



中国2010年上海世博会唯一指定白酒

中国糖酒周刊

协办:中国贵州茅台酒厂有限责任公司

经理日报

THE MANAGER'S DAILY

责编:袁志彬 编辑:唐 勃

版式:陈 松 校对:阳 红

2010年3月29日 星期一 C4

行业标准“犹抱琵琶半遮面”导致——

我国果醋饮料遭遇“倒春寒”

□ 钟 荷

果醋饮料由于兼备水果营养和传统食醋的保健功能，日益在软饮料市场走红。但是有关食品专家提醒消费者，由于果醋饮料目前没有国家标准，市场上出现不少由醋酸、果味香精等勾兑的产品。这些产品没有任何营养和保健价值，伤害了果醋业。

今春，随着天气渐热，饮料销售又将迎来旺季。记者走访福建厦门市场发现，与种类繁多的茶饮料、碳酸饮料、乳饮料、谷物饮料相比，被称为“第四代功能性饮料”的果醋饮料却销售遇冷，厦门市果醋产量严重下降。业内人士认为，欠缺国家行业标准导致果醋产品良莠混杂，难以打动消费者。

市场

果醋被误认为米醋或酒

记者在家乐福等超市看到，多数超市只有两三个品牌的果醋在销售，品种也极为单一，每瓶售价从10元到30多元不等。包装颇为精美，不少产品使用酒或香水才用的磨砂玻璃瓶。在一些中小型超市，当记者询问：有无果醋时，售货员径直将记者带到了酒类柜台或米醋柜台。

“销售情况很不好，一年卖不到1万元。”某品牌果醋经营者告诉记者，一些市民误以为果醋只是“米醋加果汁”，认为自己回家倒些米醋加入果汁就行了，并且担心醋喝多了对胃不好。只有少数白领知道果醋的保健效果，选择果醋饮料。在酒楼工作的叶先生告诉记者，在他们酒楼，果醋一般都卖到25元、30元一瓶。



瓶。“自己掏腰包吃饭的很少有人点，一般点果醋的都是公款消费，再有就是年轻人图个新鲜。”

质量

果醋参差不齐

“2006年，果醋曾在北京兴起，后来由于醋饮市场几乎被山寨、杂牌、食醋香精勾兑的产品充满，消费者对其质量失去信心。直到去年初，汇源集团请来陈佩斯、朱时茂担当果醋产品代言人，果醋才又引起关注。”在厦门经营金柑果醋业务的东和兴贸易有限公司总经理吴先生

说。据介绍，真正的果醋是纯果汁酿成果酒，再酿成果醋，等于是经过两次酿造、两次发酵而成，需时一般在3~6个月，个别产品甚至需时一年。如此长时间的酿造，成本必然较高，然而一些企业为缩短生产时间，压缩成本，便以果汁加食醋勾兑来冒充果醋。一些杂牌模仿一些成熟品牌的包装形式，给消费者造成视觉混乱；一些投机商将生产和保质日期印在瓶盖上，每次只是更换瓶盖，就可以将过期产品拿出来长期卖。也就是说，市面上至少存在三

种果醋：100%原汁果醋；将原汁果醋结合其他果汁进行调配的“勾兑型”果醋；以果汁加米醋形成，实际上只是“带醋味的果汁饮料”。然而，由于没有相应标准，它们都披上了“果醋”的外衣，消费者无从区别。

利益之争 导致行业标准“难产”

业内人士认为，果醋业要迅速发展的核心和关键，就是要尽快拿出果醋产品的标准、国家标准，包括怎样打假，检测方法的确定等，以此规范和推进果醋饮料的发展。

“例如，目前多数勾兑型果醋，可定位于中低端市场；而纯正酿造型果醋，可面向高端人群。通过一些指标，将产品的档次区分开来。这样，纯正酿造型果醋或许还有活下去的空间。”百味果相关负责人如是表示。

2008年底，全国食品工业标准化技术委员会饮料分委会曾发布了《果醋饮料》国家标准征求意见稿，意欲规范行业。该标准规定，果醋饮料应该用经发酵制成的果醋调制，禁止用未发酵的柠檬酸、苹果酸、酒石酸、醋酸作为辅料调制果醋饮料。产品标志上，名称应由“发酵型”、“水果名称”和“醋饮料”三部分组成。

业内人士曾表示，这一标准将于2009年底执行，但如今，这一标准因几家大型果醋饮料生产企业之间的利益博弈而变得遥遥无期。“几家企业的生产工艺、规范大相径庭，各家都希望国标更接近自己的工艺，实际上就是利用制定国标的手段将竞争对手逼出局，达到独霸果醋饮料市场的目的。”

专家说法

企业各自为政是祸根

对于果醋业之乱象，上海应用技术学院发酵食品专家周小理教授表示，醋酸饮料的国家标准还在制订过程中，何时出台还很难说。目前国内有几百家果醋饮料企业，都是按照各自的企业标准进行生产，不排除还有更多的小企业或作坊随意勾兑的情况。由于没有国家标准界定果醋饮料的定义、生产工艺和质量标准，因此也很难说它们是“假冒伪劣”。

著名酿造专家、华中农业大学食品科技学院陈福生教授认为，真正的果醋应该是以水果或果汁经过微生物发酵形成醋，再添加水、果汁、食品添加剂调配而成，营养丰富但工艺复杂、周期长、成本较高。目前，市场上部分产品虽然也有酸和水果味，但其实是用冰醋酸(石油合成)、香精和水直接勾兑而成，没有经过发酵也不会有传统醋的保健功能。

把脉 需根治“小”“乱”“杂”

果醋为何“叫好不叫座”。原因何在？

首先是“小”。表现为两个方面：一是行业规模小，整个行业2008年的销售规模只有6亿多元；二是以中小企业为主，缺乏强势品牌，全国几百家果醋生产企业，销售额过千万的屈指可数。

其次是“乱”。一是功能定位混乱，大多数厂家打保健牌，卖点诉求过多，但没有一种被人们明确认知；二是价格也非常混乱，定价从几元、

十几元到几十元的都有，自相扰乱，让本来就很难得的少数对醋饮感兴趣的消费者感到困惑。

再次是“杂”。真正的果醋是由果汁经过两次发酵(酒精发酵、醋酸发酵)而成，但由于没有行业标准，目前市场上不少产品是以食醋加果汁勾兑而成，缺乏发酵法生产果醋特有的风味，由于成本低、利润高，这种“李鬼”产品竟大行其道，正规军被挤兑得很厉害。

由此可见，“小”“乱”“杂”不除，果醋饮料业将只能自尝苦果。看来，果醋业标准的出台才是治本之策，它能让果醋业长治久安、永沐春阳。

背景资料： 我国果醋市场潜力大

据了解，果醋饮料迎合了现代都市人绿色、健康的消费理念，并满足了女性朋友保健、美容的需求，因此在欧美、日本等发达国家早已被消费者普遍接受，市场非常成熟，仅北美地区的苹果醋产量就达2.6亿升，但数据显示，目前中国各种醋(包括传统醋、保健醋和果醋)的人均年消费量仅为0.19公斤，是日本的1/9，美国的1/7，而果醋就更少了。

相关链接： 消费者选购需留心

食品专家提醒消费者，由于果醋饮料目前没有国家标准，市场上出现了不少由醋酸、果味香精勾兑的产品，这种产品质量没有保证。所以，广大消费者在选购果醋饮料时，首先还是应注意品牌和主要成分，要注意产品标签上是否标明产品生产流程中包括发酵过程。

董酒:神奇的佳酿 民族的瑰宝

□ 本报记者 王剑兰 王道海

“连续喝了20多天共2瓶董酒，果然感到不一般，我原本隆起的肚皮开始消平了，站在磅秤上一称，体重从71公斤降到67公斤，减少4公斤；原先文革中我被造反派整得的颈椎病痛也消除了。我老伴30年前在北京工作时，一次去看火爆的《少林寺》电影，入场受挤压折断的胸骨，没经医治，虽自然愈合，但一直留下后遗症，骨折处隆起得很高，经常发痛，连续喝董酒后，竟然不痛了，骨折处也平坦了，真是奇迹！”

福建省慈善总会会长、福建省第七、八届人大常委会副主任张明俊表达的切身体会，无异于董酒养生强身治病的一个典型事例！

自古以来，人们欣赏美酒的火热与激情、陶醉与豪放，却殊难见过如此神奇的健身效果。据张明俊介绍，朋友给他送来两箱54度圆瓶包装的国密董酒，说是与茅台同为中国省仅有的两大国家名酒、中国八大名酒，其香味独异，饮后不口干，不上头，具有养生功能。他盛情却而试用，不但感受到此酒超凡脱俗的风格和香味，而且获得意外的养生效果。

董酒的这种神奇效果，其实早已有之——

1935年，中国工农红军长征到达遵义，驻扎在董酒产地董公寺一带的战士饮用董酒后，疲劳很快就解除了。当时医用酒精奇缺，红军就用董酒代替酒精给伤口消毒，效果出奇的好。董酒因此被红军战士称为“神酒”、“救命酒”，在漫漫长征路上留下了许多美丽动人的故事。

抗日战争时期，浙江大学西迁遵义，教授们在董公寺品饮董酒后赞不绝口。他们从此酒富含多种药用植物出发反复考证，认为“董”字由“艸”和“重”组成，“艸”与“草”同意，“重”为数量众多，故“董”字寓意“百草”，“董”字本身的文化内涵与董酒的文化内涵，同时此酒又产于董公寺，这三者具有传奇般的巧合，随即提议将此酒命名为“董酒”，盼其传承发扬“百草之酒”。并经他们荐介，董酒荣登陪都重庆大雅之堂，成为达官显贵们的至爱，至今一直是中国白酒行业中极具中华民族特色的传统产品。

1977年国门初开，董酒开始出口试销，消费者反映良好，从此出口创汇逐年增加，并远销东南亚、日本、加拿大、欧美等地区和国家，港澳同胞称它为“思乡酒”、“多情酒”，外国朋友称它为“友谊酒”、“典雅酒”。2008年4月，汤加王国驻华大使馆在北京举行汤加国王访华成功答谢宴会，中国外交官员和80多个国家的驻京外交使节出席宴会，国密董酒作为王室专供酒和王室礼品赠送给晚宴来宾，成为首次被选为

王室特供酒的中国白酒。2009年，国密董酒被指定为第十三届中国国际投资贸易洽谈会唯一国宾专用白酒；并再次成为庆祝建交20周年密克罗尼西亚国宾接待专供酒，彰显了董酒的尊贵品位、优异品质和非凡品味。



遵义地区以得天独厚的地理气候条件，形成了以茅台打头阵的酿酒盛地。而同处遵义市的董公寺，地处低纬高原，冬无严寒，夏无酷暑，植被茂密，泉水甘醇，早在魏晋南北朝时期已盛行酿酒。到明末清初，这里的酿酒业已具有一定规模，酒作坊处处可见，酿造技艺互通互融，仅董公寺一带的作坊就有十多家。通



过程明坤等先人们对董酒酿造工艺和配方的代代传承、不断总结、归纳演进，采众家制曲之长，集酿造工艺之优，创酿出酒质独特的“药香酒”。此酒采用优质高粱为原料，小曲小窖制取酒醅，大曲大窖制取香醅，酒醅香醅串蒸而成。这一独特精湛的酿造工艺造就了董酒的典型风格：既有大曲酒的浓郁芳香，又有小曲酒的柔绵、醇和、回甜，还有微微的、淡雅舒适的药香和爽口的微酸，酒体丰满协调，沁人心肺。

千百年来，我国劳动人民就一直用白酒来解乏去疲、提振精神、驱寒镇痛、强身健体。“酒药同源”，逐

渐成为人类酿酒追求的境界和真谛。令人叫绝的是，董酒特选130多种天然植物参与制曲，这些中草药经过长期、神奇的发酵，随着蒸馏过程而进入酒中，形成了董酒神奇的综合养生功能，赋予了董酒固本、活血、益神、提气等养生功效。经常科学适量饮用董酒，可以起到疏通经络、宣通气血、扶正祛邪的作用，从而达到调整机体平衡功能目的。董酒因之成为中国传统蒸馏酒中最具健康、养生功能的白酒佳品，是中国健康白酒引领者。

但董酒又绝非药酒，它是在制曲一开始就将草本植物掺入，让其互相浸润，浑然天成。此酒一上市就

深得坊间酒肆青睐，并很快越出黔地，蜚声大江南北。后来此酒又几经改进，逐渐形成一套完密的配方和酿造工艺，酒的品质臻完美，成为中华民族一大名酒。我国党政军高层领导先后到董酒公司视察指导；中国文化界当代大家姚雪垠、胡洁青、李锐等，光临董酒公司并留下了宝贵的精神财富。“酒如诗，酒入诗，诗入词，诗进酒中醉天下”，成为了董酒“诗酒合一”的真实写照、承袭了中国数千年酒文化脉络的活化石，代表了中华民族千年沉淀的养生文化，实乃传承中国文化深厚根基的民族瑰宝。