|  |  |
| --- | --- |
| ICS | 03.100.20 |
| CCS | |  | | --- | |  |   A10 |

团体标准

T/XXX XXXX—XXXX

散装白酒连锁经营规范

Specifications for the Chain Operation of Bulk Baijiu

起草组讨论稿

XXXX - XX - XX发布

XXXX - XX - XX实施

宜宾市标准化促进会

宜宾市酒类协会

发布

散装白酒连锁经营规范

* 1. 范围

本文件规定了散装白酒连锁经营的术语和定义、经营资质、经营场所与设施设备、采购管理、储存管理、销售管理、人员管理、品牌与营销管理、食品安全与质量控制、监督与追溯等方面的要求。

本文件适用于从事散装白酒连锁经营的总部及门店。

* 1. 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。

GB 2757 食品安全国家标准 蒸馏酒及其配制酒

GB 13495.1 消防安全标志 第1部分：标志

SB/T 10465 连锁经营术语

* 1. 术语和定义

SB/T 10465界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

散装白酒 bulk baijiu

未经过预先包装，直接以容器盛装进行销售的白酒产品。

标签标识规范可溯源的大包装运输，需要分次或分装销售的白酒产品。（T/SZSZJ 001—2020）

连锁经营 chain operation

经营同类商品或服务，使用统一商号的若干门店，在同一总部的管理下，采取统一采购或授予特许权等方式，实现规模效益的组织形式。

追溯体系 traceability system

通过记录和标识，对散装白酒的采购、储存、运输、销售等环节进行全程信息跟踪和溯源，实现来源可查、去向可追、责任可究的体系。

总部 headquarters

负责连锁企业资源的开发、配置、控制和使用等功能的企业核心管理机构。

门店 outlet

按照总部的指示和服务规范要求，承担日常销售业务的店铺。

* 1. 经营资质
     1. 总部

应依法取得营业执照，经营范围涵盖酒类经营。具备与连锁经营规模相适应的管理能力和资金实力，建立完善的连锁经营管理制度。

* + 1. 门店
       1. 应取得营业执照和食品经营许可证等法规所规定的酒类产品经营许可证明，食品经营许可证的许可项目应明确包含散装食品销售，注明含散装白酒。
       2. 应取得品牌授权书等证明。
       3. 应在经营场所显著位置公示相关证照。
  1. 门店场地
     1. 选址

应选择在交通便利、环境整洁、通风良好的区域，与有毒、有害场所及其他污染源保持安全距离。应持有房屋产权证或场地租赁契约。

* + 1. 布局

应具备与经营规模相适应的经营条件，有足够用于储存、展示和销售的空间，且布局合理。

* 1. 人员管理
     1. 人员要求

总部和门店应配备与经营规模相适应的管理人员和销售人员：

——食品安全管理人员应取得相关食品安全培训合格证书，掌握食品安全法律法规和白酒经营相关知识；

——直接接触散装白酒的销售人员应取得健康证明，每年进行健康检查，确保身体健康，无传染性疾病；

——销售人员应熟悉酒类产品相关标准、标签、销售等知识，有鉴别散装酒产品的常识；

——销售人员应礼貌待客，热情亲切，举止大方。

* + 1. 培训与考核
       1. 总部应制定门店人员的年度培训计划，定期组织培训。培训内容包括但不限于白酒的生产工艺、质量鉴别、储存要求、食品安全法规等知识、销售技巧、以及企业文化等内容。
       2. 总部应建立考核制度，对门店人员培训情况和培训效果进行考核评估。
  1. 设施设备
     + 1. 结算设备

应配备资金结算设备，如电子收银系统、购物小票和发票打印设备。

* + - 1. 盛装设备

应配备符合食品安全标准的单向流动的盛装容器和分装器具，材质应无毒、无害、耐腐蚀，如食品包装用的不锈钢罐、陶瓷缸、PET桶（瓶）、玻璃瓶等。

* + - 1. 计量设备

应配备顶尖合格的计量器具，如电子秤等。计量器具应放置在便于操作和读数的位置，并保持清洁卫生。

* + - 1. 清洁设备

应配备必要的清洁设备，对经营场所、储存容器、销售工具等进行定期清洁和消毒，保持环境和设备的卫生。

* + - 1. 消防设备

配置匹配数量的灭火器以及紧急疏散等明显标志，醒目位置悬挂消防安全信息牌。消防安全标志应符合GB 13495.1规定。

* 1. 采购管理
     1. 分类

供应关系按散装白酒来源不同，分为总部自产、供应商供货；供应商供货按供应类别不同，分为生产厂家供货和经销商供货。

* + 1. 供应商管理

供应商供货的，总部应建立供应商评估和选择制度，对供应商的资质、能力、产品质量、信誉等进行综合评估，建立合格供应商名录，并定期对供应商进行审核和更新。

* + 1. 采购要求
       1. 散装白酒应符合GB 2757等相关食品安全国家标准以及地方相关标准的要求。每批次散装白酒应具有生产厂家基本信息以及产品检验合格证明，包括第三方检验报告或出厂检验报告，检验项目应涵盖酒精度、甲醇、铅等关键指标。
       2. 供应商供货的，总部应与供应商签订采购合同，明确双方的权利和义务，包括产品质量要求、包装要求、交货方式、验收标准、售后服务等内容。合同中应约定如产品出现质量问题，供应商应承担的责任和赔偿方式。
       3. 生产厂家供货，生产厂家应提供营业执照、食品经营许可证；经销商供货的，经销商还应提供与生产厂家的供货证明。
       4. 总部应建立采购信息管理台账，保证采购过程信息的真实性、完整性和可追溯性，从同一批次散装白酒售完后起至少保存二年。供应商供货的，采购信息管理台账内容包括但不限于:`

——生产厂家和/或经销商基本信息（如企业名称、法定代表人、联系电话等）；

——采购散装白酒产品基本信息（如质量证明文件、质量检查或鉴定等）；

——“索票索证”状况信息；

——采购散装白酒入库信息。

* + 1. 进货查验
       1. 门店在接收散装白酒时，应进行查验验收。查验内容包括产品名称、规格、数量、生产日期、生产厂家、检验合格证明等信息。
       2. 对白酒的外观进行检查，查看是否有浑浊、沉淀、异物等异常现象。必要时，可对酒精度等指标进行现场快速检测，确保产品质量符合要求。如发现产品存在质量问题，应及时沟通并拒收。
  1. 储存管理
     1. 入库管理

应按照产品的品种、规格、生产日期等进行分类存放，建立详细的库存台账，记录入库时间、数量、批次等信息。

* + 1. 库存管理

应定期对库存的散装白酒进行盘点和检查，确保账实相符。检查内容包括白酒的外观、气味、口感等，如发现有变质、异味或其他质量问题，应及时进行隔离和处理，防止问题产品流入销售环节。

* 1. 销售管理
     1. 一般要求
        1. 应执行国家有关酒类产品安全流通的信用管理规定，承诺诚信经营义务。
        2. 门店销售散装白酒应明码标价，向消费者提供销售小票或发票。
        3. 遵守《中华人民共和国广告法》有关规定。不应涉及疾病预防、治疗功能以及虚假、夸大宣传。
        4. 鼓励采用信息化手段，如电子价签、扫码支付等，提高销售效率和管理水平。
     2. 标签标识
        1. 标签标识应符合附录A的要求。
        2. 标签标识应使用规范汉字，不应含有虚假、夸大、误导消费者的内容，不应明示或暗示涉及疾病预防、治疗功能或保健作用，不得应导、怂恿饮酒或宣传无节制饮酒。
        3. 未经权威机构认证或者未建立完善溯源系统并提供有效证明的，不应虚假标注年份。
     3. 销售记录
        1. 应建立销售记录制度，如实记录销售的散装白酒的名称、规格、数量、生产日期、销售日期、购买者信息等内容。
        2. 销售记录应保存至少三年，以便追溯和查询。
        3. 鼓励采用信息化系统进行销售记录管理，提高记录的准确性和便捷性。
     4. 禁止销售行为
        1. 不应销售来源不明、无标签标识或标签标识不符合规定的散装白酒。
        2. 不应销售假冒伪劣、掺杂使假、以次充好的白酒产品。
        3. 不应向未成年人销售散装白酒，并在显著位置设置禁止向未成年人售酒的警示标志。
  2. 品牌与营销管理
     1. 品牌建设
        1. 总部应制定统一的品牌发展战略，明确品牌定位、品牌形象和品牌传播策略。设计具有独特性和辨识度的品牌标识、店面装修风格和宣传资料，在所有门店进行统一应用，提升品牌知名度和美誉度。
        2. 总部注重品牌文化建设，挖掘和传播白酒文化内涵，通过举办品鉴会、文化讲座、线上互动等活动，增强消费者对品牌的认同感和忠诚度。
     2. 营销活动
        1. 连锁总部应统一策划和组织营销活动，制定促销方案和宣传计划。营销活动应符合国家法律法规和市场规范，不应进行虚假宣传、价格欺诈等不正当竞争行为。
        2. 鼓励门店结合当地市场特点和消费者需求，在总部统一指导下开展个性化的营销活动。营销活动中应注重产品质量和服务的展示，提高消费者的购买体验。
  3. 食品安全与质量控制
     1. 建立质量管理体系

总部应建立完善的质量管理体系，制定质量方针和质量目标，明确各部门和岗位在质量管理中的职责和权限。质量管理体系应涵盖采购、储存、销售等各个环节，确保产品质量符合相关标准和要求。

* + 1. 定期自查与抽检
       1. 总部和门店应定期开展食品安全和质量自查工作，检查内容包括经营资质、设施设备、采购渠道、标签标识、销售记录等。对自查中发现的问题，应及时进行整改，并记录整改情况。
       2. 总部应定期委托有资质的第三方检测机构对散装白酒进行抽检，检测项目包括食品安全指标、感官指标等。根据抽检结果，对产品质量进行评估和分析，如发现产品质量存在问题，应及时采取措施进行整改，必要时召回问题产品。
    2. 消费者投诉处理
       1. 建立消费者投诉处理机制，公开投诉渠道和方式，如电话、邮箱、微信公众号等。对消费者的投诉应及时受理，进行调查核实，并在规定时间内给予回复和处理结果。
       2. 对消费者投诉反映的产品质量问题，应立即进行追溯和排查，如确属产品质量问题，应及时采取召回、换货、赔偿等措施，保障消费者的合法权益，并对问题产生的原因进行分析和整改，防止类似问题再次发生。
  1. 监督与追溯
     1. 内部监督

总部应建立内部监督机制，定期对门店的经营活动进行检查和评估。监督内容包括门店的资质合规性、食品安全与质量控制措施执行情况、品牌形象维护情况、销售数据真实性等方面。对不符合标准要求的门店，应下达整改通知，要求限期整改，并对整改情况进行跟踪复查。

* + 1. 外部监督
       1. 积极配合市场监管部门等相关职能部门的监督检查，如实提供相关资料和信息。对监管部门提出的整改要求，应立即进行整改，并及时反馈整改结果。
       2. 鼓励消费者、媒体等社会力量对连锁经营活动进行监督，对举报的问题及时进行核实和处理，并对举报人给予适当奖励。
    2. 追溯体系建设

建立完善的散装白酒追溯体系，宜利用信息化技术，对白酒从原料采购、生产加工、储存运输到销售的全过程进行信息记录和跟踪。每个环节的信息应准确、完整、可查询，实现产品来源可追溯、去向可查证、责任可追究。

2. （规范性）  
   散装白酒标签标识

散装白酒标签标识见表A.1。

* 1. 散装白酒标签标识

| 产品名称 |  | 酒精度 |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 生产工艺 |  | 产品执行标准 |  |
| 生产日期/生产批号 | |  | |
| 供应商 | 名称 |  | |
| 地址 |  | |
| 联系方式 |  | |
| 生产许可证编号（备案编号） |  | |
| 备注 |  | | |

**禁止向未成年人售酒**

参考文献

[1] GB 7718 食品安全国家标准 预包装食品标签通则

[2] 川市监规发〔2024〕3 号 四川省市场监督管理局关于印发《四川省散装食品销售标签标识规范》《四川省食用农产品市场销售标签标识规范》《四川省食品销售凭证规范》的通知

