

ICS 03.180
CCS Y51

团 体 标 准

T/BWDP 0001-2025

“最受大学生欢迎的中国风土葡萄酒 大赛”团体标准

The Most Popular Chinese Terroir Wine Competition for University
Students

2025-10-15 发布

2025-10-15 实施

北京酒庄葡萄酒发展促进会 发布

目 次

前 言	III
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 参赛葡萄酒企业	1
4 参赛酒款	1
5 比赛评委	2
6 专家指导委员会	2
7 大赛流程	2
8 评分要求	3
9 奖项设置	3
附录 A	5
附录 B	6
附录 C	7

国家标准

前 言

中国葡萄酒产业面临前所未有的机遇和挑战,破解中国葡萄酒产业发展的难题,培育和扩大消费群体是根本。大学生是未来葡萄酒市场潜在的消费力量。在大学生中宣传葡萄酒科学与文化知识,吸引和培育大学生群体对本土葡萄酒的热爱,全国大学生葡萄与葡萄酒科学文化节已成功举办两届,作为文化节最具影响力的“最受大学生欢迎的中国风土葡萄酒大赛”,是实现这一目标的重要载体。通过大学生自己评选出的最具特色、最受大学生喜爱的中国风土葡萄酒,为国内葡萄酒生产企业抓住未来市场,创新品牌,生产适合年轻群体喜欢的产品提供参考和指明方向,这对推动产业发展具有重要的现实意义,也为大学生提供了一个了解葡萄酒、了解葡萄酒企业、了解葡萄酒科学与文化的独特平台,为学术界、产业界、葡萄酒爱好者和政府行业主管部门提供交流合作的机会。

为规范“最受大学生欢迎的中国风土葡萄酒大赛”活动,保证最受大学生欢迎的中国风土葡萄酒大赛质量,特制定《最受大学生欢迎的中国风土葡萄酒大赛》团体标准。

本标准是开展“最受大学生欢迎的中国风土葡萄酒大赛”的指导性文件,可以确保举办该比赛的承办方有效、连贯且目标一致地开展此项工作,是大赛质量的重要保障,对大赛承办方、参与人员或组织实施等具有直接的指导作用。

“最受大学生欢迎的中国风土葡萄酒大赛”是全国大学生葡萄与葡萄酒科学文化节指定的活动。

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

本文件由北京酒庄葡萄酒发展促进会提出并归口。

本标准起草单位:北京大学、中国农业大学、华南农业大学、上海交通大学、西北农林科技大学、清华大学、山东农业大学、宁夏大学、新疆农业大学、吉林大学、江南大学、青岛农业大学、暨南大学、陕西师范大学。

本标准主要起草人:游义琳、战吉晟、薛红卫、房玉林、段巧红、刘源、徐振林、李文纯、周艳华、徐聪聪、卢江、张珍珍、孙翔宇、郭娜、周慧、康熙萍、谢一丁、刘海悦、洪可欣、薛慧敏、高云霄、唐韵宇、王昶森、沈菊、韩雪、郭杰龙、廖振林、杜远鹏、艾静雅、唐柯、李静媛、赵育、伍天阳、李俊俊、李相怡、李文丽、黄旭明、黄卫东、彭宜本。

本标准首次发布。

最受大学生欢迎的中国风土葡萄酒大赛

1 范围

本文件规定了“最受大学生欢迎的中国风土葡萄酒大赛”的参赛葡萄酒企业、参赛酒款、参赛评委、大赛流程、评分要求及奖项要求。

本文件适用于“最受大学生欢迎的中国风土葡萄酒大赛”的举办和参与。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；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。

- 《葡萄酒》（GB/T 15037-2006）
- 《普通高等学校学生管理规定》（教育部41号令）
- 《高校学生社团建设管理办法》（教党2020 13号）
- 《高等学校学生学籍学历电子注册办法》（教学〔2014〕11号）
- 《普通高等学校基本办学条件指标（试行）》
- 《高等学校学生行为准则》
- 《教育部 共青团中央关于加强和改进高等学校校园文化建设的意见》（教社政〔2004〕16号）
- 《北京大学本科生学籍管理办法》（2019）
- 《北京大学学生社团管理办法》（2019）
- 《中国农业大学全日制普通本科学子学籍管理规定》（2022）
- 《中国农业大学学生社团建设管理办法》（2022修订）
- 《上海交通大学学生社团建设管理办法》（沪交委学〔2020〕55号）
- 《贺兰山东麓葡萄酒产区酒庄酒生产规范》（DB64/T 1000-2021）

3 参赛葡萄酒企业

- 3.1 中国本土葡萄酒企业，拥有合法的葡萄酒生产许可及相关认证。
- 3.2 参赛葡萄酒企业应拥有完全自主管理的葡萄园、具备与所生产酒种要求相符合的酿造设备与发酵及灌装车间、具有陈酿和储藏葡萄酒的酒窖场所及灌装场所，且须拥有自主产品品牌。
- 3.3 参赛葡萄酒企业所拥有的上述 3.2 提及的葡萄园、发酵车间等应在中国境内。
- 3.4 参赛葡萄酒企业应提供本标准 3.1、3.2 和 3.3 提及生产资质等相关证明材料供组委会审查。

4 参赛酒款

- 4.1 符合中国葡萄酒标准（《葡萄酒》（GB/T 15037-2006））。
- 4.2 由符合本文件规定的葡萄酒企业提供。

4.3 以产自中国境内的葡萄为原料，经过发酵、陈酿及灌装等全过程，而生产出的葡萄酒。

4.4 酒标内容清晰明了，有葡萄酒酿造品种、产地、酿造工艺和酒款类型等符合国标的相关信息。若酒标不清晰，参赛葡萄酒企业需向举办方提交说明。

4.5 酒款类别：

--白葡萄酒、桃红葡萄酒、红葡萄酒

--干型葡萄酒、半干葡萄酒、半甜葡萄酒、甜型葡萄酒

--起泡葡萄酒、低泡葡萄酒、葡萄汽酒

--加香葡萄酒、低醇葡萄酒、脱醇葡萄酒、利口葡萄酒

--其他以葡萄为酿造原料的新型葡萄酒

4.6 每一款酒的送样数量应为 4-6 瓶（750 mL 标准装）。若每瓶葡萄酒的体积较小，可考虑增加送样数量，如冰酒为 375 mL/瓶，建议送样数量 8-12 瓶。

4.7 葡萄酒企业送参赛酒样时，应根据要求填写酒样信息表。酒样信息表可参考附录 A。

5 比赛评委

5.1 评委资格：全日制在籍大学生或研究生。具有一定的葡萄酒知识或参加过葡萄酒相关课程的学习，热爱葡萄酒。

5.2 评委遴选：体现全国大学生的代表性，从全国不同产区不同高校中遴选。

5.3 评委规模：100 名大学生评委，组成百人大学生评委团，执行“最受大学生欢迎的中国风土葡萄酒大赛”的评选。《感官分析 术语》（GB/T 10221-2021）界定的术语和定义适用于本文件。

5.4 评委管理：百人大学生评委团设置评委团主席，主席由主办单位指定本校大学生评委担任。主办单位负责百人评委团的招募、组织和日常管理。

5.5 评委培训：正式比赛前，对评委进行统一培训，培训内容主要为大赛规程、比赛标准、评委守则等。

6 专家指导委员会

6.1 委员资格：从事葡萄酒专业教学和科研的教师、葡萄酒产业内专家。

6.2 委员职责：负责培训大学生评委，提高大学生评委履行评委的能力。

6.3 委员会组成：设委员、主任委员、副主任委员和秘书长。

7 大赛流程

7.1 赛前准备：主要包括葡萄酒企业报名、举办方收集酒款并对酒款分类，大学生评委赛前培训等。

--葡萄酒企业报名：组委会向符合条件的中国葡萄酒企业发出参赛邀请，企业按参赛要求报名，提供酒品样品及相关资质材料。

--酒款分类：组委会根据产区、颜色、葡萄品种、风格类型的不同进行相应酒款分类

和分组。

--赛前培训：比赛开始前，专家指导委员会对百人大学生评委进行培训。培训包括品鉴能力培训，评分体系培训。可通过品尝白、红葡萄酒等进行打分，熟悉评选流程，并掌握如何使用评分表及统一评分感官标准。举办方还可以为评委提供品鉴资料，资料内可以附有品鉴指导书，帮助评委更好地理解葡萄酒的各项评价标准，确保他们能够在品鉴环节中分辨出不同葡萄酒的特点。

7.2 比赛：赛制为盲评制。葡萄酒的类型信息（如：品种、酒种、年份及产区）应对评委公开，但酒款名称和葡萄酒企业信息不对评委公开。分为初评和复评。

--初评：大学生评委分成小组，对参赛葡萄酒进行品尝，根据结果初步评选出入围酒款，其中入围大金奖分数应在 90-100 分，入围金奖分数应在 85-89.9 分。具体的初赛评分表参考附录 B。

--复评：由各评委小组推选本组代表组成复评小组，复评小组对入围酒款进行复评，投票确定大金奖和金奖酒款。复评表可参考附录 C。

7.3 结果公示：评选出的“最受大学生欢迎的中国风土葡萄酒大赛”中的相应奖项，其获奖名单应在文化节新媒体矩阵等平台进行公示和宣传。

8 评分要求

8.1 评分原则：公平、公开、公正。

8.2 评分范围：

- 感官品鉴
- “风土”表现
- 包装设计
- 喜爱程度

8.3 评分规则：

8.3.1 采用百分制。附录 B 提供了具体评分细则，可供参考。

8.3.2 感官品鉴：具体包括四部分：

- 葡萄酒的外观：颜色、澄清度、色泽等。
- 葡萄酒的香气：香气的复杂度、典型性和独特性。
- 葡萄酒的口感：酸度、甜度、单宁感、酒精度、圆润度等。
- 葡萄酒的整体感：评委品尝葡萄酒后，感受到酒款的外观、香气和口感的等品质特征的持久性、复杂性和平衡性。

8.3.3 “风土”表现：酒款是否准确地传达其产地的独特风土、文化理念及设计理念。葡萄酒是否具有独特的风味或创新的配方，能够吸引大学生群体的兴趣。

8.3.4 包装设计：具体包括三部分：

- 酒瓶设计：是否具有视觉吸引力、是否符合市场潮流。
- 酒标设计：是否创新、是否吸引年轻消费者的眼球、是否具有文化深度。
- 包装设计：是否创新、是否符合年轻消费者需求、是否具有文化深度。

8.3.5 喜爱程度：评委对这款酒的喜爱（或受欢迎）程度。

9 奖项设置

9.1 奖项类别：大金奖和金奖。

9.2 奖项比例：大金奖奖项数量应不超过参赛酒款总数的 10%，金奖奖项数量应不超过参赛酒款总数的 30%。

9.3 主办单位也可根据文化节主题设置特色奖项，但需要向文化节理事会秘书长单位报备。

全国团体标准信息平台

附录 A

酒样信息表

序号	酒庄名称	产地	品种	年份	酒种	酒精度 (ABV)	总酸 (g/L)	残糖 (g/L)	容量 (mL/瓶)	数量 (瓶)	其他说明
1											
2											
3											
4											
5											
6											

全国团体标准

附录 B

(资料性附录)

评分细则与说明

“最受大学生欢迎的中国本土葡萄酒大赛”评分细则			
感官品鉴 (100分)	外观 (20)	颜色 (7)	颜色深浅, 是否正常
		澄清度 (6)	酒液是否有明显的沉淀
		色泽 (7)	葡萄酒是否有光泽
	香气 (30)	复杂性 (7)	是否具有多种香气, 如果香、发酵香等
		典型性 (8)	是否具有代表品种和产区的典型香气
		独特性 (7)	是否具有独特香气
		怡人度 (8)	整体香气的接受程度 (或喜爱程度)
	口感 (20)	酸度 (5)	是否有酸, 是否是能接受的酸
		甜度 (5)	是否有甜味, 甜味是否能接受
		单宁感 (5)	是否有收敛感或涩感, 能否能接受
		酒精感 (5)	是否能明显感受酒精的刺激感, 是否能接受
	整体感 (30)	持久性 (10)	品尝后感受到酒的怡人香气、口感等持续的时间
		复杂性 (10)	品尝后感受到酒的怡人香气、口感等的丰富程度、层次感
		平衡性 (10)	葡萄酒的外观、香气和口感的整体平衡性
“风土”表现 (100分)	风土表达 (50)	-	酒款的香气是否能够体现产区特色, 或者是否具有产区的典型性
	文化 (设计) 理念表达 (50)	-	酒款是否体现葡萄酒企业的文化理念
包装设计 (100分)	酒瓶设计 (20)	新颖创新性 (10)	是否新颖, 具有创新性
		喜爱程度 (10)	是否符合我们的需求和审美需求
	酒标设计 (40)	合规性 (5)	是否合规
		新颖创新性 (10)	是否具有吸引力
		文化理念 (10)	是否能够表达葡萄酒企业文化理念 (或设计理念)
		喜爱程度 (15)	是否符合我们的需求和审美需求
	包装设计 (40)	新颖创新性 (10)	是否新颖, 是否具有吸引力
		实用性 (10)	是否具有实用性
文化理念 (10)		是否能够表达葡萄酒企业文化理念 (或设计理念)	
喜爱程度 (10)		是否符合我们的需求和审美需求	
评委喜爱程度	-	特别喜欢	酒款味道或包装设计或文化理念等, 都受到评委好评
	-	喜欢	酒款味道或包装设计或文化理念等, 评委比较感兴趣
	-	一般	酒款味道或包装设计或文化理念等, 对评委可以接受但兴趣低
	-	不喜欢	酒款味道或包装设计或文化理念等, 对评委都没有什么吸引力
	-	非常不喜欢	酒款味道或包装设计或文化理念等, 令评委感到不适

附录 C

(资料性附录)

初赛评分表 (100 分制)

评委小组编号:

评选轮数:

评委签名:

酒 款 顺 序	酒 款 编 号	外观 (20分)			香气 (30分)				口感 (20分)				整体感 (30分)		
		颜色 (7)	澄清 度 (6)	色泽 (7)	复杂 性 (7)	典型 性 (8)	独特 性 (7)	怡人 度 (8)	酸度 (5)	甜度 (5)	单宁 感 (5)	酒精 感 (5)	持久 性 (10)	复杂 性 (10)	平衡 性 (10)
1															
2															
3															
4															
5															
6															

复评表

复评采用“是/否”来确定初评酒款的获奖级别。

复评小组编号：

评委签名：

酒款顺序	酒款编号	大金奖	降为金奖	取消评奖	备注
1					
2					
3					
4					
5					
6					