

酒就是酒 永远不会变成药

“请为我们学校正名!”17 日,江南大学副校长、酿酒科学与酶技术中心主任徐岩致电媒体,郑重声明目前刷屏的微信——“喝白酒相当于服 57 种中药,喝白酒更健康”的信息源,并非来自该校和他们研究团队的成果,而是商家拼凑炒作和利用新媒体进行不当营销!

上周,记者曾就该微信的真伪,向江南大学宣传部求证,疑问有三:“白酒保健功能大于葡萄酒”之说,是“微生物发酵领域最牛叉的江南大学研究新发现”吗?徐岩团队是否发布了“一杯白酒相当于 57 味中药”这一说法,依据何在?白酒能当药用吗?

“我来替校宣传部解答。”徐岩教授说,很多传言同我们从事的白酒实验成果和学术研究有关,先说“白酒保健功能大于葡萄酒”的来龙去脉,再所谓谓“一杯白酒相当于 57 味中药”的传说路径。

适度饮用葡萄酒有益健康,这一理念已颇普及。那么,适度饮用白酒呢?徐岩说,从 2012 年开始,我们团队开展“中国固态发酵白酒与葡萄酒生物活性成分比较研究”。检测发现,葡萄酒中 3 大健康活性成分——萜烯类、吡嗪类和多酚类化合物,在纯粮发酵白酒中均存在,而且前两种健康化合物含量还高于葡萄酒,说明两种酒都有健康因子成分。

“这是业内首次对白酒与红酒的分子基础进行定性定量检测分析。”该团队撰写了《科学认识中国白酒中的生物活性成分》论文,发表在当年第 10 期《酿酒科技》杂志。其



中,对白酒健康活性成分不输葡萄酒的成因也进行了阐述,即由于传统白酒采用多菌系自然堆积固态方式制曲、多维微生物固态发酵酿造和高温蒸馏工艺,使风味物质更加纯化;而葡萄酒为酿造酒,更多的风味物质来自葡萄原料和后期的橡木桶陈酿。这一科研成果,当时在业内引起不小的轰动。

一些白酒企业开始抽取论文中的数据比值,并以该研究团队的名义大肆宣传“白酒保健功能大于葡萄酒”。“这些商业炒作很不严肃,已经超出学术研讨的范畴。”徐岩说,我们白酒研究团队不会跨界做医学健康比较研究,更不会公开发布排斥性结论,“好在当时新媒体还不发达,这些说辞流传有限!”

去年开始,一些白酒企业背后的策划公司,借助微博、微信等又拿这篇旧论文“说

事”,炮制诸如“一杯白酒相当于 57 味中药”“喝白酒防癌抗癌”等“眼球新闻”,散布于朋友圈和客户端。“这是通过抽象放大,蒙骗消费者。”徐岩分析道。

“‘喝白酒等于服中药’的说法,是这样演绎出来的。”徐岩研究团队成员、江南大学酿酒科学与酶技术研究中心研究员范文来告诉记者,当年论文用一个章节公布了对一种董香型白酒的系列检测数据,这种白酒是经国家批准、全国为数不多添加中草药的酒,按照“百草入曲”传承工艺,制取大小曲先后采用了 130 多味中药材。范文来作为实验操作者,和同事于 2011 年应用“正相色谱技术串联气相色谱-质谱法”,在该酒中检测到 52 种萜烯类化合物,且高于一般白酒和葡萄酒,“我们推测,其主要来源于制曲过程中添加的中草

药及其微生物发酵产物。”

需要说明的是,对人体有益的萜烯类化合物,既存在于一般白酒和葡萄酒中,又广泛存在于植物、水果、蔬菜尤其中药材中。换言之,即使该董香型白酒中不添加中药材,也会检测到萜烯类化合物,只不过含量没有那么高而已。

荒唐的是,有人移花接木,故意把“从该酒中检测到 52 种萜烯类化合物”,说成是“从白酒中检测到 57 种中草药”,进而推演出“喝白酒等于服中药”的荒诞结论。“青菜、黄瓜、西红柿、苹果中也能检测到萜烯类化合物,难道能说吃果蔬就等于吃中草药?”范文来激情地谴责混淆视听者。

中国药科大学中药学院院长马世平教授告诉记者,那条“喝酒如吃中药”的微信他也看了,因为加了“大学酿酒专家的最新发现”,所以有一定的欺骗性,必须尽快澄清。“现在网上所谓保健秘方太多,大伙一定要增强理性分辨能力,不能人云亦云。”他说,如果酒中有那么多中草药成分,干脆酒厂挂医院牌子、医生卖酒不就得了?

身为中国酒业协会副理事长,徐岩忠告相关白酒企业,不要刻意从学术论文中断章取义,更不该用“健康白酒”的概念忽悠消费者,搞歪门邪道。他提醒广大消费者,饮酒一定要适量,比如 50 度以上高度白酒,一般每天饮用不超过 50 克;30 度左右的低度白酒,每天饮用不超过 100 克,葡萄酒、啤酒也不宜过量饮用,“酒就是酒,永远不会变成药!”

(林培)

品尚红酒掀流通酒裸价风暴

如果您近期浏览品尚红酒网,会惊讶地发现拉菲传奇的售价居然降到了行业最低价 58.98 元,奔富也只要 42 元。没错,品尚红酒正掀起流通酒裸价营销革命,颠覆进口葡萄酒传统经销行业。

一直以来,超市、餐厅、批发商等直接面向消费者的商家进口酒的主流价位多在三四百至六七百之间,当葡萄酒进入大中型酒店、夜店,其售价更是高得令人咋舌。为何一瓶在欧洲才卖几欧元(折合人民币几十元)的进口酒到达零售商家们手中价格却翻了十多倍甚至几十倍?

以往进口酒从总代理经销商、经销商等重重环节才能抵达饭店、批发商、零售商、

夜店等零售商家手中。代理商层层加价盘剥,自然推高了价格。近期,品尚红酒网董事长兼 CEO 张辉军向外界宣布:要颠覆这种传统的经销模式。

2010 年,品尚红酒在数千家红酒电商的围猎中以“让每一位中国人都能喝上纯正进口酒”的初心杀入市场。彼时,进口酒带着奢侈品光环,一瓶动辄数百元。品尚红酒重度整合上游供应链,与全球 200 多家知名酒庄达成战略合作。由于省去一切中介环节,品尚红酒把整个行业的价格降低了 60%。此次,品尚红酒直接面向餐厅、批发商、夜店等零售商,去掉一切中间代理商,把拉菲传奇、奔富、黄尾袋鼠等流通品牌葡萄酒降至底价。

也许,人们会困惑,此番以近乎零利润的方式发力 B2B 市场,是否为一种可持续的模式?张辉军解释道:“今后品尚红酒将进攻 B2B 供应链金融业务,通过这种方式既可保存公司自身实力,又可为批发、零售商家供血。他表示,以后还将继续采用这种方式,把更多裸价酒供给经销商、零售商。”

“我们此举的亮点就是:B2B 模式裸价销售触底行业最低价;此次活动并非一时促销,这种模式将成为今后的常态,且还将把更多裸价酒供给经销商、零售商;零利润 B2B 模式,为 B2B 供应链金融铺路。”张辉军表示。

(李玉友)



深圳茶叶出口全面下降 欧盟多次提高检测标准

深圳市的茶产业发展迅速,每年有超过 4 届的大型茶产业茶文化博览会,超过 1900 多户茶业商家,遍布全市有 30 个茶叶批发市场,从业人员近 6 万人。记者近日采访了解到,深圳市年销售茶叶及相关茶具等产值近 50 亿元,其中直接和间接出口达到 2 亿美元,与出口高峰时期比下降近五成。

去年各茶类出口全面下降

根据海关总署数据,2014 年我国茶叶出口 30.1 万吨,同比下降 7.5%。其中,绿茶出口 24.9 万吨,同比下降 5.8%,绿茶出口仍在茶叶贸易中发挥支撑作用,占出口总量 80%以上;红茶出口 2.8 万吨,同比下降 15.6%;乌龙茶

出口 1.5 万吨,同比下降 9.7%;花茶出口 5782 吨,同比下降 15.7%;普洱茶出口 3385 吨,同比下降 25%。

深圳土畜产茶叶进出口有限公司是深圳本土一家营运 50 多年的老牌国企,是当年深圳市唯一的经国家经贸部批准经营茶叶进出口业务的企业,专营茶叶进出口业务以及国内批发和零售业务。该公司品牌策划陈曼丽在接受记者采访时表示,国内茶叶出口自去年开始就已出现下降趋势,因此国家近年来逐步放开进出口茶叶政策。“以前进出口茶叶需要国资委的批文,而现在只要有进出口资质的企业都可以直接进出口茶叶。”

她谈道,国内茶叶出口数据的下滑主要是,近年来跨境电商的发展导致传统渠道的

出口量减少,与其同时国际茶叶出口的价格竞争大,再加上国内茶叶成本普遍上升导致出口价格提高。

欧盟多次提高检测标准

据深圳市罗湖区茶行业协会秘书长张明强介绍,近年来,欧盟、日本等纷纷以食品安全为由,多次提高茶叶的农药残留检测指标。据悉,欧盟是目前世界上农残最高限量标准(MRL)最严格的地区之一。相关资料显示,2008 年 7 月,欧盟实施了新的食品农药残留标准,提高 5 种农药 MRL 标准,并且新增 170 种与茶叶生产关系密切的农药残留最高限量标准。2009 年 5 月起,日本《食品卫生法》将设限茶叶农药

残留由 83 种增加到 144 种,并将设限以外的农药残留全部限量为 0.01ppm。上述新规定都对解决茶叶原材料农药残留、重金属超标等问题提出了更严格的要求,严格的检验和高昂的监测费用致使茶叶出口成本上升。

此外,深圳茶叶的出口,一般都是从香港转口,这又涉及汇率问题。深圳罗湖德兴茶叶世界先锋茶庄老板尤日明告诉记者,自 2008 年后,他们店铺的出口就一直在走下坡路。他表示,国内茶叶出口条件限制太严,它们只能转口到香港再发货到世界各地。相较以前,港币目前兑人民币贬值,折算成人民币要打八折,而且国内农产品价格一直在升高,这两方面因素导致他们茶叶出口的利润空间下降了 30%。

(罗洁琳)

葡萄酒价格战要结束了吗?

“波尔多最老酒庄”法国宾德杰思在中国低调经营 4 年后正悄然加快步伐。其上周宣布在中国新推的两大系列的主流产品线定位在 300-600 元及 100-300 元间。这似乎一反当前进口葡萄酒产品扎堆在百元左右大众化市场价格战的局势。

“进口葡萄酒市场回暖的趋势已很明显。”上海酒类流通协会名誉会长卢荣华向记者表示。相对于以往市场铺货式增长带来库存泡沫,这轮行业调整后,进口葡萄酒商已悄然转向基消费者把酒喝掉之下的良性市场增长。

进口量开始止跌回升

据海关数据,2013 年葡萄酒进口量为 3.77 亿升,同比下滑 4.3%,这是进口葡萄酒进口量多年高速增长后首次负增长。然而这种不利局面在 2014 年得到改善。相对来说,今年增长势头更明显。2015 年前两个月,葡萄酒进口 7931.5 万升,同比增长 23.7%。对此,卢

荣华认为,从业者应该对进口葡萄酒重回“再增长”轨道抱有充分信心。“上海去年葡萄酒今年进口量近 10 万吨,而 2002 年仅有 2000 吨。”卢荣华认为,中国进口葡萄酒的体量越来越大。去年上海白酒的销售量仅 5 万吨,但葡萄酒则高达 20 万吨,其中国产和进口葡萄酒的占比已达 1:1。某知名葡萄酒企业在华的

负责人对记者透露,其在中国市场经历过 2013 年的下滑后,2014 年已回升,且增长高于行业平均增幅。“别致”系列独家代理商佰香醇酒业董事长戎日宽乐观地认为,当下中国进口葡萄酒消费市场即将迎来一个再增长阶段。

二三阵营大举进入

不过在回暖背后,进口葡萄酒市场格局也被打破。全国糖酒商品交易会办公室近日发布的一份《中国进口葡萄酒指数及市场报告》显示,2014 年进口商的情况是:第一阵营的进口商大部分进口量下降;第二阵营新增加了一些进口商,比如江苏洋河、温州瑾瑜、中粮名庄荟、联想佳沃等企业。

卢荣华对记者坦承,进口大商现在排位变化激烈,已很难判断现在究竟是谁排第一、谁排第二。上述报告也认为,2014 年葡萄酒进口总进口量增加了,增量主要是第二、第三阵营的新增企业造成的。

第三阵营的新生力量在这轮行业调整后的表现确实可圈可点。此前,有着 300 家门店的华龙酒业集团董事长翟山曾向记者透露,其原来的连锁中白酒、葡萄酒的占比是 70:30,但今年推出的新业态社区酒窖这个比例被调整为 35:65。而广东本土酒业连锁俊涛名烟名酒董事长张健伟也对记者透露,其今年



推出的连锁新业态酒优多,门店中葡萄酒的占比会达 30%,而原来的专卖店占比仅 15%。此前俊涛名烟名酒多是从 A SC 等大商处提货,但从今年开始已试水从源头直采,欲从美国直接进口葡萄酒。

面对中国进口葡萄酒市场格局的变化,宾德杰思全球营销总监菲利普·马里恩则看

到了一个机会点。中国的“中产阶层消费”正在形成,并且这种稳步增长的新需求将成为中国市场“再增长”阶段的主要动力。为此,“别致行者”零售价定在 300-600 元,而“别致行者”未来的主流产品线的终端市场定价会控制在 100-300 元。

(黄丽嫦)

江苏口岸 进口葡萄酒量增价跌

我国是葡萄酒进口大国,但近年来受诸多因素影响,进口葡萄酒正逐步由高端市场向大众消费市场转移,进口葡萄酒量增价跌明显。以江苏口岸为例,据统计,2014 年江苏口岸进口葡萄酒 1903 万升,同比增加 50.46%;价值 3.63 亿元人民币,同比增加 27.55%;进口平均价格为每升 19.07 元人民币,同比下跌 15.21%,量增价跌趋势明显。导致进口葡萄酒量增价跌的主要原因为:

一是国内消费向中低端市场转移,带动进口产品量增价跌。受国家严控“三公消费”等因素影响,国内高端葡萄酒消费需求大幅减弱,国外葡萄酒商纷纷调整产品结构,大力拓展我国中低端市场。自 2013 年下半年以来,在低端葡萄酒市场,进口葡萄酒与国产葡萄酒的份额比已经接近 7:3,而以往在低端市场,国产葡萄酒占有绝对优势。目前 100 元至 300 元产品是我国进口葡萄酒的主流价格区间,销售额占整体销量的 40%以上。

二是新世界葡萄酒逐步占据国内消费市场。法国、意大利等作为旧世界葡萄酒原产国的代表,其价格普遍较高,但其口感易发涩,单宁较重,并不适合国人饮用。相比产自澳大利亚、智利、新西兰等国的新世界葡萄酒凭借低廉的价格、卓越的品质及适合国人的口感正赢得越来越多消费者的青睐。数据显示,2014 年法国葡萄酒虽然仍在国内葡萄酒进口市场占据首位,但其进口量和进口金额较同期相比已分别下降,在我国进口葡萄酒市场排名中,澳大利亚与智利已成为仅次于法国的进口输出国。

三是进口税率逐步降低,进一步冲击国内市场。2012 年以来,新西兰葡萄酒享受零关税政策进入中国市场;2015 年,智利葡萄酒进入中国市场关税降为零;2015 年 4 月起,澳大利亚对华出口葡萄酒关税将实施逐年递减,2019 年开始实施零关税政策。智利、澳大利亚葡萄酒进口价格原本就相对较低,随着进口税率的下调,进口葡萄酒价格将进一步下跌,将对国内葡萄酒产业带来新的冲击。

进口葡萄酒量增价跌也影响了葡萄酒的质量安全,近年来进口葡萄酒的品质也有所下降,每年检验检疫部门都会检出进口不合格案例。以江苏口岸为例,2014 年,江苏检验检疫局共检出 6 批涉及质量安全卫生问题的进口葡萄酒,包括铜、铁、柠檬酸超标,防腐剂超标以及干浸出物不符合要求等。

对国内葡萄酒产业的建议:一是发展优质葡萄酒生产基地,实现原料生产、加工制造和推广销售一体化,提高国产葡萄酒竞争力;二是推动行业技术创新,研发具有地域特色的葡萄酒新品种,推动产业升级;三是建立多元化发展模式,借鉴国外酒庄模式,完善葡萄酒产品结构,增强产业持续发展能力;四是加大国产葡萄酒营销力度,积极调整国内品牌的销售渠道和营销方式,拓展国际知名度。

(窦明池)

从择茶看中日差异

■ 内山完造(日)

我有一个亲戚住在有名的茶乡——宇治。那里已经成了日本茶的代名词。制茶的工艺有很多讲究,品质越高的茶,其制作过程越烦琐。其中有一道程序是择茶,就是把混入茶叶中的杂质挑出来。这项工作要靠手的灵活度,因此主要由女性负责。下至二八弱女,上到银发老妇都在做。工钱有日付的,但一般还是按照挑选好的茶叶重量来计算。

中国是盛产茶叶的国家。云南的普洱茶没怎么流传到日本,但在上海非常受欢迎。每个饭馆的菜单上都有普洱茶,饭后可以来一碗。普洱茶有个非常具有野趣的俗称——“人头茶”,因其茶团的形状很像人头。

制作普洱茶也有择茶这一道工序。严格来说,如果不把茶叶里面的灰尘彻底清除掉,茶叶本身的味道就彰显不出来。因此越是上等的茶叶,对择茶的要求越高。择茶的时候,工人们分别坐在长桌的两侧,桌子上的茶叶堆得像连绵起伏的群山。他们从“山脚”部分开始清理,每个人身边都放着一个藤制的筛子,筛出来的杂质就扔到那里面。我看到这种情况时觉得非常奇怪,挑出来的杂质扔了不就行了,为什么还要这么讲究?向他们请教后才得知,原来他们是按挑出来的杂质算工钱,与日本正好相反。

我跟宇治的茶人说起过这件事。他听完后很感慨:“这招妙得很啊。还用不着监工的人,真是一举两得。按茶叶重量算工钱的话,就等于清出的垃圾越多,收入越少。也就是说,越是下功夫择茶,报酬反而越少。自然就有些耍小聪明的人不会踏踏实实地去干活了。这样还得有人在一旁监工,要不停提醒工人再细心些、有脏东西没拣干净之类的。而中国结算工钱的方法就是挑出来的垃圾越多,工钱就越多。即使没有监工,工人也会很自觉地认真工作。实在是高明!”

中国和日本的计酬方式虽然正好相反,但这只是表里之分,没有谁对谁错。