

法国波尔多葡萄酒管理对中国区域公用品牌的启示

王琳涵

四川农业大学, 中国·四川 成都 611130

摘要: 法国波尔多葡萄酒产区作为全球地理标志保护的典范, 构建了覆盖全产业链的标准化管理体系与协同治理框架, 为区域公用品牌发展提供了成熟范式。本研究通过历史分析发现, 波尔多管理制度历经中世纪教会划界、1855 年分级体系形成、1935 年 AOC 立法确立及 21 世纪欧盟化升级四个阶段, 逐步形成“法律刚性约束 + 行业自治协同 + 生产者利益共享”的三维管理模式。对比中国区域公用品牌面临的标准化缺失、产业链低端化及文化软实力不足等困境, 研究提出三重启示: 制度层面需构建政府、协会与企业协同治理的权责分工体系; 技术层面应建立全产业链数字化标准与动态认证机制; 文化层面需以技术解码遗产、场景活化传统, 打造虚实融合的品牌叙事。波尔多经验表明, 区域品牌可持续发展需通过制度保障、技术赋能与文化赋值的三维重构, 形成品质信任、价值传递与产业协同的生态系统, 为中国实现从地理标志保护到全球消费符号跃迁提供路径借鉴。

关键词: 法国波尔多; 地理标志保护; 区域公用品牌; 管理制度

Enlightenment from Bordeaux Wine Management in France to Chinese Regional Public Brands

Linhan Wang

Sichuan Agricultural University, Chengdu, Sichuan, 611130, China

Abstract: As a global benchmark for geographical indication protection, the Bordeaux wine-producing region in France has established a standardized management system and collaborative governance framework covering the entire industrial chain, providing a mature paradigm for the development of regional public brands. Through historical analysis, this study reveals that Bordeaux's management system has evolved through four stages: boundary demarcation by the medieval church, the formation of the 1855 classification system, the establishment of AOC legislation in 1935, and the EU-level upgrading in the 21st century, gradually forming a three-dimensional management model of “rigid legal constraints + industry self-governance coordination + producer benefit sharing”. Contrasting with the challenges faced by Chinese regional public brands, such as lack of standardization, low-end industrial chains, and weak cultural soft power, the study proposes threefold insights: at the institutional level, it is necessary to construct a rights-responsibility division system for collaborative governance among governments, associations, and enterprises; at the technical level, a digital standard and dynamic certification mechanism for the entire industrial chain should be established; and at the cultural level, heritage should be decoded through technology and traditions activated through scenarios to create a virtual-real integrated brand narrative. Bordeaux's experience shows that the sustainable development of regional brands requires a three-dimensional reconstruction of institutional, technological empowerment, and cultural valuation to form an ecosystem of quality trust, value transmission, and industrial collaboration. This provides a path reference for China to transition from geographical indication protection to a global consumption symbol.

Keywords: Bordeaux, France; geographical indication protection; regional public brand; management system

0 前言

法国波尔多作为全球葡萄酒产业的核心产区, 依托八百年发展与制度积淀, 构建了以地理标志保护为核心的成熟治理体系^[1]。自 1935 年确立原产地命名控制 (AOC) 制度以来, 波尔多依托“风土”理念, 形成覆盖种植、酿造、认证与营销的全产业链标准体系。其管理体系融合法律刚性、行业自治与利益共享, 由国家原产地名称局 (INAO) 监管, 行业协会 (CIVB) 协同执行, 成功将“波尔多”打造为具有全球公信力的区域公用品牌。该范式实现了产业集群化、治理法制化与标准输出化, 成为欧洲 PDO 制度和全

球地理标志保护的典范^[2]。当前, 法国波尔多还探索数字化治理、区块链溯源与 ESG 机制, 推动传统品牌在可持续与科技融合背景下实现转型升级, 为中国区域品牌建设提供了重要启示^[3]。

1 法国波尔多管理制度的起源与历史演变

1.1 起源: 从分散实践到制度雏形 (中世纪—19 世纪)

波尔多产区的葡萄种植和葡萄酒酿造历史可以追溯到古罗马时期。大约在公元前 60 年, 罗马人统治着波尔多, 当时这个地区被称作波尔迪加拉 (Burdigala)。12—15 世纪, 修道院通过划分“封闭葡萄园”规范种植边界, 并制定酿酒

技术手册,形成最早的全球地域特色产业实践^[4]。

1152 年英法贸易协定成为制度萌芽的关键节点。阿基坦女公爵埃莉诺与英格兰亨利二世的联姻,使波尔多成为英国王室葡萄酒供应地。为保障贸易品质,波尔多商人自发约定“仅限加龙河沿岸葡萄园产酒可标注‘Bordeaux’出口”,开创了“产地标识”雏形^[5]。17 世纪,荷兰商人的到来,为波尔多开辟了新兴市场,波尔多葡萄酒又经历了一个快速发展时期。而且荷兰人还带来了先进的排水技术,使波尔多西北部的梅多克(Medoc)成为新的产区,通过不断发展,逐渐超越了原来西南部的格拉夫产区。18 世纪,航海技术发展和随着对加勒比海市场出口的上升,英国市场对波尔多高水准葡萄酒的推崇需求,使波尔多葡萄酒又迎来了一个繁荣时期。波尔多酒商公会(Jurade)进一步细化产区边界,禁止非本地葡萄混酿,并建立“酒桶火漆封印”制度以防假冒,成为 AOC 认证体系的前身。19 世纪,工业革命与全球化贸易加速制度转型。波尔多 1855 年世博会分级首次以官方名义将 61 家酒庄按品质划分为五级,虽未直接纳入法律,但通过市场定价机制强化了“产地—品质—声誉”的绑定逻辑^[6]。至此,波尔多从宗教规训、贸易惯例向制度化保护迈出关键一步,为 20 世纪 AOC 立法奠定了实践与文化基础。

1.2 制度化进程(19 世纪末—20 世纪)

19 世纪末至 20 世纪是波尔多 AOC 制度由地方惯例迈向国家立法的关键时期。1905 年法国颁布禁止假冒法律,首次提出由行政机构制定地理标志标准,1908 年确立个案立法原则,并陆续出台香槟、波尔多等产区专项法规,但因缺乏统一监管机构,执行成效有限。1919 年法律确立司法认定原产地名称机制,成为保护原产地名称的基础性法律^[7]。1935 年 7 月 30 日,《葡萄酒之受监控原产地名称法令》正式通过,设立国家原产地名称局(INAO),全面监管葡萄酒从种植到酿造的全链条标准,标志波尔多 AOC 制度确立。1955 年,圣埃美隆产区引入动态评审机制,推动酒庄品质提升。至 20 世纪 70 年代,波尔多 AOC 体系已覆盖 60 多个子产区,形成“大区—一次产区—村庄—酒庄”四级分层结构,构建起品牌价值与市场定价密切联动的制度框架^[8]。

1.3 欧盟化与全球化(21 世纪以来)

为适应欧盟统一市场建设需求,法国于 1994 年 1 月 3 日颁布第 94-2 号《农产品与食品质量认证法》,将欧盟农产品质量规范转化为国内立法。该法案在法国法律体系中首次系统构建地理标志保护框架:突破传统酒类产品保护边界,建立地理标志(GI)与 AOC 的双轨机制,将保护范围扩展至全部农产品领域。值得注意的是,欧盟原产地命名保护(Protected Designation of Origin,简称 PDO)制度的实施,与法国既有的行政审查体系形成功能互补——前者通过欧盟层面的统一注册强化保护效力,后者保留行政法令核准的传统路径,最终形成了欧盟标准与法国特色相结合的保护体系。法国 1999 年 7 月 9 日颁布的《农业指导法》又赋予

INAO 认定和管理地理标志产品的职责由其对地理标志和原产地名称统一管理^[9]。

21 世纪以来,波尔多 AOC 制度逐步融入欧盟及全球治理体系。

2009 年,为与欧盟“受保护原产地名称”制度接轨,法国将 AOC 调整为 AOP,但核心标准未变,仅扩大了对非传统工艺的包容性。波尔多 AOC 通过 PDO 认证,获得欧盟 28 国的统一法律保护,强化了跨境侵权追责能力。

波尔多借助《里斯本协定》等国际条约,推动 AOC 地理标志在全球 170 多个国家的注册保护。同时,波尔多葡萄酒行业协会(CIVB)通过“波尔多葡萄酒学校”全球分校、Vinexpo 国际酒展等平台,将特色理念与分级制度推广至新兴市场。

2 波尔多的管理机制与分级制度

波尔多葡萄酒产业的成功,依托政府、行业协会与生产者三方协同治理,以法律强制、行业自治和生产自律为支柱,构建起从风土保护到市场开拓的全链条管理体系。法国政府通过 AOC 制度,由 INAO 科学划定 57 个子产区边界,并实施限产与品种规范,设立“葡萄酒警察”执行分级监管,对违规行为设有警告、罚款和资质取消等机制,同时通过欧盟补贴支持小酒庄技术改造。波尔多葡萄酒行业联合委员会(CIVB)作为自治组织,通过“共同基金”运作制定高标准宪章,推广有机种植、组织盲品评估、推动品牌全球化,每年投入 3000 万欧元开展全球推广与侍酒师认证,实现从品质管控到市场赋能^[10]。6000 余家酒庄通过技术协同与契约自律增强集体竞争力,大型酒庄研发抗病品种并共享,中小酒庄通过合作社模式集采、共用物流网络并推进数字化追溯与“零碳认证”,共同签署《2030 可持续发展协议》。该治理模式以法律刚性、市场敏捷、技术创新构建权责清晰、利益共生的品牌生态系统,提供从地理标志到文化品牌演进的实践范式。

法国波尔多葡萄酒分级制度以“特色—历史—阶级”为文化核心,构建了全球葡萄酒市场的价值标尺。其核心功能在于以历史权威背书品质、以等级秩序引导定价、以文化叙事强化品牌溢价。自 17 世纪起,波尔多酒庄已出现基于贸易实践的分级雏形,1855 年巴黎世博会推动分级制度官方确立,列级庄体系依据市场数据和行业经验,确立了 61 家酒庄的等级标签。列级庄价格可达非列级酒庄百倍,形成“液体黄金”的投资属性。中级庄(Cru Bourgeois)与圣艾米里翁十年动态评审等制度创新,在 AOC 体系下构建多层次认证机制,既保障历史权威,又拓展新兴酒庄上升通道,形成头部溢价、中端多元、基础规模的生态格局。分级制度通过“Château”命名、年份崇拜与风土叙事,将葡萄酒与贵族遗产、文化景观绑定,使消费行为成为阶层建构与文化认同的仪式。波尔多分级不仅管理品质,更生产身份符号,成为

全球文化资本竞争中的象征性资产。

3 波尔多 AOC 经验对中国区域公用品牌的启示

3.1 制度层面

中国区域公用品牌建设可借鉴法国波尔多葡萄酒产业协同治理范式,构建政府主导、协会专业化运营与企业共治的三元治理架构,形成权责明晰的制度化分工体系。

政府层面需设立中央地理标志统筹机构,整合农业农村部、市场监管总局等部门职能,通过专项立法明确地理标志产权归属;同时建立覆盖生产标准、质量追溯、市场准入的全国统一监管平台。行业协会应获得法定赋权,组建包含技术标准化委员会、品牌价值评估中心、质量稽查联盟的三位一体治理架构。企业层面可推行“合作社+龙头企业+家庭农场”的联合体模式,实施质量保证金制度与区块链认证准入机制,形成“母子品牌分级管理+溯源数据链共享”的产业共同体。

3.2 标准制定

法国波尔多 AOC 制度的技术优势集中体现于全产业链标准化与数字化溯源的系统性整合,其经验对中国区域公用品牌建设具有重要借鉴价值。该体系以科学化、数据化的标准贯穿生产全流程。在种植环节,通过法定规范严格限定品种选择、单位产量及生态管理要求,将传统经验转化为可验证的技术标准;加工环节则依托精准工艺参数控制,确保产品品质稳定性,构建从土壤管理到终端产品的完整风土表达体系。

中国区域公用品牌可重点从三方面汲取经验。第一,建立动态标准化框架,借鉴分级嵌套模式,在统一基础标准上细化子产区特色规范,通过物联网技术实时监测关键生产指标,形成兼顾普适性与差异化的标准体系;第二,集成数字化溯源技术,运用区块链与人工智能构建全链条数据档案,在加工环节部署智能检测系统,实现生产过程透明化,并通过加密溯源码关联生产者与消费者;第三,创新认证机制,将气候适应性、文化传承度等维度纳入评估体系,同时建立动态退出机制强化标准执行力。中国可依托 5G 与边缘计算技术搭建产业云平台,实现标准智能推送、风险实时预警,最终构建“标准可执行、过程可追溯、品质可验证”的现代化治理体系,推动区域品牌从地理标志保护向价值链升级跃迁。

3.3 文化层面

法国波尔多 AOC 制度在文化层面的核心价值在于其将历史积淀、地域特性与品牌叙事深度融合,构建了“特色即文化”的认知体系,为中国区域公用品牌的文化赋能提供重要启示。波尔多通过文化遗产的体系化认证,将葡萄种植历

史与酿造传统转化为法定技术标准,使列级庄制度、橡木桶陈酿等文化符号成为品牌溢价的核心支撑。

中国区域公用品牌建设可深度借鉴波尔多 AOC 制度的文化赋能逻辑,通过“技术标准承载文化遗产、场景体验活化历史基因、数字传播突破时空边界”的三维创新路径,实现从地域特产到文化符号的价值跃升。

4 结语

波尔多 AOC 体系的成功经验为中国区域公用品牌建设提供了制度、技术与文化三维重构的系统启示。制度层面,应构建政府主导、协会监管、企业转化的协同治理体系,实现权责清晰的闭环管理。技术层面,推动全产业链数字化升级,融合区块链溯源、物联网监测与人工智能优化,构建智能标准化体系,使传统技艺具备可验证与可追溯能力。文化层面,突破静态保护思维,通过“技术解码文化遗产+叙事重构文化符号”的路径,运用数字交互与沉浸式体验,激活文化基因,拓展全球传播力。三者融合,形成“文化赋值、技术增值、市场溢价”相统一的可持续发展模式,推动区域品牌从地理标志向全球消费符号跃升。

参考文献:

- [1] Livat, Florine, Alston, et al. Do denominations of origin provide useful quality signals? The case of Bordeaux wines[J]. *Economic Modelling*,2019(81):518-532.
- [2] Kotler, Philip, Gertner, et al. Country as brand, products, and beyond: A place marketing and brand management perspective[J]. *Journal of Brand Management*,2002(9):249.
- [3] Gragnani, Matteo. The EU Regulation 1151/2012 on Quality Schemes for Agricultural Products and Foodstuffs[J]. *European Food & Feed Law Review*,2013,8(6):376-385.
- [4] 秦升.全球价值链研究30年:理论分野与政策变迁[J].*中国市场*,2024-07-23.
- [5] de Almeida, SO, Mazzon, et al. COMMUNITY OF ORIGIN EFFECTS ON VIRTUAL BRAND COMMUNITIES PARTICIPANT[J]. *Rae*,2012(2).
- [6] 贺明瑶.传受交互:“一带一路”跨文化传播语境下民族品牌传受机制的后现代嬗变[J].*中国市场*,2021(16):110-112.
- [7] 王笑冰.全球地域特色产业实践[M].北京:中国社会科学出版社,2006.
- [8] 李忠.法国原产地名称保护制度及借鉴[J].*海峡科技与产业*,2005(6):5-9.
- [9] 顿坤.波尔多葡萄酒的等级划分[J].*中外葡萄与葡萄酒*,2000(1):51-52.
- [10] 王蔚.法国原产地名称立法的变革[J].*中华商标*,2000(3):34-35.