应及时报送阶段性工作材料，在4月28日之前，将专项整治行动工作总结、典型案例、茶叶市场专项整治行动情况表（详见附件）通过OA报送价格监督检查股。遇有重大情况，要随时报告。

- 附件：1. 天价岩茶乱象可能涉及违法违规问题清单
2. 尤溪县岩茶市场秩序专项整治行动情况统计表

附件：1

天价岩茶乱象可能涉及违法违规问题清单

序号	类别	问 题
1	岩茶生产流通环节	不能持续保持生产许可条件
2		进货查验把关不严，无法说明茶叶原料来源和产地
3		加工过程中违规添加香精、色素和其他非茶类物质
4		未按照要求开展产品检验
5		武夷岩茶标签标示不合规
6		茶叶名称或茶叶外包装上标注使用“恶俗花名”
7		生产不符合食品安全标准
8		生产企业未有效落实“一品一码”溯源体系建设
9	价格监管	相互串通，操纵市场价格
10		捏造、散布涨价信息，哄抬价格，推动岩茶价格过高上涨
11		超过承诺价格的价格虚高行为
12		不按规定明码标价、价外加价
13		不按规定明码标价，“非卖品”“品鉴茶”不标示价格上架销售
14	广告监管	使用或者变相使用国家机关、国家机关工作人员的名义或者形象的岩茶商业广告
15		岩茶商业广告中宣扬低俗庸俗媚俗内容等违背社会良好风尚
16		岩茶商业广告涉及商品的性能、功能、产地、用途、质量、规格、成分、价格、生产者、有效期限、销售状况、曾获荣誉等信息，以及与商品有关的允诺等信息与实际不符，对购买行为有实质性影响等虚假或者引人误解的内容，欺骗、误导消费者的行为
17		岩茶商业广告涉及疾病治疗功能
18	反不正当竞争	通过非广告宣传形式对其商品的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者行为
19	商标地标监管	未经商标注册人许可或未经地理标志保护产品权利人授权的违规使用行为
20		不规范使用武夷岩茶相关地理标志商标及地理标志专用标志行为
21		假冒、仿冒武夷岩茶相关地理标志商标、茶企商标专用权
22	假冒伪劣	伪造或冒用他人厂名厂址、伪造或冒用他人食品生产许可证编号、伪造食品生产日期
23		虚假标注地理标志、证明商标、获奖信息、以假充真、以次充好、以不合格产品冒充合格产品
24		其他违法违规行为

尤溪县岩茶市场秩序专项整治行动情况统计表

填报单位:

填报人:

填报日期: 年 月 日

序号	类别	问题	发现违规问题 (件, 金额)	立案 (件)	案值 (万元)	作出处罚案 件数 (件)	没收违法所 得(万元)	罚款金额 (万元)
1	岩茶生产流通环节	不能持续保持生产许可条件						
2		进货查验把关不严, 无法说明茶叶原料来源和						
3		加工过程中违规添加香精、色素和其他非茶类 物质						
4		未按照要求开展产品检验						
5		武夷岩茶标签标示不合规						
6		茶叶名称或茶叶外包装上标注使用“恶俗花名”						
7		生产不符合食品安全标准						
8		生产企业未有效落实“一品一码”溯源体系建设						
9	价格监管	相互串通, 操纵市场价格						
10		捏造、散布涨价信息, 哄抬价格, 推动岩茶价格过高上涨						
11		超过承诺价格的价格虚高行为						
12		不按规定明码标价、价外加价						
13		不按规定明码标价中, “非卖品” “品鉴茶”不标示价格上架销售						
14	广告监管	使用或者变相使用国家机关、国家机关工作人员的名义或者形象的岩茶商业广告						
15		岩茶商业广告中宣扬低俗庸俗媚俗内容等违背社会良好风尚						

16	广告监管	岩茶商业广告涉及商品的性能、功能、产地、用途、质量、规格、成分、价格、生产者、有效期限、销售状况、曾获荣誉等信息，或者服务的内容、提供者、形式、质量、价格、销售状况、曾获荣誉等信息，以及与商品或者服务有关的允诺等信息与实际不符，对购买行为有实质性影响的等虚假或者引人误解的内容，欺骗、误导消费者的行为						
17		岩茶商业广告涉及疾病治疗功能						
18	反不正当竞争	通过非广告宣传形式对其商品的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者行为						
19	商标地标监管	未经商标注册人许可或未经地理标志保护产品权利人授权的违规使用行为						
20		不规范使用武夷岩茶相关地理标志商标及地理标志专用标志行为						
21		假冒、仿冒武夷岩茶相关地理标志商标、茶企商标专用权						
22	假冒伪劣	伪造或冒用他人厂名厂址、伪造或冒用他人食品生产许可证编号、伪造食品生产日期						
23		虚假标注地理标志、证明商标、获奖信息、以假充真、以次充好、以不合格产品冒充合格产品						
24	其他违法违规行							
25	综合情况	共开展宣传活动____次；发放提醒告诫____份；开展约谈____家；推动签订价格承诺书____家；出动监督检查人次；检查直营店、分销店、加盟店、茶馆____家；检查茶叶生产企业____家；检查茶叶批发企业、批发市场家；检查茶叶包装设计单位____家；移送纪检监察线索____件。						