

# 川酒健康发展将有“尚方宝剑”

## 四川省人大审议《四川省酒类管理条例》(修订草案)

本报讯(记者 李国政 胥平 刘文景)11月26日下午,四川省第十二届人大常委会第六次会议分组审议了《四川省酒类管理条例(修订草案)》。

### 实行食品(酒类)生产和流通许可制度,调整监管职责

修订草案的重大变化之一是:将原条例中涉及多部门的酒类产销许可制度取消,按《中华人民共和国食品安全法》将酒类产品作为食品的一个种类,实行食品(酒类)生产和流通许可制度。按照修订草案,从事酒类生产和销售活动,需分别取得生产许可证或流通许可证。已取得食品(酒类)生产许可证的企业和经备案登记的白酒生产作坊在其生产场所销售其生产的酒类产品,已取得餐饮服务许可证的餐饮经营企业在其经营场所销售酒类产品,则不需要取得食品(酒

类)流通许可证。同时调整的还有酒类管理工作部门的职责:质量技术监督部门、工商行政管理部门和商务部门涉及酒类产品生产和流通管理的职责统一划归到了食品药品监督管理部门,并明确了工业经济综合主管部门在酒类产业发展中的职能职责。

### 规范小作坊生产经营行为

据统计,四川省目前约有4000多家白酒生产作坊,数量多,主要分布在广大农村地区。但由于国家关于白酒产业政策的限制,这些白酒生产作坊无法办理酒类生产许可证,政府有关部门较难对其实施有效监管,存在食品生产安全隐患。“大量白酒生产作坊的存在,反映了农村百姓的消费需求,同时也解决了部分农民的就业增收问题。如果不考虑实际情况全部禁止,可能会

引发新的社会矛盾。”省人大法制委员会副主任委员王希龙表示,相较于“严格关停”的建议,法制委员会更认同通过设置一定条件,规范白酒生产作坊的生产行为、强化食品安全生产责任的建议。

因此,修订草案在第十六条、第十七条明确了白酒生产作坊的生产经营条件,包括有固定的生产场所和营业执照、使用纯粮固态发酵法等传统工艺、产品符合国家标准或者行业标准的要求等;明确了白酒生产作坊的监督管理由县级食品药品监督管理部门负责;要求符合规定条件的白酒生产作坊应当备案登记。

### 鼓励生产者申请使用“中国白酒金三角(川酒)”地理标志

四川省知名酒类品牌众多,尤其是名优白酒较多,在全国影响很大。保护知名酒类

品牌,也是修订草案的重要任务。为此,修订草案在第七条明确规定了县级以上地方政府保护知名酒类品牌的责任,并增设专章,对酒类地理标志和知名酒类品牌保护作了明确规定,鼓励白酒生产者申请使用“中国白酒金三角(川酒)”地理标志产品专用标志。

对于四川省酒类产品市场上大量存在的通过伪造、冒用知名酒类品牌企业的商标、专用标志等方式生产和销售的假冒伪劣酒类产品,修订草案也明确规定了相关禁止内容。

业内人士称:“条例”修订草案根据新形势和新要求,在明确相关部门职能职责、规范酒类生产和流通活动、保障酒类产品质量和安全等方面进行了较大修订。“条例”颁布实施后,或将一扫酒类发展的制度障碍,起到规范企业行为,维护行业秩序的作用。这部历时一年多即将面世的地方行业法规必将助推川酒健康发展。



## 白酒专家钟杰说品酒

钟杰认为,品酒文化的传播,是白酒业开拓市场、培育潜在消费者至关重要的一环,也是一项基础工程。而这恰好是中国白酒的软肋所在。先勾(低)头闻香再小酌细品。“传统喝酒,小酌品味偏少,大口干杯居多,这样不能很好欣赏中国白酒的优美,中国品酒文化需要好好挖掘、传承和弘扬。”钟杰认为,事实上,品白酒其实比品红酒更讲究,酒中的味道也比红酒更为丰富,“倒满酒杯,先勾(低)头闻香,然后缓缓移开酒杯,闭目感受独特的酒香。”“喝第一口酒应小酌。”钟杰说,这样才能让酒慢慢铺满舌面,用舌尖、舌面、舌两侧、舌根,分别感受白酒中丰富复杂的味道,然后慢慢吞咽,回味白酒的美妙。

据钟杰介绍,中国白酒有12种香型之多,消费者应对一些基本香型有所了解,如浓香、酱香、清香等。“判定一种酒的质量,同一种香型的好酒,其基本要求是香气正,尾味净。如果水平较高的品酒者,可感受这种酒醇不醇和,再深层次的这种酒是否醇厚,是否绵柔。”钟杰说,好酒显得润糯,对经验丰富的品酒师,常用手去揉搓,感受酒的黏稠,是否有丝绸般的柔顺感。再就是看是否“挂杯”。“倒小半杯酒,旋转酒杯,看杯壁上是否挂有薄薄的一层酒液,而且下降缓慢,最后有较多酒珠挂杯,挂的珠子多,说明这种酒较好。“如果某种酒让品酒师也要细细品味,反复把玩,说明调酒之水平很高超。”

饮酒应饮多少才是最好的状态呢?钟杰说,酿酒大师陈茂榕先生和绘画大师黄永玉大师的两句话值得玩味,“酒要喝好喝饱但不要喝醉”,“不可不醉,不可太醉”。

### 链接——白酒专家钟杰

钟杰,男,1966年5月出生,毕业于四川大学生物系。在著名酿酒专家胡永松、陈毛椿、李大和等老一辈专家的悉心指导下,他很快从同辈中脱颖而出,成为中国白酒青年专家。现任四川省产品质量监督检验检疫技术研究中心主任,国家酒类及加工食品质量监督检验中心白酒感官鉴评组组长、研发部主任、国家质检总局食品监督司酒类专业委员会专家,全国白酒标准技术委员会浓香型白酒分会技术委员会副秘书长、全国工业产品生产许可证审查员、国家注册高级品酒师、国家注册高级酿酒师、四川酿酒大师。

(编者整理)

# 白酒行业“冬天过后是春天”

## ——中国白酒金三角酒业协会副会长张建平谈白酒产业结构调整

如今,白酒行业寒冷的“冬天”对于大多数酒企来说,无疑是一场极其残酷的生存考验。但中国白酒金三角酒业协会副会长张建平却坚持认为,“这是行业一次理性的调整和回归,有利于整个行业的健康发展。”

### 暴利推动下的白酒行业

直到2011年4月前夕,白酒行业都被称之为一个“暴利行业”。彼时,为了维持白酒价格的稳定,国家有关部门专门召开酒业会议、约见酒业巨头强调相关政策,也就是在这之后,行业开始出现了张建平所说的“理性回归”。

行业分析人士认为,2004年至2011年,伴随房地产、股市等巨大财富效应和居民收入改善带来的消费结构升级因素,此间一度成为白酒行业发展的“春天”。

“做酒的坐着站着都能赚钱。无论懂不懂行业,就是拉三轮的来卖都能赚钱。”张建平在回忆这一时期的白酒行业现状时说,那时候一线高端品牌一再刷新价格顶点,就连二、三线白酒价格也动辄上千,“价格越高卖得越好”似乎成为行业的普遍现象。

如今已是中国白酒金三角酒业协会副会长的张建平,在他的名片上同时显示的还有四川省酒业流通协会执行会长、中国白酒金三角发展研究院监事等5个与白酒相关的职

位信息。而这些信息共同透露的另外一层信息,则是他与白酒行业难以分割的关系。

也正因此,张建平很早就发现整个行业出现了极不正常的的发展趋势:“泡沫、投机行为充斥着整个行业,甚至有企业为高额利润铤而走险”。

据媒体报道,2009年4月,扬州江都质监局在某糖烟酒经营部查获50瓶价值达7000余元的“洋河蓝色经典”白酒,经江苏洋河酒厂股份有限公司鉴定,全部为假冒商品。但这仅仅是此类事件的个案之一,即便是在今年,被媒体曝光的还有部分白酒生产企业以勾兑酒冒充粮食酒,加入大量添加剂的新闻。

### 重新洗牌有利于行业健康发展

这种真假产品鱼目混珠,价格脱离价值和异常迅猛发展的行业现状,让产业链上所有的生产商和运营商都成为大赢家。但与此相对的是,在商业市场被视为“上帝”的消费者的权益,却遭到严重损害。

很显然,因暴利推动的高速发展,已成为白酒行业可持续和健康发展的一颗“毒瘤”,国家市场监管职能在此时显得尤为重要。

在继2011年4月国家有关部门约见酒业巨头强调维持白酒价格稳定之后,在一个

多月的时间里,国家发改委又将白酒生产线正式列入国家限制类目录,而为倡导廉政,次年国家还正式出台了限制“三公消费”政策以及“限酒令”。

行业分析人士指出,从表面上看,虽然从“限价”到“限产”再到“限酒”一系列政策都不利于行业的发展,但实际情况是真正做到了“扶优限劣”,从某种角度上讲,这甚至是为行业服下的一剂苦口良药。

他解释说,面对行业的变冷,一线知名酒企通过降价,发力中低端抢占市场份额得以生存,而那些缺乏品牌力量和资金基础的酒企便会被逐一淘汰,从而让白酒行业的泡沫因此破灭,达成一种新的平衡。

对此,张建平从行业经营的角度也表示,“重新洗牌有利于白酒行业可持续的健康发展。”他认为,在市场寒冷的情况下,由于各个企业在运营和管理上出牌的方式不同,所以一般只有20%的企业能经受住考验,但这部分企业往往都是行业的精英。

### 消费者利益是平衡“三个利益”的重中之重

用张建平的话说,不管是什么样的出牌方式,最终留下的行业精英,都在一定程度上对“生产商、运营商、消费者”三者之间的利益进行了平衡,从现在情况来看,保障

消费者利益是“三个利益”的重中之重。

五粮液、郎酒、水井坊等四川品牌酒企就是其中几家。在几月前,当多数酒企还在谋求最大利益的时候,他们就开始对各自公司的发展策略进行调整,致力于“做老百姓喝得起的好酒”,并相继与中国白酒金三角酒业协会联合推出“金三角川酒”、“金三角中国郎”等“双品牌”优质低价白酒。

五粮液集团相关负责人在接受中国经济网采访时表示,“作为行业领军企业,将始终坚持让消费者为中心,满足不同消费者需求,以引领和推动中国白酒健康发展。”

最新消息显示,就在几日前,有媒体报道属于五粮液金字塔产品线中塔基部分的中低端价位名牌产品——绵柔尖庄,已在广东省隆重推出。

而对于早前就发力中低端品牌的泸州老窖来说,他们更强调发挥原有优势,进一步细化市场操作和开发。“泸州老窖给消费者的印象一直是亲民的名酒,面对激烈的行业竞争,我们将继续限量保价,突出文化,减少渠道层级,尽量靠近消费者。”泸州老窖浓香天下的全国营销总监游洋如是说。

也正因为上述酒企的一系列市场调整,张建平说他四川白酒行业的发展很有信心,并底气十足地说,“冬天过后是春天。”

(编者整理)

# 新疆建设兵团警方近日破获一起制售假冒名酒案

1桶散装酒、两个小漏斗、3把封装挤压工具,一个分装假冒名酒的加工点就是靠这些“设备”生产假冒名酒的。价值约4元的散酒装入名酒瓶中,身价立即上涨十几倍甚至百倍。

11月24日,记者从新疆兵团公安局获悉,11月21日22时左右,兵团四师垦区公安局在乌鲁木齐市米东区菜园子村破获一起重大制售假冒名酒案,其两处窝点及仓库被端,打掉了以犯罪嫌疑人黄某为首的3人制售假冒犯罪团伙,查扣假冒名酒800余箱,散装白酒1吨多,案值800余万元。

### 一瓶假酒几分钟搞定

在乌鲁木齐市米东区一间出租房内,院内9间房里堆满了十几个名牌酒的仿制酒瓶、瓶盖、商标等,凡是市面上销售较好的高中档品牌酒,在这里一应俱全。这些假酒的外包装仿真度很高,包装盒内的金黄色绸缎衬布、吊牌、赠品、防伪标签及用于识别防伪标签的识别器样样俱全。

包装“车间”面积约30平方米,地面上摆满了深棕色土陶状酒瓶。房屋正中间摆放着两个小马扎,两个深棕色瓶子上放着一红一绿两个漏斗,漏斗上有一层漏沙布,右侧堆放着五六桶散装白酒。散装白酒通过漏斗沙布过滤,灌入品牌名酒瓶中,然后用封装工具装上盖子,再用挤压工具一压,贴上标签,系上红绸缎,一瓶“品牌名酒”就生产出来了,整个过程不过几分钟。

警方初步测算,该犯罪团伙已售出假冒名酒千余件。“一桶50公斤散装白酒进价约200元,每公斤才4元,包装成500毫升的‘品牌白酒’,约100瓶,6瓶一件卖给分销商不过800元,分销商转手让其进入销售市场,到了消费者手中,一瓶酒能卖200余元。”兵团四师垦区公安局经侦支队队长苏克勤说。

今年中秋节期间,他们发现市面上的假

酒突然间增多,便展开了调查。“我们当时共对200多家店面进行了检查,发现150家在售假酒”。

“发现此情况,我们便展开了摸排调查。为破获案件,我们曾赴山东、河南、广东、深圳等地调查取证。”苏克勤说,“21日证据收集完,事实基本调查清楚。因为当天下雪,我们判断嫌疑人肯定会回家,便决定蹲守抓捕。”

11月21日22时许,犯罪嫌疑人黄某驾车进入院中,发现情况不妙准备逃跑时被民警抓获。随后,民警又将外出就餐返回的另两名嫌疑人抓获。

经审讯,涉案3名嫌疑人对非法制造销售假酒的犯罪事实供认不讳,并交代了距离该处100米远的一处仓库。

### 包装盒质量堪比真酒包装

据苏克勤介绍,3人均均为河南息县人,黄某是主犯,另外两人分别是他的叔叔和侄子。黄某负责假酒原料采购和成品的销售,另外两人负责包装,黄某每个月为两人每人支付2800元的工资。假酒瓶大部分是从温州苍南县订购的,还有部分是回收,商标、外包装则来自深圳等地。嫌疑人为仿造也加大了成本,有些包装盒质量堪比真酒包装。

该案主要犯罪嫌疑人黄某非常狡猾,从不出现在制假现场,也不会让分销商知道自己的窝点。他通过遥控两名加工工人,将进购的廉价劣质散白酒装入购买或回收的高档名酒的空瓶里,以次充好,然后进行密封、装箱、打包,后由送货工人按其电话指示将货送到指定地点,最后再由其亲自向客户结算。保持人货分离;犯罪手段专业、隐蔽;程序严格、周密,极力逃避打击。

嫌疑人制造每瓶假酒的成本在8元至40元不等,每瓶酒获利在几十元至两百元不等,制造假酒主要销往地州市及内地省市。“虽然制造假酒获利不小,但还是比不上假酒售出者获得的利润高。”苏克勤说,以某款白

酒为例,成本在40元左右,卖给售出者价格为130元,而该酒市场价为上千元。

据不完全统计,黄某从2008年开始制造销售假酒,近几年销售的假酒约3000余箱,非法所得丰厚,严重侵犯了国内知名品牌白酒

的声誉,扰乱了正常的酒类市场秩序。

目前,3名犯罪嫌疑人因涉嫌非法制造销售、非法制造注册商标标识罪被刑拘,该案正在进一步审理中。

(法制日报)



## 关公坊开展管理制度、体系文件系列培训活动

### ■ 通讯员 刘虎

11月16日下午16:00,在关公坊大会议室,该公司举行了以“安全管理类制度”为主题的培训,公司行管系统70余名员工参加了此次培训。公司保卫科科长邹兴明结合公司安全生产实际情况,通过幻灯片、文字介绍等方式重点讲解了公司安全管理责任人制度、消防管理制度、办公楼用水用电管理规定及防火、防爆、动火作业管理制度等,让员工更进一步了解公司安全生产相关内容。

此次培训是公司2013年度制度、体系文件培训活动的课程之一。据了解,公司2013年度制度、体系文件培训活动从10月21日正式开始,至12月10日结

束,为期7周。培训课程分为各类管理制度培训、体系管理相关文件培训两大模块,并安排这两大模块的培训交叉进行,旨在使全体员工充分理解制度管理及体系运行的作用与意义,不断提高企业制度管理及体系运行水平,全面提升员工的执行力和综合素质,促进产品质量提升,减少浪费,降低企业成本,增加企业效益。该公司将通过闭卷考试、学习笔记检查、课堂随机提问等多种方式对员工参训效果进行考核评估。经考核评估,凡达不到培训要求的,将进行再次培训,以确保整体培训质量及效果。

目前,公司已开展管理制度培训4次、体系管理文件培训2次,累计培训1034人次,培训效果良好。

## 山东省白酒企业第八届经营厂长座谈会在济南举行

本报讯(记者 李国政 黄戎)近日,由山东省糖酒副食品商业协会主办、济南趵突泉酿酒有限公司承办的山东省白酒企业第八届经营厂长座谈会在济南召开。

座谈会上,兰陵、花冠、琅琊台等公司代表踊跃发言,针对今年白酒市场形势各抒己见,讨论和分析了当前及今后鲁酒发展中存在和需要解决的问题,同时对年初以来的经营状况进行了回顾。大家积极建言献策,就市场良性竞争、健康发展中的问题达成了重要共识。

山东景芝酒业股份有限公司副总经理来安贵表示,今年1—8月份,景芝酒业销售收入虽然远低于预期目标,但仍然增长16%,这得益于公司开展亿元原浆封坛大派送让利消费者;给优秀经销商以奖励;壮大业务员队伍等举措。

古贝春集团副总经理任玉平表示,受“三公”消费等因素的影响,今年高端产品销量受限,集团公司转变经营思路,产品销售由政务转商务,高端转为中、低档,采取渠道下沉等策略,实施“三个千”工程,实现了销量稳步增长。

与会者一致认为,此次座谈会开得很及时,会议将对山东白酒企业认清当前和今后一个时期白酒市场形势,采取行之有效的经营对策产生积极作用。