

SB

中华人民共和国国内贸易行业标准

SB/T 10391—XXXX
代替 SB/T 10391—2005

酒类商品批发经营管理规范

Management standard for alcohol commodities wholesale

(点击此处添加与国际标准一致性程度的标识)

(征求意见稿)

在提交反馈意见时，请将您知道的相关专利连同支持性文件一并附上。

XXXX—XX—XX 发布

XXXX—XX—XX 实施

中华人民共和国商务部 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 经营技术条件 2

 4.1 经营资质 2

 4.2 经营场地 2

 4.3 经营设备 2

5 经营管理技术要求 3

 5.1 采购管理 3

 5.2 仓储与配送管理 3

 5.3 批发销售管理 4

 5.4 从业人员管理 4

6 广告宣传 5

7 证实方法 5

 7.1 基本要求 5

 7.2 文件和现场审查 5

 7.3 客户回访 5

参考文献 6

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。

本文件代替SB/T 10391—2005《酒类商品批发经营管理规范》，与SB/T 10391—2005相比，除编辑性修改外主要技术变化如下：

- a) 增加了“规范性引用文件”中引用标准（见第2章）；
- b) 增加了“术语与定义”中商品（见3.1）、饮料酒（见3.3）、电子商务（见3.5）、酒类商品电子商务经营者（见3.6）定义；
- c) 增加了“经营技术条件”中经营资质（见4.1.2）、经营设备（见4.3.5）中有关要求；
- d) 增加了“经营管理技术要求”中采购管理（见5.1.3.3）、仓储与配送管理（见5.2、5.2.1、5.2.2）、批发销售管理（见5.3.1、5.3.2.3、5.3.3.3）、人员管理（见5.4.3、5.4.4）中有关要求；
- e) 增加了广告宣传（见第6章）；
- f) 增加了证实方法（见第7章）；
- g) 增加了“参考文献”（见参考文献）；
- h) 删除了“规范性引用文件”中部分引用标准（见2005年版第2章）；
- i) 删除了“4.4 专业人员”，相关内容并入5.4（见2005年版4.4）；
- j) 删除了“5.2.2 批发销售的商品管理”中部分内容，相关内容并入5.2.1（见2005年版5.2.2.3）；
- k) 删除了“5.4 财务管理”，（见2005年版5.4）；
- l) 删除了“5.5 广告管理”，相关内容并入到6（见2005年版5.5）；
- m) 更改了“范围”中文件的适用范围（见第1章，2005年版第1章）；
- n) 更改了“规范性引用文件”中的引导语（见第2章）；
- o) 更改了“术语与定义”中酒类商品（见3.2，2005年版3.1）、酒类商品批发（见3.4，2005年版3.2）定义；
- p) 更改了“经营技术条件”中经营资质（见4.1.1，2005年版4.1）、经营场地（见4.2，2005年版4.2；见4.2.1，2005年版4.2.1；见4.2.2，2005年版4.2.2；见4.2.2.1，2005年版4.2.2.1；见4.2.2.2，2005年版4.2.2.2；见4.2.3，2005年版4.2.3）、经营设备（见4.3，2005年版4.3；见4.3.3，2005年版4.3.3）中有关要求；
- q) 更改了“经营管理技术要求”中采购管理（见5.1.1，2005版的5.1.1.1、5.1.1.2；见5.1.2，2005年版5.1.2；见5.1.3.2，2005年版5.1.3.2）、批发销售管理（见5.3，2005年版5.2；见5.3.1，2005年版5.2.1、5.2.1.1、5.2.1.2；见5.3.2，2005年版5.2.2；见5.3.2.1，2005年版5.2.2.1；见5.3.2.2，2005年版5.2.2.2；见5.3.3，2005年版5.2.3；见5.3.3.1，2005年版5.2.3.1；见5.3.3.2，2005年版5.2.3.2）、从业人员管理（见5.4，2005年版4.4、5.3；见5.4.1，2005年版5.3.1；见5.4.2，2005年版5.3.2）中有关要求。

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。

本文件由商务部市场运行和消费促进司归口。

本文件由中国酒业协会负责具体技术内容的解释。

本文件起草单位：

本文件主要起草人：

本文件及其所代替文件的历次版本发布情况为：

——2005年首次发布为SB/T 10391—2005；

——本次为第一次修订。

酒类商品批发经营管理规范

1 范围

本文件规定了酒类商品批发经营者从事酒类商品批发交易活动应具备的经营技术条件与应实行的经营管理技术要求。

本文件适用于酒类商品的批发经营活动。食用酒精以及其他含有酒精成分的饮用品等酒类商品的批发经营活动可参考使用。

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。

GB 2757 食品安全国家标准 蒸馏酒及其配制酒
GB 2758 食品安全国家标准 发酵酒及其配制酒
GB 7718 食品安全国家标准 预包装食品标签通则
GB/T 10346 白酒检验规则和标志、包装、运输、贮存
GB/T 17204 饮料酒术语和分类

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

商品 commodities

满足消费者食用、家庭使用等生存需要，以及生活娱乐和提高生活品质需要所消费和收藏的劳动产品。

[来源：SB/T 11206—2017，3.2]

3.2

酒类商品 alcohol commodities

作为商品（3.1）流通的酒精度（乙醇含量）达到一定比例的饮料。

[来源：SB/T 11206—2017，附录A，有修改]

3.3

饮料酒 alcoholic beverages

酒精度在0.5% vol以上的酒精饮料。

注1：包括各种发酵酒、蒸馏酒、配制酒。

注2：包括无醇啤酒和无醇葡萄酒。

[来源：GB/T 17204—2021，3.1]

3.4

酒类商品批发 alcohol commodities wholesale

将酒类商品以批量销售给购货方的交易活动。

3.5

电子商务 e-commerce

通过互联网等信息网络销售产品或者提供服务的经营活动。

[来源：SB/T 11240—2023，3.2]

3.6

酒类商品电子商务经营者 alcohol e-commerce operator

指通过互联网等信息网络从事销售酒类商品或者提供服务的经营活动的自然人、法人和非法人组织，包括电子商务平台经营者、平台内经营者以及通过自建网站、其他网络服务销售酒类商品（3.2）或者提供服务的电子商务（3.5）经营者。

4 经营技术条件

4.1 经营资质

4.1.1 应依法取得营业执照及酒类经营所需的相关法定资质证明。

4.1.2 酒类商品电子商务经营者，还应取得互联网信息服务经营许可证等相关资质。

4.2 经营场地

酒类商品批发经营者应具备与其经营规模相适应的固定场地，并持有该场地的有效产权证或租赁合同。经营者应确保场地功能完好、环境持续优化，同时场地应符合国家有关食品安全管理、消防及建筑设计防火的规定。

4.2.1 选址

线下门店宜符合本地区商业网点规划要求和酒类商品特性要求。

4.2.2 交易场景

4.2.2.1 线下门店应设于建筑物内，具备完善的、符合批发贸易所必需的照明和空气调节条件，满足商品展示、交易洽谈、信息公示、资金结算等活动的要求，具备相对独立的功能空间，并有明显的标识。

4.2.2.2 线上门店应选择合法合规的线上平台，具备稳定的网络交易环境，满足商品数字化展示、在线洽谈、电子签约、订单管理、支付结算等全流程交易需求。线上门店的页面布局应清晰合理，关键信息应显著标识，并与线下门店的品牌形象保持一致，实现线上线下协同运营。

4.2.3 仓储设施：

- a) 应相对固定，与交易场所分离；
- b) 应远离高污染和高辐射地区，远离热源或采取必要措施使其不受热源的影响；
- c) 应设于建筑物内，干燥、通风、无异味，地面平整、清洁；
- d) 应能满足所经营酒类商品的温度等方面的储藏要求，宜配备智能恒温设施；
- e) 应采取有效的虫鼠害防治措施。

4.3 经营设备

酒类商品批发经营者应配备符合商品陈列、储运及资金结算功能的系统，保障系统持续稳定运行，并鼓励应用智能化技术提升运营效率与客户体验。

4.3.1 商品陈列设备

应有独立、稳固的商品陈列设备，有良好的照明条件，能全面、安全地展示商品。

4.3.2 商品仓储设备

应有相对固定的商品仓储设备，确保商品安全有效地储存、搬运和装卸。

4.3.3 资金结算设备

应具备国家有关规定要求的资金结算设备，宜配备第三方支付平台（如微信支付、支付宝）、扫码枪、刷脸支付设备等资金结算设备。

4.3.4 经营服务设施

应具备满足自身使用和客户使用的通讯、货物运输等经营服务设施，保持经营服务设施功能正常，并不断提高其服务能力。

4.3.5 数字化运营设备

宜采用智能化供应链管理系统等数字化设备。酒类商品电子商务经营者，应具备符合国家规定的电子支付系统、订单管理系统和客户管理系统，确保交易安全和运营效率。

5 经营管理技术要求

5.1 采购管理

酒类商品批发经营者应保证所选择的供应商是合法的经营主体，采购的商品符合产品质量标准要求，采购过程信息记录完整、真实。

5.1.1 供应商的选择：

- a) 应选择具备合法的主体资质条件的供应商，认真审核其有效的营业执照、食品生产许可证或食品经营许可证、产品质量检验合格证和国家规定的其他证明等；
- b) 从事进口酒直接采购的经营者需持有相关主管部门核发的进出口企业资格证书。若企业未取得该资质，则应委托具备资格的外贸代理企业进行采购；
- c) 宜对供应商的潜在风险进行评估，包括交付能力、技术能力、合规性等，在政府主管部门或政府指定的企业信用档案管理系统中被列入信用黑名单的企业，不应作为供应商。

5.1.2 采购商品的质量控制

在采购商品时应实施质量控制，具备鉴别酒类商品质量的控制流程，执行GB 7718和《食品标识监督管理办法》等相关条文，根据需要可与有资质的酒类商品质量检测机构建立委托检验业务关系，执行GB/T 10346、GB 2757、GB 2758相关条文，应对采购的酒类商品的品种、规格、数量、批次、标识、产地、出厂检验证明等进行审核，批号不得遮盖、损毁。

5.1.3 采购过程信息记录的管理

5.1.3.1 酒类商品批发经营者应建立采购过程信息管理台账，保证采购过程信息的真实性、完整性和可追溯性，并完整保存三年。

5.1.3.2 采购过程中，应如实记录下列信息：

- a) 供应商基本信息（如供应商名称、地址、联系方式、营业执照、食品生产经营许可证等相关资质证明材料）；
- b) 采购商品基本信息（如商品名称、规格、数量、生产日期或者生产批号、保质期、销售日期等）；
- c) 商品质量信息（如酒类商品质量证明、产品检验检疫证书、第三方认证证书及入境检验后的相关证书或证明文件等）；
- d) “索证索票”状况信息（如供应商资质证明、发票、收据、供货清单等）；
- e) 采购商品的入库信息。

5.1.3.3 酒类商品电子商务经营者，还应记录物流配送信息（如配送方式、配送时间、物流公司等）。

5.2 仓储与配送管理

5.2.1 仓储管理：

- a) 酒类商品批发经营者应根据经营酒类商品的品类特性，确保仓储设施满足相应的温湿度、避光、通风等专业技术要求；
- b) 酒类商品应分类存放，不应与有毒、有害、污染物（源）、腐蚀性物品等混放；
- c) 酒类商品电子商务经营者，仓储设施应满足电子商务物流要求，确保商品存储和配送的安全与时效。

5.2.2 配送管理：

- a) 酒类商品批发经营者应选择具备合法资质的物流配送服务商，确保配送过程符合国家相关法律法规；
- b) 采用自配送的酒类商品批发经营者，应确保自有配送车辆及人员符合国家相关运输和食品安全要求，并建立完整的配送记录，确保商品可追溯；
- c) 配送过程中应采取必要的防护措施，防止商品破损、变质或丢失；
- d) 酒类商品电子商务经营者，应提供配送跟踪服务，确保客户能够实时查询配送状态。

5.3 批发销售管理

酒类商品批发经营者应保证批发销售的下游客户具备合法的酒类商品经营主体资质条件。所批发销售的商品质量与销售合同所标明的商品质量要求相符，批发销售过程信息记录完整、真实，确保供应链的透明度和可追溯性，确保商品来源和质量的可控性。

5.3.1 客户管理：

- a) 个人客户，应符合法定年龄要求，交易时进行实名身份核验；
- b) 企事业客户，应查验营业执照、食品生产经营许可证等资质文件，并按规定进行索证，对列入政府信用黑名单的企业不得交易；
- c) 政府集采客户，可查验单位证明文件，必要时核对采购授权证明；
- d) 电商平台客户，应与平台方协作审核客户资质，建立线上信用评价和动态监控机制；
- e) 鼓励酒类商品批发经营者建立健全服务评价体系，提升经营水平，促进诚信服务。

5.3.2 批发销售的商品质量管理

5.3.2.1 酒类商品批发经营者应保证向下游客户提供的商品与销售合同规定的质量要求相符，在酒类商品批发过程中不得混入其他商品或假冒伪劣商品，并有明确的流程控制。

5.3.2.2 酒类商品批发经营者应向下游客户提供发货票或供货凭证，并注明酒类商品名称、规格、数量、金额及产品批号。

5.3.2.3 鼓励酒类商品批发经营者建立酒类商品溯源体系，溯源的材料包括但不限于以下内容：

- a) 酒类商品质量证明；
- b) 海关报关文件；
- c) 产品检验检疫证书；
- d) 第三方认证证书；
- e) 其他用于记录该批次酒类商品的来源、去向、品名、数量等信息的流通单据。

5.3.3 批发销售过程信息记录的管理

5.3.3.1 酒类商品批发商须建立销售全流程电子台账，确保信息真实可追溯并保存3年，推进自动化管理以降低人为误差、提升运营效能。

5.3.3.2 销售过程中，应如实记录下列信息：

- a) 下游客户基本信息（如客户姓名、地址、联系方式、营业执照等相关资质证明材料）；
- b) 销售商品基本信息（如商品名称、规格、数量、生产日期或者生产批号、保质期、销售日期等）；
- c) 商品质量信息（如酒类商品质量证明、产品检验检疫证书、第三方认证证书及入境检验后的相关证书或证明文件等）；
- d) “索证索票”状况信息（如供应商资质证明、发票、收据、供货清单等）；
- e) 所供应商品在库保管的在库信息。

5.3.3.3 宜使用信息化管理系统，实现酒类商品信息的电子化管理，提升管理效率，确保数据可追溯、可查询。

5.4 从业人员管理

- 5.4.1 直接接触酒类商品的人员应按照国家相关规定定期进行健康检查，取得健康证。
- 5.4.2 酒类商品批发企业应配备经过专业培训，具备酒类知识及销售技能，并熟悉国家相关法规与行业标准，按国家或行业规定取得岗位资格证书的人员。
- 5.4.3 酒类商品电子商务经营者除按照 5.4.1、5.4.2 配备相关从业人员外，还应配备具有电子商务知识和技能，确保网络交易的顺利进行和客户服务质量的专业人员。
- 5.4.4 鼓励酒类商品批发经营者配备品酒师或侍酒师，提供现场或远程酒膳服务，包括指导酒食搭配、酒食美学组合、评价酒食营养、传播酒膳文化等内容。

6 广告宣传

- 6.1 酒类商品广告应符合《中华人民共和国广告法》关于商业广告的相关管理规定，确保商品宣传内容真实、合法，不得进行虚假宣传或误导消费者，不违背公序良俗。
- 6.2 宜树立负责任的社会形象，倡导健康饮酒、理性饮酒。

7 证实方法

7.1 基本要求

酒类商品批发经营各相关方宜建立相应的经营管理评价机制，根据本文件相关要求采取适当的管理和技术措施收集有关信息，采用包括但不限于文件和现场审查、客户回访等方法，并通过自我评价或引入第三方评价等方式开展经营管理评价、分析评价结果、持续改进管理并不断提升经营水平。

7.2 文件和现场审查

本文件第4章、第5章、第6章中相关章节的经营技术条件、经营管理技术要求和广告宣传等宜采用文件审查法和现场审核进行审核，确保文件的真实性和完整性，以及能力、相关记录、软硬件配备等与本文件要求的一致性和真实性；需要时也可选择其他适宜的测评方法。

7.3 客户回访

本文件第5章宜采用客户回访法对重点客户进行回访，确定客户满意度等是否符合相关要求；需要时也可以选择其他适宜的测评方法。

参 考 文 献

- [1] GB/T 27922—2011 商品售后服务评价体系
 - [2] GB/T 27925—2011 商业企业品牌评价与企业文化建设指南
 - [3] GB/T 38652—2020 电子商务业务术语
 - [4] SB/T 11000—2013 酒类行业流通服务规范
 - [5] SB/T 11196—2017 进口葡萄酒经营服务规范
 - [6] SB/T 11206—2017 流通业商品分类与代码编制要求
 - [7] SB/T 11240—2023 直播电子商务平台管理与服务规范
 - [8] T/CBJ 1103—2022 酒类电子商务平台销售及配送规范
 - [9] T/CBJ 1301—2019 中国酒类企业社会责任指南
-