vinetur

Китай усилит контроль за байцзю, произведённым на заказ: новые правила вступят в силу 1 декабря

Новые правила возлагают основную ответственность за безопасность байцзю на владельцев брендов, запрещают делить производство на этапы и требуют указывать бренды и заводы на этикетке

пятница, 20 ноября 2026 г.



С 1 декабря Китай усилит контроль за байцзю, выпускаемым под частными марками, по лицензии на использование товарного знака и в рамках других схем производства на заказ. В этот день вступит в силу новый общенациональный регламент о производстве пищевой продукции по заказу.

Регламент под названием «Меры по надзору и администрированию производства пищевой продукции по заказу» был издан главным китайским ведомством по регулированию рынка в качестве приказа № 113. Как сообщило в четверг, 19 ноября, издание Yunjiu Toutiao, специализирующееся на алкогольной отрасли Китая, впервые лицензирование товарных знаков, франчайзинг и контрактное производство будут регулироваться единой специальной системой норм в области безопасности пищевой продукции.

Представители рынка байцзю сообщили изданию, что изменения, вероятно, повлияют на практику передачи производства дистиллериям многими брендами. Согласно новой системе, основная ответственность за безопасность пищевой продукции возлагается на заказчика — обычно владельца бренда или маркетинговую компанию. Производитель, то есть предприятие, выпускающее продукт, по-прежнему отвечает за производственную деятельность. Правила запрещают обеим сторонам с помощью частных договоров ограничивать эти установленные законом обязанности.

Это серьёзное изменение для сегмента рынка байцзю, где некоторые бренды сосредоточились преимущественно на маркетинге и продажах, передав производство сторонним предприятиям. Согласно новым правилам, владелец бренда больше не сможет утверждать, что лишь предоставил лицензию на товарный знак и потому не несёт ответственности за безопасность продукта.

Регламент также устанавливает, что при определении того, подпадает ли соглашение под категорию производства на заказ, учитывается его фактическое содержание, а не формальное название. По словам представителей отрасли, которых цитирует Yunjiu Toutiao, сделка, обозначенная как производство по разрешению, совместная разработка или индивидуальное сотрудничество, всё равно может считаться производством по заказу, если владелец бренда

устанавливает требования к продукту, а дистиллерия производит и поставляет напиток. Тот же принцип может применяться и при участии нескольких компаний, если связи между ними и реальные коммерческие отношения показывают, кто контролирует продукт.

Для регуляторов это означает, что больше внимания будет уделяться тому, как продукт фактически производится и контролируется, а не только тому, как в договоре описаны отношения сторон. Для компаний это сужает возможности скрывать схемы передачи производства на аутсорсинг или ослаблять формальную связь между брендом и контрактным производителем.

Правила также устанавливают жёсткие требования к обеим сторонам. Заказчик должен получить предусмотренную законом лицензию на производство пищевой продукции или ведение деятельности с пищевой продукцией либо подать уведомление, если компания занимается только продажей упакованных пищевых продуктов. Кроме того, он должен быть способен контролировать деятельность производителя и выполнять свои обязательства в области безопасности пищевой продукции. Производитель должен иметь действующее разрешение на производство пищевой продукции, соответствующие производственные мощности и гарантии безопасности, а также действовать в пределах, установленных его разрешением.

Для байцзю одним из важнейших изменений стал запрет разделять производственный процесс при выпуске пищевой продукции, требующей полного цикла производства. В сообщении отмечается, что это касается байцзю, производство которого обычно включает полный цикл: изготовление цюй, ферментацию, дистилляцию, выдержку и купажирование. Согласно новым правилам, компаниям не разрешат разделять этот процесс на отдельные этапы, передаваемые разным подрядчикам.

Это положение может осложнить работу некоторых участников рынка крепких напитков, использующих модель, при которой бренд покупает базовый спирт, ограничивается простым купажированием, а затем арендует линию розлива для выпуска напитка под собственной этикеткой. Опрошенные Yunjiu Toutiao

представители отрасли заявили, что регламент призван не дать компаниям перекладывать ответственность или избегать проверок, формально дробя производство на отдельные этапы, но при этом продавая конечный продукт как цельный брендовый напиток.

Регламент также вводит новые требования к уведомлению регуляторов. Не позднее чем через 10 рабочих дней после подписания договора заказчик и производитель должны сообщить о соглашении органам по регулированию рынка на уровне уезда по месту своей регистрации. Уведомление должно содержать названия и адреса обеих сторон, сведения об ответственных лицах, контактные данные, номера разрешений или регистрационных документов, категорию пищевой продукции, применимый стандарт и срок действия договора. Если указанные сведения изменятся или договор будет расторгнут, обе стороны также должны сообщить об этом в течение 10 рабочих дней.

Ужесточатся и требования к маркировке. На этикетке упакованного байцзю, произведённого по заказу, необходимо будет указывать названия, адреса и контактные данные заказчика и производителя, а также чётко обозначать, кто из них является заказчиком, а кто — производителем. Сторонники этой меры считают, что она упростит отслеживание цепочек поставок и позволит покупателям и регуляторам яснее понимать, кто отвечает за продукт.

Генеральный менеджер Luzhou Shulu Liquor Industry Co. Дэн Чаолань сообщил Yunjiu Toutiao, что новые правила конкретнее определяют обязанности обеих сторон. По его мнению, заблаговременная подача уведомлений и надзор на местах должны усилить контроль до возникновения проблем, вместо того чтобы полагаться преимущественно на расследования постфактум, когда проблема уже проявилась на рынке.

Издание также сообщило о разных оценках влияния новых правил на бизнес. Небольшой производитель байцзю из Чэнду, представившийся только фамилией Ван, заявил, что новые требования повысят порог для запуска новых продуктов и продукции под частными марками, поскольку простого разрешения на использование бренда будет недостаточно. Дэн Юлян, представитель Chengdu

Heyifang Liquor Industry, отметил, что компании, уже работающие в соответствии с требованиями, могут практически не ощутить влияния на бизнес.

Последствия могут затронуть не только байцзю. Основатель расположенной в Лучжоу компании по производству напитков, работающей в сегментах байцзю и саке, Ван Вэньгуй сообщил Yunjiu Toutiao, что правила распространяются и на другие категории алкогольной продукции, поскольку производство по заказу должно оставаться в рамках утверждённой сферы деятельности производителя. По его словам, компания, получившая разрешение на выпуск продукции в категории «прочие алкогольные напитки» в Китае, не сможет заказывать такие продукты, как рисовое вино или ликёры, если они не входят в эту категорию, даже при сходстве технологических процессов.

Цзоу Цян, член Национального технического комитета по стандартизации байцзю и технический директор Yuankun, заявил изданию, что регламент не следует рассматривать как отказ от производства по заказу: его цель — упорядочить эту практику. Для сектора напитков в целом изменения, вероятно, повысят требования к соблюдению норм как для владельцев брендов, так и для контрактных производителей. Они также могут изменить модели выпуска продукции под частными марками и лицензирования товарных знаков в сегменте крепких напитков и других категориях, где широко распространено производство на аутсорсинге.

Для компаний, работающих с байцзю, новые правила означают ужесточение условий деятельности: одного лишь продвижения бренда и дистрибуции может оказаться недостаточно. Соблюдение требований законодательства, документально подтверждённый контроль качества и способность управлять рисками для безопасности пищевой продукции станут более важными факторами при определении того, какие бренды и производители смогут и дальше использовать производство по заказу в больших масштабах.