

践行“3·15”， 天丝集团多维发力护航高品质消费

蒋正毅

在2026年“3·15”国际消费者权益日到来之际，中国消费者协会发布“提升消费品质”年主题，为“十五五”开局之年的消费维权工作锚定方向——既要推动商品服务提质升级，也要提升维权效能、优化消费环境。

作为深耕中国市场30余年的国际品牌，天丝集团积极响应年主题号召，联合多地市场监管部门开展正品红牛识别的消费者教育活动，以实际行动配合监管、服务公众。通过消费者科普、知识产权保护和产品创新等多元实践，天丝集团发挥全球红牛品牌创始者的专业优势，将品牌积淀转化为消费者手中可感知的品质保障，让高品质消费始于正品、归于信任。

正品守护， 为消费者把好第一道关

正品体验，是高品质消费不可逾越的底线。知名商标和品牌的底蕴，常常意味着更严格的品质管控和卓越的品牌口碑，也是消费者购买决策的直接依据。当侵权假冒产品攀附知名品牌进入市场鱼目混珠，不仅严重侵犯了商标权利人的合法权益，扰乱了市场经营秩序，更给消费者带来巨大的食品安全风险。而经销商若不慎购入并销售此类商品，有可能面临工商行政管理部门依据《中华人民共和国商标法》第六十条至六十七条规定的严厉查处，包括立即停止销售、没收销毁侵权产品、处以罚款等。

红牛作为全球知名的功能饮料品牌，近年来也不断面临侵权假冒产品的挑战。天丝集团深知，守护正品就是守护消费者权益。为营造公平有序的市场环境、让消费者买得放心，天丝集团持续加强与各地市场监管部门的协作，共同打击侵权假冒产品，从源头切断侵权

产业链。天丝集团配合行政执法的系列行动如今已取得显著成效，其打假案例曾入选2019年公安部与市场监管总局共同发布的“整治食品安全问题联合行动十大典型案例”，涉案货值达2亿元。截至2026年2月底，全国市场监管执法部门已累计责令下架、查扣侵权假冒红牛超100万箱，作出风险提示、行政告诫、责令改正、行政处罚等各类执法文书近9000份。净化市场环境需各方共同努力，作为商品流通的关键一环，各经营者也应履行好进货查验及索票索证义务，避免因销售侵权商品承担法律责任。

在严厉打击侵权产品的同时，天丝集团更着力增强消费者的品牌意识，让正品识别成为消费者自我保护的重要防线。“3·15”期间，天丝集团红牛团队跨越辽宁、新疆、河南、安徽、浙江、江西、湖南、四川、贵州等十余个省区市，联合当地市场监管部门开展“红牛”正品鉴别及宣传展示活动，通过实物对比与讲解，帮助广大消费者和商家掌握正品识别技巧。



天丝集团旗下红牛品牌入选2025年“北京重点商标保护名录”。

这些活动不仅引导消费者免受假冒产品侵害，更将绿色消费、科学理性消费的理念融入基层科普，为涵养消费品质生态贡献力量。

天丝集团持续面向中国市场开发多元创新产品，目前在中国大陆授权销售的正品红牛饮料共四款：红牛®维生素风味饮料、红牛®维生素牛磺酸饮料、“0糖果味”红牛®维生素能

量饮料及国内首款瓶装红牛®能量饮料。消费者可通过罐体“天丝集团(TCP)授权标识”及“红牛®”“双牛图形®”商标识别正品，让品质承诺触手可及。

法治共建， 护航品质消费行稳致远

商标承载着企业对消费者的品质承诺。消费者选择“红牛”，选择的是一份对经典配方与稳定品质的信赖。这份信赖的守护，既需要企业自身的法治坚守，也需要行业与社会的广泛参与，共同营造公平有序的市场环境，为2026年年主题强调的“持续优化消费环境”筑牢根基。

作为全球红牛品牌及“红牛”商标的创始者和所有者，天丝集团持续加大知识产权保护投入，以法治之力为品质护航。自2020年最高人民法院对“红牛”商标权属案作出终审判决，“红牛系列商标”归属天丝集团的法律事实尘埃落定。这一里程碑式的判决不仅为企业正本清源提供了法律依据，也为同类案件厘清了商标转让与许可

使用的法律界限，成为国家加大知识产权保护力度、构建现代化消费治理体系的生动注脚。

在司法确权的基础上，天丝集团积极融入行业共治体系，将商标保护经验转化为推动市场秩序优化的公共价值。2025年，天丝集团受邀在第十五届中国国际商标品牌节上分享红牛商标维权实战经验，并荣膺“2025商标品牌节卓越贡献奖”；旗下红牛品牌还成功入选2025年“北京重点商标保护名录”。从司法个案到行业共识，从企业维权到社会共治，天丝集团以实际行动参与构建消费者权益保护的长效机制。

品质是企业与消费者之间最坚实的信任纽带。在2026年“3·15”这个特殊节点，天丝集团通过扎实的行动，不仅展现了对品质的一贯守护，更希望与各方携手，营造让消费者安心、让合规经营者受益的市场环境，助力高品质消费不断勃发生机。未来，天丝集团将持续加强创新研发、品质坚守与行业共治，为“十五五”开局之年的消费提质贡献企业力量。