

理性文明,拒绝酒驾

2021 全国理性饮酒宣传周

下月3日开始

□记者 张五阳

本报讯 11月4日,由中国酒业协会主办,烟台张裕集团有限公司协办,公安部交通管理局为指导单位的2021全国理性饮酒宣传周新闻发布会在线上召开。此次发布会确定2021全国理性饮酒宣传周主题为“理性文明,拒绝酒驾”,活动定于12月3日至10日在全国范围内举行。

据了解,自2015年开始,中国酒业协会以固定项目形式每年举办全国理性饮酒宣传活动。“理性文明,拒绝酒驾”“关爱成长,非诚勿扰”和“适量饮酒,快乐生活”等主题理念成为行业强共识,得到社会以及消费者广泛认同。此次线上发布会受到茅台、五粮液、洋河、泸州老窖、汾酒、古井贡、青岛啤酒、会稽山、保乐力加、帝亚吉欧、牛栏山、百

威、古越龙山、劲牌等委员会成员企业以及各省酒业协会、国际洋酒生产商协会和媒体代表参加,围绕“理性文明,拒绝酒驾”展开话题讨论。

市酒业协会秘书处外宣部秘书长顾跃峰介绍,今年全国理性饮酒宣传周的主要内容有:邀请专业演员和酒圈达人拍摄并发布主题微电影《选择》(暂定名);发布《中国酒类产业社会责任报告》《2021中国酒驾预防》白皮书;联合视觉中国开展宣传周公益主题海报设计大赛,“美酒美图”TOP10计划第二季评选,联合1919、凤凰都市传媒开展“5X”推行计划、“凤鸣”推行计划等。一系列的相关内容和评选结果将在12月3日的全国理性饮酒宣传周主会场启动仪式上正式发布。

据介绍,2020年的理性饮酒宣传周全国设9个会场、

516个县级以上城市、10854个酒类门店开展活动,线上线下活动内容丰富多彩,覆盖3亿消费者,我市酒协也同步进行了宣传活动,受到了广大市民的支持。今年中国酒业协会活动得到了全国550个县级以上城市的参与,影响预计将达3.5亿人次。

此次活动已经是中国酒业协会组织的第7次活动。那么,中国酒业协会为什么每年都要进行类似的活动?对于酒行业来说,未来有什么意义深远的影响?顾跃峰认为,该活动对未来主要有三大指导方向:一是因时制宜;二是因人制宜;三是因地制宜。引导消费者正确的饮酒理念。

顾跃峰说,因时制宜即重视培育家庭消费场景,让酒成为中国家庭情感沟通的载体。在宴席、宴会受限的当前,培育家庭消费场景,不

仅能从场景上减少酒驾行为的发生,积极履行社会责任,还能反哺产品的创新,不断满足市场需求。因人制宜则是重视与年轻消费群体的沟通。用年轻人喜欢的方式、喜欢的语言传达理性饮酒、拒绝酒驾的理念。通过产品的年轻化,进行产品创新、模式创新、渠道创新,积极引领年轻酒水消费新风尚。因地制宜是除了城市户外大屏、核心商圈、品鉴会等传统渠道宣传之外,也要强化在酒庄、博物馆等旅游场所的科普教育。希望在让消费者了解品牌历史文化、匠心工艺的同时,也将常态化宣传“理性文明,拒绝酒驾”,以聚沙成塔之力,树立企业、行业良好的社会形象。此次活动平顶山市酒业协会也会积极参与和配合,在酒行业与市民之间搭建好桥梁。

虚构“酒龄” 温州一公司 被罚1012万余元

近日,由温州市市场监管综合行政执法队查处的一起温州某酒业有限公司未经许可生产白酒和标签虚假标注案,入选国家市场监督管理总局农村假冒伪劣食品专项执法行动典型案例。

该案中,当事人未经许可生产本地知名年份酒“老酒汗”,并通过虚假标注生产日期虚构“酒龄”,被依法处以罚没款1012.3万元。

据悉,该公司于2019年底委托B酒业公司生产勾兑白酒50余吨,同时要求厂家在泥封坛口前,放置其提供“生产日期:2006年冬至”,同时,该公司在未取得食品生产许可证的情况下,于2020年11月起采购生产至案发时4至5年产的散装白酒近30吨,自行添加绵柔调味剂等食品添加剂后泥封。

两类酒都在张贴“冬酿春成入坛密封珍藏”等内容的纸质标签,和悬挂“珍藏老酒汗”等内容吊牌标签后对外销售。截至案发时,该公司累计销售金额200余万元,获利60余万元。

作为温州非物质文化遗产之一的“老酒汗”是一种黄酒,每100斤黄酒才酿得2两“老酒汗”白酒,极具稀缺性。但在今年初,温州白酒市场上却在短期内出现大量据称2006年生产的10KG坛装“老酒汗”白酒。

温州市市场监管局执法人员以高度的敏感性和警觉性察觉到这一反常态势,迅速进行摸排,并联合公安部门开展可疑人员轨迹分析,一举锁定温州某酒业有限公司,并顺利破获案件。11月1日,国家市场监督管理总局在官网发布2021民生领域案件查办“铁拳”行动典型案例。民以食为天,该案的查处,给予农村假冒伪劣食品违法行为沉重一击。

今年以来,各级市场监管部门聚焦民生领域群众反映强烈、社会舆论关注的突出问题,重拳出击,严厉打击生产经营有毒有害食品、兽药残留超标食品和“山寨”酒水饮料行为,查办了一批与群众紧密相关、性质恶劣的违法案件,切实回应了群众对食品安全的期盼,为乡村产业振兴提供了重要的执法保障。(消费)

非遗传承 宝丰酒“抢镜”第八届中原(鹤壁)文博会

□记者 张五阳 文/图

本报讯 文汇中原,博览九州。11月5日上午,第八届中原(鹤壁)文博会在鹤壁举行。宝丰酒作为平顶山经济与文化的名片,受邀参与本届文博会进行品牌的宣传以及文化、经济交流,第一天就吸引了众多参展者驻足,感受宝丰酒产品的魅力。

据了解,本届文博会共有14家参展企业,40余个品种齐聚线上。平顶山展区设置了三个主题:非遗传承、文旅康养和数字创意。中原(鹤壁)文博会创办于2014年,迄今已连续举办七届,7年来累计吸引省内外参展企



业超过8500家,交易额达37亿元,观展人数545万人次,在文化产业领域产生了广泛

影响,已经成为展示中原文化、引领文化产业发展的一个重要平台,更是提升河南形象、

扩大对外影响的重要途径。

为了更好地配合疫情防控工作,本届文博会充分利用直播平台,搭建多个直播间,实现线上逛文博、直播看展品。走到鹰城直播间,网红主播与网友在线上积极互动,推介宝丰酒(如图),带货现场激情满满,吸引着网友纷纷下单购买。

据宝丰酒业有关人士介绍,宝丰酒作为鹰城人的家乡味道,亮相此次文博会,一方面可以更好地为消费者采购提供便利,以助推鹰城经济发展。另外,对提升宝丰酒品牌的知名度和美誉度,推动宝丰酒品牌复兴具有积极的文化意义。

多个金奖加持 宝丰国色清香师作获两大国际酒类大赛认可

□记者 张五阳

本报讯 近日,素有“烈酒奥运会”之称的第22届比利时布鲁塞尔国际烈性酒大奖赛(Spirits Selection by CMB)在比利时布鲁塞尔举行。众多品牌中宝丰酒业选送的产品凭借出色的酒体与国际化的口感,在此次国际大赛中荣获金奖。同时,由中国副食流通协会、国际酒类(中国)大奖赛组委会主办的2021国际酒类(中国)大奖赛(IWGC)在山东烟台正式开赛,宝丰酒业两大单品再次

荣获2021“国际酒类(中国)大奖赛”金奖,宝丰清出于蓝荣获2021“国际酒类(中国)大奖赛”酒体与包装设计大赛银奖。

据了解,在此次比利时布鲁塞尔国际烈性酒大奖赛中,来自中国大陆赛区的158家企业的421款烈性酒样品参加了评选,参赛作品涵盖中国白酒、白兰地、威士忌、果酒等其他烈酒。作为享誉世界的国际级酒类赛事,布鲁塞尔国际烈性酒大赛被誉为酒中的奥斯卡。烈性酒的奥运会,参赛标准、评比的程序、规则和标准经欧盟机构审核批

准,非常严苛复杂,且比赛结果同时受欧盟和比利时王国政府双重监管认证。宝丰酒业此次选送的国色清香师作凭借酒体纯净、清香纯正、香气优雅的国际口味和品质征服了众多挑剔的国际评委,在此次国际大赛中荣获金奖。这是宝丰酒业继1991年、2015年、2019年三次荣获布鲁塞尔金奖之后,再次荣膺重量级国际大奖。

与此同时,2021国际酒类(中国)大奖赛也吸引了来自全国的行业协会、院校、产区、企业、媒体、大商等烈酒、葡萄酒、

果露酒领域60位评委参与。大赛评酒采用全随机的方法,对参赛作品全程盲品,保证比赛的公平、公正。大赛设立大金、金奖、银奖三个固定奖项,获奖比例为参赛样品总数的30%左右。满分100分,主要按照6个观感和品鉴指标量化打分。经过评委们的严苛评选,宝丰国色清香师作、宝丰国色清香陈坛25荣获2021“国际酒类(中国)大奖赛”金奖,宝丰清出于蓝荣获2021“国际酒类(中国)大奖赛”酒体与包装设计大赛银奖。

两大赛事荣获多个金奖,

宝丰酒业有关人士表示,获得此类荣誉并不意外,宝丰国色清香师作采用创新的“宝丰六艺”酿造法,从10000多坛原酒,严苛海选,5000余人次反复测评,986天研发孕育,净化雕琢,108款酒样淘汰83%,留存的18款中再优中选优,甄选最优一款,历时986天,倾力打造而成。一经上市,其国际化的口感,大气的外包装,就受到了无数消费者的青睐。宝丰酒业将一如既往地遵循传统,凭借只为追求一瓶好酒的匠心精神,为消费者带来不一样的口感体验。