

ICS

T/GXDSL

团 体 标 准

T/GXDSL 194—2025

优质品牌畜产品全产业链质量管理规范

Specification for Whole Industry Chain Quality Management of Premium Brand
Livestock Products

征求意见稿

2025 - - 发布

2025 - - 实施

广西电子商务企业联合会 发布

目 次

前 言	II
一、引言	1
二、范围	1
三、规范性引用文件	1
四、术语和定义	2
五、基本原则	2
六、管理体系要求	3
七、养殖环节质量控制	3
八、投入品管理	3
九、屠宰加工环节质量控制	3
十、包装标识与贮存运输	4
十一、销售终端管理	4
十二、质量追溯体系构建	4
十三、品牌管理与维护	4
十四、内部审核与持续改进	4
十五、附则	5

前　　言

本文件依据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。

本文件由广西产学研科学研究院提出。

本文件由广西电子商务企业联合会归口。

本文件起草单位：

本文件主要起草人：

本文件为首次发布。

优质品牌畜产品全产业链质量管理规范

一、引言

随着我国居民生活水平的持续提升和消费结构的转型升级，消费者对畜产品的需求正从“数量满足”向“质量安全、营养健康、风味独特、品牌可信”转变。优质品牌畜产品以其卓越的品质、稳定的质量、可靠的溯源和良好的市场信誉，日益成为引领畜牧业高质量发展、提升产业价值、保障消费者权益的重要载体。然而，畜产品产业链条长、环节多、风险因素复杂，从养殖源头到屠宰加工、储存运输直至销售终端，任何环节的疏漏都可能对最终产品的质量与安全造成不可逆转的影响。传统分散、分段式的管理模式已难以适应品牌化发展对质量一致性和全程可控性的高要求。

全产业链质量管理是通过系统化的方法，对畜产品从生产源头到消费终端的各个环节进行统一规划、协同管理和持续改进，建立可追溯、可控制、可信赖的质量保障体系。实施全产业链质量管理，是打造优质畜产品品牌的核心基础，是保障食品安全、提升产业效益、增强市场竞争力的必然选择。为科学引导和规范优质品牌畜产品的全产业链质量管理，明确管理原则、关键控制点、技术要求和评价方法，特制定本规范。本规范旨在为致力于打造优质品牌的畜产品生产经营主体提供一套覆盖全程、系统衔接、操作性强的质量管理框架与技术指南。本规范的研制严格遵循《中华人民共和国农产品质量安全法》、《中华人民共和国食品安全法》、《中华人民共和国畜牧法》等国家法律法规，并整合了良好农业规范（GAP）、危害分析与关键控制点（HACCP）、食品安全管理体系（ISO 22000）等国际通行的管理理念与方法。

二、范围

本规范规定了优质品牌畜产品全产业链质量管理的术语和定义、基本原则、管理体系要求、产业链各环节（包括养殖、投入品、屠宰加工、包装标识、贮存运输、销售终端）的关键质量控制点与技术规范、质量追溯体系构建、品牌管理与维护、内部审核与持续改进等方面的要求。

本规范适用于猪、牛、羊、禽等主要畜产品生产经营主体，为建立和实施覆盖从养殖到销售的全产业链质量管理体系，打造优质品牌畜产品提供指导。产业链相关环节的单一主体可参照本规范相应部分执行。

三、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/T 19001-2016 质量管理体系 要求

GB/T 22000-2006 食品安全管理体系 食品链中各类组织的要求

GB/T 20014.6-2013 良好农业规范 第6部分：畜禽基础控制点与符合性规范

GB/T 29344-2023 合格评定 追溯体系通用要求

NY/T 2798.1-2015 无公害农产品 生产质量安全管理规范 第1部分：通则

NY/T 3388-2023 畜禽屠宰质量管理规范

GB 12694-2016 食品安全国家标准 畜禽屠宰加工卫生规范
GB 31650-2023 食品安全国家标准 食品中兽药最大残留限量
《农产品质量安全追溯操作规程 畜禽肉》（农业农村部公告第 385 号）
《畜禽标识和养殖档案管理办法》（农业部令 2006 年第 67 号）

四、术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

（一）优质品牌畜产品

在特定区域内，按照严格、统一的全产业链质量管理体系进行生产、加工和流通，具有稳定优良的内在品质、独特的风味或文化内涵，并获得合法注册商标、拥有较高市场知名度和消费者忠诚度的畜产品。

（二）全产业链质量管理

畜产品生产经营主体通过自建、合作或协议约束等方式，对覆盖养殖、投入品供应、屠宰加工、包装储运、市场销售等所有环节实施统一的计划、组织、协调、控制和持续改进，以确保终端产品质量安全与品质一致性的系统性管理活动。

（三）关键控制点

在畜产品全产业链中，若不对其加以控制，则极有可能导致不可接受的食品安全风险或品质缺陷的步骤、工序或环节。

（四）质量追溯

通过记录和标识，追踪畜产品在全产业链各环节流动轨迹及其相关信息（如来源、处理、流向）的能力，以实现产品来源可查、去向可追、责任可究。

（五）质量承诺

品牌主体就其畜产品的质量特性、安全指标、生产过程等信息向消费者和社会作出的公开、明确的保证。

五、基本原则

优质品牌畜产品全产业链质量管理应遵循以下基本原则：全程管控，风险预防。 管理范围必须覆盖从养殖环境、投入品到终端消费的全过程，以风险评估为基础，预先识别和控制各环节潜在的质量安全与品质风险。 统一标准，协同运作。 产业链各参与方应在统一的品质标准、操作规程和管理制度下协同作业，确保产品品质的一致性和稳定性。 源头治理，过程控制。 强调养殖源头的基础性作用，同时加强对屠宰、加工、流通等后续环节的过程监控，确保每个环节的输出符合既定要求。 标识追溯，透

明可信。建立唯一、贯通的产品标识系统和信息记录体系，实现产品全生命周期的信息可查询、过程可追溯，增强品牌透明度与公信力。品牌引领，持续改进。以打造和维护品牌声誉为核心驱动力，通过定期审核、监测和消费者反馈，不断优化管理体系与生产工艺，实现质量与品牌的持续提升。

六、管理体系要求

实施全产业链质量管理的主体应建立文件化的管理体系。该体系应至少包括：阐明质量方针与品牌承诺的质量手册；规定各环节、各岗位职责与权限的组织架构；覆盖全产业链的标准操作规程；针对关键控制点的监控程序、纠正与预防措施程序；人员培训与能力管理程序；产品标识、追溯与召回管理程序；内部审核与管理评审程序；记录控制程序。体系应体现 PDCA（策划-实施-检查-改进）循环，确保其持续适宜性、充分性和有效性。鼓励主体依据 GB/T 19001 和 GB/T 22000 等标准建立整合管理体系，并通过第三方认证。

七、养殖环节质量控制

养殖环节是品质塑造的源头，必须实施高标准的规范化管理。产地环境：养殖场选址与布局应符合动物防疫和环保要求，空气质量、土壤环境、养殖用水应符合 NY/T 388 等相关标准，并定期监测。品种与种源：选择适应性强、生产性能优、肉（蛋、奶）品质佳的优良品种。引进种畜禽应来自健康场，并严格执行检疫和隔离制度，建立系谱档案。饲养管理：推广精细化饲养。饲料与饲料添加剂应符合《饲料和饲料添加剂管理条例》及 GB 13078 等标准，禁止添加违禁物质。鼓励使用优质饲料原料和绿色添加剂。饮水水质应符合 NY 5027 要求。饲养密度应合理，保障动物福利，如育肥猪占地面积不低于 0.8 m²/头，蛋鸡笼养密度不超过每平方米 18 只。疫病防控：坚持“预防为主”，制定并执行科学的免疫程序、消毒制度和生物安全措施。建立健全养殖档案，详细记录免疫、用药、诊疗、死淘等信息。兽药使用：严格遵守《兽药管理条例》、处方药制度和休药期规定，禁止使用国家明令禁用的药物及其他化合物。兽药使用记录完整可查，确保产品兽药残留符合 GB 31650 标准。鼓励应用中兽医、益生菌等绿色防控技术。

八、投入品管理

对饲料、兽药、疫苗等投入品实行严格的供应商评价、采购验收和储存管理制度。应选择信誉好、质量稳、资质全的合格供应商，并建立合格供应商名录。所有投入品入库前须查验产品合格证明、批准文号（如适用）并进行外观检查，必要时进行关键指标检测。投入品应分类、分区储存，标识清晰。饲料库房应防潮、防鼠、防鸟，先进先出。兽药、疫苗需按说明要求条件（如冷藏）储存。建立详细的投入品采购、入库、领用、库存台账，实现信息可追溯。

九、屠宰加工环节质量控制

屠宰加工是影响产品品质和安全的关键转换环节。屠宰厂（场）的设计与设施应符合 GB 12694 和 NY/T 3388 的要求。宰前管理：接收的活畜（禽）应附有有效的《动物检疫合格证明》和养殖档案信息。执行充分的宰前静养（如生猪静养 12-24 小时），减少应激。实施宰前检验，剔除病畜。屠宰过程：采用人道致昏方式，减少动物痛苦。工艺设计应避免交叉污染，如设置独立的刺杀、浸烫、脱毛（或剥皮）、胴体加工、内脏处理等区域。严格同步检疫，对头、蹄、内脏、胴体进行规范检验与处理。冷却与分割：胴体应及时进行冷却排酸，如猪肉应在宰后 24 小时内将胴体中心温度降至 0-4℃。分割车间温度应控

制在 12℃以下。加工器具、设备应定期清洗消毒。检验检测：除官方检疫外，品牌主体应设立实验室或委托有资质的机构，对产品进行微生物、兽药残留等项目的出厂检验，合格后方可放行。

十、包装标识与贮存运输

包装材料：应符合食品接触材料卫生标准，不影响产品品质。包装过程应在清洁卫生的环境下进行，防止二次污染。**标识标签：**产品标识应清晰、牢固，内容真实、准确，符合《食品安全国家标准 预包装食品标签通则》（GB 7718）等规定。品牌产品应标注品牌名称、商标。鼓励标注产品追溯码、养殖/屠宰日期、养殖方式等信息。**贮存：**冷藏（冻）库温度应稳定可控，定期监测记录。冷藏肉品中心温度应保持在 0~4℃，冷冻肉品应保持在 -18℃以下。库内产品应离墙离地、分类堆放、标识清晰、先进先出。**运输：**使用专用、清洁、具备温控设施的车辆运输。装运前应对车辆进行清洗消毒。运输过程中应实时监控温度，确保产品处于规定的温度环境中。装卸过程应轻拿轻放，避免损伤。

十一、销售终端管理

销售终端是品牌与消费者接触的最后环节，应确保产品在最终销售前的质量维持。商超、专卖店等零售点应具备符合产品要求的冷藏或冷冻陈列设施，并定期校验温度。销售人员应接受产品知识、储存要求及品牌理念的培训。建立临期、过期产品管理制度，及时下架处理。鼓励设立品牌专柜或体验店，统一形象，提供产品溯源信息查询服务，收集消费者反馈。

十二、质量追溯体系构建

建立基于统一编码的贯穿全产业链的质量追溯体系。追溯信息应至少包含：养殖环节（场户/圈舍代码、品种、饲料、兽药、免疫、检疫信息）、屠宰环节（屠宰厂代码、屠宰日期、检疫检验结果）、加工环节（批次号、加工日期、操作员）、仓储运输环节（出入库时间、库存条件、运输车辆、温度记录）、销售环节（经销商/门店代码、销售时间）。应采用信息化手段（如物联网、区块链）采集、存储和传递追溯信息，为每一最小销售单元提供唯一的追溯码（如二维码），消费者可通过扫描便捷获取关键追溯信息。追溯体系的设计与运行可参考 GB/T 29344。

十三、品牌管理与维护

品牌主体应制定系统的品牌战略，包括品牌定位、核心价值、视觉识别系统（VIS）和传播策略。**质量承诺：**向社会公开明确的质量承诺，如承诺不使用违禁药物、承诺兽药残留优于国家标准、承诺特定饲养方式等。**市场监管与保护：**定期开展市场巡查，监控产品价格、渠道和仿冒情况，维护市场秩序和品牌形象。**建立消费者投诉快速响应与处理机制。****品牌宣传与沟通：**通过多种渠道，科学、客观地传播品牌故事、质量管控措施和产品优势，提升品牌美誉度。积极参与公益活动，履行社会责任。

十四、内部审核与持续改进

品牌主体应定期（每年至少一次）对全产业链质量管理体系进行内部审核，检查各环节是否符合本规范及体系文件要求。应定期分析产品质量检测数据、追溯信息、客户投诉、内部审核结果等，识别改进机会。最高管理者应定期（如每年）组织管理评审，评估体系的持续适宜性、充分性和有效性，并推动必要的变更与改进。应建立纠正和预防措施程序，对发现的不符合进行根本原因分析并有效整改，防

止再发生。

十五、附则

本规范由广西电子商务企业联合会提出并归口管理。广西电子商务企业联合会负责本规范的解释工作，并可根据国家政策法规更新、技术进步和市场发展需要，适时组织对本规范进行修订与完善。本规范的制定旨在为优质品牌畜产品全产业链质量管理提供系统性指导框架。各生产经营主体在应用时，可结合具体产品（如猪肉、牛肉、禽肉、禽蛋）特点和实际情况，制定更为详尽的实施细则与技术标准。鼓励依据本规范建立的管理体系寻求第三方评价或认证。本规范自发布之日起，建议在优质品牌畜产品生产经营活动中参照执行。相关方在实施过程中获得的经验与发现的问题，可及时反馈至归口单位。
