

关于酒类产品规制的几点思考

黄 硕, 高 尚

(贵州大学法学院, 贵州 花溪 550025)

摘 要: 酒类产品必须有极高的安全度, 才能保障饮酒者的安全。要实现酒类产品质量安全, 维护消费者权益, 促进市场健康、有序发展, 必须对酒类产品各环节进行严格规制。首先, 建立酒类生产领域规制制度, 实施酒类产品生产质量标准, 严把质量关; 其次, 加强市场流通领域监管, 使符合酒类产品质量要求的酒在市场上安全、有秩序流通; 最后, 加强酒类产品服务体系的健全和完善, 建立相关酒类企业市场准入制度, 严格市场准入, 使酒类产品生产、消费安全。

关键词: 酒类产品; 市场规制; 消费; 流通领域

中图分类号: TS262.3; TS971; F713.5 文献标识码: D 文章编号: 1001- 9286(2007) 11- 0117- 03

Thought of the Regulations of Liquor Products

HUANG Shuo and GAO Shang

(Law School of Guizhou University, Guiyang, Guizhou 550025, China)

Abstract: Liquor products must have the highest safety degree to secure consumers' health. In order to achieve the quality safety of liquor products, defend consumers' right, and advance health and orderly development of liquor market, strict regulations are necessary for each link of liquor products. Firstly, the regulations in liquor production field should be formulated (liquor production quality standards) to secure liquor quality. Secondly, strengthening the management in liquor circulation field is necessary to ensure orderly and safe circulation of liquor products in the market. Finally, sound establishment of liquor products service system (establish of relative admittance system for liquor-making enterprises) is required to ensure safe liquor production and liquor consumption. (Tran. by YUE Yang)

Key words: liquor products; market regulations; consumption; circulation field

白酒是我国历史最悠久的民族传统工业饮料产品。在日常生活的餐饮桌上, 随处可见, 高到国宴, 低到平民百姓桌上。酒在推动民族工业、经济社会等方面的发展过程中有着重要的贡献, 如国酒茅台对我国的政治、外交立下了不可磨灭的功劳。可见, 酒对于国人、国家的价值。然而, 正是因其巨大的价值, 在酒的生产、流通等领域出现一些非理性化现象, 一些不法商贩, 惟利是图, 破坏酒类市场秩序。这与我们提倡的和谐社会相违背。因此, 透过当前酒类产品流通过程出现的不良现象和事实, 酒类产品的生产与流通亟待规制。

1 酒类产品规制在构建和谐社会中的定位

酒在社会生活中有着独特的意义, 它对我们的日常生活增添了一种无形的力量, 使人奋进, 催人成功。就以国酒茅台为例, 1950 年周恩来出访苏联, 那时正值斯大林 70 寿辰, 周恩来总理给斯大林带去中国特色礼

品——茅台酒。茅台酒作为斯大林 70 寿辰的礼品, 预示着 20 世纪 50 年代中苏两国之间“蜜月时代”的到来^[1]。周恩来总理多次用国酒茅台宴请胡志明, 使中越成了“同志加兄弟”关系……生活中, 每逢佳节, 家人团聚, 桌上总是有酒, 它使人们情谊更加深厚。这时饭桌上的酒常常唤起我们对过去的回忆和将来的向往。因此, 酒早已在人们心中占据重要地位, 形成独特的中国酒文化。

消费是人类生存的需要, 消费提供给人类力量, 使人在生产、生活、生存中获取能源(量)。因此, 消费品的质量是人们所必须关心的问题。一个产品的质量关系到消费者的健康安全, 产品安全在今天我们构建和谐社会中尤为重要, 没有消费和谐就不可能有社会的真正和谐。如何能确保产品质量安全呢? 这无疑得靠制度, 邓小平同志早就告诫我们, “还是制度靠得住些”, 这都是由于制度自身的优越性决定的。

酒类产品在人们生活消费中占据重大比例, 这就要

收稿日期: 2007- 08- 17

作者简介: 黄硕, 男, 在读硕士。

求酒类产品安全度极高,才能保障饮酒者的安全。酒类产品的安全保障根本在于对于酒类产业各环节的规制。首先,实施酒类产品生产质量标准,严把质量关。其次,加强市场流通领域监管,使符合酒类产品质量要求的酒在市场上安全、有秩序流通。最后,加强酒类产品服务体系的健全和完善,使酒类消费安全。

现代社会是一个法治社会,要求一切事务均纳入法律的规定,只有依靠制度才能维持社会正常的发展,促进社会的和谐发展。对于酒类这样的产品在生活中地位更应如此。生活消费极需安全,对于酒类消费而言,必须做好酒类生产工艺质量安全、市场的准入制度和流通监管等法律规制,才能达到社会消费和谐,从而实现和谐。

2 影响酒类产品质量现状的分析

2.1 影响酒类产品生产领域的规制现状

21世纪食品发展的方向是安全、健康、优质。随着社会的发展,人们对食品安全要求越来越高,作为首位的安全问题,越来越引起人们的重视,因为这关系到人的生命健康权益,不得有任何忽视。酒是以粮食、水果、中药等原料,以多种天然微生物进行固态发酵而酿制的。在现代农业、工业发达的条件下,农作物受到不同程度的污染。酿酒原材料的粮食、水果、中药材的污染主要因素是农药残留超标物和使用生长激素。一旦酒厂采购被污染的原料,这些残留超标物和使用生长激素的无机物最终会对人体健康造成危害,这就要求生产酒类产品的企业必须严把进料质量关。

酒类产品生产是关系到酒类产品卫生安全的重要环节。酒类产品生产过程中的发酵过程尤为重要,在输入原辅材料、水分、调控适当温度后,接种微生物发酵。这个过程中需合理的工艺参数和控制手段才能够有效减轻有害物质的生成,这就需要极高的清洁生产指数去保障产品的质量。这个环节的监管完全在于企业内部的监管。只要有内部监管的制度,就有“失管”的情况出现,内部监管对于外部监管而言,其出现“软管”的情形就相对多了。再一个方面就是企业为了自己的效益对这种不影响产品质量,在消费中短期内不出现的质量问题的事件,生产者可能不会过多重视,这就是发酵过程对酒产品的潜在危害所在。

酒类产品生产出来后,还需要经贮存过程才能推向市场。目前,铝制罐是中小型酿酒企业普遍采用的贮存容器。白酒中含有一定量的酸,而铝制产品含有一定量的铝等物质,在半成品的贮存过程就会发生化学反应,生成可溶性的铝盐,针对此类现象,国家制定《铝制食品容器卫生标准》作专门规定:精铝制品和回收铝制品的铝溶出量应分别低于0.2 mg/L和5 mg/L。锌、砷、镉则

分别应控制在1 mg/L、0.04 mg/L和0.02 mg/L以下。作为企业追求利益,减少成本是其目的,这就诱使企业在这方面违法,从而导致超标后果出现,用超标的铝制品贮存酒,会给消费者健康权益造成损害。因此,在酒类产品贮存中,应采用化学和物理性能较为稳定的陶坛和不锈钢容器盛装。

2.2 酒类产品流通现状分析

酒类企业生产出产品后,检验出厂这只是完成酒类产品的前期基础工作。实际上,一种产品生产出来,检验出厂,安全到达消费者消费,并得到消费者反馈意见,并以此改进产品,才能算产品生产流通的良性循环。酒类流通领域是酒类“多事”地带。在流通领域涉及不同主体,不同时空,这就给假冒伪劣酒提供一个空间,结果导致市场上假冒伪劣酒盛行。必须建立一种制度,消除此种危险,或至少减轻这种危险,以使生产者和消费者权利得到社会的适当尊重和保障^[2]。酒类产品流通领域,厂家应高度重视其过程中易出现问题的地方,打击假冒伪劣品,保障自己的品牌,维护消费者的安全。

2.3 酒类企业市场准入制度现状

当前,市场上各种各样的品牌层出不穷,这些品牌让消费者眼花缭乱。许多酒类产品品牌是昙花一现,怎么会出现如此多的酒类产品品牌呢?其原因是酒类企业生产工期短,资金滞留时间短,周转快。其次,酒类企业进入门槛相对较低,在办相关许可证中,相关行政单位总是考虑到地方税收问题。最后,酒类产品进入市场流通过程中,政府相关部门,监管不力,往往是厂家自己在打假。在没有出现酒类产品事故时,相关市场监管机构总是不闻不问。

3 加强酒类产品规制的几点建议

3.1 酒类生产领域规制制度建议

3.1.1 建立严格监管机制,严把原料购入关,促进产品安全

现代社会,我们推崇生态农业、绿色产业,可是农产品面临今天的工业发展,总是受到不同程度的污染,这些污染物不同程度残留于农产品中,对人体构成潜在的危害。对此,为了保障消费权益,促进人民饮食安全,国家应建立相关农产品使用农药标准、农产品市场准入检测标准的法律法规,保障饮食安全。酒类生产企业在购入原料过程中应严把进料标准关,对所进物料的农药残留物和生长激素进行检测,严禁购入有害物超标物作为原料,对购进原料进行严格检测制度、登记制度、跟踪制度,把原料质量标准视为企业的生命来抓,以此促进酒类产品质量安全,从而保障消费者的权益。

3.1.2 严格内部监控,保障生产过程安全

生产工艺中的发酵过程,除输入原辅材料、水、并调控适当温度外,还有影响产品卫生指标的甲醛、杂醇油、铅、锰等成分以及附属产物,该环节至关重要。这是生产安全的重点阶段,这一工序需合理工艺参数和控制手段才能有效减轻有害物质的生成,这一环节是在内部员工的操作过程中进行的。为了保障生产过程的安全,必须要求企业严格按照酒类行业发酵过程参数进行生产,严控监管,做好该环节的登记记录工作,以备查实。同时,要求企业及员工严格按照《清洁生产促进法》标准执行,把清洁生产制度落实于生产的每个环节,把清洁生产理念运用于生产,严格生产清洁责任制度,作好相应的记录,加强内部监管,以此保障生产过程的安全,

3.1.3 建立相关制度,保证产品贮存安全

目前,一些大中型酒类企业用于贮存酒的器具是铝制品,这极易与酒中的微量酸发生反应,生成铝盐,这对消费者身体构成潜在危害。因此,国家应严格采取相应制度措施保证酒贮存安全,尽量采取陶坛或不锈钢容器贮存酒,相关行政单位应不定时、不定期的对酒类企业的贮存状况进行检查,对确有困难的酒类企业采用减税的办法,要求使用陶坛或不锈钢容器贮存酒,建立贮存酒类的安全制度,减少贮存危害。

3.2 加强流通监管,保证流通安全

酒类流通是极易出问题的环节。目前,酒类流通比较混乱,许多不法者就利用这个空间,破坏流通市场。现实是只要在工商行政部门办理了有关手续,就可以从事酒类销售业务,形成多头经营而无统一管理的局面,由于缺乏有效的监督和管理,假冒伪劣产品流入市场^[3]。这是市场上有假冒伪劣酒的原因之一。

酒类产品流通混乱局面对消费者权益构成损害,加强酒类产品流通物管理是当务之急。规制酒类产品流通物市场的力量来源有3种途径:一是企业自身打假。企业为了维护自己的品牌,建立打假队伍,才能净化自己产品,维护自己的品牌,打假队伍还得有法定打假的程序。目前,国家尚未对企业打假程序作出统一的法律法规,这使得企业打假困难重重。二是相关市场规划行政单位打假。在现实中,市场规制行政单位打假往往是由于种种原因而乏力。三是消费者打假。消费者在酒类消费过程中,是直接受害者,他们对假冒伪劣产品深恶痛绝,但是由于维权程序繁锁,维权成本高昂,也只能是“自认倒霉”。

为保障酒类产品流通安全,应建立相关制度规制流通。首先,建立相应的企业打假程序法律法规,使企业打

假队伍有法可依,不至于在现实打假中迷茫。其次,建立市场规制行政单位市场监管乏力追究制度。对其行政不作为采取严格的追究制度,使其积极履行自己职责,保证酒类流通安全,有秩序。最后,降低消费者维权成本或简化程序,使消费者通过打假手段自觉维护自己权益,从而净化市场。真正的力量是蕴涵在人民群众中,就是再大、再精的队伍也不如消费者自身打假的力度强大^[4]。为了酒类产品流通安全,酒类流通市场中相关主体应严格按《产品质量法》、《消费者权益保护法》、《酒类流通管理办法》等法律法规维护流通市场安全。

3.3 建立相关酒类企业市场准入制度,严格市场准入

酒类企业能为地方税收做贡献,因此,相关酒类市场准入行政许可机关由于把关不严,导致许许多多酒厂出现。一些地方行政机关或领导为了自己辖区的“工业”发达,不惜破坏制度,大力鼓励地方发展“工业”,结果是亏了地方财政和破坏法治。

治理市场最有效的办法是制度。针对酒类市场,地方相关市场行政规制机关应当严格按照法律法规,联合酒类质量技术检测部门对不符合标准的酒类企业禁止其进入市场。同时,对酒类企业产品不定期、不定时进行抽检,定期向社会公布监测结果,让企业在市场中淘汰,对生产不合格产品的企业严格予以清除市场,维护消费者权益,净化市场,使酒类市场健康有秩序发展。

4 结束语

现代社会中人们对生活有着较高的质量追求,消费品安全是首位。我们今天构建和谐社会,只有消费安全才能带来消费和谐。酒类消费和谐需要对酒类产品的严格规制,要求有严格制度去保障酒类产品质量。对酒类产品质量安全应从生产工艺、市场准入及酒类流通等方面入手,严格按照制度对酒类各个环节进行规制,从而从根本上保障酒类质量安全,维护消费者权益,促进市场健康、有序发展,为构建和谐社会创造良好消费环境。

参考文献:

- [1] 季克良 郭坤亮.周恩来与国酒茅台(第一版)[M].北京:世界知识出版社,2005.2.
- [2] 王成栋.政府责任论(第一版)[M].北京:中国政法大学出版社,1999.159.
- [3] 赵亚平,王志刚.浅析我国酒类流通问题[J].兰州商学院学报,1998,(3):68-70.
- [4] 翦继志,黄硕.国酒茅台销售市场规制的法律思考[J].酿酒科技,2007,(3):111-118.