



中华人民共和国国内贸易行业标准

SB/T 11000—2013

酒类行业流通服务规范

The standard of circulation and service for alcohol industry

2013-04-16 发布

2013-11-01 实施

中华人民共和国商务部 发布



前 言

本标准按照 GB/T 1.1—2009 给出的规则起草。

本标准由中国商业联合会提出。

本标准由中华人民共和国商务部归口。

本标准起草单位：中国商业联合会零售供货商专业委员会、中国人民大学、北京五洲创意营销策划有限公司、宜宾五粮液股份有限公司、中国贵州茅台酒厂(集团)有限责任公司、安徽古井贡酒股份有限公司、四川剑南春集团有限责任公司、江苏洋河酒厂股份有限公司、山西杏花村汾酒厂股份有限公司、四川水井坊股份有限公司、湖北稻花香酒业股份有限公司、河南省宋河酒业股份有限公司、山东扳倒井股份有限公司、山东景芝酒业股份有限公司、古贝春集团有限公司、重庆诗仙太白酒业(集团)有限公司、安徽迎驾贡酒股份有限公司、安徽双轮酒业有限责任公司、浙江致中和实业有限公司、浙江省东阳市荣鑫酒业有限公司、宜宾红楼梦酒业有限公司、贵州茅台镇荣和烧坊酒业有限公司、山西戎子酒庄有限公司、北京酒仙电子商务有限公司、山东天地缘酒业有限公司、新华锦(青岛)即墨老酒有限公司、山东即墨妙府老酒有限公司、广州星河湾酒业有限公司、北京糖业烟酒公司、北京五洲天宇认证中心。

本标准起草人：谭新政、褚峻、卢成绪、刘凤翔、高杰楷、袁仁国、吕云怀、杜光义、李安军、田锋、朱峰、韩建书、赖登辉、陈萍、李学思、张辉、来安贵、赵殿臣、刘中利、广家权、程剑、李小兵、马荣金、文万彬、仇福广、王庆伟、郝鸿峰、王建、杜祖远、于秦峰、赵技敏、白宇涛、杨谨莹。

酒类行业流通服务规范

1 范围

本标准规定了酒类流通的术语和定义、经营、服务、流通信息、酒类商品保护、宣传、监督与评价等方面的要求。

本标准适用于酒类行业的流通服务。

2 规范性引用文件

下列文件对于本文件的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件,仅注日期的版本适用于本文件。凡是不注日期的引用文件,其最新版本(包括所有的修改单)适用于本文件。

GB 2757 食品安全国家标准 蒸馏酒及其配制酒

GB 7718 食品安全国家标准 预包装食品标签通则

GB 10344 预包装食品酒标签通则

GB/T 15109—2008 白酒工业术语

GB/T 17204 饮料酒分类

GB/T 19001—2008 质量管理体系 要求

GB 23350 限制商品过度包装要求 食品和化妆品

GB/T 27922 商品售后服务评价体系

GB/T 27925 商业企业品牌评价与企业文化建设指南

SB/T 10391—2005 酒类商品批发经营管理规范

SB/T 10392—2005 酒类商品零售经营管理规范

SB/T 10467 零售商供应商公平交易行为规范

《中华人民共和国广告法》(中华人民共和国主席令 1994 年第 34 号)

《中华人民共和国食品安全法》(中华人民共和国主席令 2009 年第 9 号)

《中华人民共和国道路运输条例》(中华人民共和国国务院令 2012 年第 628 号)

《中华人民共和国水路运输管理条例》(中华人民共和国国务院令 2008 年第 544 号)

《酒类广告管理办法》(国家工商总局令 1995 年第 39 号)

《中国民用航空货物国内运输规则》(中国民航总局令 1996 年第 50 号)

《中国民用航空危险品运输管理规定》(中国民航总局令 2004 年第 121 号)

《酒类流通管理办法》(商务部令 2005 年第 25 号)

《地理标志产品保护规定》(国家质检总局令 2005 年第 78 号)

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

酒类商品 alcohol commodities

乙醇含量大于 0.5% vol 的含酒精饮料,包括发酵酒、蒸馏酒、配制酒、食用酒精以及其他含有酒精

成分的饮品。经国家有关行政管理部门依法批准生产的药酒、保健食品酒类除外。

注 1: 有关酒类商品的分类, 依照 GB/T 17204 的规定。

注 2: 白酒类商品的名称与定义, 依照 GB/T 15109—2008 的规定; 其他酒类商品的名称与定义, 依照 GB/T 17204 的规定。

3.2

酒类流通 alcohol circulation

酒类商品从生产领域向消费领域的流动过程, 包括采购、储运、批发、零售、宣传以及服务等与此有关的系列活动。

3.3

随附单 receipt of alcohol circulation

批发销售时由供应商开具的, 用于记录该批次酒类商品的来源、去向、品名、数量等相关流通信息的流通单据。

注 3: 随附单是根据《酒类流通管理办法》的要求, 由国家商务主管部门统一制定。

3.4

白酒基础酒 crude spirits

亦称基础酒、原酒。经发酵、蒸馏而得到的未经勾兑的酒。[GB/T 15109—2008, 定义 3.5.19]

3.5

地理标志产品 geographical indication

以酒类商品(或其关键成分)的来源地区名作为该酒类商品的特征标志。该酒类商品的特定品质、信誉或者其他特征, 受该地区的自然因素或者人文因素影响。

3.6

原产地名称 appellation origin

标示酒类商品的产出处, 并表示其与某种地理条件或传统技术有关的区别标志。

3.7

酒文化 liquor culture

酒在生产、销售、消费过程中, 以酒为中心所产生的物质文化和精神文化总和, 包括可查证的历史文献、技艺传承, 是制酒饮酒活动过程中由习惯、规则和心理积淀总和形成的特定文化形态。

4 经营

4.1 条件

4.1.1 从事酒类商品批发经营的企业, 应按 SB/T 10391—2005 中的第 4 章执行。

4.1.2 从事酒类商品零售经营的企业, 应按 SB/T 10392—2005 中的第 4 章执行。

4.1.3 聘用或培养从事酒类经营、服务及管理的专业人才, 应对其岗位提出相应的职业化和规范化要求。

4.2 采购

4.2.1 酒类经营者应制定采购流程和采购制度以控制酒类质量。

4.2.2 选择酒类商品供应商时, 应索取并查验其与酒类商品相关的生产或经营资质, 例如酒类生产许可证、酒类商品经销授权、酒类经营许可证或酒类流通备案登记表等。

4.2.3 采购酒类商品时, 应索取并查验其随批质量检验合格证明和酒类商品流通随附单(含复印件, 啤酒可不用随附单)。对于进口酒类商品, 应索取并查验进口酒类经营许可证, 及国家进出口管理部门核发的相应批次的证明文件。

4.2.4 酒类商品采购过程中,应签订内容详细、责任明确的采购合同,符合 GB/T 19001—2008 中的 7.4 的要求。

4.2.5 酒类商品采购过程中,应按本标准 6.1 和有关规定做好酒类流通信息记录工作。

4.2.6 利用互联网平台进行酒类电子商务的企业应符合以上要求。

4.3 包装与储运

4.3.1 酒类商品应适度包装,降低成本,减少资源消耗。

4.3.2 酒类商品包装应符合品质保证、运输安全、存储条件等方面的要求。

4.3.3 需要重新分装或预包装的,应有该酒类生产企业的授权,并在履行相关手续后再重新包装。重新包装应符合 GB 7718 和 GB 23350 的规定,应对其过程完整记录,并在标签上对重新包装作出标识。

4.3.4 批量运输酒类商品时,应符合《中华人民共和国道路运输条例》、《中华人民共和国水路运输管理条例》、《中国民用航空货物国内运输规则》、《中国民用航空危险品运输管理规定》等法规的要求。

4.3.5 鼓励酒类流通和生产企业建立或委托建立统一的物流配送体系。

4.4 销售

4.4.1 销售应符合国家生产规范并经检验合格,或经进口检验合格的酒类商品。

4.4.2 酒类商品批发时,应提供与酒类商品相关的生产或经营资质证明,以及酒类商品质量和流通的有关证明。与本标准 4.2.2 和 4.2.3 的要求对应。

4.4.3 酒类商品批发时,批发经营者应详细记录购买机构名称、销售日期、销售商品的品名、规格、产地、生产厂名称、生产批号、生产日期、数量、单位、产品执行标准号等信息,并将这些信息填入《酒类流通随附单》。标签标识应符合 GB 2757 和 GB 7718 要求的信息。

4.4.4 随附单应附随于酒类流通的批发过程,每批一单(啤酒除外),单货相符。

4.4.5 零售酒类商品时,应明码标实价。

4.4.6 酒类零售商应配备酒类商品扫码仪。

4.4.7 通过互联网进行酒类商品零售的,应取得生产企业或供货商提供的授权经营证明,同时应当报知生产厂家进行备案。并按有关规定,提供真实、详细的商品及销售信息。

4.4.8 酒类商品的促销方式,如团购、打折等,应符合国家有关规定。

5 服务

5.1 售前服务

5.1.1 应向购买者提供酒类商品质量证明、防伪证明等材料,以备查验。

5.1.2 应向购买者提供酒类商品的追溯查询服务,包括但不限于生产信息、流通信息、原产地信息、防伪信息等。

5.1.3 酒类商品包装上粘贴的标签应符合 GB 2757、GB 10344、GB 7718 和 GB/T 17204 的规定。销售进口酒类商品时,应按规定加贴中文标签。

5.1.4 酒类宣传应真实可靠,有据可查。

5.2 售中服务

5.2.1 酒类经营网点应持有相应的经营许可证,并亮证经营。

5.2.2 应在酒类零售经营场所的显著位置张贴必要的警示标志。

5.2.3 鼓励酒类经营者开展品牌营销和连锁经营。

5.3 售后服务

- 5.3.1 应提供酒类商品查询、投诉、举报等渠道并保证相应服务。
- 5.3.2 对运输过程中的损毁,应制定责任划分及赔偿补偿办法。
- 5.3.3 酒类经营者应建立酒类商品退市、召回和销毁管理制度。

6 流通信息

6.1 登记与上报

- 6.1.1 酒类经营者应依法向有关管理部门办理备案登记手续。已登记事项如有变更,应及时办理变更登记。
- 6.1.2 酒类经营者应按酒类流通主管部门的要求和数据格式,及时上报酒类商品流通的各项数据。
- 6.1.3 酒类经营者发现流通过程中有价格异常、假冒伪劣、食品安全等重大突发事件时,应主动向有关主管部门报告。主管部门应建立反馈机制和通报制度,并接受企业和消费者的监督。

6.2 查询服务

- 6.2.1 酒类经营者应建立酒类商品流通的计算机信息管理系统,详细记录和管理酒类商品的流通信息,包括但不限于:
 - a) 本标准 4.2.2、4.2.3、4.4.3 规定的流通信息;
 - b) GB 7718 要求标示的相关信息。
- 6.2.2 酒类流通信息管理系统应能为消费者提供信息查询功能,例如酒类商品的防伪查询、资质证明查询、信誉荣誉查询等。

7 酒类商品保护

7.1 专利保护

对于取得专利技术的酒类商品,鼓励企业积极自主创新,实行专利保护。

7.2 品牌保护

- 7.2.1 酒类商品依法使用注册商标。
- 7.2.2 酒类商品应准确使用认证标志、标准采用标志、防伪标识等。
- 7.2.3 酒类商品应保持能力、品质、价值、声誉、影响和企业文化等要素与其他品牌酒类具有显著区别性和排他性。

7.3 地理标志产品保护

- 7.3.1 酒类商品生产者可依照《地理标志产品保护规定》,申请认定“地理标志产品专用标志”。
- 7.3.2 经营者应将已注册的地理标志等信息,真实、准确、完整地传递给消费者。
- 7.3.3 酒类生产者可以用原产地名称来说明该酒类商品的产地。

7.4 鉴别与争议

- 7.4.1 酒类生产者应为经营者、消费者提供酒类商品的真假鉴别、品质鉴别的渠道和服务。
- 7.4.2 对酒类商品的品质有争议时,可以申请法定检测机构进行检测检验。

7.4.3 对酒类商品真伪有争议时,法定检测机构可征求被侵权商品生产企业的意见。

7.4.4 酒类行业管理部门出具或认可的酒类鉴定结论应当以法定检测机构检测结果或者被侵权企业的原始检测报告为依据。

8 宣传

8.1 酒类广告

8.1.1 酒类广告应符合《中华人民共和国广告法》、《中华人民共和国食品安全法》和《酒类广告管理办法》等相关法律法规的规定。

8.1.2 从事广告业务(包括设计、制作和传播)的机构,在接受酒类广告业务时,应确认广告内容真实有效。

8.1.3 鼓励酒类经营者做公益性广告。

8.2 酒文化

8.2.1 酒类经营者在传播酒文化时,应倡导良好社会风尚。

8.2.2 酒类经营者用酒文化进行酒类营销时,应本着客观、真实、合法的原则。

8.2.3 鼓励酒类生产或经营者发掘酒文化资源,传承和弘扬酒类传统文化。

8.2.4 鼓励酒类生产或经营者用悠久文化资源打造文化名酒品牌。

8.3 酒类健康知识

8.3.1 酒类经营活动中,应倡导理性消费、节制饮酒的观念,传递正确的饮酒健康知识。

8.3.2 酒类宣传中所传递的健康知识,应有科学依据,数据真实、准确。

9 监督与评价

9.1 经营行为监督

9.1.1 酒类流通管理部门依法履行对酒类流通行为的监督管理职能。

9.1.2 有资质的第三方机构可依据 GB/T 27922、GB/T 27925、SB/T 10467 等有关标准对酒类经营者的诚信经营行为进行监督和评价。

9.2 管理性评价

9.2.1 对酒类企业的售后服务评价,可参照 GB/T 27922 的规定执行。

9.2.2 对酒类企业的品牌评价,可参照 GB/T 27925 的规定执行。