

扫码千多元,实卖10多元 进口葡萄酒乱战背后“面子”作祟

进口葡萄酒市场乱象不少

现象一: 售价不到“扫码价”2%

记者发现,用正规软件扫码可见的葡萄酒价格为1399元/支,而买家实际购买却是11.5元/支。两个价格为何相差悬殊?相关销售人员称,“这都是为了面子而已”。

这样“高扫码价低售价”售卖葡萄酒的商家不在少数。记者看到,酒庄给出的指导价格为6528元/12支,算下来是544元一瓶,然而实际购买是299元/12支,即不到25元一瓶,而微信扫码出来的价格却为1088元/支,是售价的43倍多。

实际上,很多人买葡萄酒送人如果价格比较高就会觉得有面子,通过直接扫描瓶上的二维码,收到葡萄酒的人就会知道扫码价。商家正是利用这种心理,标高扫码价,拉低实际售价,这样可以多卖酒,也让请客送礼的人觉得很有面子。另据调查,这种扫码价完全就是商家通过购买扫码软件的相关服务而随意标的,没有实际价值。但商家也可以利用这个扫码价,抬高实际售价,从而获得高利润。

现象二: 难辨原装原瓶名庄酒

不少商家还表示自己出售的葡萄酒都是原装原瓶进口酒,在进口国原产地的酒庄进行灌装。

不过,价格高的葡萄酒是不是就存在重新灌装的可能?业内人士透露,越贵的葡萄酒越有可能被“偷梁换柱”、“把桶装的低价葡萄酒进口到国内后灌装到名贵的葡萄酒瓶中,‘摇身一变’成为名酒。”

进口商利用国内消费者对葡萄酒了解较少的特点,进口便宜的酒汁来灌装葡萄酒,然后交给经销商接盘销售。为了让消费者产生对酒的信任,经销商会将这些低品质酒提价销售。为了让灌装酒显得更高大上,经销商往往还会进行过度包装,惯用的做法是加上礼盒、品牌名称,在名字上打擦边球;再一种就是进行豪华包装,比如用上木盒、皮盒、搭配酒具,配上金属铭牌甚至收藏证书等等,但实际上,酒并没有发生变化。

乱象背后是快速增长的市场

乱象的背后是进口葡萄酒市场的快速发展。根据中国食品土畜进出口商会统计,从2007年开始国内葡萄酒进口就进入快速发展期,2016年的中国进口葡萄酒的总量已是2010年的4.4倍,年复合增长率超过27%。行业的高速增长带动了大量的进入者,2007年进口葡萄酒的进口商为1172家,而到2016年,这一数字已经增长到5329家。事实上,每年都会有较高比例的进口酒商被淘汰,但依然有大量的进口商涌入其中。

随着进口葡萄酒总量的不断增长,再加上消费者辨别能力偏弱,很多酒商本身也并不专业,导致了目前存在一些乱象。主要包括部分酒企进口了差品质的酒,通过美化包装形象等方式,反而卖出高价;也有国内企业进口劣质酒浆和好酒浆勾兑后重新灌瓶销售,以降低单瓶成本等。

今年中秋国庆节越来越近了,很多人会考虑买点红酒送人。但在市场上有这样的现象,一瓶“扫码价”是1399元的“进口葡萄酒”,实际售价仅仅只有11.5元/瓶;宣传是原瓶酒的“进口葡萄酒”,实际不过是散装酒装瓶;标榜是进口名庄酒的,其实却是无名小庄的产品……进口葡萄酒市场乱象不少,对此,业内人士认为,消费者如果发现自己买了不合格的产品,应保留好相关凭证以便依法维权。



链接

买家也要学会维护权益

面对进口葡萄酒市场的乱象,法律人士表示,如果卖家利用扫码价误导买家,真正让一些不明真相的买家以高价买了低价酒,这就属于欺诈行为。买家应该尽量保留相关票据,以备将来维权使用。

宣传原瓶、名庄酒却以小作坊出品以次充好的行为属于违反《中华人民共和国消费者权益保护法》的相关规定。如果发现,消费者可要求其赔偿损失,赔偿的金额为购买商品的价款或者接受服务的费用的三倍;赔偿金额不足五百元的,为五百元。

法律人士表示,以次充好、以虚假价格为销售噱头属违法行为,消费者可以依法追究商家的民事责任,也可以向政府主管部门进行投诉。

■来源:央视新闻、第一财经日报等

