



中国酒庄酒能救市吗

近日,中国酒业协会在京召开“葡萄酒酒庄酒”证明商标新闻发布会,这是酒协在行业内推出的第一个产品证明标识。在内有限制“三公消费”大环境制约,外有商务部撤销对

欧盟“双反”协议面临进口酒冲击,国产葡萄酒发展陷入困局的当下,酒庄酒的概念能否调动消费者意愿?酒庄酒究竟能够救市还是仅为宣传噱头?

酒庄酒的中国式道路

6月初,中国酒业协会在北京发布“葡萄酒酒庄酒”证明商标,今后中国酒庄酒将在《中华人民共和国商标法》等法律法规的保护下,走向新的发展道路。中国酒业协会副理事长兼秘书长王琦表示,酒庄酒证明商标的推出对规范葡萄酒行业自身、提升企业品牌与信誉度以及为消费者提供参照依据,并保护其合法权益具有重要意义。

其实早在2006年,中国酒业协会就发起成立了“中国葡萄酒酒庄联盟”,主要目的是加强行业自律,让消费者更好地识别中国的酒庄酒。据行业相关人士透露,酒庄联盟后来也不见有何大的举动和声音,这似乎也能看出酒庄酒理念在国内发展的艰辛与不易。整个葡萄酒行业,这些年来行业协会以及产区出台制定过不少政策,但往往事与愿违。

在独立酒评人朱立农看来,酒庄酒概念的推出,也是在借鉴法国葡萄酒产业的某些标准体系。在新世界和旧世界葡萄酒国家,有两种情形,一种是类似酒庄酒,用自己认定的产区种植葡萄酿酒;再就是从外面买来现成葡萄生产葡萄酒,分产区辨认,像波尔多产区、AOC产区。另一种是工业酒,企业用自己的灌装厂装瓶生产,在法国,经常由几个小酒庄联合建设一个灌装厂,这是合作社的方式,但在中国还不被允许。在法国,上千年的产业历史、相关的法典是经年累月打磨而成的,只有拥有真正酒庄做酒庄酒的城堡,才可以称做“chateau”,否则是违法行为;而在中国,冠以“城堡”或“堡”字眼的不在少数,名副其实做酒庄酒的则需另当别论。

酒庄酒不等于“高大上”

业内人士认为,在国外尤其是欧洲,葡萄酒产业发展相当成熟,根本没有所谓“酒庄酒”与“非酒庄酒”的划分,比如法国,在理论上通常运用分级制度来区分优劣。还有一种来自业内的声音,则质疑酒庄酒将来极有可能成为企业包装营销的手段。

有资深葡萄酒媒体人认为,依据中国国情,不能以国外酒庄酒的标准来衡量国内酒

庄酒,国内酒庄酒道路应该擁有自己的特色。过去大家总觉得酒庄酒应该是高档酒,实际上,酒庄酒不一定非要高品质、高价位,而是要适应消费者的多种不同需求。他同时指出,欧盟国家包括中国在内,许多酒庄都早已在遵循传统认真做酒庄酒,贴酒庄酒的标识与否并不影响品质本身。值得一提的是,今后国内具有一定资质的酒企,如若申请酒庄酒商标,究竟会收到怎样的效果,消费者是否认可买单,最终都要用市场来验证。

一位留法多年的国内酒庄负责人表示,酒庄酒的相关认证在一定程度上是件好事,会对消费者产生指导与引领。有些类似法国独立酒庄组织,只不过法国方面不规定产能,并且贵的便宜的都有,消费者要通过酒帽上标注的标识来鉴别酒品质。

但是,仅推出酒庄酒概念,不能够跟消费者接上地气,甚至可以说这还只是个半成品。

对于是否申请“葡萄酒酒庄酒”证明商标,河北怀来瑞云酒庄品牌总监王昭感觉不会很着急,先静观市场运行效果,看消费者的认可程度,是否可以缓解信任危机,如果能提升产品本身形象,那么也不会排斥。

缺监管恐半途而废

胶东产区某酒庄负责人表示,2007年该产区推出“蓬莱产区葡萄酒产品专用标志”,曾在一段时间对该产区的葡萄酒品质保障发挥了一定的积极作用,后来便逐渐销声匿迹了。推行下去很困难,这从侧面可以看出国内葡萄酒发展的许多制约。同样,对于酒庄酒概念,有葡萄酒从业者猜测,开始葡萄酒企业、质检部门或许会比较感兴趣。可能出于营销目的,也或者是宣传噱头,但随着时间的推移,很有可能同样因为缺乏公信力以及对市场的拉动不足而半途而废。

对此,有业内专家担忧,当下中国国内葡萄酒市场面临内忧外患的双重考验。酒庄酒概念的提出以及“葡萄酒酒庄酒”商标的实行,出发点非常好,力图对葡萄酒生产企业、行业净化和消费者正确引导上做出努力。关键的是,要想落实到下游,企业如果合法申请到酒庄酒标识后,如若不能够达到之前的品质要求,又有哪些部门去监管。推出商标只是第一步,整个行业需要全产业链的控制与规范。因此,中国酒庄酒乃至整个葡萄酒市场的规范提升都将任重道远。

酒到灌装的全过程都在酒庄完成;(3)葡萄种植后第三年方可出产,并实行限产,亩产在1000公斤以下;(4)酒庄酒的产量应与酒庄种植葡萄面积及单产相对应,酒庄酒年生产能力应不低于75千升;(5)有常年在20℃以下的地下室或有温湿度相对稳定的储酒车间;(6)拥有橡木桶的数量要与所生产的产品类型及数量相对应;(7)从事酿酒的技术人员均需取得酿造技术相关专业毕业证书或《酿酒师》国家职业资格证书;(8)葡萄园与发酵车间之间的距离合理,且能保证采收后当天入罐;(9)酒庄酒的标签标注内容应与瓶内容物相符。(北商)

近日,郎酒集团位于四川古蔺二郎镇生产总部的近千名员工罢工。工人拉着横幅声讨郎酒集团对工人的不公平待遇,据当事人介绍,罢工一直持续到当晚10时许。

罢工源头是涨工资问题。据郎酒厂工人告诉记者反映,郎酒集团今年5月下发涨薪方案前,酿造车间工人每月工资为1700元~1800元基本工资、加班费500元,共计2200~2300元。工人称,之所以有加班费,是今年3月以来劳工荒的后遗症。很多员工离职后,原来一个组有5~6人,现在只有4~5人,工人单位生产量增加了。另郎酒集团设置了每个产次的超产奖。

这次涨薪,工人称据说在原有工资基础上增加500元左右,从3月补起,但加班费被变相取消了。投诉工人反映,其并没有看到相关涨薪文件。

该员工称,此次罢工诉求是恢复原来超产奖的百分率,还有人员配置不够产生的加班费得发。超产奖的百分率有所变动,工人认为是变相降低了工资。

另郎酒厂的二线工人反映,本月12日左右,酿造工人和包装车间工人工资按时发了,但后勤、保卫、办公室员工工资至今未发。据悉,本月16日,罢工人员占二郎镇郎酒厂一线工人的80%左右。其中,两河口分部基本上全停了,老厂尚有少部分工人在生产。

16日晚,郎酒厂总经理杨先本给员工答复称,工人先回去工作,所反映的问题一周内解决。部分工人直到当晚10时许才散去。

今年,郎酒集团销售形式有所好转。据工人称,顺应市场变化,目前销售量最大的是小郎酒,其次是郎牌特曲。红花郎去年一年没生产,主要是厂家一直在消化市场积压的大量库存。但从今年起,红花郎每月有100~200吨产量。在成都市场,红花郎的批发价在每瓶250~260元左右,已大幅降价。

(酒网)

