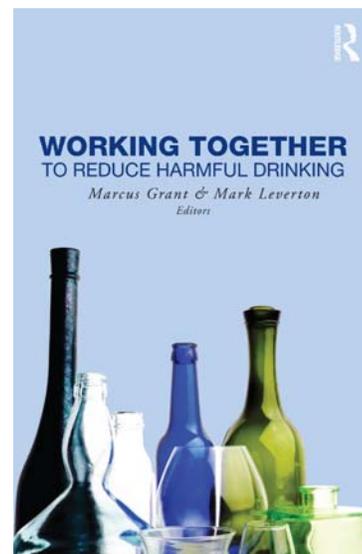


齐心协力遏制有害饮酒行为

关于本书

《齐心协力遏制有害饮酒行为》一书旨在为世界卫生组织（World Health Organization）倡导的遏制有害饮酒行为全球战略出一份力。本书研究的内容包括，制酒企业的技术能力能够而且也确实为遏制有害饮酒行为做出了哪些积极的贡献，以及在哪些方面来自企业界的投入受到了世界卫生组织的欢迎。本书分别所涵盖的各个方面内容包括：啤酒、葡萄酒和烈性酒的生产；非商业目的饮用酒的获得渠道；酒类饮料的定价、市场营销方式和具体销售；鼓励负责任的选择；与他人的合作等等。最后的章节着眼于各国制酒企业如何行动才能切实为遏制有害饮酒行为做出贡献。



贯穿本书的中心思想是，合理的限制能够为制定科学的有关饮酒的法规政策提供一个良好的环境，促使制酒企业在实施相关政策法规方面建立良好的记录，发挥其积极的作用，而过度的限制通常会导导致意料之外的负面效果——但我们能做的还远不只这些。本书的作者们都是来自各自领域的专家，在企业界、政府以及学术领域有着丰富的经验。本书的读者群将十分广泛，感兴趣的读者包括：在卫生保健、财政、农业、司法、旅游、文化领域的政策制定者们；公共卫生、社会政策领域的专家；健康教育的倡导者；制酒行业的有关人员等，这些人员包括酒类供应链中从事农业、广告到餐饮和零售的相关人士。

政策环境

今天在许多国家，政府、媒体和各民间团体代表之间对如何遏制有害饮酒行为正进行着激烈的讨论，而部分讨论是由世界卫生组织发起的。2008年，世界卫生组织的决策机构——世界卫生大会（World Health Assembly）通过了一项决议，要求在现有的证据和最佳实践的基础上，到2010年要制订出一份用以遏制有害饮酒行为的全球战略草案。

于是，为迎接这次挑战，世界卫生组织秘书处号召“与各成员国、政府间组织、卫生领域专家、非政府组织以及经济界人士合作商议，找出能有效遏制有害饮酒行为的措施”¹。因此，世界卫生组织在

¹ 参考第八页，世界卫生组织（2008）。世界卫生大会 61.4. 《遏制有害饮酒行为的策略》。第 61 届世界卫生大会：日内瓦，第 19 - 24 页，2008 年 5 月。《决议和决定》（第 7 - 8 页）。2009 年 2 月参考自 http://www.who.int/gb/ebwha/pdf_files/WHA6161-REC1/A61_REC1-en.pdf.

互联网上发起了一个由相关人士参加的公开讨论，以圆桌会议的形式与各成员国商议，最后制定出这份全球战略草案（更多的细节请参考本书的“引言”章节）。

这项工作已经引发了一场有关制定合理饮酒政策以及如何才能有效贯彻这些政策的新一轮、大范围的国际讨论。本书的目的正在于，通过探讨制酒企业如何能够帮助遏制有害饮酒行为的问题，为国际社会提供一个一致的视角，为这场讨论添砖加瓦。

制酒企业的作用

本书的作者们认为，有关遏制有害饮酒行为的政策，很少有能够世界通用的。所以事实上必须给出一个选择范围来“让不同国家和社会选择适合他们饮酒文化和有关健康所优先考虑的问题的相关政策和措施”（引言，第一页）。

此外，本书认同采用一种平衡策略，让各方相关人员一起合作来制定有效的政策。引用编辑的话即：“毫无疑问，制酒企业在制定和实施较为均衡的有关饮酒的政策法规方面，会发挥最重要的作用。政府、公共卫生专家以及民间团体一定要扮演起最重要的角色，但同样也要说服制酒企业，让他们也能发挥其作用。本书的宗旨就是说明他们如何能够发挥积极的作用（引言，第一页）”。

业界的参与

一些有关健康饮酒的社会团体和活动家始终认为，制酒企业在追逐利润和参与实施公共政策之间存在本质上的利益冲突。本书通过恰当地处理了上述问题，再次重申了所提出的宗旨。制酒企业的确在市场营销中始终追求商业上获得成功，但我们也不可否认至少他们所获得的部分成功要取决于饮酒者负责任的消费行为：

“大部分制酒企业意识到，遏制有害饮酒行为实际上也是为了他们自己的企业、股东以及其它相关人员的利益。但也有一些人认为，企业的部分商业利益是来自于饮酒过度或者不负责任的饮酒行为的。事实上，这样的行为为饮酒本身，甚至生产厂家及其品牌树立了负面的形象，反而不利于他们的商业发展。此外人们还忽略了这样一点，过度、不负责任的饮酒行为会带来高额甚至是惩罚性的税收和法规限制。考虑到这点，经营和制造酒的企业和大多数人一样，也希望遏制有害饮酒行为及其产生的不良后果”（引言，第七页）。

因此，制酒企业有多方面的动机——尽管不都是利他的——去支持各种遏制有害饮酒行为的措施，鼓励那些负责任的消费行为的举措。这些努力包括自我规范机制，在各个环节、领域恰当地实施政府政

策，而这些政策会包括颁发合法营业执照，对购买酒实施年龄限制，颁布法律法规限制醉酒驾车的行为以及对酒类征收合理的税费等。

还有应该注意的是，从种粮食的农民到生产厂家，再到酒类批发商、零售商以及餐饮业经营者，制酒企业只是这条供应链中的一部分。然而有证据表明，制酒企业是这个领域最受人关注的利益相关方。这很大程度是由于他们的名牌和产品很知名，受到了公众的广泛关注。所以，本书对“业界”和“制酒企业”做了区别，避免在使用时产生混淆。但是对广大公众来说，他们通常并不能正确区分两者。于是编辑说，制酒企业应该认识到其在制定公共政策中的作用，认识到“它们在其中做为催化剂的特殊地位，作为私有行业的一部分更多地参与进来。”（引言，第九页）

了解产业链上的关键角色：从生产到市场营销策略，再到定价以及销售

制酒行业一个很复杂的领域，包括制酒企业、各种行业协会、还有成千上万与酒类生产企业的角色完全不同的商业机构，其中最受关注的恐怕就是零售商。的确，饮用酒类通过一条细致分工、详加规范渠道，从生产商那里一路到酒类消费者手中。

啤酒、葡萄酒和烈性酒的生产

虽然制酒企业已经能够非常熟练地大量生产有商业价值的酒类饮料，但是其基本的生产步骤仍然和公元前六千年第一次有历史记录时所采用的酿酒工艺没有什么本质的不同。

尽管我们可以把全世界的制酒企业看成是一个行业，但直至今今天大多数用于消费的酒类仍然是在各国本地制造的，并体现了当地的文化传统。在酒类生产领域，饮用酒基本来自与国内的广大酒类企业或公司。而通常这些饮用酒——有时被称为“商业酒类饮料”——并不能跨国进行销售。事实上，在全世界生产的所有酒类饮料中，十大国际品牌所生产的啤酒、葡萄酒和烈性酒只占少量的市场份额：记录显示啤酒只占大约 23%；烈性酒只占大约 20%；葡萄酒只占大概 10%²（第二章，第 10 - 21 页）

尽管在这样现实状况下，我们仍然还有足够的空间让制酒企业加入到这项工作中来。本书的第二章，罗纳德·辛普森（Ronald Simpson）介绍了大多数制酒企业对当地社会经济进步和可持续发展所做的贡献；除了为大批人³提供稳定的工作和增加政府财政收入之外，这些贡献还包括：与社区合作保证提供安全的饮用水，促进本地的酒类制造业发展（可以杜绝潜在的不安全非法饮料），与政府机构合作建立饮用酒的安全检测机制。即使在一些还未建立，或没有很好的实施相应的监管标准，或比公认的该行

² 更多信息请看国际酒精政策中心（International Center for Alcohol Policies）报告 17：饮用酒工业的结构（2006），来自：<http://www.icap.org/Publications/ICAPReports>。

³ 比如，一个关于喜力啤酒对塞拉利昂经济影响的研究显示，在塞拉利昂啤酒厂的每个工作机会中，接近 40% 是间接雇员。在欧盟，烈酒生产领域的直接雇员大约有 50,000 人，间接雇员 250,000 人。2008 年欧盟啤酒企业直接雇佣了 164,000 人，间接雇佣的人则达到 2 千 6 百万。具估计，制造领域每出现一个工作机会，就有一个工作机会出现于零售业，两个在供应领域，12 个在餐饮业。与制酒行业相联系的通常还有广告、包装、资本设备以及农业等行业。（请看 ICAP 报告 17：饮用酒工业的结构）

业标准宽松的地方，全球的制酒企业也都应该贯彻同一套国际生产质量和安全控制标准。作为一种资源，这些标准促使政府机构确保公共健康和安全。

作者还以业内人士的视角探讨了新产品的开发，这是一个从形成概念、进行测试，一直到研究、开发、进行包装和推广的复杂过程。在制订新开发产品的行业质量和安全标准这一点上，主要的酒类生产企业已经取得了很大的进展——这些标准能够既能够满足指导生产厂家的需求，也能够达到公共卫生机构的标准，确保在当地市场和正在开发中的市场上，酒类消费是安全和负责任的。比如，受到行业支持由英国波特曼集团建立的“酒类命名、包装和推广规范”就是其中的代表，任何有兴趣的人都可以在网上找到相关资料；它由一个中立的匿名咨询机构加以修订，确保生产家和进口商在产品发布前遵循相关规范。

了解酒的获得渠道：非商业目的饮用酒

这本书的其他部分关注的都是合法的酒类饮料的生产和销售，而由爱德里安·波萨 (Adrian Botha) 撰写的第三章则对“非商业饮用酒”是否可以很容易地获得和与之相关的政策做了一些评论。非商业目的饮用酒是指其生产、销售和消费都未列入官方统计的酒类饮料。在各国，都有很多广受欢迎的传统酒类饮料，这些酒只在家庭内饮用，且只限于本地流通，比如印度的亚力酒，巴西的朗姆酒，还有肯尼亚的畅阿酒和俄罗斯家庭酿制的烈性酒。与类似的合法产品相比，因为这些酒都不用交税，采用低成本的原料，也未经官方质量检测，所以价格上会更便宜些。在许多饮酒盛行的国家⁴，任何针对有害饮酒行为的政策和干预措施都必须考虑非官方市场的具体情况。

除了传统的酒类饮料，从制定政策的角度看还有另外两种非商业目的饮用酒也值得特别关注：大批量非法生产的酒类和非法饮用性酒类的替代品。前者包括印有合法产品包装的伪劣产品，这些产品通常是由当地人利用一些制度缺陷进行生产并获利，这些制度缺陷可能包括缺乏相关立法，法律法规的实施状况不是很好，或者因为高价或市场供应不足造成的对酒类饮料的需求。“替代性酒类饮料”是指能够产生醉酒效果的非饮用性酒精。这种酒精可能来自医疗用化合物、工业用酒精、汽车燃料、化妆品等。有些人用它们勾兑来增加酒的度数，或者出售给当地社会或经济底层的人群和问题饮酒者进行消费（第三章，第 40 - 42 页）。

非商业饮用酒类可能预示着某种公共卫生危机。不管是传统家庭酿造的、还是工业大批量制造的非法酒类都存在质量不稳定的问题。尽管传统家庭酿造的酒类可能品质会高一些，但不管这些不正规的酿造者如何努力，即便排除故意掺假（为了增加酒的度数，或者一些不正规的酿酒者会认为，可以加速发酵过程）或者使用危险的劣质原料来降低成本，其生产过程本身就可能存在大量的危险。同时，替代性酒精的乙醇浓度很高，并含有有害的化学物质。非法酒类的生产和交易也有可能与有组织的犯罪联系

⁴尽管对非法酒类知之甚少，世界卫生组织估计，全球消费的酒中至少有 30% 是没有记录的，但在一些国家，这个数字要高得多，比如墨西哥大约有 40%，乌克兰有 67%，印度有 68%，肯尼亚有 75%。（参见 2004 年世界卫生组织全球酒类情况的报告）

起来，因而可以造成严重的公共秩序和安全问题。除了本身对消费者健康和安全的威胁以外，伪劣酒所产生的后果还包括欺骗消费者，使他们对正宗产品失去信心，而进一步造成销量下降，导致政府财政收入减少。

本书还简要介绍了由各级政府、非政府组织以及业内人士共同合作以减少非法酒类市场带来的潜在危害的各种可能的解决办法。在发展中国家，酿酒工业除了可以帮助保护饮用水源安全并提供有质量保证的合法酒类产品之外，大多数的制酒企业和政府机构还可以合作制定合乎当地特点的酒类消费法规，并通过与当地主管机关和包装技术创新企业合作来支持政府反伪劣产品的行动。总之，关注非商业目的饮用酒的问题符合政府、执法机关和制酒企业的最大利益。因此，有足够的空间来开展合作，建立伙伴关系并为共同目标而努力。

饮用酒的市场营销方式

在围绕着负责任的饮酒行为和有害饮酒行为的公开讨论中，饮用酒的市场营销方式也许是最频繁提及的话题。就如罗杰·辛克莱 (Roger Sinclair) 在第四章所指出，正是企业市场营销行为和饮酒行为之间存在着联系这一事实，使研究者们对此有着不同的见解和明显的分歧。总之，“支持对制酒行业 and 市场营销方式进行更严厉的政府监管的人有支持自己观点的研究结论，而支持销售自由化的人用一样人们普遍认可的但却截然相反的观点来进行反驳”。(第四章，63 页)

这种争论对制定饮酒政策有着重要的实践意义。作者详细地介绍了这个错综复杂的问题的本质所在：“在此要认真研究的问题是，制酒行业市场营销行为是否可能造成了这些问题，以及对市场营销的严格监管是否会达到减少危害的目的”。(第四章，64 页) 他接着列举了市场营销方式对酒类消费产生影响的证据，着重关注了现有的政府架构和行业体系是否能够让现有的酒类市场营销策略满足普遍认可的道德标准。在大多数发达国家和一些发展中国家，政府制定了针对制酒企业市场营销方式的消费者保护法。在整个行业内部也已经大量采用了针对各个细分类别 (啤酒、葡萄酒和烈酒)，甚至包括整个行业的广告和市场营销自律法规。政府法规和行业自律准则可以互补应用；而一些共同约束规范也正在成为全世界制酒企业必须遵守的准则。

在当大多数制酒企业致力于加强自律和实施行业共同规范的同时，关于这方面公开的讨论却集中在酒类的市场营销方式和对年轻人的影响，这还得归因于不断变化、通常还自相矛盾的各种调查研究结果。尽管随着争论接踵而来，大多数制酒企业仍努力继续保持它们已有的良好记录，采用负责任的市场营销方式，通过树立品牌责任在促销大战中承担市场责任。

饮用酒的定价

饮用酒定价的复杂性远超过基本的供求关系决定价格的经济法则。戈弗雷·罗宾森 (Godfrey Robson) 在第五章中阐释了饮用酒定价所牵涉了各种因素，包括政府税收、相关法规、市场因素，企业品牌定价战略，以及其它竞争对手的商业决策，同时还要结合整个供应链的实际情况：

“制酒企业在制定消费者对商品所支付的最终价格中，相比起政府（税率和法规的制定者），零售商（通常要面对的是制造商提出的苛刻条件，但在定价方面还有很多余地），和餐饮业（享有很高的定价自由，但也有自己的成本核算体系），产生的影响并不大。”（第五章，92页）。

因此，制酒企业很多时候实际上是价格接受者，而那些更接近消费者终端的人才是真正的定价者。

作者接着介绍了如何把饮用酒定价作为一种可以利用和调控公共政策工具，以下就是他的结论：

“在整个社会公众的层面，涨价的确能抑制酒的消费。然而在多数情况下，涨价所产生的这种效果很大程度上取决于相对无弹性的需求。总的来说，涨价所能造成的销量减少只占很小的一部分。在自由经济市场中，由于竞争价格上涨后如果希望一直维持不变这是很困难的。此外，相对比较高的“官方”价格会使非法生产和进口的酒类显得更加有利可图，这就会为公众的健康带来隐患。涨价的后果将很大程度上体现在理性的饮酒者和非问题饮酒者身上。相反，对问题饮酒者却影响甚微。这似乎把比较年轻的问题饮酒者也包括了进来，但对此还有一些不同的见解。这也带来了所谓选择公平（针对非问题饮酒者）还是选择效率（针对问题饮酒者）的问题。另外，其它有关公共政策的问题似乎也迫在眉睫。政府要在公共卫生和其它相关问题之间做一个平衡，比如在保证税收和就业（更不用说要面对政府不受公众信任的风险）方面。政府希望不会因此减少财政收入或者严重威胁到酒相关行业的就业率。”（第五章，106页）

因此，即使价格因素在针对有害饮酒行为的问题上能够发挥一些作用，这种作用也是很有限的。但很明显价格也并不是完全不相关。尽管新的方案将会很大程度上由产业之外的有关方面提出，作者认为一些观点值得进一步深入思考。（第五章，111 - 112页）

饮用酒的销售和服务

酒的销售和服务是生产和经销的最后一步，是寻求减少有害饮酒行为和相关问题的许多政策和干预措施所关注的焦点。在第六章中，格雷姆·韦勒斯多夫 (Graeme Willersdorf) 研究了世界各国酒类销售和服务的许多相关问题，讨论了各种相关政策。这些问题和政策也基本上都牵涉到零售商，而在购买的角度上人们对他们能够解决因为饮酒所产生的问题寄予希望。

作者观察了两个重要的基本现象。首先，不同社会和团体的酒文化和实践存在着很大的不同。因此，一个针对澳大利亚城市酒吧里有效遏制有害饮酒行为的策略，可能不会在玻利维亚的乡村，或是美国大学校园附近的酒吧里奏效。其次，改变现有的酒类销售和服务行为也可能会带来想要和意料外的双重后果。比如，“如果仅是简单取代高风险的、不规范情况下的酒消费，那么总体上对酒类零售采取严格的限制可能会带来不良的效果。”（第六章，116页）

在这一章中，作者总结到，尽管像授权专卖、改革零售方式等做法可能会有一定的效果，但“酒的经销并不是与其它方面毫无瓜葛的。在这个意义上，干预措施的成败通常取决于建立更广泛的法律框架基础，也取决于各个利益相关方是否能够提供更大的支持，这些相关的部门包括制酒行业、政府、执法部门和广大居民社区。”（第六章，120页）

做负责任的选择

许多关于遏制有害饮酒行为政策的争论牵涉到责任这个概念——这些责任包括消费者责任、生产者责任、行业内其它成员和社会整体的责任。在第七章中，玛雅娜·马提尼克（Marjana Martinic）并没有就应该是个人还是社会要承担相关责任进行辩驳，在深思熟虑之后她提出了自己的观点，“个人选择的确有重要的作用，同时，全社会也应该分担相应的责任，帮助个人获得有关饮酒的必要知识，在充分了解的情况下做出负责任的选择，我们应该鼓励消费者安全饮酒，不要危及他人的安全和健康，所以不管你选择喝还是不喝，都会得到别人的尊重”。（第七章，144页）

无论是制酒行业自己制订的行业规范还是相关的公共政策，在获得这些重要认识的前提下，本章提出了一个假设，要成功地遏制有害饮酒行为就必须做三方面的努力：让消费者了解能够帮助他们做出负责任的饮酒选择的知识；鼓励积极的饮酒行为，反对危险的或者是有潜在危害的饮酒行为；创造更安全的饮酒环境。

这部分所强调的重点是消费者自身，强调饮酒行为及其与可能产生的后果之间的关系，而这些后果可能是正面的，也有可能是负面的。本章还突出强调了制酒企业和零售商在帮助和促进更安全饮酒行为和使危害最小化的方面，各自所扮演的角色。从消费者知情权和合理饮酒指导，再到有效干预和“指导信息”（比如进行广泛宣传和信息发布，鼓励消费者负责任地饮用酒），这一章都提供了有价值的、全方位的政策指导和已有的、最佳的实践方法。

齐心协力进行合作

我们需要进一步了解这种根植于“针对负责的社会问题，对建立和加强政府，非政府组织……私人企业以及其它相关方之间的联系，要在国际范围内促进对其重要性的认识。研究已经表明，这种包括国际间、国家内和各地区等各个层面之间的交流合作既有效果又有效率。”（第八章，17页）

在第八章中，布莱特·毕万斯（Brett Bivans）和约翰·奥立（John Orley）阐述了包括行业领域在内的各个领域，在面对社会、经济和环境的挑战时，如何能够通力合作遏制有害的饮酒行为。其中他们给出了实现这个目标的一些重要的潜在前提，包括社会包容和诸如诚信、透明度和共同利益等共享的价值观。

在说明各界如何能有效地围绕遏制有害饮酒行为这一共同目标进行合作时，作者提出了五个模式：认定和分享最佳的实践方式、制定和实施行业规范、为开发和实施项目提供资源、开展和实施项目、最后的一致合作行动。每个模式都列举了一个行业正在实施的进行饮酒干预的生动的例子，而这些例子都是各个企业均愿意仿效，扩大实施规模，而且能够适应不同的国家、宗教和文化背景。

这些例子中⁵就包括世界银行在1999年发起的“全球道路安全合作”项目。这个项目旨在将商业、民间团体和政府聚到一起，合作来改善世界范围内的道路安全条件。到今天为止，有超过200个组织已经为这个合作项目做出了自己的贡献。该项目开始后十年间，这项合作已经变成了促进全球道路安全一个带头行动，开创了全球促进道路安全联合行动的先河。（第八章，189 - 192页）

制酒企业的贡献：给世界卫生组织的具体建议

从企业到公众，让读者充分了解酒的流通渠道是本书为世界卫生组织遏制有害饮酒行为全球战略做出贡献的重中之重。我们已经把第九章的全文放在了国际酒精政策中心的网站上。其中马克·拉弗顿（Mark Leverton）和马科斯·格兰特（Marcus Grant）都指出：

“.....我们希望将来看到，制酒企业能够持续发挥关键性的作用，同时它们有能力，也愿意采取列入计划的各种具体行动，在得到许可并恰当的前提下，在世界范围内开展起来。这其中一些是已实施行动的延伸；另一些则是破除私人领域和公共领域传统分歧的新方案。这一切都建立在行业的实践经验、技术能力和拥有的所有资源的基础之上。”（第八章，14页）

其中提到的作用体现在以下几个方面：

提供高品质和不同度数的酒类产品——努力贯彻生产过程，生产标准和质量控制，监督消费者倾向，根据市场需求生产出低度数饮用酒，为消费提供更广泛的选择

数据分享——与世界卫生组织、政府和公共卫生团体分享非商业机密的信息，这样有助于更好地了解消费者的饮酒行为

⁵其它例子还有：国际酒精政策中心在各个地区开展的关于自律的讨论班（寻找并分享最佳的实践方法）；柬埔寨保护啤酒推广商职业健康和安全的条例和指南（提出并贯彻具体的实践方法）；在欧洲和美国开展的强化家庭成员作用的项目（提供资源）；以及干预程序和负责任餐饮服务的培训（TIPS）（项目的发展和推广）

负责任的创新和包装——考虑公共健康问题，比如厂家在开发新产品和进行包装的过程中，尽力避免生产能够首先吸引那些不到饮酒年龄的消费者或者有可能鼓励过度饮酒的产品或使用相应的包装

杜绝造假——加强与政府和其它相关责任机构的合作，为海关和执法官员提供培训，在相关技术方面进行投资

打击非法酒类饮料——帮助读者进一步了解这个领域的相关知识，寻求降低潜在的危害（比如，通过支持对公众的教育项目）

采用负责任的市场营销方式和进行行业自律——加强自律，制定相关法规并在全世界范围内推广，同时评估其有效性，通过推广最佳的实践方法来促进负责任的销售

鼓励负责任的销售——在制酒企业中促进负责任的销售、服务、市场营销和饮酒行为

鼓励负责任的饮酒行为——通过采用社会市场营销手段、让消费者知情、与科学和公共卫生团体合作等方式，寻找严格并有效的方法来对项目进行评估，帮助防止在工作场合饮酒所造成的危害

社区合作——支持社区开展的旨在遏制有害饮酒行为的行动（比如，通过多方合作，在社区中开展打击未到法定年龄饮酒的行为

税收和法规——与政府合作制定有效的税收政策和其它措施（比如，如何避免未记录的国际交易，非法生产和走私，持续提供可观的公共收入，参与公共卫生问题），以及支持合适的规范

总结

正如本书编辑所言：

“我们相信，在参与政府和公共卫生机构倡导的遏制有害饮酒行为的行动中，企业应该积极参与其中。它们的参与和合作对政策的持续发展和实施至关重要，而且有了制酒企业的支持和参与，遏制不当饮酒产生的危害的努力将更有可能获得成功。”（第 198 页）

本书提供了有建设性的针对遏制不当饮酒危害的以上行动方案。此外编辑还提到：

“整个生产行业光有良好的意向是不够的……我们的希望是，这本书的出版会刺激私人 and 公共领域有更大的热情联起手来，遏制有害饮酒行为并一起期待所付出的努力产生的成果。”（第 13 页）

目录

引言

啤酒、葡萄酒和烈性酒的生产

了解酒的获得渠道：非商业目的饮用酒

饮用酒的市场营销方式

饮用酒的定价

饮用酒的销售和服务

做负责任的选择

齐心协力进行合作

实施世界卫生组织减少有害饮酒行为的全球战略：制酒企业的作用