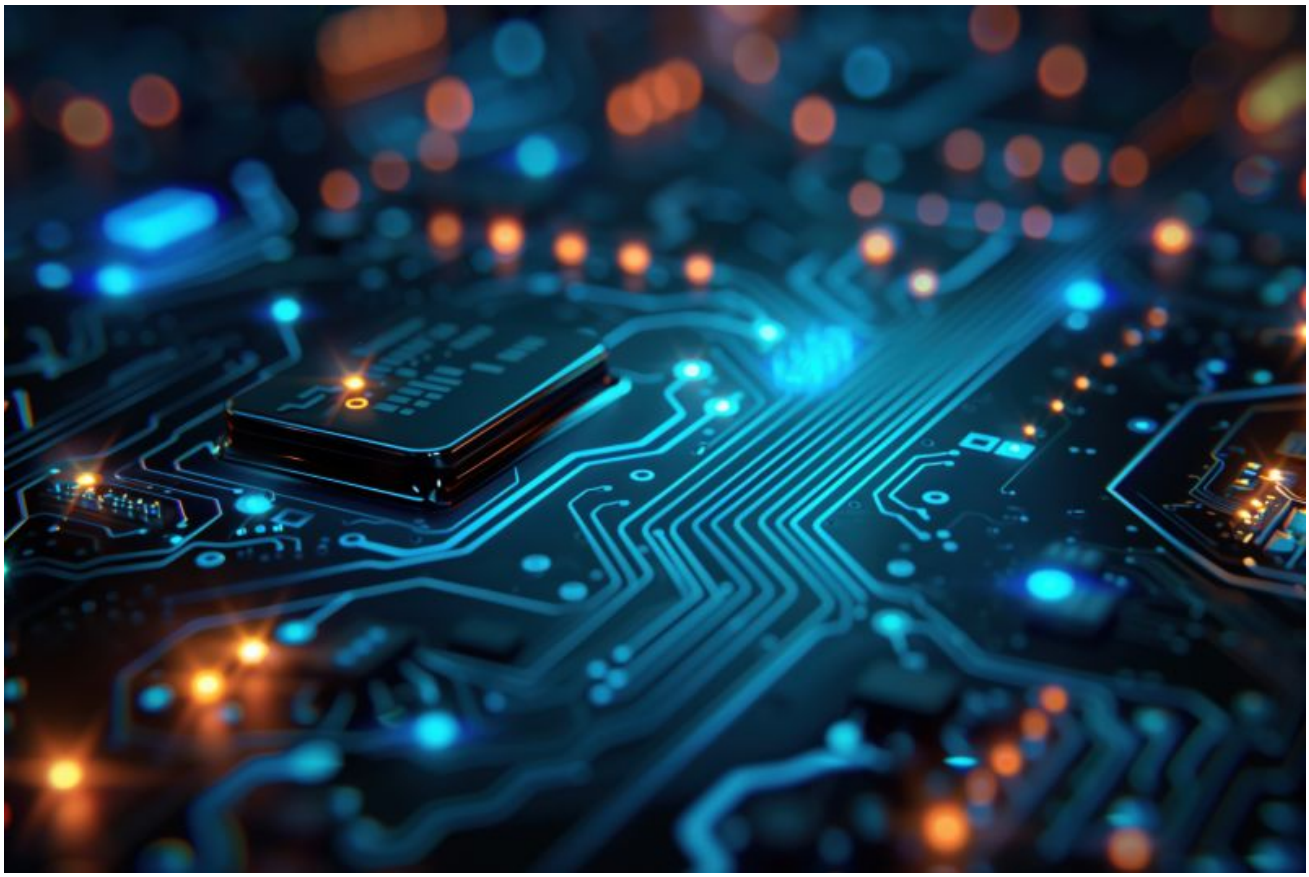
vinetur

基安蒂联盟借助人工智能全网追查假冒产品

在农业部支持下，这项行动将扫描全球市场平台、社交媒体和网站域名，监控对这一葡萄酒名称的未经授权使用，持续至2027年1月20日。

2026年9月17日星期四



Consorzio Vino Chianti 正在使用人工智能和其他数字监测工具，追踪全网的假冒产品以及对 Chianti 名称的未经授权使用，扩大一项反欺诈行动。该组织表示，这项行动将持续到 2027 年 1 月 20 日。

该联盟称，这一项目属于意大利农业部支持的计划，旨在保护 Chianti 这一名称在网上的使用。该工作覆盖全球范围内对电商平台、社交媒体平台、网站、搜索引擎和域名注册的监测，不受地域限制。

这项举措出台之际，葡萄酒生产商正面临数字销售渠道中日益严重的问题：受保护名称可能被复制、稀释，或被用于推销无关产品。对于饮料行业而言，更严格的数字执法有助于遏制网上欺诈，并保护这一知名葡萄酒名称对生产商、进口商和分销商的商业价值，不过其最终效果仍将取决于平台对下架请求的响应速度。

由主席 Giovanni Busi 领导的该联盟表示，这一系统旨在识别假冒产品、不正当竞争以及对 Chianti 商标的不当使用。当地报道提到的一个例子，是销售含粉末混合物的套装，并宣传只需加水即可制作“Chianti”；这类产品说明，受保护的葡萄酒名称被滥用后，在网上会扩散到何种程度。

该组织表示，这一项目分为三个主要部分。第一部分是监测主要国际市场平台，查找可疑或违法上架商品，通过平台官方流程提交下架申请，并在提供佐证材料的同时与平台保持联系。第二部分是监测主要社交媒体网络，包括 Facebook、Instagram、X 和 TikTok，以发现可能侵犯知识产权、推广假冒商品或使用与 Chianti 名称相关的虚假账号的内容。第三部分是更广泛的网站和域名监测，用于识别未经授权使用 Chianti 商标的网站和互联网地址，并要求网站运营方删除违法内容。

该联盟表示，这项工作承接了今年早些时候的阶段性成果，当时基于软件的检查发现了数起疑似假冒产品。当地报纸 La Nazione 报道称，这些发现推动该部项目下的工作再延长约一年。

联盟表示，在 2027 年 1 月 20 日项目结束时，结果将免费提供给业内企业，并发布在其公共网站 consorziovinochianti.it 上。开放获取的承诺表明，该组织希望这一项目不仅充当执法工具，也成为葡萄酒庄园和其他经营者的实用信息来源；这些机构可能没有资源自行持续开展数字监测。

据 La Nazione 报道，联盟表示，目标是在全球数字市场中维护与 Chianti 名称相关的真实性、透明度和质量，从而保护生产商和消费者。这反映出欧洲葡萄酒产区面临的更广泛挑战：它们依赖地理名称作为身份认同和定价能力的核心部分。一旦受保护名称被在线复制，损害就可能不止于一笔欺诈交易，还会影响消费者信任，并削弱正品与仿冒品之间的区分。

当地市镇联盟主席、Montespertoli 市长以及意大利全国市镇协会农业代表 Alessio Mugnaini 表示，AI 可以帮助人们更好、更快地完成更多工作，但前提是使用得当。他还表示，用户需要知道如何管理这些系统产生的信息，这意味着，随着新的软件工具出现，可能也需要更强的数字技能。

Montespertoli 是 Chianti 的主要产区之一，因此当地官员对这一名称在国内外市场上的使用有着直接利益。对这些产区的生产商而言，这一问题不仅关乎法律保护，也关乎定价、声誉和市场准入。市场平台上的虚假上架，或社交媒体上的误导性宣传，可能在数小时内波及多个国家的消费者，而且往往早于传统执法行动启动之前。

联盟尚未说明目前有多少可疑上架、账号或域名正在审查中，但其对项目的描述表明，这是一种持续监测模式，而非一次性检查。在在线酒类销售中，这种做法越来越重要，因为商品信息可能在下架后迅速以新的卖家名称重新发布，或从一个平台转移到另一个平台。

Chianti 项目也凸显出葡萄酒团体如何调整以往主要用于时尚、奢侈品和消费电子产品的品牌保护策略。在饮料行业，同样的工具可用于发现对受保护名称的滥用、假标签、仿冒包装以及试图借助既有产区声誉获利的误导性广告措辞。

目前，联盟的直接重点是在线执法。其传递的信息是，打击“假 Chianti”不再只发生在商店或边境，也发生在搜索结果、社交动态和数字店面中；在这些场景里，消费者未必能轻易分辨经过认证的酒瓶与未经授权的产品。