摘得“华樽杯”三项大奖 中国白酒排行34名

宝丰酒品牌价值高达197.49亿元

□记者 张五阳

本报讯 9月10日，“华樽杯”第十三届中国酒类品牌价值200强在京公布。作为中国十七大名酒之一的宝丰酒，在第十三届“华樽杯”中国酒类品牌价值200强研究报告评测中，以197.49亿元的品牌价值位列中国白酒行业品牌价值第34名。较去年品牌价值增长了56.47亿元，排名提前4名。

据了解，“华樽杯”被业内誉为“中国酒业奥运会”，由中国酒类流通协会主办，已经连续13年公布中国酒业品牌价值200强名单，成为中国酒业最具权威的行业评测，是资本机构、商业机构与消费者评估品牌实力的重要依据。此次宝丰酒业“宝丰国色清香师作”荣获2021年度全省高端商务用酒三强品牌，“宝丰国色清香35”荣获2021年度中国十大放心品质白酒品牌，“宝丰怼壹瓶”荣获“2021年度全省五大潜力新星白酒品牌”称号。此外，宝丰酒业董事长王若飞被授予“2021年度中国酒业十大年度人物”称号。

宝丰酒业有关人士介绍，宝丰酒有历史、有文化、有传承、有创新。宝丰酒业目前精耕豫酒中高端市场，紧抓省会市场，并以此为圆心不断进行市场模式的数量复制与体量膨胀，辐射至全省18个省辖市。坚持“一清双品”战略，“一清”就是要坚持清香战略主体不动摇，打造百年清香品牌；“双品”即坚持品牌与品质双核驱动。在未来，宝丰酒业将整合全国优势商业平台，以“怼酒”进行突破，凭借清香品类优势和高线光瓶酒崛起机遇，于部分省份实现特定渠道的布局，向泛全国化白酒品牌迈进。

聚势赋能 同心共赢

宝丰酒业2021年中秋节经销商答谢会圆满举行

□记者 张五阳 文/图

本报讯 9月12日晚上，聚势赋能，同心共赢，宝丰酒业2021年中秋节经销商答谢会—开封站，在开封市开元名都大酒店圆满举行。宝丰酒业销售公司与核心终端客户等嘉宾齐聚一堂，共庆中秋佳节，畅谈美好未来。

宝丰酒业销售公司省内大区总监高洋带去对来宾的问候及对开封宝丰酒市场的期许。高洋说，2021年宝丰酒业顺势而为、聚势开拓、全面布局。经过近两年的努力，宝丰酒业完成了工艺创新提升、品牌升级重塑、产品聚焦、市场规模重建，并实现连续高速增长。

活动现场

他认为，宝丰酒业一直秉承厂商共赢、承担社会责任的理念。面对河南洪灾和新冠疫情，宝丰酒业不仅对合作商户进行无条件调换产品，也在第一时间向河南慈善协会捐款300万元现金，助力灾后商户的发展。面对新时代、新机遇，宝丰酒业将坚守清香战略主体，对内狠抓工艺和品质提升，形成长效的品质驱动；对外厚积稳进，务实发展，在优商助商、保驾护航、商业减负、渠道减压层面进行重点关注和助力，为长期可持续健康发展奠定坚实基础。

据了解，为真诚酬谢广大经销商和消费者，宝丰酒业推出了2021年度的中秋订货优惠政策。现场订单量持续攀升，拉开了宝丰酒业中秋营销的帷幕。在此次活动中，有让人惊艳的产品走秀，还有丰富多彩的文艺表演、紧张刺激的抽奖环节。

整治“小散弱”，仁怀近千家酒企或遭淘汰

酱酒将迎来涨价潮？

近日，“仁怀市计划在三年内通过兼并、重组、整合、拆除等手段综合治理白酒‘小散弱’企业600家以上（不超过1000家），全面提升仁怀白酒行业污染防治水平”的消息在业内广泛传播。

早在今年7月，贵州省生态环境厅曾发布生态环境保护督察集中通报典型案例。通报显示，仁怀市白酒行业无序发展，污染治理推进不力，溪沟污染依旧，区域生态环境问题突出。同月，随着《贵州茅台酒生产环境保护条例》的审议，标志着茅台酒生产环境保护法规即将出台。对此，有酒企负责人表示，随着当地各级政府治理整顿的决心进一步加大，关停、兼并、整合运动加快，1000多家企业中，小微酒企和家庭作坊占到80%左右，成为整合对象。仁怀白酒产业将迎来大洗牌，小微酒企和无证家庭作坊式的酿酒企业将会被清理掉。

贵州酱酒看仁怀市，仁怀酱酒看茅台镇。据数据显示，截至今年7月底，仁怀市处于经营状态的酒类制造企业数量为1027家，其中，注册资本在5000万元以上的仅有63家。从近期网上传播的计划清理的首批近百家中小酒企名单中可以看出，这些小企业全部位于茅台镇，尽管具体名字被涂抹掉了，但仍能看出绝大多数为酿酒作坊，也有少量的酒厂、酒业公司。

茅台镇某酒业公司副总经理高平告诉《华夏酒报》记者，一些挂着酒厂和酒业公司牌子的企业实际上非常小，充其量就是小作坊，起个大的、好听的名字而已。与正规酒厂相比，酿酒小作坊的规模、证件、审批、设备、工艺流程等存在很大差距，其产品质量更是参差不齐，难以保障。

对此，酒业营销专家蔡学飞指出，这些小酒厂、小作坊不仅对于环境造成了污染和破坏，更滋生了串酒、不规范年份酒、不规范贴牌等多种不良现象，严重影响了茅台镇酱酒的形象，仁怀市打造高品质酱酒核心产区，需要解决这个问题。在他看来，仁怀市政府近期的一系列动作，如严查酒精车、丢糟集中管理、贴牌酒登记、成立遵义酒业集团等，都是为了规范酒业发展。包括此次的清理近千家小酒企，一方面是为了“扶大去小”，支持优势酒企走品牌化、规模化发展之路；另一方面是“裁撤合并”之后，进一步加强政府对于企业环保、税收、用工等的检查管理，促进本地经济良性发展。对白酒产业来一场“瘦身革命”，守牢发展和生态两条底线。

据悉，仁怀正在研究建立实施赤水河流域项目准入审批管控机制，严把项目准入关。到2025年，将实现仁怀市白酒生产企业总数明显下降，规模以上企业不少于200家，全市白酒年产能控制在60万千升以内，产量达到45万千升。有人指出，此次大批量的小酒企被关停、清理势必造成酱酒产能的下降，同时造成酱酒价格的上涨。贵州省酿酒工业协会常务副理事长龙超亚曾表示，茅台酒之所以成为品牌酒，靠的不是产量，而是品质。所以产量不是衡量酱酒发展的唯一标准，质量效益型才是贵州白酒的出路。

“在酱酒热的大潮中，鱼龙混杂的品牌和产品通过各种渠道走上了消费者的餐桌，有相当一部分性价比差的产品已经影响了仁怀市、茅台镇的形象。清除质量不稳定的小微酒企是为了让消费者不再喝到品质低下的酱酒，这样消费者才会对仁怀、对茅台镇有信心。”酒业资深人士林庆端认为。随着仁怀市整治酒业的政策不断出台，仁怀酱酒生产端将迎来大洗牌。

（卞川泽）

拒绝商品过度包装

商品包装新国标
2023年9月1日起实施

□记者 张五阳

本报讯 为加快推进绿色低碳发展，助力实现碳达峰碳中和目标，近期，国家市场监督管理总局与国家标准化管理委员会联合发布GB 23350-2021《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》强制性国家标准（简称新国标）。其中，对于酒类商品过度包装的情况也作出了明确要求，新国标将于2023年9月1日实施。

此次，新国标对酒类商品包装给出了规范标准：一、酒类商品包装物不能超过三层。酒瓶是第一层，酒盒是第二层，酒箱是第三层。如果酒类商品的包装物超过三层，就属于是过度包装。二、当内装物净含量大于50ml或50g，酒类商品包装的空隙率应小于或等于30%。按这样计算，以500ml/瓶酒类产品为例，酒盒体积应不大于9285.7立方厘米为合格包装。三、包装成本不超过零售价格的20%。以上这几个数据，任何一个数据超标，即包装层数过多、空隙率过大、体积过大或成本过高，都属于过度包装。

市酒业协会副秘书长刘岳辉认为，商品包装有保护、美化商品的作用，适度包装是必不可少的，但目前市场中有些酒类商品只拥有华丽的商品包装，但其商品本身却根本不值这个价，过度包装成本已经转嫁到消费者身上，既浪费了资源，又增加了消费者负担。因此，管控过度包装势在必行，此次新国标的出台，也是对商品过度包装进一步的要求和限制。

刘岳辉说，目前知名酒企、大品牌酒企的酒盒包装还是比较符合标准的，问题主要出在一些小厂酒、贴牌或开发酒上，这种酒市场上也很常见，有些酒就是为了卖包装，其实本身产品质量有待提高。另外，新国标还要求了一种情况是层数超标，有一些品牌的白酒，尽管酒盒体积不会超标，但是会存在层数超标的情况。比如，规定不超过三层包装物，实际上很多市面流通的酒都超过了三层。

那么，消费者怎样判断酒类产品有没有过度包装？刘岳辉表示，可以通过“一看，二问，三算”来判断。一看，就是看一下包装材质的豪华程度；二问，就是问一下包装的层数；三算，就是测算一下包装的体积。目前新国标有两年的过渡期，存在违规的厂家只要在这两年之内将超标的酒类产品处置完毕即可。而在商品包装新国标实施以后，过度包装的酒类产品既不能再生产，也不能再销售。