

# 疑沾染粪便中的细菌 雀巢被要求销毁200万瓶巴黎水

法国卫生总局当地时间4月25日透露,雀巢旗下知名气泡矿泉水品牌巴黎水的200万瓶气泡水,或因沾染了粪便的细菌,而被要求销毁。这些气泡水于3月10日至14日期间生产,产自法国南部加尔省省会尼姆附近的一个水源地。

值得关注的是,这是雀巢公司今年再次因饮用水安全问题被曝光。法国检察机关今年1月对雀巢在法国经营饮用水的分公司就净化天然矿泉水的方法展开刑事调查。据法新社报道,雀巢方面承认违法使用紫外线灯、碳过滤等方法给天然矿泉水做消毒处理。

■新快报记者 陈福香



■廖木兴/图

## 1 巴黎水可能沾染了粪便中的细菌

法新社以法国卫生总局的一份文件为消息源报道,尼姆附近一个水源地出产的巴黎水可能沾染了粪便中的细菌,法国南部奥克西塔尼大区卫生部门已责令出产企业——瑞士雀巢公司在法国经营饮用水的分公司对上述批次的巴黎水全部予以销毁。

对此,雀巢方面表示,销毁这些水是为“以防万一”,至于商店中出售的其余巴黎水,可“安全饮用”。

这是今年以来,雀巢面临的第二场食安危机。法国检察机关今年1月对雀巢在法国经营饮用水的分公司就净化天然矿泉水的方法展开刑事调查。据法新社报道,雀巢方面承认,违法使用紫外线灯、碳过滤等方法给天然矿泉水做消毒处理。

另据了解,这一事件不仅对瑞士食品巨头雀巢公司造成了重大打击,其子公司Perrier还受到了刑事调查,被指控使用非法手段净化其矿泉水。

记者查阅资料发现,此前就有报道质疑雀巢旗下产品生产方式有问题。有媒体在今年初曝出,法国市面上在售至少三分之一的瓶装水品牌存在欺诈行为,所谓“天然矿泉水”其实是用“有污染风险的水”按照自来水工艺“制造”

出来的。

而报道的起因是2023年2月法国经济部和卫生部举行的一次跨部门会议,议程涉及雀巢公司及其在法国的瓶装水生产基地。

其实,早在2020年,就有传闻说法国瓶装水生产商使用了不合规的生产方式。

报道援引一份政府机密文件称,雀巢等公司多年来一直采用不符合规定的处理。由于存在细菌或化学来源的零星污染,这些公司对标注“泉水”或“天然矿泉水”出售的瓶装水使用了低于0.8微米( $\mu\text{m}$ )阈值的微滤技术、紫外线、碳活性物质进行处理。这些净化技术适用于自来水或“经处理可饮用的水”,但被禁止用于“泉水”或“天然矿泉水”。

法国记者调查发现,在购买相同不合规过滤器的客户名单中,调查人员赫然发现了雀巢公司的名字。

雀巢公司在法国共有两个矿泉水生产基地,一个在孚日,主要生产伟图(Vittel)、康婷(Contrex)、赫帕(Hépar)等三个品牌的瓶装水,另一个在韦尔热,主要生产巴黎水(Perrier)。

而雀巢公司生产的瓶装水,占到法

国市面上同类产品的三分之一。

雀巢公司多年来的生产方式表明,该公司旗下的天然矿泉水既不“纯净”,也不“天然”。法国媒体指出,雀巢公司开采的含水层经常受到微生物的污染,比如大肠杆菌。在巴黎水的水源还曾发现过农药残留。

为什么雀巢公司要冒着风险,违规生产瓶装水?雀巢公司的官方说法是,“由于气候和环境的变化,干旱和洪水等极端事件成倍增加,再加上生产基地周围人类活动的扩大,使得保持天然矿泉水基本特性的稳定性变得非常困难。”

而按法国国家食品、环境和职业健康安全局(ANSES)的规定,“天然矿泉水”指的是天然纯净的水,可以直接饮用,标注“泉水”或“天然矿泉水”字样的瓶装水,应该来自保存完好的地下水资源,是非常纯净的天然水,不得进行消毒。

资料显示,事实上,雀巢已非首次陷入欺诈纠纷。据多家外媒2017年报道,雀巢公司在美国遭到起诉,来自包括康涅狄格州、缅因州等美国8个州的消费者称,雀巢北美公司通过将Poland Spring贴上“100%天然泉水”的标签,欺骗他们支付过高的费用,但实际上Poland Spring只是“普通的地下水”。

### 行业速递

## 呷哺呷哺创始人：餐饮业“内卷”严重

近日,呷哺集团公布2023年财报,实现营业收入59.18亿元,同比增长25.3%;归属于母公司股东的亏损为1.99亿元,同比收窄43.5%。该集团创始人贺光启在2023年年报中表示,“当前餐饮市场竞争日益激烈且消费疲软,对中高端品牌定位的凑凑带来冲击,导致其业务尚处亏损。也正是在这样的外部大环境影响下,整个餐饮行业2023年‘内卷’严重。”

## 茅台回应换帅传言

日前,有传闻称,茅台集团党委书记、董事长丁雄军或将调任贵州省市场监督管理局局长,习酒董事长张德芹或将调任茅台集团董事长。

对此,茅台方面回应称“以官方信息为准”。

资料显示,2021年8月,丁雄军被推荐为茅台酒厂董事、董事长。贵州茅台一季报显示,期内营收增长18%,净利润超过240亿元。近年来,贵州茅台不断尝试全新的“酱香”打开方式,顺应年轻化、个性化、时尚化消费新趋势,构筑“美酒、美生活、美链接”和多元化的茅台产业生态,推出数字营销平台“i茅台”以及茅台冰淇淋、酱香拿铁和酒心巧克力等。

## 奈雪本月底将关停最后一家台盖门店

近日,知名奶茶品牌“台盖”默默发出了停店公告,称华强北茂业店4月30日最后一天营业。这家台盖也是深圳仅剩的最后一家台盖门店,停店,意味着这个曾经红极一时的奶茶品牌将彻底退出历史舞台。作为奈雪的茶2015年推出的子品牌,台盖曾经是打开低端市场的希望。此前,奈雪的茶称正逐步关停子品牌“台盖”门店,此举将有利于公司控制成本,加强战略聚焦。去年上半年,“台盖”门店亏损约470万元。(陈福香 整理)



扫一扫获取  
更多快消资讯

## 2 市场增速放缓,外资品牌“自降身价”抢市场

随着消费升级和大众健康意识的增强,卖水成了一门“好生意”,各大消费品牌纷纷入局欲分得一杯羹。

据中研产业研究院《2024-2029年中国高端矿泉水行业发展前景及深度调研分析报告》分析,目前,在国内高端水市场竞争中,国外品牌依云、斯帕克林、巴黎水三大外资品牌,占据了50%以上市场份额,单瓶售价从10元起步到百元系列,市场份额将破百亿。

作为瓶装水金字塔顶端的“巴黎水”,一直以“稀缺的水源地”、“独特的口感”占据高端市场的主要份额。

公开资料显示,巴黎水的历史可以追溯到1863年,至今已有160多年的品牌史。其宣传资料称,巴黎水唯一的水源是坐落在孚日山脉Vergèze镇的Perrier泉,Perrier泉也是世上为数不多天然含有气泡的水源。

悠久的历史,加上独特的“品牌故事”,将抽象的品牌气质具象化,为消费者提供更多的“附加值”。巴黎水也被贴上了“矿泉水中的香槟”称号,以高端水品牌形象,畅销全球,当然也包括中国市场。

据了解,巴黎水早在1980年就进入了中国市场,只是一直很低调,在中国市场一直是在默默地闷声发大财,特别是1992年雀巢收购后,2010年至2014年,巴黎水在中国市场的销量增速都超过30%,为了满足全球销量增长需求,巴黎水还增加了生产线。

近几年,国内的制水企业及业外资本也纷纷盯上高端水这个市场。百岁山、怡宝、娃哈哈、今麦郎等相继推出各自的高端瓶装水品牌;在国际品牌中,还有不少跨界玩家,白酒企业安徽迎驾贡酒集团推出迎驾山泉,好丽友推出好丽友熔岩岩泉,伊利推出了伊刻活泉,良品铺子新上一款名为“良品活泉”自有品牌矿泉水,就连美容品牌克丽缇娜也推出了高端饮用水品牌巴都农天然矿泉水,它们都是依云、巴黎水等品牌的有力竞争对手。

随着200万瓶巴黎水的销毁,国外高端水安全性引发了大众的担忧。

实际上,巴黎水热销的背后,是高端商务、餐饮和一二线城市中产的需求所支撑。但不可否认的是,随着越来越多品牌的加入,以及逐年放缓的市场增

速,各大品牌在应对竞争上,选择放低姿态,如意大利阿尔卑斯山瓶装水,以前在意大利阿尔卑斯山Paraviso泉直接灌装,近年也在江西找到可替代水源,推出国产版本;又如华彬集团收购挪威芙丝饮用水品牌后,就在湖北竹溪获得天然水源地,推出国产版芙丝。

记者搜索电商平台发现,拼多多有店铺将依云500毫升/24瓶价格下调到了50元,单价低至2元左右。而330毫升/24瓶只要32元,每瓶不到1.5元,这与国内的中低端矿泉水价格相差无几。

还有一个不可忽视的因素,瓶装水受制于外部环境,进口量迅速萎缩。2019年进口量达78.57万吨,2022年1-10月仅为12.73万吨。

究其原因,广东省食品安全保障促进会会长叶树强表示,随着大众对饮用水认知的提升,以及更务实和理性的消费,他们会偏向于选择性价比更高的品牌。而近年来崛起的国产高端饮用水也进一步挤压了外资品牌的空间。为了争夺更庞大的大众消费市场,进口高端水一改“高高在上的形象”,不约而同地“自降身价”。