

ICS 03.100.01
CCS A 10

DB4403

深 圳 市 地 方 标 准

DB4403/T 227—2022

商品交易市场管理规范

Management standard of commodity exchange market

2022-01-29 发布

2022-03-01 实施

深圳市市场监督管理局 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 经营管理	2
4.1 经营秩序	2
4.2 设施设备	2
5 商品管理	3
5.1 商品质量	3
5.2 商品计量	3
6 服务管理	3
6.1 投诉处理	3
6.2 顾客满意	3
7 安全管理	3
7.1 消防安全	3
7.2 安全生产	4
7.3 公共安全	4
8 环境管理	4
8.1 环境卫生	4
8.2 节能环保	5
9 文化建设	5
9.1 党建引领	5
9.2 诚信经营	5
9.3 精神文明	5
10 平台管理	6
10.1 平台建设	6
10.2 平台功能	6
11 评价分级	6
11.1 评价内容	6
11.2 分数计算	6
11.3 评价结果	6
附录 A (规范性) 商品交易市场管理规范评分标准	7
参考文献	11

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。

本文件由深圳市市场监督管理局提出并归口。

本文件主要起草单位：深圳市市场监督管理局、深圳市质量强市促进会。

本文件主要起草人：周兰芳、马哲、唐晓龙、龙江、刘万涛、张文、李文俊、李勇、张万荣、李玥。

商品交易市场管理规范

1 范围

本文件规定了深圳市商品交易市场在运营管理中的相关规范，包括经营管理、商品管理、服务管理、安全管理、环境管理、文化建设、平台管理等方面的要求。

本文件适用于深圳市商品交易市场的运营管理及第三方评价。

本文件不适用于农贸市场、农产品批发市场、社区菜市场。

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 50016 建筑设计防火规范
- GB 50034 建筑照明设计标准
- GB 50140 建筑灭火器配置设计规范
- GB 50189 公共建筑节能设计标准
- GB 50222 建筑内部装修设计防火规范
- GB 50974 消防给水及消火栓系统技术规范
- SB/T 11215 商品交易市场建设与经营管理术语
- CJJ 14 城市公共厕所设计标准
- SZJG 27 深圳市公共区域环境卫生质量和管理要求
- DB4403/T 23 公共厕所建设规范

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3. 1

商品交易市场 commodity exchange market

依法设立、由市场开办者或其委托的经营管理者制定相关规则和管理制度，由买卖双方进行经常性或定期性、公开、规范的商品交易活动，具有信息、结算、物流等配套服务功能的固定场所。

3. 2

市场开办者 founder of the commodities trading market

依法登记并领取营业执照，从事市场经营管理的企业法人、其他经济组织或个体工商户。

3. 3

商户 merchant

与市场经营管理单位签订合同，在商品交易市场通过租赁或购买商铺从事商品交易活动或相关服务的经营主体。

3.4

市场管理人员 market administrator

对商品交易市场组织、策划、运营、安全等管理的工作人员。

3.5

市场组织结构 market organization structure

由市场管理者按照一定规则建立，反映管理层级、职务范围、责任权力分工、决策、执行、监督的组织体系。

3.6

平台经济 platform economics

利用互联网、物联网、大数据等现代信息技术，围绕集聚资源、便利交易、提升效率，构建平台产业生态，推动商品生产、流通及配套服务高效融合、创新发展的新型经济形态。

4 经营管理

4.1 经营秩序

4.1.1 市场开办者和场内商户证照齐全，亮照经营；市场开办者已纳入市场监管部门信用分类监管，且为市场信用分类A类市场。

4.1.2 市场开办者依法履行企业年度报告义务。

4.1.3 市场组织结构健全，各管理部门职责清晰；市场应结合实际制定并实施包括但不限于人员培训、安全保卫、消防安全、安全生产、治安防范、商户承诺、顾客投诉、环境卫生、市场准入、进货查验、索证索票、商品商标、商品广告等各项管理制度。

4.1.4 市场管理人员配备充足，各岗位职责、工作流程明确；所有管理人员经培训后上岗，并佩戴工作证或统一着装；市场主要管理人员姓名、职务等基本信息在显著位置公示。

4.1.5 市场开办者与场内商户的租赁合同规范完整，双方权利义务明确具体；市场开办者应建立一户一档的场内商户档案，并及时更新档案资料。

4.1.6 定期对场内商户的经营环境条件、商品质量、广告宣传、落实有关政策法律规定和市场管理要求等进行检查，并保留检查台账。

4.1.7 市场内外无占道经营、乱堆放、乱扩摊、乱搭建等现象；市场内商户无缺斤少两、囤货居奇、哄抬物价行为。

4.2 设施设备

4.2.1 市场设施设备管理制度完善，配备专人负责各类设施设备的日常维护管理。

4.2.2 市场基础设施维护状况良好，商户按商品种类分区，布局合理；场内装饰、灯光布置、通风采光良好，商户门面字号、标识使用规范。

4.2.3 市场公共服务设施配备齐全、状态完好；应设有广播通讯设备、视频监控系统、免费无线网络接入系统；应在主要出入口明显处设置咨询服务台、导购图、宣传栏、公示栏等服务设施，向顾客明示

商户布局，相关内容及时更新；应配套设置公厕（周边 50 米范围内有市政公厕除外），设置标准应符合 CJJ 14、DB4403/T 23 的要求，硬件管理参照《深圳市公共厕所管理办法》的要求。

4.2.4 市场应建有两个以上进出通道，市场出入口处不得设档交易；市场出入口、通道等公共空间，凡设台阶的，应同时设置无障碍通道。

4.2.5 市场内各种管道、线路等应隐蔽设置；商户内设施设备、货架布局、商品陈列等规整美观。

4.2.6 市场应设停车场地，机动车和非机动车实行分类停放管理，设置相应的停放标志。

5 商品管理

5.1 商品质量

5.1.1 市场开办者应对商户开展准入管理，宜优先引进商品新颖、品类丰富、质量优良、价格合理并具有原创设计等先进理念的业态或品牌商品入场；对经营需经许可审批商品的商户，应在其依法取得许可审批后才准许入场或开展经营。

5.1.2 市场开办者应建立完善的索证索票制度；定期检查商户或其供应商合法有效的营业执照、生产或经营许可证、商品检验检测报告、商标注册证、代理商的授权或委托书以及商品进货台账。

5.1.3 商户经营的商品应符合国家或行业质量标准，商品标识完整清晰，证件齐全；销售的商品明码标价，并出具销售凭证；提供售后服务，落实“三包”制度。

5.1.4 市场内不应销售“三无”产品、无中文标识、走私等国家明令禁止销售的商品及国家明令保护的动植物及其制品；不应销售假冒他人注册商标、使用虚假产地、伪造或冒用优质商品、认证产品、许可证标志及危及人身安全和身体健康等商品；禁止对商品质量等作引人误解的虚假宣传。

5.1.5 市场开办者应建立商品质量安全突发事件应急预案；当市场内经营的商品出现或涉嫌有毒、有害、过期、假冒、侵权、伪劣等不合格商品等问题时，及时采取临时禁售措施，并公布商品质量安全信息、事故通报；对不合格商品主动退市并依法退款或赔偿；建立不合格商品退市台账，并保存至少两年。

5.2 商品计量

5.2.1 市场开办者应在市场内设置和管理公平秤，对市场内属于强制检定范围内的计量器具应进行登记造册、申报备案，督促商户定期向法定计量检定机构申请周期强制检定，保证计量器具量值准确可靠。

5.2.2 商户销售商品计量单位，应使用法定计量单位的名称或符号；定量包装的商品，其净含量应符合国家定量包装商品计量监督管理的有关规定。

6 服务管理

6.1 投诉处理

6.1.1 市场开办者应设有消费者权益服务站等客户投诉举报受理、调处机构，并健全客户投诉处理制度。

6.1.2 市场开办者应在市场醒目位置公开“12345”投诉举报电话及本市场投诉举报电话；对投诉举报事项及时处理并建立相关档案。

6.2 客户满意

6.2.1 市场开办者或商户应建立客户投诉先行赔偿制度，落实消费者权益损害先行赔偿责任；市场开办者应积极调解商户与客户之间的消费纠纷。

6.2.2 市场开办者应定期开展客户满意度调查，收集改进市场管理的意见建议，并采纳合理意见。

7 安全管理

7.1 消防安全

- 7.1.1 市场开办者应依法办理消防行政审批手续；应保证防火检查巡查、消防设施器材维护保养、建筑消防设施检测、火灾隐患整改等消防工作所需资金的投入。
- 7.1.2 市场开办者应成立消防安全管理组织机构，明确各岗位消防安全责任人及其职责，制定消防应急预案。
- 7.1.3 市场开办者应定期组织开展消防安全教育培训和防火巡查，定期组织开展应急疏散演练，保证各项消防规章制度落实，完善消防安全管理台账。
- 7.1.4 市场开办者应按照GB 50140、GB 50974等国家消防技术标准的要求配备消防设施、器材，设置消防安全标志，定期检验维修，确保完好有效。
- 7.1.5 市场开办者应保障疏散通道、安全出口、消防车通道畅通，保证防火防烟分区、防火间距符合GB 50016消防技术标准。
- 7.1.6 市场内无消防安全“二合一”、“三合一”现象；保障维护、翻新使用的建筑构件、建筑材料和场内装修装饰材料等符合GB 50222消防技术标准。

7.2 安全生产

- 7.2.1 市场开办者应对市场内的燃气、电气、大型广告等可能存在安全隐患的设备设施定期开展检查、维护，并做好相关记录。
- 7.2.2 市场内的电梯、起重设备等特种设备均需办理相关使用登记证书，定期开展维护，并经定期检验合格后使用。
- 7.2.3 市场内配套的食品经营商户应取得《食品经营许可证》或经备案后方可经营；经营人员应按规定定期体检并持有效的《食品从业人员健康证明》上岗。
- 7.2.4 市场内扶梯、台阶、易滑路面、玻璃门窗等易出事故的部位，应设置明显的警示标志。
- 7.2.5 市场开办者应制定燃气泄漏、触电、防台、防汛等应急预案，并定期组织演练。

7.3 公共安全

- 7.3.1 市场开办者应建立健全市场的治安保卫组织，配备必要的治安保卫力量，强化治安保卫措施。
- 7.3.2 市场开办者应配合有关部门开展场内商户矛盾纠纷、上访等安全隐患排查工作，及时消除相关隐患；积极配合有关部门依法查处扰乱市场治安等违法行为。
- 7.3.3 市场经营秩序良好，无强买强卖、欺行霸市、敲诈勒索等违法犯罪案件发生。
- 7.3.4 市场开办者在传染性疾病流行期间，应根据政府传染病防控要求采取控制人流、消毒或预防性消毒措施；根据需要组织对经营区域的地面、墙面、柜台、相关公用具、货架、门帘、电梯及按键、电动扶手带、门把手、公共卫生间等公共设施设备采取的消毒措施、消毒方法，应符合相关标准或指引的规定。
- 7.3.5 市场开办者应制定防范和应对处置恐怖活动的预案、措施，定期进行培训和演练；建立反恐怖主义工作专项经费保障制度，配备、更新防范和处置设备、设施；建立公共安全视频图像信息系统值班监看、信息保存使用、运行维护等管理制度，保障相关系统正常运行。

8 环境管理

8.1 环境卫生

8.1.1 市场开办者应建立健全市场环境卫生管理制度；应根据市场清扫保洁面积、人流和物流等情况，参照SZJG27中的特级或一级清扫保洁等级设定保洁标准，配备专职保洁人员，实行区域包干，明确责任人并公示。

8.1.2 市场应统一配置废弃物收集容器或密闭式垃圾清洁站等垃圾收集处理设施和清运车辆。

8.1.3 市场内卫生应符合国家卫生标准要求；市场外卫生执行市容环境卫生责任区制度，实行“门前三包”；市场开办者参照《深圳市公共厕所管理办法》的要求管理和维护市场内公共厕所，保证公共厕所清洁卫生。

8.1.4 市场开办者应严格落实清扫保洁和垃圾清运制度；市场内外环境整洁美观，卫生状况良好，无卫生死角、乱扔垃圾、乱泼污水、乱贴乱画等现象。

8.2 节能环保

8.2.1 市场开办者应将节约能源、保护环境列入市场管理的日常工作，并设专人管理；应对商户进行不定期的节约、环保等相关业务培训。

8.2.2 封闭市场的室内温度设置应根据GB 50189节能的原则，夏季室内空调温度设置不得低于26℃，冬季室内空调温度设置不得高于20℃。

8.2.3 市场开办者及商户应加强对废弃物的分类收集和分类处理，对可回收资源宜综合利用，严禁造成对环境的二次污染和交叉污染。

8.2.4 市场开办者及商户应严格执行国家及省、市“禁、限塑令”的规定，不销售和使用不符合要求的塑料餐具、购物袋、包装袋等塑料用品，不无偿提供塑料购物袋。

9 文化建设

9.1 党建引领

9.1.1 具备条件的市场开办者应积极组建以商户经营者为主体的党组织，不具备组建条件的应以协会建、联合建、挂靠建等形式建立党组织；并为党组织活动提供经费保障、场地保障。

9.1.2 市场党组织应建立健全各项工作制度，发挥党组织及党员带头作用，积极组织开展教育培训、创先争优、党群共建、关心关爱、市场文化等活动。

9.2 诚信经营

9.2.1 市场开办者应与场内商户全部签订文明诚信经营承诺书。

9.2.2 市场开办者应制定场内商户信用评价办法、评价标准及评分细则；定期组织开展商户信用信息征集和评价，并公示信用评价结果；结合信用评价，开展“星级信用商户”等评比活动，积极发掘并宣传诚信商户。

9.2.3 市场开办者宜根据场内商户信用评价、评比活动结果，在商户续租及租金优惠等方面落实奖惩措施，形成信用激励、约束机制。

9.3 精神文明

9.3.1 市场开办者应履行对场内商户开展日常宣传的义务，注重引导和预警防范，利用广播、宣传栏、电子显示屏等形式，开展符合市场特点的公益广告宣传；常态化开展社会主义核心价值观和有关法律法规、政策等宣传教育；积极配合有关部门开展的国家文明城市、卫生城市创建等活动。

9.3.2 市场开办者应组织开展市民喜闻乐见的文化科普活动，通过举办展览、讲座、培训和宣传教育活动，向场内商户和市民普及商品质量、食品安全、消防安全、文明行为、信用建设和消费者权益保护等知识，活跃群众文化生活。

9.3.3 市场应提倡文明服务，管理人员及商户从业人员文明用语，礼貌待人，规范服务。

10 平台管理

10.1 平台建设

10.1.1 市场开办者应主动转型升级，通过建立企业资源计划管理（ERP）等系统，建设包含公共服务、物流配送、跨境贸易、诚信管理、商品追溯、资金结算等在内的综合服务平台，发展平台经济。

10.1.2 具备条件的市场应建设物流配送中心、电商功能区、展贸平台、创意中心和品牌专区；能汇聚高端品牌和设计师资源，统一市场营销，更好发挥实体市场的渠道、展会和品牌等优势。

10.2 平台功能

10.2.1 市场综合服务平台应具有交易、信息、物流、仓储、质量和金融服务等功能；通过市场信息网络系统，能开展网上订单、网下实物交易，做到商流物流合理分离，让市场真正实现线上线下融合交易。

10.2.2 市场开办者应主办或组织商户参加与交易商品相关的展会或论坛；有条件的市场宜根据交易数据形成有较强影响力的商品价格指数并定期发布。

11 评价分级

11.1 评价内容

根据本文件可组织专家对商品交易市场的管理水平进行评价，评价内容及评分标准见附录A。评价项目包括否决项、经营管理、商品管理、服务管理、安全管理、环境管理、文化建设、平台管理等8个项目，共62条评价内容。其中，违法行为（A1）、责任事故（A2）2个项目为否决项，未赋分值。

11.2 分数计算

评价评分表总分为100分，总实得分为62条内容累计得分，如有评价内容不适用时，所在内容不计得分。总评价分与总实得分按照公式（1）换算。

式中：

S——总评价分；

Sr——总实得分；

S_u——所有不适用项目应得分值之和。

11.3 评价结果

评价结果分为“不合格”、“合格”、“良好”、“示范”。判定规则为：

- a) 总评价分<70 分, 为“不合格”;
 - b) $70 \leq$ 总评价分<80 分, 为“合格”;
 - c) $80 \leq$ 总评价分<90 分, 为“良好”;
 - d) 总评价分 ≥ 90 , 为“示范”。

附录 A
(规范性)
商品交易市场管理规范评分标准

表A.1给出了对商品交易市场管理水平评价所需的评价项目、评价内容、评分标准及分值。

表 A.1 商品交易市场管理规范评分标准（第 1 页/共 4 页）

评价项目	评价内容	评分标准	分值
否决项	违法行为	1.近两年内市场公共秩序良好，无重大治安事故和刑事犯罪案件，无集体越级上访等群体性事件，无黄赌毒等社会不良现象。	—
	责任事故	2.近两年内市场未发生特大商品质量、治安、消防、环保、食品药品安全等重大安全责任事故，未因不良事件被新闻媒体曝光。	—
经营管理 23 分	经营秩序 13 分	3.市场开办者和场内商户证照齐全，亮照经营；市场开办者已纳入市场监管部门信用分类监管，且为市场信用分类 A 类市场。	2
		4.市场开办者依法履行企业年度报告义务。	1
		5.市场组织结构健全，各管理部门职责清晰；市场应结合实际制定并实施包括但不限于人员培训、安全保卫、消防安全、安全生产、治安防范、商户承诺、顾客投诉、环境卫生、市场准入、进货查验与索证索票、商品商标、商品广告等各项管理制度。	3
		6.市场管理人员配备充足，各岗位职责、工作流程明确；所有管理人员经培训后上岗，并佩戴工作证或统一着装；市场主要管理人员姓名、职务等基本信息在显著位置公示。	2
		7.市场开办者与商户的租赁合同规范完整，双方权利义务明确具体；市场开办者应建立一户一档的场内商户档案，并及时更新档案资料。	2
		8.市场开办者应定期对场内商户的经营环境条件、商品质量、广告宣传、落实有关政策法律规定和市场管理要求等进行检查，并保留检查台账。	1
		9.市场内外无占道经营、乱堆放、乱扩摊、乱搭建等现象；市场内商户无缺斤少两、囤积居奇、哄抬物价行为。	2
		10.市场设施设备管理制度完善，配备专人负责各类设施设备的日常维护管理。	1
		11.市场基础设施维护状况良好，商户按商品种类分区，布局合理；场内装饰、灯光布置、通风采光良好，商户门面字号、标识使用规范。	2
	设施设备 10 分	12.市场公共服务设施配备齐全、状态完好；应设有广播通讯设备、视频监控系统、免费无线网络接入系统；应在主要出入口明显处设置咨询服务台、导购图、宣传栏、公示栏等服务设施，向顾客明示商户布局，相关内容及时更新；应配套设置公厕（周边 50 米范围内有市政公厕除外），设置标准应符合 CJJ 14、DB4403/T 23 的要求，硬件管理参照《深圳市公共厕所管理办法》的要求。	3
		13.市场应建有两个以上进出通道，市场出入口处不得设档交易；市场出入口、通道等公共空间，凡有台阶的，应同时设置无障碍通道。	1
		14.市场内各种管道、线路等宜隐蔽设置；商户内设施设备、货架布局、商品陈列等规整美观。	2

表 A.1 商品交易市场管理规范评分标准（第 2 页/共 4 页）

评价项目	评价内容	评分标准	分值
		15. 市场应设停车场地，机动车和非机动车实行分类停放管理，设置相应的停放标志。	1
商品管理 13 分	商品质量 10 分	16. 市场开办者应对商户开展准入管理，宜优先引进商品新颖、品类丰富、质量优良、价格合理并具有原创设计等先进理念的业态或品牌商品入场；对经营需经许可审批商品的商户，应在其依法取得许可审批后才准许入场或开展经营。	1
		17. 市场开办者应建立完善的索证索票制度；定期检查商户或其供应商合法有效的营业执照、生产或经营许可证、商品检验检测报告、商标注册证、代理商的授权或委托书以及商品进货台账进行检查。	3
		18. 商户经营的商品应符合国家或行业质量标准，商品标识完整清晰，证件齐全；销售的商品明码标价，并出具销售凭证；提供售后服务，落实“三包”制度。	2
		19. 市场内不应销售“三无”产品、无中文标识、走私等国家明令禁止销售的商品及国家明令保护的动植物及其制品；不应销售假冒他人注册商标、使用虚假产地、伪造或冒用优质商品、认证产品、许可证标志及危及人身安全和身体健康等商品；禁止对商品质量等作引人误解的虚假宣传。	2
		20. 市场开办者应建立商品质量安全突发事件应急预案；当商户经营的商品出现或涉嫌过期、假冒、侵权、伪劣等不合格商品等问题时，及时采取临时禁售措施，并公布商品质量安全信息、事故通报；对不合格商品主动退市并依法退款或赔偿；建立不合格商品退市台账，并保存至少两年。	2
	商品计量 3 分	21. 市场开办者应在市场内设置和管理公平秤，对市场内属于强制检定范围内的计量器具应进行登记造册，申报备案，督促商户定期向法定计量检定机构申请周期强制检定，保证计量器具量值准确可靠。	2
		22. 商户销售商品的计量单位，应使用法定计量单位的名称或符号；定量包装的商品，其净含量应符合国家定量包装商品计量监督管理的有关规定。	1
服务管理 7 分	投诉处理 3 分	23. 市场开办者应设有消费者权益服务站等客户投诉举报受理、调处机构，健全客户投诉处理制度。	1
		24. 市场开办者应在市场醒目位置公开“12345”投诉举报电话及本市场投诉举报电话；对投诉举报事项及时处理并建立相关档案。	2
	客户满意 4 分	25. 市场开办者或商户应建立客户投诉先行赔偿制度，落实消费者权益损害先行赔偿责任；市场开办者应积极调解商户与客户之间的消费纠纷。	2
		26. 市场开办者应定期开展客户满意度调查，收集改进市场管理的意见建议，并采纳合理意见。	2
安全管理 29 分	消防安全 12 分	27. 市场开办者应依法办理消防行政审批手续；应保证防火检查巡查、消防设施器材维护保养、建筑消防设施检测、火灾隐患整改等消防工作所需资金的投入。	2
		28. 市场开办者应成立消防安全管理组织机构，明确各岗位消防安全责任人及其职责，制定消防应急预案。	2
		29. 市场开办者应定期组织开展消防安全教育培训和防火巡查，定期组织开展应急疏散演练，保证各项消防规章制度落实，完善消防安全管理台账。	3
		30. 市场开办者应按照 GB 50140、GB 50974 等国家消防技术标准的要求配备消防设施、器材，设置消防安全标志，定期检验维修，确保完好有效。	1

表 A.1 商品交易市场管理规范评分标准（第 3 页/共 4 页）

评价项目	评价内容	评分标准	分值
安全管理 29 分		31. 市场开办者应保障疏散通道、安全出口、消防车通道畅通，保证防火防烟分区、防火间距符合 GB 50016 消防技术标准。	2
		32. 市场内无消防安全“二合一”、“三合一”现象；保障维护、翻新用建筑构件、建筑材料和场内装修装饰材料等符合 GB 50222 消防技术标准。	2
	安全 生产 8 分	33. 市场开办者应对市场内外的燃气、电气、大型广告等可能存在安全隐患的设备设施定期开展检查、维护，并做好相关记录。	2
		34. 市场内的电梯、起重设备等特种设备均需办理相关使用登记证书，定期开展维护，并经定期检验合格后使用。	2
		35. 市场内配套的食品经营商户应取得《食品经营许可证》或经备案后方可经营；经营人员应按规定定期体检并持有效的《食品从业人员健康证明》上岗。	1
		36. 市场内扶梯、台阶、易滑路面、玻璃门窗等易出事故的部位，应设置明显的警示标志。	1
		37. 市场开办者应制定燃气泄漏、触电、防台、防汛等应急预案，并定期组织演练。	2
		38. 市场开办者应建立健全市场的治安保卫组织，配备必要的治安保卫力量，强化治安保卫措施。	2
		39. 市场开办者应配合有关部门开展商户矛盾纠纷、上访等安全隐患排查工作，及时消除矛盾纠纷与安全隐患；积极配合有关部门依法查处扰乱市场治安等违法行为。	1
		40. 市场经营秩序良好，无强买强卖、欺行霸市、敲诈勒索等违法犯罪案件发生。	2
	公共 安全 9 分	41. 市场开办者在传染性疾病流行期间，应根据政府传染病防控要求采取控制人流、消毒或预防性消毒措施；根据需要组织对经营区域的地面、墙面、柜台、相关公用具、货架、门帘、电梯及按键、电动扶手带、门把手、公共卫生间等公共设施设备采取的消毒措施、消毒方法，应符合相关标准或指引的规定。	2
		42. 市场开办者应制定防范和应对处置恐怖活动的预案、措施，定期进行培训和演练；建立反恐怖主义工作专项经费保障制度，配备、更新防范和处置设备、设施；建立公共安全视频图像信息系统值班监看、信息保存使用、运行维护等管理制度，保障相关系统正常运行。	2
环境 管理 10 分	环境 卫生 5 分	43. 市场开办者应建立健全市场环境卫生管理制度；应根据市场清扫保洁面积、人流和物流等情况，参照 SJG 27 中的特级或一级清扫保洁等级设定保洁标准；配备专职保洁人员，实行区域包干，明确责任人并公示。	2
		44. 市场应统一配置废弃物收集容器或密闭式垃圾清洁站等垃圾收集处理设施和清运车辆。	1
		45. 市场内卫生应符合国家卫生标准要求，市场外卫生执行市容环境卫生责任区制度，实行“门前三包；市场参照《深圳市公共厕所管理办法》管理和维护市场内公共厕所，保证公共厕所清洁卫生。	1
		46. 严格落实清扫保洁和垃圾清运制度；市场内外环境整洁美观，卫生状况良好，无卫生死角、乱扔垃圾、乱泼污水、乱贴乱画等现象。	1
		47. 市场开办者应将节约能源、保护环境列入市场管理的日常工作，并设专人管理；应对商户进行不定期的节约、环保等相关业务培训。	1

表 A.1 商品交易市场管理规范评分标准（第 4 页/共 4 页）

评价项目	评价内容	评分标准	分值
环境管理 10 分	节能环保 5 分	48. 封闭市场的室内温度设置应根据 GB 50189 节能的原则，夏季室内空调温度设置不得低于 26℃，冬季室内空调温度设置不得高于 20℃。	1
		49. 市场开办者及商户应加强对废弃物的分类收集和分类处理，对可回收资源宜综合利用，严禁造成对环境的二次污染和交叉污染。	1
		50. 市场开办者及商户应严格执行国家及省、市“禁、限塑令”的规定，不销售和使用不符合要求的塑料餐具、购物袋、包装袋等塑料用品，不无偿提供塑料购物袋。	2
文化建设 11 分	党建引领 3 分	51. 具备条件的市场开办者应积极组建以商户经营者为主体的党组织，不具备组建条件的应以协会建、联合建、挂靠建等形式建立党组织；并为党组织活动提供经费保障、场地保障。	2
		52. 市场党组织应建立健全各项工作制度，发挥党组织及党员带头作用，积极组织开展教育培训、创先争优、党群共建、关心关爱、市场文化等活动。	1
	诚信经营 4 分	53. 市场开办者与场内商户全部签订文明诚信经营承诺书。	2
		54. 市场开办者应制定场内商户信用评价办法、评价标准及评分细则；定期组织开展商户信用信息征集和评价，并公示信用评价结果；结合信用评价，开展“星级信用商户”等评比活动，积极发掘并宣传诚信商户。	1
		55. 市场开办者宜根据场内商户信用评价、评比活动结果，在商户续租及租金优惠等方面落实奖惩措施，形成信用激励、约束机制。	1
	精神文明 4 分	56. 市场开办者应履行对场内商户开展日常宣传义务，注重引导和预警防范，利用广播、宣传栏、电子显示屏等形式，开展符合市场特点的公益广告宣传；常态化开展社会主义核心价值观和有关法律法规、政策等宣传教育；积极配合有关部门开展的国家文明城市、卫生城市创建等活动。	2
		57. 市场开办者应组织开展市民喜闻乐见的文化科普活动，通过举办展览、讲座、培训和宣传教育活动，向商户和市民普及商品质量、食品安全、消防安全、文明行为、信用建设和消费者权益保护等知识，活跃群众文化生活。	1
		58. 市场应提倡文明服务，管理人员及商户从业人员文明用语，礼貌待人，规范服务。	1
平台管理 7 分	平台建设 4 分	59. 市场开办者应主动转型升级，通过建立企业资源计划管理（ERP）等系统，建设包含公共服务、物流配送、跨境贸易、诚信管理、商品追溯、资金结算等在内的综合服务平台，发展平台经济。	2
		60. 具备条件的市场应建设物流配送中心、电商功能区、展贸平台、创意中心和品牌专区；能汇聚高端品牌和设计师资源，统一市场营销，更好发挥实体市场的渠道、展会和品牌等优势。	2
	平台功能 3 分	61. 市场综合服务平台应具有交易、信息、物流、仓储、质量和金融服务等功能；通过市场信息网络系统，能开展网上订单、网下实物交易，做到商流物流合理分离，让市场真正实现线上线下融合交易。	2
		62. 市场开办者应主办或组织商户参加与交易商品相关的展会或论坛；有条件的市场宜根据交易数据形成有较强影响力的商品价格指数并定期发布。	1

参 考 文 献

- [1] DB11/T 472—2021 商品交易市场设置与管理规范
 - [2] SZDB/Z 271.1—2017 反恐怖防范管理规范 第1部分：总则
 - [3] 全国人民代表大会常务委员会. 中华人民共和国产品质量法. 2018年
 - [4] 全国人民代表大会常务委员会. 中华人民共和国食品安全法. 2021年
 - [5] 全国人民代表大会常务委员会. 中华人民共和国安全生产法. 2021年
 - [6] 全国人民代表大会常务委员会. 中华人民共和国节约能源法. 2018年
 - [7] 广东省人民代表大会常务委员会. 广东省商品交易市场管理条例: 广东省第十三届人民代表大会常务委员会公告(第66号). 2020年
 - [8] 中华人民共和国商务部, 中华人民共和国科学技术部, 中华人民共和国工业和信息化部, 中华人民共和国财政部, 中华人民共和国自然资源部, 中华人民共和国住房和城乡建设部, 中国人民银行, 中华人民共和国海关总署, 国家税务总局, 国家市场监督管理总局, 中国银行保险监督管理委员会, 中国证券监督管理委员会, 中华人民共和国商务部. 关于推进商品交易市场发展平台经济的指导意见: 商建函〔2019〕61号. 2019年
 - [9] 中华人民共和国商务部. 商品交易市场转型升级绩效评价体系: 商务部办公厅关于印发《商品交易市场转型升级绩效评价体系》的通知. 2018年
 - [10] 深圳市人民代表大会常务委员会. 深圳市生活垃圾分类管理条例: 深圳市第六届人民代表大会常务委员会公告第一九九号. 2020年
 - [11] 深圳市人民政府. 深圳市公共厕所管理办法: 深圳市人民政府令第252号. 2013年
-