

日前,全国物流标准化技术委员会在北京召开《酒产品物流信息追溯管理要求》行业标准(送审稿)审查会。

来自商务部、工信部、国家标准委、中国物流学会、中国副食品流通协会、全国物流标准化技术委员会、中国质检出版社、北京交通大学、北京物资学院、泸州中远物流有限公司等单位的13名专家参加了本次审查会议。

会议上,13位专家听取了标准起草小组对标准编制说明、标准的内容介绍和征询意见的汇总与处理报告,对标准

(送审稿)进行了逐条逐句的认真审查,然后一致认为:《酒产品物流信息追溯管理要求》行业标准(送审稿)在充分借鉴国家食品、酒类流通、物流等相关法规和国内酒类流通管理、信息追溯的研究成果和实践经验的基础上,广泛吸取了酒类商品行业管理部门、酒类商品物流产业链上的各类企业、研究机构等社会各界的意见和建议,规定了酒类商品物流信息追溯体系中,信息交换的唯一识别码编码规则、基础追溯信息内容和格式,这将有利于各物流信息系统的互联

互通,促进酒产品全流程的透明化,也能明显降低酒产品物流追溯系统的建设成本。标准(送审稿)的编写符合GB/T1.1-2009的规定,结构合理,资料齐全,具有较高的科学性和可操作性,达到了国内同类标准的先进水平。

专家组一致通过了对该标准(送审稿)的审查,并要求起草组根据审定会上专家提出的意见,对标准(送审稿)中的有关内容做出进一步修改和完善,尽快形成报批稿。

(《华夏酒报》)

## “3·15”,我们期盼与您畅享消费

记者 刘春兰 朱雷成



熟人介绍下花了2万元,从陈某处进了39箱“海之蓝”,后经洋河酒厂鉴定为假酒的事件进行了专题报道,引起了消费者的广泛关注。

采访中,亭湖工商局陈放红告诉记者,以次充好是近年来制假者惯用的伎俩。“假酒制造者一般是回收废旧酒瓶和包装盒,再用低档白酒灌装高档白酒。我们就曾查处过用价格便宜的低档白酒等添加适当调料,灌装高档白酒的情况,而这种假酒有时竟与真酒口感相差无几。”

去年秋,市区消费者吴先生到工商部门投诉,举报他在市区某店购买的2箱五粮液疑似假酒,要求经销商给予三倍的赔偿。后来工商部门联系五粮液厂方技术人员,鉴定此酒确为假酒。随后,工商部门对经销商也做了相应的处罚。

### 酒水商缺乏担当

“在全社会构建和谐的大环境下,大多数的企业能坚守诚信,但也有些企业缺乏担当,出现问题后,往往以行业的相关规定推卸责任。”一位消协工作人员说。

据介绍,去年该消协受理了一起消费者投诉某知名品牌原浆半瓶酒侵权案。经厂方技术人员鉴定,该酒确实为公司出品。由于厂方和经销商认定该酒并非假酒,于是就在赔偿问题上推诿,对消费者提出的三倍赔偿不予认可,只同意调换。“就消费者来说,标签上明明是一斤的量,如今只是半瓶,其实就是短斤少两,因此,消

协在调解的过程中,确实费尽周折。当然,这反映出厂商对待诚信的一种态度,而不能把责任推给某个行业的规定,我认为,行业规定如果与法律相抵触的地方都应取消。”这位工作人员说。

相关人士表示,由于人为疏忽,加之检验不到位,啤酒出现蛋白质凝固物、白酒出现蚂蚁状杂质的现象时有发生。由于侵权企业往往是地方纳税大户,因此相关执法部门在执法时,往往会遭遇阻碍。这种做法短期内“保护”了这个企业,但恰恰不利于企业的健康成长。

### 消费者维权有困扰

随着人们维权意识和法制意识的提高,越来越多的消费者在买到假冒酒水饮料后选择拿起法律武器,维护自身权益。但是,在索赔过程中,消费者往往会受到开瓶不检和检测费较高等问题的困扰。

“春节前,我在一家超市花350元买了一瓶酒。开启后,发觉这瓶酒的味道和以前喝的差别很大,我怀疑是假酒。于是,将这瓶酒送到了食品质量监督检验中心,希望进行鉴定。但是,被拒绝了,原因是酒瓶已经开启。白酒是无色液体,酒的好坏,用眼睛是看不出来的,主要是根据口感,不喝一口,我怎么能发现它是假酒?可酒瓶一开启,又不能检验了。”消费者张先生无奈地说。

开瓶不检,难坏消费者;检测费用高,消费者望而却步。“如果你投诉酒是假的,你还要重新买一瓶酒,加之检测费也很高,一般消费者耗不起时间和精力,即使最终认定是假酒,也只能获得2到3倍赔偿,划不来。”对此,消费者陈先生这样表示。

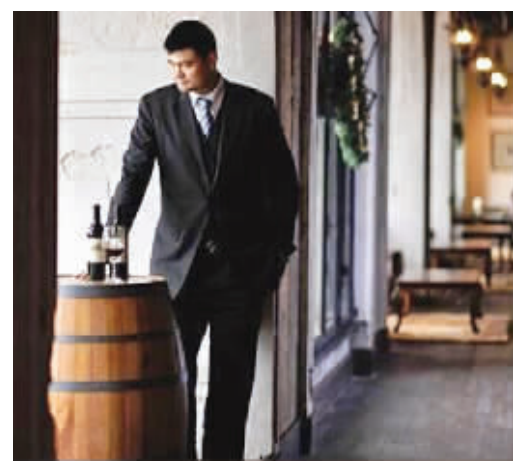
### 畅享消费需共同努力

“携手共治方能畅享消费,商家为了赚取昧心钱,不惜制假售假,以身试法;有的消费者出于虚荣心,明知是假酒,而主动买假,为假货提供生存土壤。畅享消费,需要全社会的共同努力。一方面酒企和经销商要坚持诚信经营,以货真价实的商品占领市场赢得消费者的信任,另一方面,作为消费者,在提升知假防假意识的同时,更要拒假打假,让假酒无处生存。”盐城酒水行业协会会长夏宏伟说。

由于制假者造假水平的提升,加之仿真技术的利用,致使有的假酒达到以假乱真的地步,甚至能明目张胆地进入超市和专卖店。工商部门建议,消费者最好到正规大型超市、商场购买高档白酒。

“执法部门应加大执法力度,重拳治假,对制假售假起到震慑作用,媒体应加大宣传力度,有关部门可以通过举办真假酒鉴别咨询活动,提升消费者维权能力和水平。通过全社会的共同努力,来营造一个公平、放心的消费环境。”盐城合众增力商贸有限公司董事长张开明说。

## 市场动态



## 姚明发起葡萄酒众筹项目

3月2日,前NBA球星姚明发起众筹,邀请美国的葡萄酒和篮球爱好者投资葡萄酒项目。

根据众筹网站中项目介绍的信息,姚明家族葡萄酒业公司计划融资300万美元,所筹资金将用于在纳帕谷兴建一个游客中心,并在姚明的家乡上海打造一间品酒室。

姚明投资葡萄酒生意已经有几年时间,2011年,姚明在纳帕建立了自己的酒庄,并以姚明作为葡萄酒商标,主要在中国和美国销售葡萄酒。除了酒庄外,姚明家族酒庄还在纳帕拥有6个葡萄种植园。(红酒世界网)

## “最具价值中国品牌百强”出炉 11个酒类品牌上榜

近期,全球知名传播服务集团WPP旗下市场调研机构华通明略发布2015年BrandZ最具价值中国品牌100强榜单,榜单显示中国品牌大有潜力,中国品牌价值呈现迅速增长势头。

据了解,共有11个酒类品牌入围百强名单,其中包括5个白酒品牌、5个啤酒品牌和1个葡萄酒品牌。茅台以总排名14的名次居酒类品牌百强首位。

华通明略BrandZ全球总裁王幸说:“越来越多的消费者接受中国的品牌,是因为他们认为这些品牌是具有活力和价值的。”

华通明略咨询总监张承良表示,中国品牌取得成功离不开中国经济发展的大环境。他认为,经济发展和品牌建设是互相促进的共生关系,随着中国经济在全球经济中的分量不断增强,中国品牌登上世界舞台也是趋势。(《华夏酒报》)

## 去年白酒企业盈利集体缩水

据悉,目前已经发布的白酒上市公司2014年业绩预告中,除老白干出现一波逆市增长外,其余7家酒企3家预计净利润亏损且亏损幅度较2013年拉大,2家预计净利润下滑幅度超过50%,还有2家净利润跌幅则处于0-15%。

虽然销售额强劲增长,但老白干的净利润反而同比下滑9.8%。对此,老白干指出主要是公司所得税费用大增导致。2014年其1.5亿元的利润总额对应的所得税高达9086万元。而2013年1.13亿净利润所得税仅4756万元。

资本市场层面,白酒板块2014年依然处于下跌通道,而在市场层面,深度调整仍在紧锣密鼓地进行当中。(搜狐酒评网)

## 2015年: 白酒行业将迎来混改潮

近日,山东景芝集团有限公司(“简称景芝集团”)在山东省产权中心挂牌出让国有股一事引发业内关注。也在羊年春节过后,引得业内对白酒企业的混改多了几分期许。

其实,在景芝酒业启动混改之前,很多白酒企业的混改也是箭在弦上。比如,衡水老白干的混改早已启动,也得到资本市场的认可。另外,沱牌舍得混改也在进行中,不过,其股权转让也有一段时间了,至今也没有定论。

事实上,白酒行业在国外是一个市场化程度较高的行业,而在中国,白酒企业作为地方纳税大户,很多企业结构至今还有国有成分。但是,随着国家发展混合所有制经济力度的推进,白酒的混改也被多数企业提上日程,改制只是时间的问题。

据了解,一线名酒贵州茅台和五粮液也早已提出混改,只不过在当前白酒行业深度调整期,白酒企业的混改相对比较谨慎,但是在2015年,白酒企业的混改将是行业的重头戏。

对于沱牌舍得股权转让迟迟未成功的原因,市场有不同的解读,有业内人士称,由于白酒过去的辉煌导致了酒企估值偏高,在当前白酒行业深度调整期,接盘者与转让方之间在价格方面存在着分歧,所以导致这笔股权转让至今未果。

不过,老白干的混改受到市场和业内人士的肯定,其股价走出多个涨停显示出市场对其混改的认可。

对此,白酒专家铁犁接受记者采访时表示,白酒混改是一个方向,最终走向市场化,目前的混改只是一个时期的发展阶段。他表示,由于白酒过去的辉煌让白酒企业的估值较高,导致在企业引入战略投资者时在价格方面存在分歧。

而在白酒专家肖竹青看来,白酒企业受行业调整影响,很多企业已经加入到混改的队伍中,只不过,有的企业是日子过不下去了,所以想引入战略投资者,而有的企业是从自身发展考虑,需要资本及新的血液的补充,利于公司的未来长远发展。

肖竹青对记者表示,白酒企业的混改是一个行业的发展方向,但是不同的企业在启动混改时一定要量力而行,做出对企业发展有利的混改方案。(《证券日报》)



“3.15”前夕,盐城合众增力商贸发展有限公司特邀请消费者代表,到公司参加3.15知识培训、真酒防伪鉴别等活动,进一步提升消费者的知假识假拒假能力,受到社会的一致好评。图为公司董事长张开明为消费者现场答疑解答场景。记者 王金成 摄

## 酒香韵致

中国有着悠久的饮酒历史,也有着悠久的历史,而中华传统文化的齐合性特征,又把饮酒和游戏二者综合为一,从而形成了酒令,古人干脆称之为酒戏。

春秋战国时代的饮酒风俗和酒礼有所谓“当筵歌诗”、“即席作歌”。从射礼转化而成的投壶游戏,实际上是一种“酒令”。“酒令”是饮酒时劝酒佐兴的游戏。与席者共议一种游戏方式,众人必须严格遵照执行。又推一人为主令官,合席听其号令,违者,由其主罚。一般以骰子、酒筹、叶子为行令用具。“投壶”游戏,即在宴饮处设一特制壶筒,宾主依次向壶中投箭,投进多者为胜,盛酒与负者饮。后来慢慢发展成为选一人做“令官”,其他人或轮流说唱诗词,或做其他游戏,违令者或负者罚饮的娱乐方式。这种游戏延续至明清时代。

长期阅读经典名著《水浒传》,对《水浒传》

## 水浒酒令

中的饮酒格外关注。施耐庵本人也好饮酒,据文化部1952年的调查,施耐庵还曾在盐城开过酒店。近来又阅读了《中国酒令大观》,于是将“水浒酒令”写出来,与君共赏。

过去的读书人,都要读“四书五经”,清朝俞敦培《酒令丛抄》记载,有以《四书》连贯《水浒传》人名的酒令,这是一种口头文字类的酒令。先说《四书》里的一句话,然后再说《水浒传》中的一个人物,使前后文意贯通。如“日月逝矣,时迁”、“援之以手,顾大嫂”等等。每人说一句,众人轮流说。说不成者罚酒一杯。这是一种水浒酒令。

《水浒传》叶子是一种牌类的酒令。明代张岱在《陶庵梦忆》中记述,陈洪绘《水浒传》四十人,为孔嘉入口计。遂使宋江兄弟,复睹汉宫威仪。孔嘉姓周,与陈洪绘都是张岱的朋友。周孔嘉里很穷,无力维持全家八口人的生活。陈洪绘特地绘画这副酒牌,以周周孔嘉。周孔嘉将此牌

雕印出售以维持生计。这副酒牌的特点是突出人物形象,每幅图都是以一个人物占据整个画面,而且十分生动,雕工的刀法流畅而细腻,是我国古代版画史中的精品。行令时,将四十张牌扣于席间,合席依次摸牌,再按牌中所注明的令约、酒约行令饮酒。

《水浒传》酒筹令是一种筹子类的酒令。此令取《水浒传》中的八个回目,各立一筹,又根据该回的情节人物编制出几则令约,诸如行令,由谁饮酒,某座位是某人等等,一并刻在筹子上。行令时,合席轮流摸筹,按筹中的既定令约行令饮酒。现举筹谱四例以读读者。第一筹:李达大闹浮阳江。得筹者为李达,首座为宋江,次座为戴宗,末座为张顺,李饮一大杯,宋、戴各陪饮一小杯,张、李二人猜十拳,张输饮酒,李输饮水。第二筹:金翠莲酒楼卖唱。首座为鲁达,次座为李忠,三座为史进,得筹者或弹琴或唱歌,敬三人

酒。第六筹:景阳冈武松打虎。三碗不过岗,先虎三杯,与寅年生者或名字中有虎者猜拳,胜方止。第八筹:梁山泊群雄聚义。合席各饮三杯。还有一种水泊人镜酒令也是一种筹子类酒令。该令以《水浒传》三十六天罡、七十二地煞,共一百零八人各立一筹。行令时,合席依次摸筹,行令饮酒。现也举四例。第一筹:正面:天魁星呼保义宋江,我谁想这里遇神仙。背面:首座者,结义弟兄者,来时与人握手者各饮。第十筹:正面:天满星美髯公朱仝,似垂柳在晓风前。背面:长髯者,爵位高者各饮一杯。第四十六筹:正面:地文星圣手书生萧让,铁砚呵磨穿。背面:工书法者饮。第九十三筹:正面:地藏星面黑虎头,宜啖宜善春风面。背面:正嬉笑者饮,随意敬人大一杯。

水浒酒令仅仅是中华酒令中的一朵奇葩。(浦玉生)



酒水新闻热线:假酒投诉热线 13813220155; 88166581