印度食品监管机构称 Diageo 的 Royal Challenge 标签误导威士忌买家

一份保密通知称，尽管正标宣称使用美国橡木桶，但这款调和酒中的大部分并未陈酿。

2026年8月11日星期二



据路透社查阅的一份保密政府通知，印度食品安全监管机构质疑帝亚吉欧在印度最大的威士忌品牌之一 Royal Challenge 的一项关键陈酿表述，称该标签可能误导消费者，因为瓶中大部分酒液并未在木桶中陈酿。

这份日期为7月20日的通知由印度食品安全与标准局（FSSAI）发给帝亚吉欧在印度的子公司 United Spirits。通知称，该品牌宣称威士忌“matured in American oak casks（在美国橡木桶中陈酿）”的说法，与产品其他位置的成分描述并不一致；后者显示，脱矿物质水之后列出的第二种成分是谷物中性烈酒。

在监管机构看来，这使正标上的说法具有误导性。通知称，“大部分”酒精属于未陈酿烈酒，整瓶酒精含量并未如标签所暗示那样在木桶中陈酿。通知还称，调和酒液的任何年份或陈酿表述都应反映混合中最年轻的烈酒，而不是最老的组分。

这场争议触及 Royal Challenge 在印度面向消费者呈现方式的核心。Diageo 表示，该品牌在印度年销量超过450万箱9升装，折合超过4050万升。公司将其描述为中高端价格区间的一部分。该数字所引来源未说明销售量对应哪一年，而此前也没有发布可供直接比较的同类数据，因此无法直接衡量其可能带来的商业影响。

这起案件之所以重要，不仅因为 Royal Challenge 的体量，还因为受到质疑的措辞直接关系到价值。在威士忌行业，关于桶陈酿的表述往往同时支撑定价和品牌定位。监管机构对这类语言提出异议，可能引发更广泛的问题：标签标准、消费者预期，以及印度烈酒在各邦的营销方式。

FSSAI 并未公布这份7月20日的通知。路透社称其查阅了该文件，但监管机构尚未公开说明，在其看来，这款调和酒中有多少比例属于陈酿酒液、多少属于未陈酿酒液，以及可能有多少瓶装或库存批次受到影响。该机构也未就陈酿问题回应路透社的提问。

United Spirits 表示，公司仍致力于质量标准，并正在就标签问题与监管机构讨论。该公司本周在给证券交易所的声明中表示，预计此事不会带来财务后果，并正密切关注事态发展。

针对 Royal Challenge 的警告，伴随着更广泛的监管行动，而后者已影响到印度一个邦的销售。FSSAI 本月表示，已禁止在中央邦销售与 Diageo 相关的 Royal Challenge 和 Antiquity Blue，以及与 Inbrew 有关的 Bagpiper Deluxe Whisky 和 Old Cask Deluxe XXX Rum。该行动与指控有关，即部分产品使用了人工香料，包括威士忌和朗姆酒香味物质，而不是依靠适当陈酿和原料。该行业公司则表示，自己遵守印度法律。

这份7月20日的通知增添了第二条监管批评。除了质疑“matured in American oak casks（在美国橡木桶中陈酿）”这句表述外，通知还称，标签上使用“Scotch”一词过于笼统，未能清楚说明调和酒中使用的具体苏格兰威士忌成分。该机构表示，公司应明确说明所使用的“Scotch”究竟是什么。

产品标签本身似乎是监管机构案件的核心。正标上，Royal Challenge 被描述为“一款由印度谷物烈酒与进口 Scotch 调配而成的浓郁酒液，陈酿于美国橡木桶中”。背标则列出脱矿物质水、谷物中性烈酒和 Scotch，并称产品含有允许使用的天然色素，以及添加的与天然相同的威士忌香味物质。

这种对比似乎正是监管机构提出异议的原因。按 FSSAI 的理解，成分表显示，这瓶酒是一种调和酒，其中相当一部分酒精并未在橡木中陈酿，尽管正标给人以更广泛的桶陈酿印象。通知认为，这一差距具有实质性，因为它可能影响消费者对产品的理解。

随着印度当局加大对食品和饮料市场中标签与配方声明的审查力度，这场争议正在展开。路透社称，这轮整顿已波及酒类生产商、能量饮料公司和食品制造商，监管机构正推动更严格的合规和包装上更精确的描述。在酒精行业，这种压力出现在一个价值约400亿美元、并由国家标准与邦级管制共同管理的市场中。

由于每个邦都自行制定分销、定价和零售规则，印度烈酒市场也显得格外分散。这意味着，国内某一地区的监管挑战在直接影响上可能有限，但在品牌和合规层面的意义却更广。比如在北方邦，一瓶375毫升装的 Royal Challenge 售价为360卢比，按路透社所引汇率约合3.80美元。这样的价格水

平有助于解释，为什么像 Royal Challenge 这样的走量品牌对大型生产商如此重要。

到目前为止，公开记录仍不完整。FSSAI 尚未说明其认为 Royal Challenge 中有多少比例的酒液实际上已经陈酿，也未披露该问题影响全部生产还是仅限特定批次。该机构也没有说明，是否会要求公司更改标签、重新调整调和配方、撤回库存，或采取其他纠正措施。它还没有公布最终决定的时间表。

对 Diageo 而言，眼下的任务更可能是监管层面，而非法律或财务层面。United Spirits 表示，公司正积极与 FSSAI 接触。这一回应表明，公司试图通过澄清或修改标签来解决此事，同时避免对其在印度销量最高的品牌之一造成更大扰动。

对市场而言，这一问题 likely 会受到密切关注，因为它触及烈酒标签中一个常见的张力：产品宏观营销叙事与瓶中实际成分之间的差异。就 Royal Challenge 而言，这种张力如今已体现在该国食品安全主管机构的一份正式通知中，而该品牌在全球最大酒精市场之一的印度年销量超过4050万升。