

# 《地理标志产品 衢州莹白瓷》浙江省计量与标准化学 会团体标准编制说明（征求意见稿）编制说明

## 一、标准制定项目背景

本项目旨在制定符合莹白瓷地理标志产品特性的团体标准，明确其保护范围、产品分类和规格、技术要求、试验方法、检验规则、标志、包装、运输和贮存，保障产品质量稳定性，强化地理标志产品的特色属性与品牌辨识度，为产业高质量发展提供技术支撑。

莹白瓷作为具有地域特色的传统陶瓷品类，承载着地方陶瓷技艺与文化内涵。标准的制定可规范传统工艺传承，避免技艺流失与变异，助力陶瓷文化的保护与弘扬。标准的制定能引导企业提升生产水平，减少因质量参差不齐导致的市场乱象，增强莹白瓷在国内国际市场的认可度，推动产业高质量发展，能进一步提升产品竞争力。通过标准制定，也可帮助消费者辨别正宗莹白瓷产品，防范以次充好、假冒伪劣产品，维护消费者合法权益。

此外，莹白瓷产业多与地方经济紧密关联，标准实施后可带动原料供应、生产加工、物流销售等上下游产业协同发展，助力区域特色经济增收。

制定《地理标志产品 衢州莹白瓷》团体标准，可以填补标准空白，解决生产乱象。强化地理标志保护，防范品牌稀释，衢州莹白瓷已获批地理标志保护产品，但缺乏配套标准支撑，市场上存在非指定产地、非传统工艺生产的“伪莹白

瓷”，严重稀释地理标志品牌价值，亟需通过标准界定产地范围与核心工艺，筑牢地理标志保护屏障。

此外，随着消费升级，市场对高品质、特色陶瓷产品需求增长，现有生产模式难以满足标准化、规模化的市场供给要求。团体标准地制定可以满足产业升级需求，适配市场发展；推动企业优化生产流程，提升产品一致性，适配现代市场对“优质、特色、可追溯”产品的需求。

## 二、标准制定工作概况（任务来源、主要工作过程等）

### （一）任务来源

浙江省计量与标准化学会<关于《公共文化空间一体化运营规范》等10项团体标准立项的函（浙计标学发〔2025〕105号）。

### （二）起草单位

衢州火神瓷业有限公司。

### （三）主要工作过程

衢州地区莹白瓷龙头企业已形成标准化的生产流程，涵盖原料筛选（选用当地瓷土、石灰石和长石为主）、原料配比、揉泥、拉胚、利胚、装饰、施釉、装窑、烧成及检验等核心环节，工艺参数可量化，为标准的制定提供实践依据。由白瓷龙头企业、行业协会、检测机构等组成的标准起草小组已深入衢州市各地开展调研，了解莹白瓷实际发展情况和生产经验特色，形成了标准草案了解衢州莹白瓷情况和典型经验特色，形成了标准草案。并经过内部讨论后，形成标准立项材料，并通过了立项评估论证会，形成征求意见材料。

### 三、标准编制的原则和依据

标准起草组遵循“必要性、协调性、可行性”的编制原则。此外，本标准严格按照《标准化工作导则第1部分：标准的结构和编写》（GB/T 1.1-2020）的规范和要求撰写。

四、标准的主要内容、技术论证与效果（如技术指标、参数、公式、性能要求、实验方法、检验规则等，修订标准时应增加新、旧标准水平的对比）

本文件适用于国家市场监督管理总局根据《中华人民共和国产品质量法》和《地理标志产品保护规定》批准保护的衢州莹白瓷。

主要技术内容：术语和定义、地理标志产品保护范围、产品分类和规格、技术要求、试验方法、检验规则、标志、包装、运输和贮存。

### 五、采用国际标准的程序及水平的简要说明

本标准不涉及。

### 六、与有关的现行法律、法规和国家、行业标准的关系

国内陶瓷领域相关标准多为通用类或其他品类专项标准，未覆盖莹白瓷地理标志产品，如GB/T 3532 日用陶瓷、GB/T 21998-2008 地理标志产品 德化白瓷等。

国外陶瓷标准以通用安全与性能标准为主，未针对“莹白瓷”这类具有特定地域文化属性的陶瓷产品制定标准，且国外无同类“莹白瓷”产品，不存在直接相关的国外标准。

### 七、预期效果

标准实施后，通过明确莹白瓷地理标志产品的核心产地范围与关键生产工艺参数，可精准区分正宗产品与非合规产品，从源头遏制假冒伪劣现象；同时，通过统一的地理标志标识与质量背书，显著提升消费者、经销商对正宗莹白瓷的辨识度，助力地理标志品牌形象固化。

以标准为导向引导企业规范生产流程，可推动中小微企业向规模化、集约化生产模式转型，减少分散生产带来的资源浪费；此外，标准对原料供应、生产加工、包装物流、文创开发等环节的协同规范，能强化上下游产业间的衔接效率，提升产业整体竞争力。

标准地制定可推动莹白瓷与地方文旅产业深度融合（如开发陶瓷研学、非遗体验项目），并延伸文创产品链条（如莹白瓷主题文创周边），进一步挖掘地理标志产品的文化内涵，提升其文化附加值与市场溢价空间。并确保莹白瓷产品质量的稳定性与一致性，为品牌积累可靠的市场口碑；加之地理标志保护的规范实施，能增强莹白瓷在国内国际市场的辨识度与公信力，助力其突破区域局限，逐步成长为具有广泛影响力的特色陶瓷品牌，提升地理标志的品牌资产价值。

#### **八、标准编制过程中重大分歧意见的处理和依据**

无重大分歧意见。

#### **九、其他应予说明的事项**

无。