

国内灌装 | 制约行业发展

北京商报记者发现,进口葡萄酒从海外运到国内需要几个月时间,海上的颠簸时间很长,葡萄酒始终处于一种不稳定状态,这就要求酒商的精心呵护,至于保存效果如何,完全取决于酒商的做法,进口灌装酒的质量自然参差不齐。有酒商甚至会注入超标的二氧化硫来保质,但对人体有害。

近年国内灌装进口葡萄酒市场如火如荼,一方面为更多国内消费者品鉴进口葡萄酒提供了机会;另一方面,真假进口酒掺杂使得葡萄酒品质不一,消费者难辨真假时难免对品质失望。

在业内专家看来,这种急功近利使消费者一味追求低价,从原品质导向消费转向价格导向消费,影响行业的长远发展。另外,对于灌装酒制造商来说,口碑与信誉就是企业的生命,此类行为不是发展的长久之计。对于下游经销商、分销商们来说,假冒伪劣的灌装酒一旦被查处,也必然受到

牵连,销售遇阻。

最近,国家质检总局公布的不合格进口葡萄酒中,有80批次的法国葡萄酒不合格,部分产品涉嫌造假,其中干浸出物、霉变、重金属超标和未提供所需证书是不合格的主要原因。不少急于获利的酒商为了节省成本、获得最大利润,无论是酒瓶包装还是灌装环境,包括进口过程中的运输环境,都存在偷工减料的现象。实际上,这些过程无人监管,不法酒商照样可以贴上进口酒标出售,至于瓶里的酒质则令人堪忧。

李欣新表示,目前市场上不乏低价位的原瓶进口葡萄酒,但消费者在选购酒品时不要一味追求低价,因为这些所谓的原瓶进口葡萄酒很可能存在着质量风险。酒商很少会选择正规酒厂进行灌装,而是会选择一些小作坊,无论是从生产环境、灌装工艺,还是安全卫生方面都很难严格规范,其产品质量实在令人担忧。葡萄酒属于直接入口的食品,相关部门还应加大监管力度。

·专家观点·

一味追求低价存风险

无论是销售葡萄酒还是消费葡萄酒,如果一味追求低价位,对于整个市场而言存在很大的风险。在成熟市场,葡萄酒消费是品质导向型,而一味追求低价,自然就形成了价格导向型。

市场长此以往,高品质的葡萄酒市场占有率越来越低,而低价低品质的葡萄酒在市场上快速发展,使得市场长期处于低水平运转。对于进口商和经销商而言,发展空间越发狭小。对于消费

者而言,对葡萄酒消费产生价格误区,对于其消费葡萄酒将形成错误的观点和习惯。

葡萄酒作为饮品,食品安全问题是非常重要的,当市场长期在低端徘徊的时候,一些不法商家为了牟取暴利,自然会使用非法手段。价格战的最终结果是企业和品牌被消费者抛弃,更严重的是国内葡萄酒市场将不被消费者所信任。

·慧眼识酒·

如何辨别原瓶进口葡萄酒

●酒标

一般来讲,如果是原瓶进口葡萄酒,可以从酒标上了解其信息。按照海关规定,进口葡萄酒除了在酒瓶正面需要贴有进口国文字的正标外,同时还需要在背面贴正规的中文背标。

●外观

进口法国葡萄酒在酒标上的容量通常显示为75cl,而不是国内常用的750ml。

原瓶进口葡萄酒的日期标注与国内也有所不同,比如法国葡萄酒的日期标注为L7296A06 11:58,其中L7代表2007年,296代表在法国时间从新年开始的第296天灌装,A06代表的是生产线编号,11:58是精确的出厂灌装时间。

●条形码

原瓶进口葡萄酒的背部都会标注一个13位的国际条形码,其中第1-3位数字是国家代码;第4-8

位数字是厂商代码;第9-12位数字是厂商内部商品代码;第13位数字是校验码。

条形码的第一个数字代表着不同的国家,比如0是美国、30-37是法国、6是中国、7是智利、8是西班牙、9是澳大利亚等。

●酒封

一般原瓶进口葡萄酒酒塞上印有品牌标识的酒封都是可以转动的,因为其酒塞的密封性能良好,酒封只起品牌标识符号作用,不需封死,所以可以转动。但有些国内的假酒或仿酒由于担心酒塞密封性能差,所以也将酒封一并封死,反而留下纰漏。

●木塞

一般来说,木塞上的文字会与酒标上的内容一致,比如酒庄名称、生产批号等等,但国内的灌装酒在细节处很难做到,消费者需要仔细分辨。

北京本报记者 刘一博 朱欣悦

·记者手记·

原装、灌装傻傻分不清楚

国家质检总局公布的不合格进口葡萄酒中,有80批次的法国葡萄酒不合格,部分产品涉嫌造假,其中干浸出物、霉变、重金属超标和未提供所需证书是不合格的主要原因。

葡萄酒作为舶来品,产区、等级、年份等一系列标准让许多消费者一直处于云里雾里,而许多不法商家正是抓住消费者的知识盲区,通过造假售假的方法非法牟取暴利。北京商报记者通过粗略计算得出,法国原瓶进口葡萄酒的成本价大约在20-30元之间,而网上以15-30元区间销售的原瓶进口葡萄酒大有人在。单纯从数字上分析,其中的奥秘便昭然若揭,更有

圈内人士断言,以这样的价格销售的酒肯定有问题。

葡萄酒与其他饮品不同,在价格方面受到多方面的影响,比如年份、产区,甚至酿酒师都是影响其定价的因素,不夸张地说,葡萄酒压根就不是一个以低价搏出位的商品。但是,国内许多商家看到消费者喜欢捡漏儿的心理,便将葡萄酒拉入价格战的漩涡。短期看或许可以得到较快速度的增长,但是从品牌和市场的未来发展而言,注定是弊大于利的。

毕竟,入口商品的口碑与信誉就是企业的生命,以次充好、以假乱真的行径无疑是企业在自取灭亡。与此同时,对于下

游经销商、分销商来说,假冒伪劣的灌装酒一旦被查处,也必然受到牵连,销售遇阻。这种行径除了对企业本身造成伤害之外,对于消费者和市场也存在巨大的危险。追求低价将导致市场成为价格导向型,而这与葡萄酒品质导向型的产品特性存在巨大差别,最后很有可能造成国内高端葡萄酒消费外流,给国内葡萄酒市场造成极大影响。

据悉,不少急于获利的酒商为了节省成本、获得最大利润,无论是酒瓶包装还是灌装环境,包括进口过程中的运输环境,都存在偷工减料的现象。实际上,这些过程无人监管,不法酒商照样可

·调查数据·

原瓶进口葡萄酒

国家	成本	售价
法国 AOC、AOP级	25元	55元
西班牙	18元	40元
智利	18元	40元
新西兰	30元	80元

以上价格均为估算价格

灌装葡萄酒



·名词解释·



AOP级别

法定产区级别,它来源于新的分级制度。近些年欧盟对原产地保护制度进行改革,为了统一标识,法国葡萄酒从2011年开始执行新的酒标级别标准,也就是IG、IDP、AOP(无保护区餐酒、保护区餐酒、法定产区)。换句话说,新的分级是将老标准中四个级别浓缩为三个级别,AOP就相当于老标准的AOC+VDQS。由于新旧标准在较长时间内共同存在,所以能够在市场上见到不同标准的葡萄酒。



AOC级别

法定保护产区级别,它来源于法国在1935年建立的葡萄酒原产地命名体制。在此体制中,一般分为四大等级,分别是VDT、VDP、VDQS、AOC(日常餐酒、地区餐酒、优良地区餐酒和法定保护产区)。一般情况下,葡萄酒产区内标明的产地越小,则代表酒的品质越好,当然其价格也就越贵。

以贴上进口酒标出售,至于瓶里的酒质则令人堪忧。

到底是什么让商家可以冒着牺牲企业未来的风险铤而走险呢?暴利二字出现在眼前,有些酒商倒闭或者转行不再经营酒类,急于甩卖变现,这类酒的质量和售后都得不到应有的保证;有些酒打着低价促销的幌子,使消费者有种捡漏儿的心理,但实际在运输或存放过程中酒体受损,所以酒商采取低价策略;酒商低价贩出的很可能不是真正的原瓶进口葡萄酒,或者只有一部分是原瓶进口酒,另外由酒商掺入了一部分灌装酒,打擦边球当做是原瓶进口酒售出,从而赚取暴利。