



酣客君丰：贯彻“双碳”新理念，构建酱酒发展新格局

石彦

“双碳”战略的提出明确了我国实现碳达峰、碳中和的时间表、路线图，提出了构建绿色低碳循环经济体系等5个方面主要目标。新时期、新阶段，对生态文明建设提出了更高要求，也为中国各行业树立了发展新目标。

贵州省仁怀市赤水河畔，一家名为酣客君丰的酱酒企业，依托于当地特色资源，借力名酒工业园区集聚优势，依山而起，傍水而建。作为新时代的中国酱酒新消费品牌，贵州酣客君丰酒业有限公司（以下简称“酣客君丰”）在创立与发展的过程中坚守品质，矢志“重做”中国白酒，在产业发展中坚持贯彻环保理念，在生产供应链各环节积极响应国家“双碳”政策，在经济建设中以“坚守品质、勇于创新”作为企业义不容辞的责任，不断为我国经济发展与环境保护事业添砖加瓦。

推进环境治理 彰显企业担当

新时期，产业发展与生态保护密不可分。酣客君丰深知没有生态资源作为依托，产业发展就是无源之水；没有产业发展作为支撑，生态保护也难以持久。产业生态化与生态产业化相辅相成、和谐共赢。

在环境保护与治理方面，酣客

君丰是仁怀地区的先行者与践行者，自建立之初便对于工厂的废水处理、排污等问题组织了专项调研，联合数家友商共同投入数千万元，在仁怀市建立起了全市第一个专业级污水处理厂。由此，多家酒厂的污水排放全部高质量达标。借由污水治理的案例，酣客君丰也成了仁怀市各大企业中致力生态环保的标杆。

酣客君丰对于生态环境的关注，远不止污水处理一项，在有可能引发生态破坏的多个环节都下大力投入，防患于未然，也一直在探索如何把环境保护工作“做得更好、做到极致”。

响应“双碳”政策 建设绿色供应链

在较长的一段时期，中国白酒业对于绿色供应链的关注明显落后于其他行业。实际上，从原料的绿色获取到供应商的绿色供应，从产品的绿色加工到废弃物的绿色回归，都应当倡导低消耗、低排放。酣客君丰在保证产品绿色、有机、健康品质的同时，也同步实现了自然和谐的可持续发展。

为了做到供应链上各个环节的高品质与绿色可持续同步发展、低碳循环发展，能源利用效率进一步提高，二氧化碳排放量得到有效控制，酣客君丰在2020年首度提

出，从包材、物流及检测标准规划角度进行整合，从严格质量控制、加强原料选配到流程控制和出库把关，以实现酣客君丰的绿色供应，建设绿色可持续供应链，建立独具特色的循环经济。

2021年，酣客君丰推出新品酣客酱酒经典版，酒友们亲切地称它为“人脸瓶”，其创造性地将东方中正人文美学和西方奢侈品设计理念巧妙结合，并在工业设计中，将环保理念融入其中。产品通过使用特殊设计EPP包装专材，其在阳光下即可降解；在其包装印刷方面，采用有机油墨、水性胶、水性膜等原材料，以杜绝笨、铅等污染，同步减少对石油产品的依赖，极大地提升了食品安全的标准。在电商物流方面，通过包材的升级迭

代，以及EPP材料的创新使用，降低和消除产品外部包装及体积的误差，防止运输过程中的产品损耗，提高了物流效率与质量。酣客君丰的绿色供应链建设，进一步助力国家“双碳”战略的实现，与此同时，企业也在不断发挥业界影响力，向全社会广泛宣传“双碳”理念。

面向未来，酣客君丰将以产业发展助力乡村振兴，立足仁怀特色，发展当地白酒产业，持续推动高品质酱酒的发展，加强对生态保护的关注，真正为乡村振兴事业、中国环保事业、中国白酒行业的发展作出贡献。

EPP环保材料

创新中国白酒设计

致力生态文明建设

贯彻双碳理念 彰显酒企担当



代，以及EPP材料的创新使用，降低和消除产品外部包装及体积的误差，防止运输过程中的产品损耗，提高了物流效率与质量。

酣客君丰的绿色供应链建设，进一步助力国家“双碳”战略的实现，与此同时，企业也在不断发挥业界影响力，向全社会广泛宣传“双碳”理念。

引领白酒行业 致力环保实践

2022年，酣客君丰再度发力，围绕“双碳”目标，先行加速产业零碳转型，积极布局绿色产业转型，加快新旧动能转换，力争在未来的行业中占得先机、赢得主动。酣客君丰率先发起了企业内部员工的

碳排放学习宣贯，部分管理人员已先行学习碳排放交易等专业知识，为企业走上以绿色为底色的高质量发展之路做好人才储备。

2021年，由于酣客君丰在环保工程方面的杰出贡献，酣客君丰副董事长余小兵被聘为遵义市生态环境保护协会的常务副会长。

酣客君丰坚持绿水青山就是金山银山的理念，不断为高质量发展注入强大绿色动能，走以绿色为底色的高质量发展之路。

面向未来，酣客君丰将以产业发展助力乡村振兴，立足仁怀特色，发展当地白酒产业，持续推动高品质酱酒的发展，加强对生态保护的关注，真正为乡村振兴事业、中国环保事业、中国白酒行业的发展作出贡献。

祝安香氛：引领香氛产业，掀起绿色制造与消费浪潮

吴澄

随着“双碳”战略目标的提出，数字化、绿色化的新“双化”模式撬动了中国制造的发展机遇。

作为全球唯一一家在中国、东盟、欧盟设厂的香氛制造企业，祝安香氛从大连出发，由中国制造逐步向“中国研发、国际制造、打造全球供应链”转型。

“二十年一件事”是祝安香氛(Aroma Naturals)品牌创始人王立新制定的战略，要用20年时间打造一个世界级国际香氛品牌，让中国香氛的芳香气味满世界。



祝安香氛(Aroma Naturals)品牌创始人王立新

数字赋能 文创香氛

突如其来的疫情，供应链断裂，生产压力接踵而至……众多制造企业都面临着一场“生死考验”。但在王立新眼里，这场考验也是一次“危”中寻“机”。行业聚集效应在疫情期间大幅提升，作为全国香氛行业的领军企业和全球香氛产业的头部企业，祝安香氛订单量不减反增，增幅一度达到50%。“企业的核心竞争力、品牌影响力和行业领导力，决定着我们能够接得住这个机会，并将国家政策支持和航运公司的帮扶效应发挥到了最大。”王立新说道，“同时，我们所有的产品都是自主创新的产品，具

有定价能力。在价格上的话语权，也保证了我们利润的增长，这也体现了祝安香氛在香氛行业全球价值链上的地位。”

与疫情倒逼企业数字化的情况不同，祝安香氛的转型之路从十年前就开启了。“最开始是公司内部业务操作和管理的数字化，后来将重心外移，开展电子商务数字贸易，把线下贸易搬到了线上。”王立新回忆起第127届广交会的情形，“那是有史以来第一次线下停办的广交会，祝安香氛快速打造了一个线上营销团队，把外贸B to B的业务办成了线上直播的形式。”根据相关数

中国品牌 引领全球香氛产业

据统计，祝安香氛的活跃程度，在第127届广交会全国几万家企业当中始终排名前十名。祝安香氛也成为全国从线下到线上数字化营销场景中华丽转身的—个代表性品牌。

“我们把过去只会在线下谈判成交的团队，培养成了善于在线上完成展览、成交的服务和合作团队，实现营销团队的线上+线下两栖化作业。”王立新说道。目前，祝安香氛的B to B营销业务已经覆盖全球，并逐步向B to C发展，直接面向全球的消费者，香氛产品畅销全球101个国家。

长久以来，我国的香氛市场一直被欧美等国际大牌主导。国外的香精香料行业形成垄断，下游品牌通常缺乏议价能力，难以挑战国外成熟的香氛品牌。王立新称，“我们想帮助中国的消费者享受到服务欧美市场的香氛产品，更深入地接触和了解香氛文化。”从大连出发，到欧美、日韩、东南亚……祝安香氛的国际化之路一走就是25年。在经历过“实业化”“工业化”“国际化”三个阶段后，祝安香氛开始迈向“可持续发展”的第四个阶段，将新愿景确立为“二十年一件事”，即打造一

个世界级的香氛品牌——祝安香氛，为全球广大的消费者创造健康、快乐的家居生活提供产品与服务。

全球化进程不仅推动企业进行技术创新升级，也为消费者提供了更多元的产品选择。谈及祝安香氛的核心优势，王立新将其分为全球产业链、价值链、供应链和社会责任四个方面。其中，价值链的核心竞争力代表研发和创新能力，目前祝安香氛所销售的产品皆为自主研发和创新，拥有独立的知识产权。从技术创新到功能创新，再到文化创新，祝安香氛紧紧围绕“三位一体”的方针进行产品创新工作。王立新表示，下一阶段，祝安香氛将把文创作为重要的创新方向，在上海的历史文化街区建立香氛文创体验馆，向公众传播香氛文化。

行业担当 创造绿色文明

虽然国内香氛产业仍处在发展的初级阶段，但乘着数字化、绿色化的春风，未来的市场空间不可估量。一方面，香氛制造企业需要通过“双化”进行融合创新；另一方面，行业也迫切需要标准体系的支撑与规范。“一个企业的社会责任意识和能力，决定了它是否能够在市场和社會上健康可持续发展。”王立新表示，在绿色

经济蓬勃发展的大背景下，祝安香氛作为国内香氛行业的领军者，一直以倡导绿色消费文明与创造绿色制造文明为己任。

“我们正在研发的一种新材料，可以用可降解的生物基材料做成蜡烛杯，替代传统的玻璃杯和陶瓷杯，因为传统制品在烧制过程中有大量的碳排放。”王立新称，秉持材料可再生、包装可循环、配件可再用、生产低耗能以及少排放的理念，祝安香氛十几年来投入巨资，围绕如何把化石能源的原料变成可再生的生物基材料，先后取得了四项可再生材料方面的发明专利。

同时，在推动行业标准建立方面，祝安香氛承担了多项国家、行业标准的制定工作，包括国家绿色工厂评价标准、香氛行业的绿色产品评价标准、液体香氛的安全标准和固体香氛的安全标准等。目前，祝安香氛的研发中心是全国唯一一家香氛行业的国家级重点实验室，并计划将实验室开放，为社会、行业、消费者提供第三方独立的检测分析服务。

“我们倡导中国的香氛产业界联合起来建立一个绿色同盟，并发表绿色宣言。”王立新表示，这是“双碳”目标下香氛行业应该形成的共识。祝安香氛也将以“双化”为目标，以文创为承载，为创造绿色制造文明与绿色消费文明作出应有的贡献。