

# 绵柔苏酒获国家“有机白酒”认证

近日,洋河股份(苏酒集团)旗下产品——绵柔苏酒通过南京国环有机产品认证中心(OFDC)认证,获得“有机产品”认证证书,正式跻身有机白酒行列。

据了解,目前国内具有生产有机白酒能力的企业并不多,通过业内权威有机认证机构——南京国环认证的仅有贵州茅台和洋河股份的绵柔苏酒。南京国环在有机食品认证领域极具权威性,是中国成立最早、规模最大的专业从事有机产品研发、检查和认证的机构。

有机的概念对于中国消费者并不陌生,它代表绿色、健康、安全和环保。上个世纪 70 至 80 年代,随着“小型农业革命”的进展,有机的概念逐渐被推广到世界各地。1981 年,“有机农业”在法律上被定义为不含人造化学物质的农业操作。

绵柔苏酒也是如此,从原料采购到生产环节,都严格执行着“有机”的标准。上海市酿酒专业协会秘书长吴建华表示,“从工艺上讲,酿造有机白酒并非难事。比如原料的种植、除草、除虫、防止病害等完全可以在有机环境下实现。而制曲、发酵、酿造就是一个生物反应的过程,本身并不需要额外加入化学成分。”有机白酒对于消费者来说,最重要的内在“标签”是安全放心。

绵柔苏酒正是这样的产品,它的原料以及用水都是纯天然无污染的,酿造过程严格遵循有机食品的相关标准,不使用任何化学合成的食品添加剂等,不使用基因工程技术及该技术的产物及其衍生物。

据了解,在绵柔苏酒有机认证评审中,OFDC 检查员对洋河股份(苏酒集团)

生产基地的原料仓库、原酒库、酿酒车间、酒体设计中心、成品包装车间、成品库等生产部门进行了全面检查,无一项不符合国家有机加工标准要求。

绵柔苏酒通过南京国环认证,成为绿色、健康、环保的有机酒,不仅见证了洋河股份酿酒技术和品质实力在行业内首屈一指,也对整个白酒行业的品质创新具有重要指导意义。

从市场上看,以绵柔苏酒为代表的洋河绵柔型白酒一向以“绵爽、柔和、舒适”为消费者喜爱,无论是饮前、饮中还是饮后,洋河绵柔型白酒都不会给饮用者造成压力。而在绵柔的基础上实现有机酿造,更是品质上的飞跃。有机绵柔苏酒的推出,为日益注重健康饮食的消费者提供了更好的选择。  
(胡新)



- |                |              |
|----------------|--------------|
| NO.1 洋河天之蓝     | NO.8 古井红运    |
| NO.2 四五老窖 1949 | NO.9 红花郎     |
| NO.3 宋河 1988   | NO.10 宝丰国色清香 |
| NO.4 泸州老窖精品特曲  | NO.11 沱牌窖龄特曲 |
| NO.5 水井坊       | NO.12 茅台迎宾酒  |
| NO.6 泸州老窖特曲    | NO.13 双沟青花瓷  |
| NO.7 双沟珍宝坊     |              |

(周口白酒排行榜名次依据各款酒获得的短信投票数排列,本期截至 2 月 10 日 16 时。)

## “周口白酒排行榜”

### 邀请你投上神圣一票

周口酒民队伍庞大——位居全国省辖市前列。  
周口酒品种类繁多——本地外地白酒超百种。  
周口酒水消费超前——多款名酒销量数第一。  
周口酒民口味多变——两年喝倒三个酒牌子。

现在周口流行什么酒?请拿出手机为你所喜欢的白酒投上一票,让你的最爱登上我们的“周口白酒排行榜”。让广大市民从千万选票缔造的排行榜中,发现今天周口白酒市场的风向标。

短信格式:白酒名称(越具体越好)+投票理由(20字以内),发至 13839412578。“周口白酒排行榜”每周一更新,欢迎您的关注。

现在流行什么酒?  
请看周口白酒排行榜



## 去年全国餐饮收入增幅 21 年来最低

近日,中烹协发布 2013 年全国餐饮收入报告显示,全年餐饮收入为 25392 亿元,增幅同比下降 4.6%,创 21 年来的最低值。高端餐饮收入首次出现负增长,同比下降 1.8%。业内预计,反腐背景下的餐饮业,2014 年将是洗牌之年。

报告显示,2013 年全国餐饮收入为 25392 亿元,虽然同比增长 9.0%,但增速继续下滑,比上年同期下降了 4.6%,创 21 年来的增幅最低值。

中烹协相关负责人称,在外部市场环境和政策环境的冲击下,全年餐饮市场运行呈现波动。

去年上半年,餐饮市场的增速在 4 月份陷入全年最低值 7.9%,此后出现缓解,逐步升至 9%,但 7 月又滑至一个小低谷,

随后开始上下震荡,并在 11 月和 12 月连续下降,市场逐步萎缩,最后以 8.6% 收官。

其中,高端餐饮严重受挫,限额以上餐饮(年营业额 200 万元以上)企业的收入首次出现负增长,同比下降了 1.8%。

自 2012 年底国家限制三公消费开始,限额以上餐饮在 2013 年年初以 3.3% 的负增长率低点开局,之后也是上下波动,同样在 11 月、12 月出现震荡,并以与年初相同的 3.3% 负增长率结束。

### 分析

### 今年餐饮价格战不可避免

业内人士认为,2014 年是中国餐饮行

业进入 35 年持续稳定发展后,第一次遭遇大洗牌的一年,也是餐饮企业转型的关键年。

政宴、商宴、民宴三大块团餐消费群体,支撑着餐饮业、娱乐业、酒水业、烟草业等服务行业产值的半壁江山。政宴走了,商宴中 50% 高档消费的业务没有了,官员为家属举办的各种宴会规模缩小,豪宴绝迹,餐饮业每年近 2 万个亿的产值,约一半来源的支柱轰然垮塌。

高端餐饮为保证客流量,价格或以新菜推出、或以团购、或以会员价等多种模式不可避免地要下探。今年,餐饮业一场激烈的价格争夺拉锯战全面开战将不可避免,大洗牌的高峰浪潮,伴随着马年即将席卷而来。  
(张鑫)

监督 热线

8599376 13839412578

就餐时不给发票;菜品中有异物;  
被迫接受最低消费;油烟扰民;  
假冒伪劣酒水;服务态度恶劣;  
强制使用一次性消毒餐具;  
.....

发现以上情况,请拨打监督热线电话,我们将在第一时间关注您的呼声,通过记者的调查与呼吁,引起有关部门的重视,让您的合法权益得到维护。