

ICS 67.160.10

CCS X61

团体标准

T/TAPIC 001-2024

蓝酒

LAN JIU

2024-09-28 发布

2024-10-01 实施

天津市东西部协作和支援合作产业促进会 发布

目次

前言	II
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 原辅料要求	1
4.1 蓝莓鲜果	1
4.2 生产用水	2
5 生产要求	2
5.1 厂房车间	2
5.2 设施设备	2
5.3 卫生要求	2
6 酿造工艺	2
6.1 原料处理	2
6.2 发酵	3
6.3 发酵酒	3
6.4 蒸馏酒	3
6.5 勾调陈酿	3
6.6 灌装	3
7 技术要求	3
7.1 酒品分类	4
7.2 感官要求	4
7.3 理化要求	5
7.4 污染物限量	6
7.5 食品添加剂	6
7.6 净含量	7
8 检验规则和标志、包装、运输、贮存	7
9 评价认定	7
10 管理要求	7
10.1 产业化管理	7
10.2 酿造工艺管理	8
10.3 生产与质量管理	8
10.4 市场营销管理	9
10.5 追溯与召回	9
10.6 持续改进	10
附录 A（规范性附录）中国蓝酒标准化评价要求	11
附录 B（规范性附录）中国蓝酒评价认定证书	17
附录 C（规范性附录）中国蓝酒销售证	18

前 言

本文件按照 GB/T 1.1—2020 《标准化工作导则 第 1 部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由香格里拉市拉卡实业发展有限公司提出。

本文件由天津市东西部协作和支援合作产业促进会归口。

本文件起草单位：香格里拉市拉卡实业发展有限公司、羽诚天赐控股（香格里拉市）有限公司、以华融（天津）科技发展有限公司、北京炎黄医养科技有限公司、昭通市果糖乙醇转化产业技术应用研究室、天津市东西部协作和支援合作产业促进会中国蓝酒标准化技术委员会。

本文件主要起草人为：于丽（伊伧女士）、郑伟、侯权恒、杨天均、赵晨阳、曹挥、刘秀杰、李树和、刘树明、孙理、侯照东。

本文件为首次发布。

蓝酒

1 范围

本文件规定了蓝酒的术语和定义、原料要求、生产要求、酿造工艺、技术要求、分析方法、检验规则和标志、包装、运输、贮存、评价认定、管理要求。

本文件适用于蓝酒的生产、产品分类分级、检验、销售、评价与管理。

2 规范性引用文件

下列文件中的条款通过本文件的引用而成为本文件的条款。凡是注日期的引用文件，其随后所有的修改单（不包括勘误的内容）或修订版均不适用于本文件。凡是不注日期的引用文件，其最新版本适用于本文件。

GB 4806.9 食品安全国家标准 食品接触用金属材料及制品

GB 5749 生活饮用水卫生标准

GB 10344 预包装食品酒标签通则

GB/T 10346 白酒检验规则和标志、包装、运输、贮存

GB/T 11856.2 烈性酒质量要求 第2部分：白兰地

GB 12696-2016 食品安全国家标准 发酵酒及其配制酒生产卫生规范

GB 14881-2013 食品安全国家标准 食品生产通用卫生规范

GB/T 15037 葡萄酒

GB/T 17204 饮料酒术语和分类

GB/T 23543 葡萄酒企业良好生产规范

GB/T 32783 蓝莓酒

JJF 1070 定量包装商品净含量计量检验规则

T/GVEAIA 015.1-2020 中医农业标准化 第1部分：生产、加工和标识管理规范

T/GVEAIA 016.2-2021 农产品质量信用标准化 第2部分：信用评价和标识管理规范

定量包装商品计量监督管理办法（国家质量监督检验检疫总局（2005）第75号令）

3 术语和定义

GB/T 17204、T/GVEAIA 015 界定的以及下列术语和定义中的内容适用于本文件。

3.1

蓝酒 LANJIU

以蓝莓和葡萄为主要原料，经破碎、制浆、发酵、蒸馏、勾调、陈酿等相关工艺制备而成的发酵或蒸馏饮料酒。

4 原辅料要求

4.1 蓝莓鲜果

4.1.1 品类要求

甄级、特级蓝酒所选用的蓝莓鲜果，应采用高原寒坝区出产的蓝莓，生产环境应符合以下条件。

- a) 海拔：3200~3300 米；
- b) 气温：最高温 26.5℃，最低温-19.4℃，年平均气温在 5.8℃左右。

4.1.2 生产要求

- 仿野生栽培生产的蓝莓鲜果，应符合 T/GVEAIA015.1-2020 中 5.2 的要求。
- 野生采集的蓝莓鲜果，应符合 T/GVEAIA015.1-2020 中 5.3 的要求。

4.1.3 质量要求

应符合以下至少一项条件。

- 符合 T/GVEAIA 016.2 质量信用等级 A++、A+、A 级的果品。
- 符合绿色、有机、地理标志任一项认证的果品。
- 标识有中医农产品评价标识的果品。
- 标识有食用农产品合格证的果品

4.2 生产用水

应符合 GB 5749 的规定。

5 生产要求

5.1 厂房车间

厂房面积和物理空间应与生产能力相适应，便于设备安装、清洁消毒、物料存储及人员操作。应符合 GB 14881-2013 中第 4 章的相关规定。

5.2 设施设备

生产设备主要是水果原料处理设备、发酵设备、蒸馏设备、灌装设备，以及储存容器设施。应符合 GB 14881-2013 中第 5 章和 GB 4806.9 的规定。

5.3 卫生要求

建立健全卫生管理制度，加强生产人员的健康和卫生管理，做好虫害控制和废物处置工作。应符合 GB 14881-2013 中第 6 章的规定，还应符合 GB 12696 的规定。

6 酿造工艺

6.1 原料处理

6.1.1 选品

将蓝莓和葡萄鲜果按 1:2~1:3 比例取材，去除病、烂、青果和杂质。应符合 GB 14881-2013 中第 7 章的规定和本文件 4.1 的规定。

6.1.2 清洗

对进入生产线的蓝莓和葡萄原料进行水清洗，清洗后控干水分。清洗用水应符合 GB 5749 的规定。

6.1.3 破碎

把清洗控干水分的鲜果置于破碎机中破碎。

6.1.4 制浆

粉碎的原料在加工过程中，按照加工工艺分离出汁与浆，分别放置容器中储存。

6.2 发酵

6.2.1 汁发酵

根据工艺要求选用发酵酒发酵剂，取适量预加工的汁、浆放置到发酵罐中，控制温度为 20~38℃ 左右，测定含糖量和酒精体积分数，发酵结束经过滤得到发酵酒原酒液。低温 5℃ 左右静置，待酒液澄清。

6.2.2 浆发酵

根据工艺要求选用不同风味的蒸馏酒发酵剂，取适量放置到储存果浆的发酵罐中，控制温度为 20~28℃ 左右，测定含糖量和酒精体积分数，发酵结束后得蒸馏酒原酒浆料。

6.3 发酵酒

应符合 GB/T 23543 的相关规定。

6.4 蒸馏酒

应符合 GB/T 11856.2 生产过程控制的相关规定。

6.5 勾调陈酿

6.5.1 发酵酒

干型、半干型酒勾调、陈酿品种包括：

- a) 新鲜酒；
- b) 微陈酿；
- c) 大陈酿。

6.5.2 蒸馏酒

根据产品标准要求，对基酒的酒精度、感官指标进行勾调。

把勾调的基酒装在贮酒罐中陈酿，待酒体透亮，醇厚绵柔后即为成品酒。

6.6 灌装

成品酒经检验达标后准许灌装出品。应符合本文件 7 规定的酒品要求。

7 技术要求

7.1 酒品分类

蓝酒分类，应符合图 1 的要求。

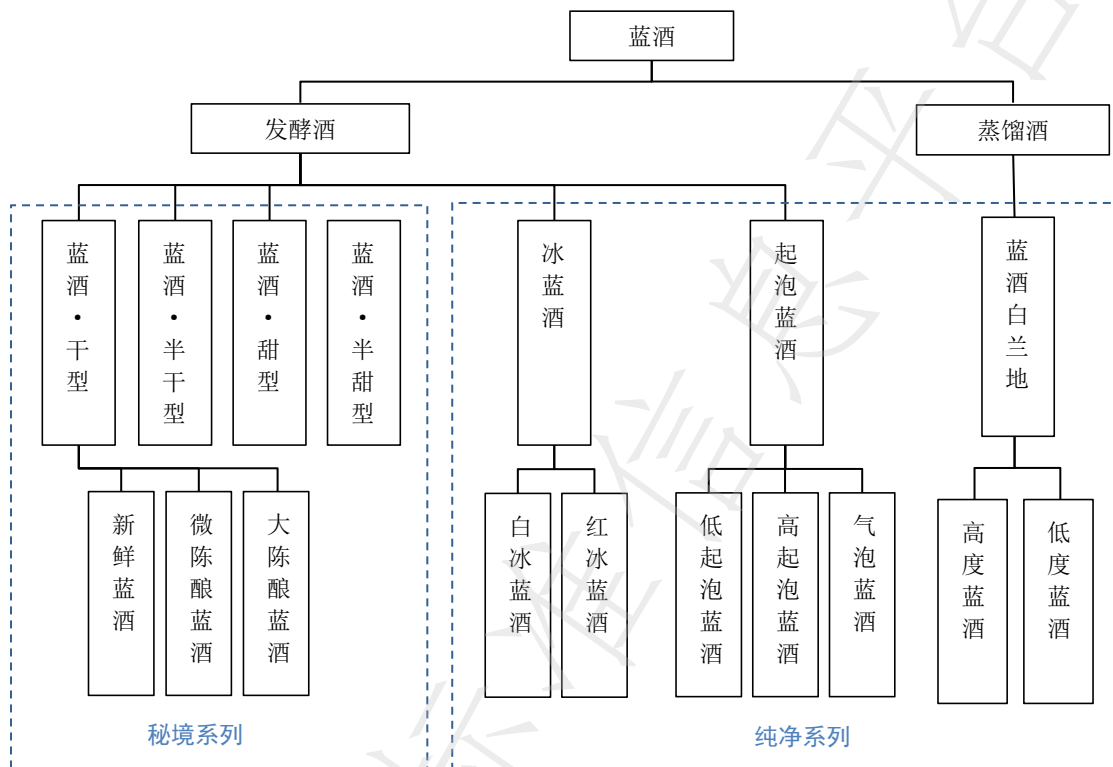


图 1 蓝酒分类图

7.2 感官要求

7.2.1 发酵酒感官要求，应符合表 1 的规定。

表 1

项目		要求
外观	色泽	紫红、深红、深宝石红、宝石红微带棕色、玫金色或金黄色。
	澄清程度	酒体澄清，有光泽，无明显悬浮物。（使用软木塞封口的酒允许有少量软木渣，装瓶蓝酒超过一年的允许有少量沉淀）。
	起泡程度	起泡蓝酒、蓝气酒注入杯中时，应有细腻的串珠状气泡升起，并有一定的泡持性。
香气	香气	具有纯正、丰富、优雅、和谐的蓝莓和葡萄的果香与酒香，陈酿型的蓝酒还应具有陈酿香或橡木香。
滋味	干型新鲜蓝酒	高原秘境蓝莓和葡萄果香和花香，香气平衡，丰富悠长。
	干型微陈酿蓝酒	高原秘境蓝莓和葡萄果香和花香，饱满舒展，香气较悠长。
	干型大陈酿蓝酒	高原秘境蓝莓和葡萄果香和花香，丰厚久远，余香萦绕。
	半干蓝酒	具有纯净爽怡的口感，酒体完整，协调适口。
	甜、半甜蓝酒	具有纯正的蓝莓果滋味，酒体醇厚、丰满，酸甜协调。

表 1 (续)

	起泡、气泡蓝酒	具有蓝莓葡萄酒的滋味，还应有二氧化碳气体特有的杀口力。
	冰蓝酒	具有酸甜适口，圆润丰满、柔和协调的口感。
典型性		具有蓝酒应有的特征和独特风格。

7.2.2 蒸馏酒感官要求，应符合表 2 的规定。

表 2

项目	要求				
	甄级	特级	优级	一级	二级
外观	澄清透明、晶亮，无悬浮物、无沉淀（使用软木塞封口或出厂时间超过三年的产品，允许有微量沉淀或悬浮物）。				
色泽	金黄色至琥珀色或棕红色或赤金色			玫金色至金黄色	
香气	高原秘境蓝莓和葡萄果香和花香，多重香气交织融合，香气自然温润，丰厚久远，余香萦绕。	高原仿野生蓝莓和葡萄果香和花香，多重复合香气，香气融合平衡，饱满舒展，香气较悠长。	仿野生蓝莓和葡萄花果香，有较丰富橡木香，甜香和醇香等多种香气呈现的和谐，香气平衡，丰富悠长。	有机栽培蓝莓和葡萄果香，明显的花香，具有烘烤香，以及橡木香、甜香、酒香等呈现的复合香气。	绿色栽培蓝莓和葡萄果香和花香，以及橡木香、甜香、酒香等呈现的复合香气，无不适宜的香气。
口感	入口沁润丝滑，有愉悦舒展的发散感，味道深远，有广度和深度，富有感召力。	入口圆润香醇，有积蓄的力道感，浸润有力，饱满开阔。	入口轻快甘醇，细致顺滑，酒体紧致，余味悠长、持久。	醇甜甘冽，较丰满、舒适。酒体结构完整，余味较持久。	醇甜、舒适，无明显异味，余味适中。
风格	具有本品独特的风格		具有本品突出的风格	具有本品明显的风格	具有本品应有的风格

7.3 理化要求

7.3.1 发酵酒理化指标，应符合表 3 的规定。

表 3 发酵酒理化要求

项目		指标
酒精度 ^a (20℃)/(%) vol	干型蓝酒 ≥	7.0
	冰酒	9.0~14.0
总糖 ^d (以葡萄糖计)/(g/L)	蓝酒干型 ^b ≤	4.0
	蓝酒半干型 ^c	4.1~12.0
	蓝酒甜型	12.1~45.0
	蓝酒半甜型 ≥	45.1
	蓝酒冰酒 ≥	125.0
干浸出物/(g/L)	干型、甜型 ≥	14.0

表 3 (续)

	气泡酒	≥	10.0
	冰酒	≥	30
挥发酸 (以乙酸计) / (g/L)	干型、甜型、起泡、气泡酒	≤	1.2
	冰酒	≤	2.1
二氧化碳 (20 °C) / (MPa)		≥	0.05
甲醇	白冰酒	应符合 GB 15037 和 GB/T 32783 的规定	
	红冰酒		

7.3.2 蒸馏酒理化指标, 应符合表 4 的规定。

表 4 蒸馏酒理化要求

项目	要求				
	甄级	特级	优级	一级	二级
酒精度 ^a / (%vol)	≥36.0				
非酒精挥发物总量 (挥发酸+酯类+醛类+高级醇) / [g/L (100%vol 乙醇)]	≥3.5	≥3.0	≥2.5	≥1.25	-
总酸 (以乙酸计) / [g/L (100%vol 乙醇)]	≥0.60		≥0.40	≥0.30	-
高级醇 [g/L (100%vol 乙醇)]	≤0.60				-
吸光度 / (420nm)	≤0.50			≤0.10	-
^a 酒精度标签标示值与实测值不得超过±1.0%vol。 ^b 当总糖高于总酸 (以柠檬酸计), 其差值小于或等于 2.0 g/L 时, 含糖最高为 9.0 g/L。 ^c 当总糖高于总酸 (以柠檬酸计), 其差值小于或等于 2.0 g/L 时, 含糖最高为 18.0 g/L。 ^d 起泡蓝酒和蓝酒气酒的总糖要求同干型蓝酒。					

7.4 污染物限量

应符合表 5 的规定。

表 5 污染物限量

项目	指标	检验方法
铅 (以Pb计), mg/kg	≤ 0.4	GB 5009.12

7.5 食品添加剂

不得添加合成着色剂、甜味剂、香精、增稠剂。

7.6 净含量

应符合《定量包装商品计量监督管理办法》的规定，按 JJF 1070 规定的方法检验。

8 检验规则和标志、包装、运输、贮存

- 8.1 发酵酒检验规则和标志、包装、运输、贮存按 GB/T 15037 的相关规定执行。
- 8.2 蒸馏酒检验规则和标志、包装、运输、贮存按 GB/T 10346 的相关规定执行。
- 8.3 产品包装标识应符合 GB 10344 的要求，还应标识符合图 2 示例的“中国蓝酒”标志。



图 2 中国蓝酒标志示例

9 评价认定

蓝酒标准化评价认定与管理，应符合附录 A 的要求。

10 管理要求

10.1 产业化管理

10.1.1 产业规划

蓝酒产业体系建设，应具备完善的产业发展规划、商业方案、规章制度等各项规范性文件，包括：

- 蓝酒产业发展规划。
- 蓝酒工艺与标准化管理规范。
- 蓝酒资本化服务方案。
- 蓝酒加工厂建设与管理规范。
- 蓝酒生产加工与管理规范。
- 蓝酒生产设备设施管理规范。
- 蓝酒包装与品牌运营。
- 蓝酒市场营销方案。
- 蓝酒酿造技术与培训方案。
- 蓝酒生产废料制备植物营养液肥及市场营销方案。

10.1.2 全产业链管理

蓝酒全产业链模型如下：

酒曲生产与储运→果品生产与准入→果品破碎制浆→果浆发酵→蒸馏制酒→勾调陈酿→灌装与仓储→销售与售后服务→良好行为评价管理。

10.1.3 运营管理

蓝酒全产业链实行分布式生产酿造，统一品牌和供应链及供应链金融管理。

——分布式生产酿造。以产业服务乡村振兴，带领农民共同富裕为宗旨，把蓝酒生产酿造工艺模块化，适应核心企业+农户的分布式生产作业条件。

——统一品牌。蓝酒产品统一标识“蓝酒贯标评价认定”标志。

——供应链闭环。以蓝酒核心企业为依托，把产业链上下游销售企业、加工企业、流通企业、新型农业经营主体、合作社、家庭农场、农户组织在一起，形成蓝酒供应链交易流、物流闭环。

——供应链金融闭环。以蓝酒核心企业的授信为依托，与商业银行和农业担保机构合作，为供应链上下游企业之间连续发生的订单、仓单应收应付账款，提供信用担保贷款服务，实现供应链金融信息流、资金流闭环。

——市净率资本增值服务。在供应链金融闭环基础上，与上市公司合作，为蓝酒全产业链参与各方提供市净率 IP 交易量资本化增值服务。

——平台化服务。由蓝酒核心企业构建产业标准化服务平台，提供全产业链信息化平台服务。

10.2 酿造工艺管理

10.2.1 工艺流程

制曲→选品→清洗→破碎→制浆→发酵→蒸馏→勾调→陈酿→灌装。

10.2.2 工艺模块

工艺模块分为 4 个生产单元，每个生产单元可在不同的时间节点、地理空间与场地完成，产品的生产完成以生产单元 4 为交付对象。

生产单元 4 应具备产品生产交付的相关资质和能力，并协调统筹生产单元 1、2、3 协同作业。

生产单元模块示意图，见图 3。

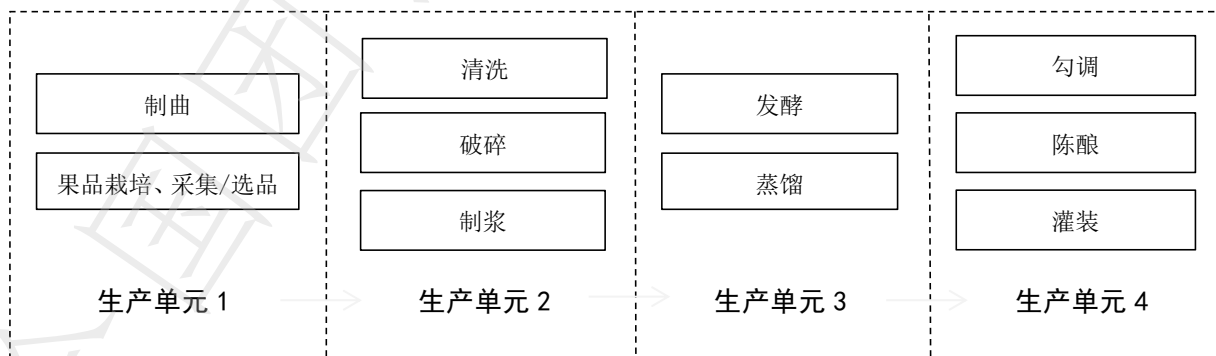


图 3 生产单元模块示意图

10.3 生产与质量管理

10.3.1 生产与质量管理

——严格按照工艺流程开展生产，全流程控制产品质量。

——各生产单元遵照标准化生产协同作业，质量控制落实到人，实行追溯管理。

10.3.2 生产与质量管理部门架构

蓝酒的生产与质量管理部门应该配备与生产规模、工艺、品种、产品检验要求相适应的人员、场所、设施、设备、仪器和仪表等。

10.3.3 问题处理机制

蓝酒的生产与质量管理部门对有关生产过程质量控制问题的反映，设定专职岗位，安排专人处理，追查原因，及时改进，保证产品生产全过程的质量可控。

10.4 市场营销管理

10.4.1 基本要求

为保证蓝酒的市场营销完整性和可追溯性，销售者在销售过程中应该采取但不限于下列措施：

- a) 应建立完善的市场营销体制机制；
- b) 应建立完善的产品物料配送体系；
- c) 建立信息化平台，做到购买、运输、储存、出入库和销售等全过程记录。

10.4.2 销售证明

蓝酒销售时，采购方应该索取蓝酒的《中国蓝酒认定证书》证明材料。《中国蓝酒认定证书》应符合附录 B 的规范。

10.4.3 证书验证

蓝酒的认定证书，由评价机构提供在线查询服务，以方便消费者对证书真伪进行验证。

10.4.4 区分陈列

对于蓝酒不同风味的产品，应该在销售场所设立销售专区或陈列专柜区分陈列，在显著位置摆放区别标识。

10.5 追溯与召回

10.5.1 追溯

蓝酒的生产、加工、经营者应该建立完善的可追溯体系，保持可追溯的生产全过程的详细记录，以及可跟踪的生产批号。

10.5.2 召回

蓝酒的生产、加工、经营者应该建立和保持有效的产品召回制度，包括产品召回的条件、召回产品的处理、采取的纠正措施、产品召回的演练等，并保留产品召回过程中的全部记录，包括召回、通知、补救、原因、处理等。

10.5.3 投诉

蓝酒的生产、加工、经营者应该建立和保持有效地处理客户投诉的程序，并保留投诉处理全过程的记录，包括投诉的接受、登记、确认、调查、跟踪、反馈。

10.6 持续改进

蓝酒的生产、加工、经营者应该持续改进其管理要求的有效性，促进蓝酒生产、加工和经营的健康发展，以消除不符合或潜在不符合蓝酒生产、加工和经营的因素。

蓝酒生产、加工和经营者应该：

- 确定不符合的原因。
- 评价确保不符合不再发生的措施的需求。
- 确定和实施所需的措施。
- 记录所采取措施的结果。
- 评审所采取的纠正或预防措施。

附录 A

(规范性附录)

中国蓝酒标准化评价要求

A.1 评价对象

评价对象范围，适用于中国蓝酒产品以及中国蓝酒贯标主体，包括生产加工机构、经营销售机构、中国蓝酒消费者服务机构等。

A.2 评价机构

由标准化组织“中国蓝酒标准化技术委员会”实施标准化良好行为评价活动。

A.3 评价依据

依据团体标准：T/TAPIC 001 中国蓝酒。

A.4 评价程序与规则

A.4.1 评价申请

A.4.1.1 评价申请

由贯标主体自愿提出申请，并提供评价申请书。

A.4.1.2 申请公开

评价组织机构受理贯标主体提出的评价申请，应至少公开以下信息：

- 评价范围及有效期。
- 评价程序和评价要求。
- 评价依据。
- 评价组织机构和贯标主体委托人的权利与义务。
- 评价组织机构处理申诉、投诉和争议的程序。
- 批准、注销、变更、暂停、恢复和撤销评价证书的规定与程序。
- 对贯标主体正确使用评价标识、防伪码、证书的要求。
- 对获证贯标主体正确宣传中国蓝酒产品的要求。

A.4.2 受理条件

评价组织机构受理贯标主体评价申请的条件，包括：

- 贯标主体及其相关方应取得相关法律法规规定的行政许可，其生产加工或经营销售的产品应符合相关法律法规、标准及规范的要求，并应拥有产品的所有权。
- 申请评价的产品应在本规则评价依据的相关标准范围内。
- 贯标主体在三年内未出现产品质量安全重大事故。

——贯标主体未列入国家信用信息严重失信主体相关名录。

——贯标主体应至少提交以下文件和资料：

a) 贯标主体的合法经营资质文件的复印件；

b) 贯标主体及其中国蓝酒产品的生产加工、经营销售的基本情况；

c) 生产加工、经营销售管理手册和操作规程。

d) 承诺守法诚信，接受评价组织机构，行政执法部门的监督和检查，保证提供材料真实、执行贯标标准、技术标准实施规则相关要求的声明。

A.4.3 审查

对符合 A.4.2 要求的贯标主体，评价组织机构应根据评价依据、评价规则要求，在 10 个工作日内对提交的申请文件和资料进行审查，并作出是否受理的决定，保存审查记录。

A.4.3.1 审查要求

——评价要求规定明确，并形成文件和得到理解。

——评价组织机构和贯标主体之间在理解上的差异得到解决。

——对于申请的评价范围，贯标主体的工作场所和任何特殊要求，评价组织机构均有能力开展评价服务。

A.4.3.2 初审意见

——申请材料齐全、符合要求的，予以受理评价申请。

——对不予受理的，应书面通知贯标主体，并说明理由。

A.4.3.3 审查培训

评价组织机构可采取必要措施帮助贯标主体及直接进行贯标评价培训，使其正确理解贯标标准和执行标准的要求。

A.4.4 现场检查

A.4.4.1 现场检查准备

A.4.4.1.1 根据贯标主体所申请评价对象范围，评价组织机构应委派具有相应资质和能力的检查员组成检查组。

A.4.4.1.3 评价组织在现场检查前应向检查组下达检查任务书，应包含以下内容：

——检查依据，包括评价依据、评价规则和其他规范性文件。

——检查范围，包括检查的对象范围和过程范围等。

A.4.4.1.4 评价组织机构可向贯标主体出具现场检查通知书，将检查内容告知贯标主体。

A.4.4.1.5 检查组应制定书面的检查计划，经评价组织机构审定后交贯标主体并获得确认。为确保评价全过程的完整性，检查计划应：

——覆盖所有评价对象范围的全部生产加工、经营销售活动。

——覆盖评价对象范围相关的所有生产加工场所和经营销售场所。

——适用时，可覆盖所有评价中国蓝酒产品的二次分装或分割的场所、运输贮存产品的仓储、码头等场所。

A.4.4.2 现场检查实施

检查组应根据评价依据对贯标主体生产加工、经营销售活动进行评审，核实生产加工、经营销售过程与贯标主体按照 A.2 条款所提交的文件的一致性，确认生产加工、经营销售过程与评价依据的符合性。检查过程至少应包括以下内容：

- 对生产加工过程、产品和场所的检查。
- 对生产加工、经营销售人员进行访谈。
- 对评价对象有关的文件与记录进行审核。
- 对评价对象的产量与销售量进行衡算。
- 对产品追溯体系、评价标识和销售证的使用管理进行验证。
- 对贯标主体持续改进进行评估。
- 采集必要的样品。
- 对上一年度提出的不符合项采取的纠正和纠正措施进行验证。
- 检查组在结束检查前，应对检查情况进行总结，向受检查方和贯标主体确认检查发现的不符合项。

A.4.5 样品检测

- 评价组织机构应编制抽样检测的技术文件，对抽样检测的项目、频次、方法、过程等作出要求。
- 评价组织机构应委托具备法定资质的检验检测机构进行样品检测。
- 中国蓝酒生产或加工中允许使用限量物质的残留量应符合相关法律法规或强制性标准的规定。

A.4.6 检查报告

评价组织应规定检查报告的基本格式，包括：

- 检查报告应叙述 A.4.4 至 A.4.5 列明的各项要求的检查情况，就检查证据、检查发现和检查结论逐一进行描述。
- 对识别出的不符合项，应用写实的方法准确、具体、清晰描述，以易于贯标主体及其相关方理解。不得用概念化的、不确定的、含糊的语言表述不符合项。
- 检查报告应随附必要的证据或记录，包括文字或照片或音视频等资料。
- 检查组应通过检查报告提供充分信息对贯标主体执行标准的总体情况作评价，对是否通过评价提出意见建议。
- 评价组织机构应将检查报告提交给贯标主体。

A.4.7 评价决定

A.4.7.1 评价组织机构应在现场检查和产品检测结果综合评估的基础上作出评价决定。

A.4.7.2 对符合以下要求的贯标主体，评价组织机构应颁发评价证书。评价证书应符合附录 B 的要求。

- 生产加工或经营销售活动及其他检查证据符合本规则和评价标准的要求。
- 生产加工或经营销售活动及其他检查证据虽不完全符合本规则和评价依据标准的要求，但贯标主体已经在规定的期限内完成了不符合项纠正和/或纠正措施，并通过评价组织验证。

A.4.7.3 贯标主体的生产加工或经营销售活动存在以下情况之一，评价组织机构不应批准评价决定。

- 提供虚假信息，不诚信的。
- 列入国家信用信息严重失信主体相关名录。
- 产品检测发现存在禁用物质的，或者限量重金属超标的。
- 申请评价的产品质量不符合国家相关法律法规或技术标准强制要求的。

- 一年内出现重大产品质量安全问题，或因产品质量安全问题被撤销评价证书的。
- 未在规定的期限完成不符合项纠正和/或纠正措施，或提交的纠正和/或纠正措施未满足评价要求的。
- 其他不符合本规则评价标准要求，且无法纠正的。

A.4.8 申诉

- 贯标主体如对评价决定结果有异议，可在 10 日内向评价组织机构申诉，评价组织机构自收到申诉之日起，应在 30 日内处理并将处理结果书面通知贯标主体。
- 贯标主体如认为评价组织机构的行为严重侵害了自身合法权益，可以直接向监管部门申诉。

A.5 评价管理

A.5.1 评价后管理

A.5.1.1 评价组织机构应每年对获证贯标主体至少安排一次获证后的现场检查。实施不通知检查时应在现场检查前 48 小时内通知获证贯标主体。

A.5.1.2 评价组织机构应及时了解和掌握获证贯标主体变更信息，对获证贯标主体实施有效跟踪，以保证其持续符合评价的要求。

A.5.1.3 评价组织机构与贯标主体应明确约定获证贯标主体需建立信息通报制度，及时向评价组织通报以下信息：

- 法律地位、经营状况、组织状态或所有权变更的信息。
- 获证贯标主体管理层、联系地址变更的信息。
- 评价对象的生产加工、经营销售状况、过程或生产加工、经营销售场所变更的信息。
- 获证产品的生产加工、经营销售场所周围发生重大动植物疫情、环境污染的信息。
- 生产加工、经营销售中发生的产品质量安全重要信息，如相关部门抽查发现存在严重质量问题或消费者重大投诉等。
- 获证贯标主体因违反国家安全管理相关法律法规而受到处罚。
- 不合格品撤回及处理的信息。
- 销售证的使用情况。
- 其他重要信息。

A.5.1.4 销售证和防伪码

A.5.1.4.1 销售证是获证产品所有人贯标主体提供给买方的交易证明。销售证应符合附录 C 的要求。对于使用了中国蓝酒产品防伪码的产品，评价组织机构可不颁发销售证。

A.5.1.4.2 贯标主体与购买方签订的供货协议的获证产品需要销售证时。可向评价组织机构申请，应提供获证产品范围和数量、发票、发货凭证等进行报备审核。对符合要求的颁发销售证；对不符合要求的应监督其整改，否则不能颁发销售证。

A.5.1.4.3 销售证由获证贯标主体交给购买方。获证贯标主体应保存已颁发的销售证的复印件，以备评价组织机构审核。

A.5.1.4.4 评价组织机构应按照评价证书编码规则编号，对获证产品销售证及防伪码进行编号，并采取有效防伪、追溯技术，确保发放的每个获证产品销售证或防伪码能够溯源到其对应的评价证书和获证产品及其生产加工、经营销售单位。

A.5.1.4.5 评价组织机构对其颁发的销售证或防伪码的正确使用负有监督管理的责任。

A.5.2 再评价

A.5.2.1 获证贯标主体应至少在获证产品证书有效期结束前3个月向评价组织机构提出再评价申请。获证贯标主体的获证产品生产加工、经营销售过程未发生变更时，评价组织机构可适当简化申请评审程序。

A.5.2.2 评价组织机构应在评价证书有效期内进行再评价检查。

A.5.2.3 对超过3个月仍不能再评价的获证产品及经营销售，应按初次评价实施。

A.5.3 评价证书、标识管理

A.5.3.1 评价证书基本格式

评价组织机构应依据评价依据和评级程序与规则对合格评价对象颁发的评价证书，评价证书基本格式应符合附录B的要求。

A.5.3.2 评价证书的变更

获证产品在评价证书有效期内，有下列情形之一的，贯标主体应当在15日内向评价组织机构申请变更。评价组织机构应当自收到评价证书变更申请之日起30日内，对评价证书进行变更：

- 贯标主体或者获证产品生产加工、经营销售机构名称或者法人性质发生变更的。
- 产品种类和数量减少的。
- 其他需要变更评价证书的情形。

A.5.3.3 评价证书的注销

有下列情形之一的，评价组织机构应当在30日内注销评价证书，并对外公布：

- 评价证书有效期届满，未申请延续使用的。
- 获证产品不再生产的。
- 获证产品的贯标主体申请注销的。
- 其他需要注销评价证书的情形。

A.5.3.4 评价证书的暂停

有下列情形之一的，评价组织机构应当在15日内暂停评价证书，评价证书暂停期为1至3个月，并对外公布：

- 未按照规定使用评价证书或者评价标识的。
- 获证产品的生产加工、经营销售等活动不符合评价要求，且经评价组织机构评估在暂停期限内能够采取有效纠正或者纠正措施的。
- 其他需要暂停评价证书的情形。

A.5.3.5 评价证书的撤销

有下列情形之一的，评价组织机构应当在7日内撤销评价证书，并对外公布：

- 获证产品质量不符合本文件要求的。
- 获证产品质量不符合国家相关法规、标准强制要求或者被检出国家标准禁用物质的。
- 获证产品生产加工、经营销售活动中使用了禁用物质或者受到禁用物质污染的。
- 获证产品的贯标主体虚报、瞒报获证所需信息的。
- 获证产品的贯标主体超范围使用评价标识的。

——获证产品的生产加工、经营销售等活动不符合评价要求，且在评价证书暂停期间，未采取有效纠正或者纠正措施的。

——获证产品的贯标主体对相关方重大投诉且确有问题未能采取有效处理措施的。

——获证产品的贯标主体从事贯标评价活动因违反国家安全管理相关法律法规，受到相关行政处罚的。

——获证产品的贯标主体拒不接受评价监管部门或者评价组织机构对其实施监督的。

——其他需要撤销评价证书的情形。

A.5.3.6 评价证书的恢复

A.5.3.6.1 评价证书被注销或撤销后，评价组织机构不能以任何理由恢复评价证书。

A.5.3.6.2 评价证书被暂停的，需在证书暂停期满且完成对不符合项的纠正或纠正措施并确认后，评价组织机构方可恢复评价证书。

A.5.3.7 评价证书的暂停

评价证书暂停期间，评价组织机构应通知并监督获证贯标主体停止使用评价证书和标识，获证贯标主体同时应封存带有评价标识的相应批次产品。

A.5.3.8 评价证书撤销后的标识处理

A.5.3.8.1 评价证书被注销或撤销的，获证贯标主体应将注销、撤销的获证产品评价证书和未使用的标识交回评价组织机构，或由获证贯标主体在评价组织机构的监督下销毁剩余标识和带有获证产品评价标识的产品包装，必要时，贯标主体应召回相应批次带有获证产品评价标识的产品。

A.5.3.8.2 评价组织机构有责任和义务采取有效措施避免各类无效的评价证书和标识被继续使用。

A.5.3.8.3 对于无法收回的获证证书和标识，评价组织机构应及时在相关媒体和网站上公布注销或撤销评价证书的决定，声明获证证书及标识作废。

A.5.3.9 评价标识

A.5.3.9.1 贯标主体自愿贯标并向评价组织机构提交办理评价产品入库，贯标产品评价信息声明公开后，可向评价组织机构申请评价标识使用授权。评价标识应符合本文件第 8.2 章图 2 的要求。

A.5.3.9.2 评价标识使用与管理，应符合如下要求：

——贯标主体的获证产品，应该在获证产品或者产品的最小销售包装上加施图 2 给定的标识。

——贯标主体在获证产品加施的标识，可以根据产品的特性，采取粘贴或印刷等方式直接加施在产品或产品的最小销售包装上。不直接零售的加工原料，可以不加施。

——印制的获证产品标识中的文字、图形或符号等应该清晰、醒目。图形、符号应该直观、规范。文字、图形、符号的颜色与背景色或底色应该为对比色。

——印制在获证产品标签、说明书及广告宣传材料上的图 2 标识，可以按比例放大或者缩小，但不应该变形、变色。

A.5.4 评价信息报告

A.5.4.1 评价组织机构应在 10 日内将暂停、撤销评价证书相关贯标主体及获证产品的名单及暂停、撤销原因等，通过官方服务平台向社会公布。

A.5.4.2 评价组织机构在获知获证贯标主体发生产品质量安全事故后，应及时将相关信息向评价组织和所在地的政府监管部门通报。

附录 B
(规范性附录)
中国蓝酒评价认定证书

中国蓝酒评价认定证书，格式要求如下：

证书编号：*****

中国蓝酒评价认定证书

贯标主体（证书持有人）名称：*****

地址：*****

生产加工/经营销售企业名称：*****

地址：*****

评价对象类别：生产加工/经营销售

评价依据：

T/TAPIC 001 中国蓝酒

评价范围：

商标	产品名称	生产加工/经营销售	质量控制	信息公开

以上产品及其生产加工/经营销售过程符合中国蓝酒标准化评价要求，特发此证。

初次发证日期： 年 月 日

本次发证日期： 年 月 日

证书有效期： 年 月 日至 年 月 日

负责人（签字）：



(评价机构印章)

(标准化评价认定标识)

评价机构名称：

评价机构地址：

联系电话：

附录 C
(规范性附录)
中国蓝酒销售证

中国蓝酒销售证，基本格式要求如下：

证书编号：*****	
中国蓝酒销售证	
销售证编号：	
评价证书编号：	
评价类别：	
贯标主体（证书持有人）名称：	
产品名称：	
产品描述：	
购买单位：	
数（重）量：	
产品批号：	
发票号：	
合同号：	
交易日期：	
售出单位：	
此证书仅对购买单位和获得中国蓝酒标准化评价获证产品交易有效。	
发证日期：	年 月 日
负责人（签字）：	（评价机构印章）
评价机构名称：	
评价机构地址：	
联系电话：	