

T/SDAS

团 体 标 准

T/SDAS XXX—2024

商贸市场管理服务规范

Specification for commercial market management service

XXXX—XX—XX 发布

XXXX—XX—XX 实施

山东标准化协会 发布

目 次

前 言	II
1 范围	3
2 规范性引用文件	3
3 术语和定义	3
4 服务保障	3
4.1 管理制度	3
4.2 市场环境	3
4.3 设施设备	4
4.4 服务人员	4
4.5 信息化	4
5 服务提供	5
5.1 招商管理	5
5.2 商户管理	5
5.3 市场秩序	5
5.4 品牌与文化建设	5
5.5 消费者权益保护	5
6 服务评价及改进	6
6.1 服务评价	6
6.2 服务改进	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。

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 提出。

本文件由山东标准化协会归口。

本文件起草单位： 。

本文件主要起草人： 。

商贸市场管理服务规范

1 范围

本文件规定了商贸市场服务保障、服务提供、服务评价及改进等要求。
本文件适用于商品批发和零售交易市场的管理服务。

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。

GA/T 367 视频安防监控系统技术要求
GB/T 10001.1 公共信息图形符号 第1部分：通用符号
GB/T 17217 公共厕所卫生规范
GB/T 28581 通用仓库及库区规划设计参数

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

商贸市场 commercial market

为商品买卖双方提供固定、公开、配套设施齐全的交易服务场所。

4 服务保障

4.1 管理制度

市场管理机构应建立健全市场管理与服务制度,包括但不限于:

- 环境卫生管理制度;
- 安全应急管理制度;
- 商户管理与服务制度;
- 市场交易管理制度;
- 数据统计与分析管理制度;
- 信息公示制度;
- 从业人员管理制度;
- 合同、台账、档案管理等。

4.2 市场环境

4.2.1 场区应进行功能分区,根据实际需要合理设置商品交易区、仓储加工区、停车卸货区、商务服务区及市场管理区等。

4.2.2 应设有车辆和人员专用出入口,各通道和出入口不应堆放物品。

4.2.3 应设有专用的货物转运通道、消防通道和机动车停车场。

4.2.4 场区内应采光适度、通风通气良好,环境干净卫生,无垃圾杂物堆占,地面平整防滑,无积水和明显破损的情况。

4.2.5 场区内各类标识应规范、清晰,标识设置应符合 GB/T 10001.1 的规定。

4.2.6 应保证场区内照明、运输、存货、通讯、防火及各类辅助设备的运行环境安全,设备设施随时处于可启用状态。

4.2.7 应安排工作人员对市场环境进行监管维护。

4.3 设施设备

4.3.1 卫生设施设备

- 4.3.1.1 应配备数量与经营规模相匹配的公共厕所，卫生应符合 GB/T 17217 的规定。
- 4.3.1.2 应合理设置垃圾桶，并进行垃圾分类处理。
- 4.3.1.3 宜设置垃圾中转密闭间，对废弃物集中处理与清运。对特殊固体废弃物应集中管理，并移交相关单位作无害化处理。
- 4.3.1.4 应设置污水排放管道设施，并定期清理确保设施通畅。
- 4.3.1.5 应配备专职保洁人员，定时清洁场区内卫生。
- 4.3.1.6 应设置卫生消毒间，统一管理和使用清洁剂、消毒剂、杀虫药剂等。

4.3.2 计量检测设施设备

- 4.3.2.1 宜建立检测场所，配备商品检测相关设备，不具备检测能力的市场应委托法定检测机构进行检测。
- 4.3.2.2 计量器具应统一配置、统一管理、定期核验、定期送检，并进行登记和公示。
- 4.3.2.3 应专设检定合格的公平秤。

4.3.3 物流设施设备

- 4.3.3.1 应配备必要的运输、装卸、搬运及包装设备，如手推车、手拉车、小型起重机、打包机等。
- 4.3.3.2 宜根据市场服务需求建设数量充足的商品存放仓库，仓库设计应符合 GB/T 28581 的规定。
- 4.3.3.3 大、中型市场或者多楼层市场应配备电梯。

4.3.4 安全和监控设施设备

- 4.3.4.1 应设置防火、防盗、监控等安全设施设备，并由专人使用和维护。
- 4.3.4.2 应配备消防栓，消防水枪、灭火器材等消防器材，确保消防器材易取、可用，并定期检查、维护，建立检查维护记录。
- 4.3.4.3 应配备视频安防监控系统，其技术要求应符合 GA/T 367 的规定。
- 4.3.4.4 应设有综合治安管理处或报警点、应急避难场所及应急设施区域，配备紧急报警、防暴、抢救设备，设置紧急逃难通道并装置应急照明设备。

4.3.5 其他设施设备

- 4.3.5.1 应设置信息公告栏，大中型市场应配备播音室等设施设备。
- 4.3.5.2 宜配备交易结算、信息交流、金融网点、交易统计等服务设施，为交易双方和相关部门提供交易服务和统计信息。

4.4 服务人员

- 4.4.1 市场应配备专职管理服务人员，专门从事市场管理、招商管理、商品质量安全检验、环境卫生、设施设备检修、治安管理、信息宣传、安全应急管理等。服务人员应满足以下要求：

- 应符合当地劳动和保障部门用工要求；
- 应具备良好的思想素质，能严格遵守市场规章制度和操作规程；
- 应具备市场要求的特定岗位从业资格或相关业务知识。

- 4.4.2 市场服务人员应规范统一着装，规范用语，礼貌服务，诚信自律。

- 4.4.3 应定期对服务人员进行专业培训，提升服务人员的服务意识和专业技能。

4.5 信息化

- 4.5.1 宜建立市场综合管理信息化系统，实现市场的信息化管理：

- 商品名称、商品分类、商品编码、产地等信息采集和分析功能；
- 经营户资料的采集、存储、分析和监管功能；
- 客户投诉受理、销售支持管理功能；
- 招商管理、摊位租赁、合同管理、交易服务管理功能；

- 基于商品分类和商品编码的质量管理和知识产权管理功能；
 - 商品流通统计和分析、客流量统计和分析、市场走势预测功能；
 - 交易结算管理功能、财务电算化管理等功能。
- 4.5.2 应健全网络及通信设施，满足日常及突发通信保障需要。
- 4.5.3 宜建立信息公示系统，公示市场指导价格、检验检测信息、商户亮证经营等信息。
- 4.5.4 宜建立信息查询系统，配置电子显示屏及应用程序，提供信用、检测、溯源等信息查询服务。

5 服务提供

5.1 招商管理

- 5.1.1 市场应建立招商管理制度，制定公开透明的招商政策。
- 5.1.2 招商广告和内容应真实、准确。

5.2 商户管理

- 5.2.1 应建立经营商户准入管理制度，对经营商户的经营资格及其证明文件进行审查管理，包括但不限于有效身份证明、营业执照、税务登记证明及相关授权文件等。
- 5.2.2 应与入市商户依法签订合同，建立商户信息档案。
- 5.2.3 应建立商户信用管理制度，收集、记录商品经营者的日常监督检查、遵守市场管理规定、失信违规、商品质量问题、消费者投诉等信息，建立信用档案，必要时选择适当方式予以公示。
- 5.2.4 应对商户经营人员进行文明经商和安全应急知识的培训。

5.3 市场秩序

- 5.3.1 商品销售应按商品种类分区经营，展位有序、商品陈列整齐。
- 5.3.2 商户经营不应超出商户营业执照和市场核准的经营范围，应对销售商品明码标价，不准许出现欺行霸市、强买强卖或从事非法交易等行为。
- 5.3.3 销售的商品应具备其应有的特性和用途，符合相关质量检测要求，不应危害消费者的人身和财产安全。
- 5.3.4 建立商品的退市制度和召回制度，发现不合格商品、三无商品、以次充好等不符合质量要求的商品，应报告市场监督管理部门进行处置，并配合清理不符合质量要求的商品，将相关信息记录在案。
- 5.3.5 应建立基于商品分类和商品编码的知识产权保护制度和审查制度，防止出现侵权行为。
- 5.3.6 售出商品应如实开具销售凭证(收据或发票)。
- 5.3.7 市场应制定突发事件应急预案，实行 24h 监控，出现扰乱市场秩序的情况及时安排专人进行处理。

5.4 品牌与文化建设

- 5.4.1 应开展文明市场创建活动，营造文明经营、诚信经营、守法经营的良好氛围。
- 5.4.2 宜利用广播、宣传栏、电子显示屏等多种媒介，开展社会主义核心价值观、职业道德、社会公德等教育。
- 5.4.3 具备条件的市场可建立党、团、工会和行业自律组织。
- 5.4.4 应引导商户树立品牌观念，增强知识产权保护意识。
- 5.4.5 应制定品牌激励政策，对市场内品牌的发展给予政策支持。
- 5.4.6 应对市场内成长性较好的品牌开展调查及建档工作，制定品牌培育工作计划并开展自有品牌创建活动。

5.5 消费者权益保护

- 5.5.1 应在显著位置公布投诉电话，建立消费者投诉调解处理机制，公平公正协调解决交易纠纷和消费投诉。
- 5.5.2 发生因虚假宣传、缺斤短两、以次充好等欺诈行为侵害消费者利益的情况时，市场应先行赔付，然后从商户保证金中扣除或向商户追偿。

5.5.3 监督经营商户落实“三包”规定，对于商家未能落实“三包”规定的消费者投诉，市场应有相应的管理机制，保证消费者的合法权益。

5.5.4 应建立投诉登记台账，对投诉处理情况进行记录，保持投诉记录完整齐备。

6 服务评价及改进

6.1 服务评价

6.1.1 定期对商户、消费者进行满意度抽样调查，征询对市场服务的意见，保留相关记录。

6.1.2 定期开展市场管理服务自我评价，评价内容包括服务态度、服务响应度、总体满意度及制度的完善性等。

6.2 服务改进

应建立持续改进机制，及时对消费者投诉、相关方的反馈意见、服务评价结果等进行分析处理，制定并实施服务改进方案。
