

一顆日本桃子引發風波 農夫山泉不甜了!



農夫山泉“翻車”了!“大自然的搬運工”,這次搬起石頭砸了自己的腳!

近日,有網友在社交平臺上爆料,農夫山泉新推出的一款蘇打氣泡水,在宣傳時使用了“拂曉白桃產自日本福島縣”的字樣。而此福島正是日本發生核洩漏的福島。

取材自日本福島白桃?農夫山泉新品氣泡水引爭議

“拂曉白桃產自日本福島縣。”這是農夫山泉官方公眾號4月1日發布的一篇推送中,對自家新款產品“拂曉白桃風味蘇打氣泡水”的介紹。此外,媒體報道的圖片顯示,疑似在一家超市的該產品宣傳物料上,也特別注明了“福島縣產ATAKUTI桃”的字樣。

拂曉白桃,這款有着聽起來頗為文藝的名字的水蜜桃,是日本福島縣的代表桃品種。“產量高,甜度高,個頭大”曾是不少人對它的評

價,但自2011年福島核洩漏事故後,拂曉白桃便再也摘不去“核污染”標籤。

在中國海關總署官網上,廣州海關在2020年3月在回復“關於2011年發布的禁止進口和銷售日本核輻射地區食品的禁令目前是否解除?”的問題時明確表示,目前禁止從日本福島縣、群馬縣、栃木縣、茨城縣、宮城縣、新潟縣、長野縣、埼玉縣、東京都、千葉縣等10個都縣進口食品、食用農產品及飼料。

同時,在中國海關總署2019年04月09日發布的《獲得我國檢驗檢疫準入的新鮮水果種類及輸出國家/地區名錄》中,允許從日本進口的水果祇有蘋果和梨。

“要麼是真福島,要麼是假宣傳”

在消費者的質疑聲中,農夫山泉6月27日午間回應稱,該款氣泡水的配料中沒有從日本福島進口的成分。農夫山泉產品的標籤標示符合相關法規要求,並無任何錯誤或誤導。

“拂曉白桃原產於福島,我們研發人員依據拂曉桃的獨特風味,創製了類似拂曉桃風味的產品,與拂曉桃產地沒有關聯。”農夫山泉辯稱。

農夫山泉“創製口味”的回應並未平息輿論的質疑,同時將自己推向了廣告虛假宣傳的一邊。有網友評論,“虛假宣傳誤導消費者,或者原料取材自福島,總得承認一個。”

6月27日晚間,浙江省建德市監局發布關於農夫山泉拂曉白桃味蘇打氣泡水原料來源有關情況的調查通報:2021年6月27日,建德市市場監督局組織執法人員,對位於建德市新安江街道的農夫山泉(建德)新安江飲用水有限公司生產車間進行現場檢查。經核實,農夫山泉拂曉白桃味蘇打氣泡水的生產原料無從日本福島縣採購的情況。

“從農夫山泉微信公眾號的表述看,一款氣泡水在宣傳語上寫有“拂曉白桃產自日本福島縣”,就是說這款飲料使用了福島出產的白桃作為原料。”北京市律師協會消費者權益專業委員會副主任耿軍向中新網表示。

耿軍認為,消費者質疑後農夫山泉回應否認福島原料成分,農夫山泉卻以福島白桃作為賣點進行宣傳,明顯是在誤導消費者。此舉

涉嫌構成虛假宣傳。

北京清律律師事務所首席合夥人熊定中同樣認為,農夫山泉的行為已涉嫌虛假宣傳。“‘原產自’和‘產自’是兩個概念,‘產自’從一般人的理解,顯然祇能是產地。監管機構檢查結果除了證明該產品無毒無害之外,同時也是虛假宣傳的查處依據了。”

熊定中稱,此事件還構成對消費者的欺詐行為。據《侵害消費者權益行為處罰辦法》第五條,經營者提供商品或者服務不得銷售偽造產地、偽造或者冒用他人的廠名、廠址、篡改生產日期的商品;據第十六條,經營者有本辦法第五條第(一)項至第(六)項規定行為之一且不能證明自己并非欺騙、誤導消費者而實施此種行為的,屬於欺詐行為。

屢試不爽的“原產地宣傳”,為何翻車?

細觀農夫山泉的營銷之路會發現,“原產地宣傳”是其屢試不爽的套路。

從“農夫山泉有點甜”綁定了千島湖水源地,到“武夷岩茶為茶底,加入意大利新鮮檸檬汁”的茶π,再到“源自名茶產地武夷山”的武夷山泡茶山泉水,以及對標3元區間天然礦泉水品類的“長白雪”……就連此次引發爭議的蘇打氣泡水,除了標示水果來源,農夫山泉也特意點出“有水源地的蘇打氣泡水,取水自農夫山泉天然水源地浙江千島湖。”

讓農夫山泉在用了多年的老招數上翻了車的白桃,是何方神聖?

不同于水蜜桃、油桃、蟠桃,白桃對於國內消費者而言還是屬於相對陌生的一個桃品類,而白桃口味在國內的流行多少受到了日本文化的影響。就如同櫻花口味的風靡,粉嫩、明媚,顏值高且帶有“少女感”——日本最早開始在食品飲料的口味上選擇白桃來營造一種可愛的氛圍,這或許也是農夫山泉此次“碰瓷”日本白桃的原因。

夏季飲料大戰中,白桃口味是一個出現頻率極高的存在。百事可樂推出“太汽”系列白桃烏龍味可樂;可口可樂旗下的AH! HA!小宇宙氣泡水其中之一就是白桃烏龍口味;華潤怡寶的低濃度果汁飲料,也增加了“桃桃假日”新品,標注稱“口味精選優質國產白桃

汁”……

一個口味走向流行,自然離不開大批品牌的跟風和復制,要說帶動白桃味氣泡水風潮的,不得不提氣泡水的頭部品牌元氣森林。元氣森林最初推出時爆紅的口味就是白桃味,也讓後續品牌在採取“跟隨策略”時,產品口味上一定無法回避它。

實際上,這並不是農夫山泉首次推出氣泡水產品。2020年,農夫山泉曾推出過一款名為“TOT”的含氣碳酸飲料,有米酒、柚子綠茶等口味。

農夫山泉長久布局氣泡水的的原因,從其2020年財報中可以看出端倪。農夫山泉的2020年傳統模塊的銷售收入都有所下滑,但氣泡水、咖啡飲料、植物酸奶等其他品類却逆勢增長,10.54億元的收益較2019年上升135.8%,占總收益的百分比也從1.9%提升到4.6%,是農夫山泉旗下5類產品中唯一一個實現正增長的品類。

但想要耕耘氣泡水領域,除了要面對像自己一樣聞風而來的搶食者,最難撼動的自然也是頭部品牌元氣森林。除了跟風網紅爆款的口味,農夫山泉又打出功能性的賣點,在“0糖0卡0脂”的基礎上,衍生出“0山梨酸鉀”的宣傳。

山梨酸鉀是一款常見的食品防腐劑,在不少碳酸飲料中都有添加。而農夫山泉在宣傳中稱其“擁有先進的無菌生產線,所以產品無需添加山梨酸鉀”。

但相對於正中消費者怕胖心理的“0糖0脂0卡”,農夫山泉的“0山梨酸鉀”似乎顯得不那麼接地氣。此番宣傳中,農夫山泉將元氣森林“偽日系”路線更進一步打出“日本水果牌”,却沒想到再度翻了車。

“大自然的搬運工”,搬起石頭砸了自己的腳

打着國民品牌的旗號,却要蹭日本水果的熱度,農夫山泉這場艱難的“二選一”背後,對類似商家也是一種警示。曾經,通過和外國扯上關係讓自己顯得“洋氣”是品牌屢試不爽的套路。但隨著我們文化自信越來越強,外國的月亮就不比中國圓了。消費者逐漸成熟,商家若還在原地踏步,“大自然的搬運工”搬起石頭砸自己的腳就在所難免了。

這顆桃子引發的風波,會影響你今後選擇農夫山泉嗎?

馬州維州全職房地產專家

雙碩士 精通英語 買賣交涉高手 具備豐富房地產及法律知識

方景林 Harry

240-478-0250 (C)
301-840-8061 (O) 經驗豐富 負責認真

www.HarryFangHomes.com
EISDOM@GMAIL.COM Line: goodfriend35
WeChat: GYLHAH 通國英台粵語

最新房源 馬州大馬士華平地52.2英畝,農業住宅兩用,鄰居皆有水電,\$700,000,適於建莊園。

金通移民律師事務所

301-778-5528(中文)
703-584-5082

www.goldwaylaw.com info@lilawoffice.com

我們的專長:移民法相關的所有問題
我們的信念:為您提供最全面的服務

多年移民申請訴訟經驗,成功案例包括EB-1A杰出人才綠卡快速審理一天批准, P 簽證 2 天批准,在Baltimore 和Arlington 移民法庭辯護各類刑事遞解及政治庇護案件。

辦公室:Rockville MD; Fairfax VA; Washington DC. 免費諮詢

2-050

全職房地產經紀人, 服務于 DC MD VA

黎洋 Mark Li

3015927550 (C) 2404998786 (H)
3013158388 (O) 3018380433 (F)
Yangli66@hotmail.com

1-109w