

# 酒歪套路深

## 茅台镇生产的陈酿、洞藏 不一定是好酒

### 1 “三无”的陈酿白酒

茅台镇沿赤水河而建,河岸两侧店铺林立。许多门店的玻璃门都贴有定制、贴牌、厂家直销、免费品鉴等字样。

日前,记者走访茅台镇10余家门店,多名店主表示他们可以做定制酒。某款白酒销售人员田诚说,你想做定制酒很简单,选好“裸酒”后,再选择一种包装类型即可。

他介绍,最基础的包装是一个白瓷瓶,加上瓶盖处封胶,还有一条标有“茅台镇传统佳酿、五千年文化经典”的红丝带,只需两块钱。即使那些精致的礼盒套装,整个外包装的价格也就三四十元。

记者表示想定制一批低端价位的白酒,田诚建议灌装店里的“一号酒”,其“裸酒”售价28元/斤,直接用白瓷瓶装瓶,外包一层牛皮纸,再印个“15年洞藏”或“30年陈酿”的标签,就可以对外售卖了。田诚直接告诉记者:“我跟你直说,这样包装出来的酒是‘三无产品’。”

田诚提供的产品图样显示,淡黄色的牛皮纸把瓶身完全包裹,牛皮纸上印有“15年洞藏陈酿,特供,酱香型53%”字样。

多家店主表示,这是最常见、最低端的包装,牛皮纸上的字样可以随意写。如果担心直接写明年份会有风险,也可以通过写具体日期起到暗示的效果,比如写上“2003年封存”“酱酒30年”等。“严格来说,这种包装是违规的,但一般没人管。”一位店主说。

2020年8月,贵州茅台镇政府发布通告称,非中国酒业协会认证的年份酒,一律不得标注年份酒,酒瓶内外包装不得出现有误导消费嫌疑的字样,产品编号数字应在数字前面注明“编号”二字。今年2月,贵州仁怀市市场监督管理局发布的通告明确指出,严禁标注“特供”“专供”“专用”“特制”“内供”等字样。严禁生产销售“三无”产品、严禁傍名仿名等商标侵权。

当记者担心“三无”产品会有风险时,田诚表示,这种包装的白酒肯定进不了商超,“但你摆在饭店柜台上进行售卖,有人检查的时候你就收起来,或者说自己喝着玩,一般不会出问题。”

### 2 扫码价背后的猫腻

“如果你觉得有风险,我们刚设计了



田诚提供的产品样品图

一款有产品条码的包装盒,你也可以拿去用。”田诚说,这款酒定位是中高端品牌,扫码价899元/瓶,不建议灌装40元/斤以下的白酒。

田诚提供的包装盒显示,该酒盒通体以黑色为主,标有“王子酒”“酱黔”“V30”等烫金字样。记者扫描二维码显示,该酒名为酱黔王子,品牌“秦总酒”。

“扫码价没有任何意义,你想标多少价格都可以。”茅台镇白酒经销商李明说,在设计产品外包装时,只需找人制作一个含有扫码价信息的二维码,再把二维码打印在包装盒上即可。

“这款酒招商价一箱是298元,拿10箱送1箱,最低能给你260元一箱,还包运费。”李明建议记者做其品牌代理商。他给记者算了一笔账:每箱6瓶白酒。单瓶价格43元左右,但酒外包装上扫码价为1299元。随后,他又推荐了一款名为“钧台尊”的盒装酒,拿货价是每瓶30元。如果单次拿货在100箱以上,最低25元一瓶,而这款酒的扫码价为598元。

“酱酒本来就是偏中高端的白酒,价格定太低了反而不好。”李明表示,他把扫码价定得高,代理商也方便做活动,即使用折扣价售卖酒,利润也不小。

李明坦言,前两款酒的扫码价都比较虚高,也方便别人用来囤货抵债,“比如白酒扫码价1000元,你给别人按十分之一抵债,每瓶也有100元,实际成本才二三十元。”

河南泽槿律师事务所主任付建认为,扫码价格并不代表真实的售价。确切地说,这是商家的一种营销手段,即通



徐鹏提供的“洞藏老酒”样品图

过提高扫码价格,赋予商品虚高的价值,这种行为可能涉及虚假宣传,而且在一定程度上会诱导消费者。

“扫码价嘛,你懂的,都是随便写。”茅台镇的市场监督管理工作人员说,这就像写“15年洞藏老酒”一样,肯定存在误导消费者的情况,所以买酒最好还是通过正规渠道。

### 3 私销的“洞藏老酒”

茅台镇从事白酒销售多年的吕萌介绍,酱酒大致分为两档:品质最好的叫“坤沙酒”;稍差的是“碎沙酒”,是酒厂在取过“坤沙酒”后,在剩余的酒糟中重新加水,再次发酵酿酒,仍属于纯粮酒;品质最差的叫“串酒”,是用食用酒精勾兑出来的,严格意义上就不属于酱酒了。

“以前网上很火的‘洞藏老酒’基本都是‘串酒’,这对茅台镇的口碑影响很不好。”吕萌说,“洞藏老酒”是在酒坛外抹上米浆,再包裹牛皮纸人为做旧,让坛子上发霉长毛。当地政府一直在打击此类产品。

在酒类营销专家蔡学飞看来,洞藏酒是通过洞藏来加快酒体老熟,提高品质,这本身没有问题。但由于目前没有行业性的规范标准,洞藏的概念比较模糊,容易被一些不法分子利用,比如虚标年限,非洞藏酒假冒洞藏酒等,造成了很大的食品安全隐患。

徐鹏是茅台镇上“洞藏老酒”卖家之一。他给记者发来一张样品图,发霉长毛的酒坛上面挂着一张“洞藏老酒”的标

签,再无其他产品信息。

“我也是自己找人做的这个酒,我保证使用的是‘碎沙酒’,不会像‘串酒’那样喝完头疼。每瓶算上包装费是30元。”他说。

徐鹏介绍,有个客户在2022年跟他定制了500箱“洞藏老酒”,“听说他主要在北京某饭店售卖。这种包装没有条码,也不能进商超,通常是私下销售。”

田诚对“洞藏老酒”也不陌生:“他们用的就是‘串酒’,这种生意是违法的,查到就完了。你想拿货,我可以让他直接给你发快递,但是对方不可能跟你见面。”

早在2017年,贵州仁怀市就已禁止白酒生产企业生产、销售“洞藏老酒”等三无产品。

为打击“串酒”,仁怀市委、市政府自2020年6月起成立了专门领导小组和工作机构,整顿“串酒”生产企业,并在相关交通要道严查食用酒精输入仁怀范围。

在吕萌看来,在政府严厉打击下,当地生产“串酒”的企业大幅减少。但“串酒”成本低,利润空间更大,部分企业也会“上有政策下有对策”。

“这些企业选择在仁怀市以外区域,先将酒精勾调成酒,经过属性转变以后,再运至仁怀或茅台镇出售。”吕萌说,现在酒精不能运进来,可以加工成酒后运过来,就成了合法合规的产品。

### 4 消费者维权取证难

近年来,酱酒热潮持续发酵,越来越多的消费者开始关注酱香酒。

北京的张先生曾在某电商平台上看到一款“一元试喝”的茅台镇酱香酒,购买后,他发现瓶身上的扫码价为688元每瓶,“这酒放了几个月,我没敢喝,觉得不对劲。”

吕萌介绍,这种随意在瓶身上标注年份的白酒,大多数卖家选择线下饭店或私人圈售卖,但部分厂家也在包装上加上产品信息、条形码等内容后,选择在线上售卖,也没人管。

在某平台的一个直播间里,主播正推荐一款“网红酱香酒”,该款酒在直播间售价为188元/瓶。该款酒的供货商告诉记者,这款酒是自家酒厂基酒所做的产品,灌装的是品质较差的“碎沙酒”。“这个酒是他们主推产品,从我们这拿酒的成本是20块钱一斤,算上包装都不到30块钱。”该供货商说,“你别看这个账号就3万多粉丝,最多的一天能卖20多万元的货。”

蔡学飞表示,部分企业出于销售惯性,明知生产、销售某些产品会违反国家法律法规,但在利益驱动下,依旧铤而走险,这需要更严格的市场监管,严厉打击违法生产行为。

记者拨打了遵义市(代管仁怀市)12315热线反映相关问题,工作人员表示,如果认为购买的年份酒不真,消费者需要按照“谁投诉谁取证”的原则,先找检测机构鉴定取证,再进行投诉。

在蔡学飞看来,由于部分违规行为在法律执行层面存在模糊地带,消费者面临举证难、辨别能力弱、侵害认定较为模糊等问题,这也导致消费者存在维权难度大、积极性不高的情况。

北京市康达律师事务所律师韩骁说,以年份酒为例,目前并没有相关部门出台关于年份酒的统一的国家标准。这也是消费者维权的难点所在。

付建称,普通消费者只能通过产品上的标签确定生产年份,如果厂商有篡改标签、虚标年份等问题,消费者难以进行举证。即使向消费者协会举报投诉,也需要提交初步的证据材料,如果申请鉴定走诉讼程序,不仅周期长,而且维权还会花费很多时间和金钱成本。

据央广网