Diageo同意在印度重配多款主力烈酒品牌

此举源于监管机构对威士忌和朗姆酒中添加风味物质的质疑，其中包括年销量450万箱的 Royal Challenge。

2026年8月18日星期二



在监管机构质疑将添加风味物质用于标称威士忌和朗姆酒的产品后，Diageo已同意重新调整其在印度一些最畅销烈酒的配方，此举将影响其在全国的生产，并波及公司在当地最大的品牌之一。

据路透社援引两名政府消息人士称，Diageo已接受停止在其印度市场销售的多款产品中添加可再现威士忌口味的风味物质，或在朗姆酒中添加可再现朗姆酒口味的风味物质。此项决定紧随印度食品安全与标准局（FSSAI）本月早些时候施加的限制而来，后者是在全球最大酒类市场之一围绕标签和成分规则发生争议后作出的。

争议中被点名的产品包括 Antiquity Blue whisky、Royal Challenge whisky 和 McDowell’s No.

1 Celebration Matured XXX Rum。最初的限制适用于部分邦的生产，包括中央邦和马哈拉施特拉邦，但据路透社援引的政府消息人士称，双方同意的变更现在将适用于这些品牌在印度全国范围内的生产。

这使该决定对 Diageo 在印度的业务具有重要意义。Royal Challenge 是该公司在印度销量最高的威士忌之一。Diageo 表示，Royal Challenge 在印度的年销量超过 450 万箱（每箱 9 升），相当于每年超过 4050 万升。该品牌处于公司所称的“中高端”价格区间，因此此次重新配方的商业意义远超一项局限于单一邦的合规问题。

《经济时报》报道称，这项重新配方预计将在大约三个月内完成。在过渡期内，受影响产品所用的风味物质必须在标签正面清楚披露。这一临时措施旨在维持品牌在市面上的销售，同时调整生产配方、标签和库存。

此案出现在印度监管机构对酒类标签和生产做法的更广泛整顿之中。本月早些时候，监管部门对 Diageo 及其他印度酒类公司生产的多个烈酒品牌采取行动，指控其存在标签误导以及不当使用风味物质的问题。争议焦点在于添加风味物质，而监管机构认为，这些物质不应以模糊烈酒基础成分与额外风味特征界限的方式使用。

就 Royal Challenge 而言，该产品背标曾写明，其成分包括去矿物质水、谷物中性酒精和 Scotch，并含有允许使用的色素及添加的与天然相同的威士忌风味物质。监管机构认为，这种做法违反印度食品安全框架，由此引发了争议，最终促使公司同意更改配方。

印度对 Diageo 至关重要，该公司曾将印度称为其“十年消费者市场”。其本地业务单元 United Spirits 是这一战略的核心，旗下产品组合覆盖大众、轻奢和高端消费者，并通过遍布多个邦和分销渠道的网络进行销售。因此，印度层面的单一产品监管争议，其影响远大于一般的标签问题，尤其当涉及具有全国规模的品牌时。

此次变更最重要之处在于其全国范围。Diageo 不会只调整那些官员曾限制销售或生产的邦内生产，而是需要在印度任何生产这些品牌的地方修改配方和包装。这可能会涉及工厂运营、供应规划以及按邦管理库存的调整，不过目前尚无任何官方过渡成本估算公开。

在路透社首次报道这一决定时，Diageo 印度业务部门和 FSSAI 都没有立即回应路透社的置评请求。FSSAI 也尚未公布正式解除先前限制的命令，这使得即便公司已按报道中的协议推进，时间表和执行方式仍存在一定不确定性。

缺少一份已公布的最终解决方案对行业而言很重要，因为这意味着合规的实际条款仍可能取决于监管机构后续指示。对 Diageo 而言，关键问题在于：它能多快从原则性同意过渡到采用修订配方的生产，同时又不对供应造成重大扰动；在一个大型品牌依赖持续补货的市场中，这一点尤为重要。

这一事件还发生在 Diageo 在印度面临更广泛监管关注之际。路透社上周报道称，检查人员扣押了约 18,000 箱 Diageo 酒瓶，原因是外界指控这些酒瓶缺少表明其使用安全回收塑料制成的标识。该问题与风味物质争议相互独立，但两者叠加，加大了外界对该公司在印度合规做法的审视。

对于印度烈酒市场而言，此案的影响可能不止于 Diageo。监管机构对威士忌和朗姆酒中添加风味物质的质疑，可能促使其他生产商审查产品配方、标签和宣传表述，以避免类似行动。印度在食品和饮料成分方面的规则，在解释和执行上可能存在差异，而涉及行业巨头的高关注度案件，往往会向整个市场发出信号。

目前尚不清楚的是过渡期间的商业影响。公开信息中没有重新配方成本的估算，没有因限制而可能延迟或被搁置的库存官方数字，也没有受影响品牌销售所受影响的披露。另一个未知数是，经销商或州消费税部门是否会要求额外批准，修订后的产品才能恢复正常流通。

尽管如此，这一协议标志着局面从几邦的监管争议，转向 Diageo 在印度部分最知名品牌的全国性产品变更。对于这家公司而言，其每年在当地销售数百万箱本土威士忌，这意味着一个技术性的合规问题，转化为一项会影响生产、标签和货架存在度的运营调整，并波及其最重要的增长市场之一。