

# “概念水”缘何成为“致癌水”？

## “新国标”实施两年多管不住溴酸盐超标

国家质检总局近期公布对瓶(桶)装饮用水质量抽查结果,其中6种饮用水被检测出含有高浓度的致癌物“溴酸盐”,哈药六厂等知名企业生产的“纯中纯”弱碱性饮用水、内蒙古“景友”沙漠优质水榜上有名,令人震惊。

弱碱水、沙漠水、富氧水、冰川水——各类企业近年来纷纷抢滩饮用水市场,名目新奇的“概念水”不断涌现,让消费者一头雾水。为揭开饮用水市场内幕,记者调查了内蒙古“景友”沙漠水生产企业,所见所闻令人忧虑。



漫画:“饮”患  
新华社发 蒋跃新作

### 沙漠水成“致癌水”

鄂尔多斯市景友鸿鸣矿泉水有限公司2007年才成立,但通过大打“沙漠牌”,重金宣传和包装“景友”沙漠优质水,短短几年就名声远播。这家企业声称其产品来自北纬40度世界公认的牛奶和矿泉水的优质生产带,是一种偏碱性的“纯天然沙漠水”。

记者调查发现,除了“概念水”的包装,“景友”沙漠水之所以快速“蹿红”,还因为它拥有多重光环:一度成为内蒙古自治区两会、第十一届全运会乒乓球项目、第十一届亚洲艺术节等重大活动的“唯一指定用水”。为此,“景友”沙漠水的安全和品质曾让消费者“深信不疑”。

然而,正当“景友”沙漠水准备进军全国市场之时,却陷入“致癌水”危机之中。

9月2日,记者来到这家公司时,企业正处于“停产整顿”状态。此前,经国家质检总局抽检发现,一个批次的“景友”瓶装水被检测到的溴酸盐实测值为标准值的8倍之多。

记者在生产车间看到,神奇的沙漠水生产工艺并不复杂:从200米井下抽水直接送入原水罐,再通过石英砂、活性炭将原

水中的杂质滤掉,过滤后经过臭氧灭菌进入储水罐,最后进行灌装。

“溴酸盐超标主要出在工艺老化问题上。”鄂尔多斯市质量技术监督局副局长陈继明说。

“景友”公司董事长刘冬青承认,今年初公司取水井中间发生塌方,出现水质发红现象。当时为生产需要,并没有及时更换水源地,而是采取延长水处理冲洗时间、加大臭氧浓度的办法控制微生物,没想到会导致溴酸盐含量超标。

### “新国标”难管致癌物

溴酸盐被国际癌症研究机构定为“2B级”的潜在致癌物。我国在2009年10月开始把溴酸盐列入饮用水监测项目,规定溴酸盐含量最高不超过0.01mg/L。随着饮用水“新国标”的诞生,溴酸盐含量这个隐藏多年的“秘密”浮出水面。

然而,“新国标”实施两年多来,并没有解决溴酸盐超标问题。

内蒙古质量技术监督局产品质量监督处处长王莉说,今年二季度内蒙古抽查了其中97家企业的98个批次的产品,合格率为76.5%,相当于每4瓶饮用水中就有1瓶不合格。

而国家质检总局此次抽检的饮用水产品中,一些小企业产品的水菌落总数、大肠菌群等都超标,明显没把好质量关。

内蒙古农业大学营养与食品安全博士郭军说,矿泉水生产要比一般饮料难,其原因是矿泉水产品不能加防腐剂,不能加热灭菌,微生物污染问题一直困扰生产厂家。目前解决矿泉水中细菌超标的方法主要有两种,一是臭氧灭菌消毒法,行业应用最普遍。二是采用膜过滤技术,因成本费用高,许多饮用水企业没有采用。

“国内一些中小企业生产饮用水的工艺很简单,尤其在控制臭氧量上,企业可以擅自调高臭氧浓度或延长臭氧灭菌时间,造成溴酸盐过量,但检测却有难度。”内蒙古自治区产品质量检验研究院高级工程师郑玉山坦言,目前多数企业对溴酸盐的检验能力有限,交由第三方检测又怕增加成本,导致隐患丛生。

靠企业自律很难,靠政府部门监管也难。“不定期的抽检方式往往会留下很多漏网之鱼。”陈继明坦言。要真正解决问题,“仅靠每年一两次检验肯定不行。”

### “准入门槛”低

记者调查发现,国内饮用水市场鱼龙混杂,一个重要原因是行业门槛过低,主要表现为行业内小企业林立,一些其他行业的大企业也蜂拥而至,盲目跨行业经营。

据介绍,在水源并非最优质的

内蒙古,饮用水生产企业竟在最近两年内增至220多家。

一位资深矿泉水经营者透露,小企业为了控制成本,不舍得在工艺上投入,对质量监控也不严格。矿泉水除了溴酸盐这个“老大难”外,藻类等其他微生物超标也是一个大麻烦。

“如果我们厂出来的产品不合格,我相信,那些小厂问题肯定还要多。”刘冬青说,“景友”饮用水创建初期,为寻找水源和购买设备就投入1700万元,而一般小水厂不足百万元就投产。“我们这几年基本没怎么赚钱,大量投入都用于市场宣传和营销了。”

“我国饮用水行业门槛低,不管大小企业都开发水产品,这存在很大的隐患。”内蒙古地质调查院教授李志表示,政府相关部门应借鉴一些国家管理经验,提高行业准入门槛,注重保护优质水源地,控制好开发步伐,否则必将危及生态安全和生命健康。

“如果连天天喝的饮用水都无法保障安全,人们还能相信什么?”内蒙古社会科学院副研究员阿尔泰说,企业没有诚信经营和产品质量作为支撑,只会花重金做广告、买名誉,终究会被消费者踢出市场。

新华社“新华视点”记者 张丽娜 邓华 刘越 严蕾

# 中国葡萄酒不输世界

## ——从百年张裕看中国葡萄酒产业轨迹

作为世界第二大经济体、全球第一消费大国,中国,成为各国经济抢滩的战略高地。高档葡萄酒,正以“健康、时尚、高雅”的理念迅速席卷中国市场,中国成为全球葡萄酒消费增长势头最猛的国家。全球葡萄酒业此消彼长,正经历一场“洗牌式”的大变革。中国葡萄酒与各种进口洋酒,在中国本土进行着一场空前的较量。

“乱花渐欲迷人眼”。面对无所适从的消费者,以张裕为代表的中国葡萄酒军团整肃阵容,喊出了“中国葡萄酒不输世界”的声音!

### ■ 市场井喷: 高速成长的葡萄酒王国

2009年哥本哈根气候峰会期间,美国《时代》杂志开出了一份令全球震惊的受气候变暖影响的“十大世界地区特产濒危排行榜”,其中法国葡萄酒高居第二。此外,西班牙、意大利、美国、澳大利亚等主要葡萄酒生产国都发出了“气候红色警报”,时有变卖葡萄园的消息传出。

对中国来说却是利好。据英国广播公司(BBC)报道,气候变化将让中国的葡萄酒种植条件变得有利,50年之内,中国将成为世界头号葡萄酒生产国,并最终领导世界葡萄酒潮流。澳大利亚葡萄栽培专家理查德·斯马特(Richard Smart)博士在巴塞罗那举办的“气候变化与葡萄酒大会”上预言:上帝不再眷顾波尔多,未来30年,中国将成为葡萄培育的理想国家,最好的葡萄酒将产自中国。

近几年,中国葡萄酒产业步入快车道,酿酒葡萄种植面积不断扩大,发展势头令人振奋。研究数据显示,截至2011年4月,葡萄酒产量31.96万升,同比增长20.94%;总产值98.25亿元,同比增长22.98%;销售产值96.61亿元,同比增长25.01%。具有百年历史的中国葡萄酒工业化生产龙头企业张裕公司,已跻身世界葡萄酒行业前列,成为中国乃至亚洲最大的葡萄酒生产企业,产品驰名全球

市场。据张裕年报数据,2004年改制以来至2009年,五年销售收入年复合增长率达到25.4%,净利润年复合增长率达到40.8%;2010年年报显示,销售收入、净利润分别同比增长18.7%和28%。

与此对照,国际市场同期增速仅为1%-2%,世界葡萄酒巨头“星座”等老牌劲旅销量萎缩。中国葡萄酒市场惊人崛起速度,吸引了各国葡萄酒企业聚焦的目光。他们纷纷通过各种渠道抢滩中国,或正式进入,或绕道潜行,摩肩接踵,不遗余力。目前中国已成为法国波尔多葡萄酒最大的出口市场,2005年以来,在中国销售的法国葡萄酒增长了134%。张裕公司总经理周洪江这样表述:“世界一流企业要么已经进入中国,要么正在进入中国的路上”。

### ■ 产业优势: 敢与世界一流洋酒比肩

纵观世界一流葡萄酒,其优秀品质都离不开四个要素的支撑,那就是“好的原料,优良工艺,文化内涵,持续创新”。张裕正是凭借这四个要素,作为中国唯一葡萄酒品牌跻身世界葡萄酒第一梯队,示范、带动了一大批中国葡萄酒企业追求高品质。

作为行业的领军者,早在2006年,张裕在业内率先提出与国际接轨的葡萄酒综合分级标准,通过对葡萄园、葡萄原料、酿造工艺、橡木桶陈酿、调配和瓶贮六个环节为一瓶好酒的诞生设下六道关卡。俗话说,“七分原料,三分工艺”,为了拥有一流的葡萄酒生产基地,奠定核心竞争力,张裕



张裕百年地下大酒窖(始建于1894年)

近年在山东、新疆、宁夏等六大优质酿酒葡萄产区布局,建立了25万亩葡萄原料基地,独占我国酿酒葡萄种植总面积的1/4,成为国内葡萄基地数量最多、分布最广的企业。

为了获得最佳质量的葡萄原料,张裕对葡萄种植严格限产,每株葡萄枝仅保留10-15穗葡萄,使留下的每串葡萄都能获取充足的营养。而在北京张裕爱斐堡国际酒庄,葡萄园每亩仅种266株葡萄树,每株树只能产一瓶葡萄酒,这个标准甚至优于法国AOC法定产区。

张裕拥有全球最先进的酿造设备和工艺,在酿造工艺上,张裕实施按葡萄酒糖度分类加工,采用气囊压榨,保证葡萄柔性压榨,不破坏果皮、果核、种子。自动控温系统使发酵温度控制在最佳发酵温区内,使葡萄酒获得良好的果香和酒香。同时根据该葡萄酒的质量等级,来决定其是否需要瓶贮和具体瓶贮时间。

葡萄酒是一门艺术,再先进的仪器设备都代替不了酿酒师的作用,张

裕拥有世界一流的中外酿酒师团队,细心呵护每一罐、每一桶酒的生长发育,赋予其独特的个性和灵魂。为了解每一种酒的微妙变化,张裕酿酒师对每一种酒每周都至少品尝1次,每个酿酒师一年平均品尝次数高达3000次,正是这样精细的管理,才保证每罐酒、每批酒都能获得最佳的质量。

高端酒市场一直是中外葡萄酒争夺的主战场,其中酒庄酒已成为高端葡萄酒市场消费的主流。2002年,张裕建成中国第一座专业化酒庄——烟台张裕卡斯特酒庄,掀开了中国葡萄酒高端化的序幕。此后,张裕酒庄建设的步伐加快,逐渐形成了涵盖国内6大酒庄(在建3个酒庄)、国际4大酒庄的国际酒庄联盟,全面覆盖高端市场。北京张裕爱斐堡酒庄还在国内首次推出私人酒窖服务,率先将期酒这一国际通行的高端葡萄酒营销方式引入中国。

针对国内一些人认为“高端葡萄酒都是进口的,中国的葡萄酒原料是否能做出世界顶级葡萄酒”的怀疑,张裕公司总工程师李记明博士表示,“中国已经形成了十大葡萄产区,张裕完全有能力在布局的六大优质产区生产出与国际著名产区相媲美的葡萄酒。”

### ■ 中国元素: 让葡萄酒文化更具魅力

中国是世界葡萄与葡萄酒的起

源中心之一,葡萄酒“古而有之”。汉武帝时期,我国葡萄酒业开始。东汉末年,孟佺拿一斛葡萄酒(现在的20升)换得凉州刺史之职,足见当时葡萄酒的珍贵。

中国葡萄酒工业化生产,要回溯到1892年。当年,爱国华侨张弼士投资300万两白银,在烟台建立我国最早采用现代科学技术酿造葡萄酒的大企业——张裕葡萄酒公司。1915年,在巴拿马太平洋万国商品博览会上,张裕送展的“可雅白兰地”、“红葡萄酒”、“雷司令”、“琼瑶浆”(味美思)一举荣获最优秀奖和4枚金质奖章,这是中国商品首次在国际上获此殊荣,“可雅白兰地”也因此而命名为“金奖白兰地”,成为驰名世界的名牌。从此,葡萄酒这种极品酒只属于西洋的历史被永远改写。

如今,张裕作为国宴用酒走进了钓鱼台,成为国家形象的一张“名片”,频繁出现于外交场合与国际舞台。2009年,美国总统奥巴马、法国总理菲永先后访华,国宴用酒均为张裕百年酒窖干红、张裕爱斐堡大师级赤霞珠干红和霞多丽干白、张裕黄金冰谷冰酒。在2010年4月的上海世博会开幕式国宴上,用于款待参加开幕式的外国元首、政府首脑及贵宾的国宴用酒均为张裕爱斐堡酒庄酒。今年4月14日,第三次金砖国家领导人峰会在海南三亚召开,欢迎午宴配餐用酒也为张裕爱斐堡酒庄赤霞珠干红和霞多丽干白。而在今年南京举行的“国际货币体系高级别研讨会”上,张裕爱斐堡酒庄酒同样摆上了20国财长的午宴。

因为有了张裕,1987年,烟台市被国际葡萄·葡萄酒组织(OIV)命名为亚洲唯一的“国际葡萄·葡萄酒城”。119年间,张裕扮演着葡萄酒文化布道者的角色,领军中国葡萄酒产业高速发展,并将品牌建设拓展到国外,成为首个能够打入欧洲成熟主流市场的中国葡萄酒品牌。

(泉泽)