

DB4403

深 圳 市 地 方 标 准

DB4403/T XXX—XXXX

珠宝专业市场管理规范

Specification for management of jewelry professional market

(送审稿)

XXXX-XX-XX 发布

XXXX-XX-XX 实施

深圳市市场监督管理局 发布

目 次

前言 III

引言 IV

1 范围 1

2 规范性引用文件 1

3 术语和定义 1

4 组织架构 2

 4.1 市场组织结构 2

 4.2 党建工作组织 2

5 准入、退出管理 3

 5.1 开办者准入管理 3

 5.2 商户准入管理 3

 5.3 配套商品及服务供应商准入管理 3

 5.4 退出管理 3

6 质量管理 4

 6.1 商品质量管理 4

 6.2 商户质量管理 4

 6.3 服务质量管理 5

 6.4 投诉与纠纷处理 5

7 经营秩序管理 6

8 安全管理 6

 8.1 消防安全管理 6

 8.2 公共安全管理 7

 8.3 施工安全管理 7

 8.4 突发公共事件应急处置 8

 8.5 食品安全管理 8

9 环境卫生管理 8

10 设备设施器材管理 9

 10.1 购置 9

 10.2 使用 9

 10.3 检查、检测、保养、维护 9

11 可持续发展建设 9

 11.1 品牌化建设 9

 11.2 低碳化建设 10

 11.3 数字化建设 10

12 评价分级 10

 12.1 评价内容 10

12.2 评价规则 11

12.3 分数计算 11

12.4 评价结果 11

参考文献 21

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。

本文件由深圳市商务局提出并归口。

本文件起草单位：深圳市商品交易市场联合会、深圳市水贝壹号投资发展有限公司、深圳市特力（集团）股份有限公司、深圳特力吉盟投资有限公司、深圳市金展国际珠宝广场有限公司、深圳市水贝万山珠宝产业发展有限公司、深圳市兴龙机械模具有限公司、深圳市港得龙实业有限公司、深圳市水贝国际珠宝交易中心有限公司、深圳市甘露珠宝首饰有限公司、深圳市原创力文化发展有限公司、深圳质量保证中心、深圳市质量检验协会、深圳市福田质量技术协会、深圳市黄金珠宝文化研究会、深圳市福田区设计师商会。

本文件主要起草人：刘鸿强、范卫国、黄键濠、詹蔚蔚、陈沛、钟晓雯、曾钦学、谢振武、苏宏伟、李莲花、郭赞强、汤文平、吴丈云、杨晓鹏、李嘉、罗庆、张祖辉、郭发、朱旭、孙俊奇、赵丽、何龙诗、何涛、丁小帆、张飞、元达佩、卞铨、罗祚兵、王琳琳、陈晔平、谭粤华、黄智谦、李韩瑶、黄克喜、马圳斌、陈亮亮、廖冬梅、杨富淼、陈家劲。

引 言

为深入贯彻实施《国家标准化发展纲要》之核心要义，紧密对接《深圳标准发展“十四五”规划》战略部署，坚决贯彻执行国家发展改革委与商务部联合颁发的《关于深圳建设中国特色社会主义先行示范区放宽市场准入若干特别措施的意见》，充分发挥珠宝专业市场在整个行业中的独特枢纽作用。致力于在社会主义市场经济体制下，探索并实现珠宝专业市场的最优效能与运行机制，助推珠宝商品与各类关联服务要素能够达成高效、精准的配置，实现其价值的最大化利用，为深圳珠宝市场高质量发展贡献力量，特制定本文件。本文件以深圳标准建设为纲领性指导、以深圳先行示范区建设为总牵引与总要求，坚持以有效发挥珠宝专业市场在经济建设中的重要作用为目标，通过精心设计系统与构建一套系统化、科学化、高度适配的市场组织结构与运营规则、流程机制，确保在人力、物资、专业培训、技术创新等关键保障资源方面实现合理、高效的配置与投入，持续推动市场治理体系现代化升级与可持续发展能力的全面提升，为深圳珠宝市场在全球范围内树立行业标杆，打造具有国际影响力与核心竞争力的珠宝行业市场奠定坚实的基础，贡献深圳智慧与深圳力量。

珠宝专业市场管理规范

1 范围

本文件规定了珠宝专业市场在运营管理过程中的组织架构、准入与退出管理、质量管理、经营秩序管理、安全管理、环境卫生管理、设备设施器材管理、可持续发展建设以及评价分级。

本文件适用于深圳市珠宝专业市场的开办、经营、管理与服务及第三方评价。

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 50140—2005 建筑灭火器配置设计规范
GB 2894—2008 安全标志及其使用导则
GB 3096—2008 声环境质量标准
GB 11887—2012 首饰 贵金属纯度的规定及命名方法
GB 50016—2014 建筑设计防火规范
GB 50189—2015 公共建筑节能设计标准
GB 4066—2017 干粉灭火剂
GB 50222—2017 建筑内部装修设计防火规范
GB 37813—2019 公共机构节水管理规范
GB 50974—2020 消防给水及消火栓系统技术规范
GB 15603—2022 危险化学品仓库储存通则
GB 55036—2023 消防设施通用规范
GB 55037—2023 建筑防火通用规范
GB/T 31912—2015 饰品 标识
GB/T 31524—2015 电子商务平台运营与技术规范
GB/T 29639—2020 生产经营单位生产安全事故应急预案编制导则
GB/T 39906—2021 品牌管理要求
AQ/T 9009—2015 生产安全事故应急演练评估规范
AQ/T 9011—2019 生产经营单位生产安全事故应急预案评估指南
SB/T 10401—2006 商品售后服务评价体系
DB4403/T 51—2020 珠宝行业经营服务规范
DB4403/T 54—2023 停车场（库）交通设施建设与管理规范
DB4403/T 59—2020 公共区域环境卫生质量和管理要求
DB4403/T 511—2024 公共厕所建设规范
DB4403/T 512—2024 公共厕所管理规范

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

专业型珠宝商品交易市场 jewelry professional commodity exchange market

依法设立的固定场所，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，供买卖双方以珠宝及其周边商品作为主要交易标的物，开展经常性或定期性公开、规范交易活动，同时具有信息、结算、物流等配套服务功能的固定场所。

3.2

诚信体系建设 credit information system construction

市场开办者（或其委托的经营管理者）按照法律、道德、规则等要求，通过组织和技术手段系统化约束和规范经营行为的过程。

3.3

珠宝商务平台 jewelry commerce platform

珠宝商务活动中为交易双方或多方提供交易撮合及相关服务的信息网络系统总和。

3.4

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 组织架构

4.1 市场组织结构

根据市场规模和业务需求，设置职责清晰、权限明确的市场组织结构，制定与开办、经营、管理、服务相匹配的制度与运行程序，包括但不限于：招商管理、商品管理、服务管理、投诉与纠纷管理、经营秩序管理、环境卫生管理、设施设备管理、培训管理、安全管理、突发（异常）情况处置预案、作业指南、服务指引。

4.2 党建工作组织

4.2.1 正式党员人数达3人及以上的市场，应成立基层党组织；正式党员不足3人，没有条件单独成立党组织的市场，应当按照地域相邻、行业相近、规模适当、便于管理的原则，与同一楼宇、商圈内的企业（或其他合法组织）等共建联合党组织。

4.2.2 宜设置“党群服务中心”，发挥基层党组织政治引领、加强治理、凝聚力量、为民服务的功能。包括但不限于：

- 宣传贯彻党的路线方针政策、社会主义核心价值观、全面协调推进“五位一体”建设；
- 开展党务政策咨询、传播党建理论知识、提供党员政治生活的场所；
- 开展符合专业型珠宝商品交易市场特点的党组织活动，推进市场开办者（或其委托的经营管理者）与商户的共建共治；
- 收集商户与顾客意见建议、协调处理商品交易中的纠纷；平缓舆情。

5 准入、退出管理

5.1 开办者准入管理

5.1.1 开业前：市场建筑应经市级以上人民政府相关部门（包括但不限于住房和城乡建设局、规划和自然资源局、消防部门、生态环境局等）验收合格，新建改建扩建市场设施场所要经消防设计审核验收、消防验收合格或者经消防设计备案并经消防安全检查合格。

5.1.2 招租、运营前：市场开办者（或其委托的经营管理者）应向区级及以上市场质量监督管理行政主管部门申请办理企业登记注册、取得营业执照。

5.2 商户准入管理

5.2.1 市场开办者（或其委托的经营管理者）应对商户资质实行准入管理，包括但不限于：

- 以境内企业（或其他组织）名义签约的，核验营业执照原件、法定代表人身份证原件（非法定代表人办理的，还需核验法定代表人委托书及经办人身份证原件），并留存公章印模；
- 以境内自然人名义签约的，核验签约人身份证原件；
- 以境外自然人、企业（或其他组织）名义签约的，签约要求见《中华人民共和国外商投资法》与《深圳经济特区商事登记若干规定》等规定。

5.2.2 市场开办者（或其委托的经营管理者）应通过租赁合同（协议）、代管合同（协议）等书面文件，与商户、业主（或委托管理方）明确各主体之间的权责利，合同（协议）内容包括但不限于：

- 准入与退出规则、经营内容、经营秩序规定、商品质量管控规定、知识产权保护规定、消费纠纷解决措施、安全生产要求；
- 市场质量监督管理部门要求签署的承诺书（或责任书）应作为合同附件。

5.2.3 签署租赁合同时，市场开办者（或其委托的经营管理者）应向涉及 6.1.2、6.2.2 规定管理的商户收取相关备案资料，或在合同中约定备案期限等关键要素。

5.3 配套商品及服务供应商准入管理

5.3.1 市场开办者（或其委托的经营管理者）应对入场提供配套商品（包括但不限于：餐饮、茶饮）与服务（包括但不限于：第三方珠宝检测服务、物流货运服务、知识产权保护服务、安保服务、保洁服务）的企业、个人及其他组织的经营资质进行审核。

5.3.2 涉及特许经营相关资质的，按照所属行业的法律法规、政策进行管理。

5.3.3 涉及劳务外包的，宜采取以下强化管控措施，包括但不限于：

- 建立健全外包服务商遴选机制，明确准入、退出规则；
- 在外包合同中明确载录对服务质量产生关键影响的要素，包括对劳动者的管理责任、工作内容、作业标准、检查及考核规则、续约与退出条件。

5.4 退出管理

5.4.1 对于到期终止、协议解约、主动退出的商户、配套商品及服务供应商，市场开办者（或其委托的经营管理者）应按照合约规定条款办理退租手续。

5.4.2 对纳入政府主管部门禁入名单的商户，市场开办者（或其委托的经营管理者）应采取强制性退出措施，不允许其在市场内开展与禁入事项相关的经济行为。强制退出情形包括但不限于：

- 企业信用风险等级被评为 E 级，评价规则见《深圳市市场监督管理局企业信用风险分类管理规定（试行）》；
- 外商违反投资准入负面清单规定且被商务主管部门纳入退出名单；

——其他被政府主管部门强制要求退出市场经营的情形。

5.4.3 商户办理退租手续时，市场开办者（或其委托的经营管理者）应核验市场质量监督行政主管部门出具的注销核准通知文件、确认不涉及未办结的顾客投诉纠纷、侵权案件等存在赔偿风险的事件后，再行办理押金退还手续。

6 质量管理

6.1 商品质量管理

6.1.1 市场内销售的商品应同时符合以下规定：

——与市场的经营范围相匹配；

——符合国家或行业标准要求，包括：

- 标准化批量生产的商品，应按照法律层级顺序，依次符合国家法律法规、国家技术文件规定的要求，依法备案的企业技术文件；
- 非标准化批量生产的商品，应具备相应的质量证明文件和鉴定证书，且需标明特性。

——明码标价；

——商品标识完整清晰，符合 GB 11887—2012，GB/T 31912—2015 的要求；

——能出具质量证书，提供销售凭证；

——售出货品无质量问题，不支持无理由退换；

——商家按商品交易约定提供“三包（包修、包换、包退）”等售后服务。

6.1.2 市场开办者（或其委托的经营管理者）对下列商品的管理，应同时符合 6.1.1 规定与下述相应要求，包括：

——对标有注册商标、专利号或者专利、版权标记的商品，进行备案登记并建立台账；

——对需持许可证件生产的商品，要求商户在进货时向供货方索取查验有效的生产许可证、卫生许可证等证明文件；

——对涉及人身和财产安全、国家专营专控等方面的重要商品，要求商户建立进货和销售台账；

——对特许经营商品实行准入管理，相关商品需依法取得许可审批后才可在市场内销售；

——对特约经销品牌商品，核验授权证明。

6.1.3 市场开办者（或其委托的经营管理者）应形成索证索票与定期抽查检查机制，对 6.1.2、6.2.2 规定的资质进行管控，确保市场内销售的商品不存在以下情形：

——“三无”商品：无质量合格证明（如贵金属纯度证书、宝石鉴定证书）、无生产厂家标识、无产品基本信息；

——无字印（包括但不限于产品材质、成色）或无标签的贵金属首饰商品；

——侵权、假冒伪劣、危害人身安全和身体健康的商品。

6.1.3 市场开办者（或其委托的经营管理者）应对市场内等管辖范围内的虚假性、恶意误导性商品宣传采取预防与纠正措施。

6.1.4 市场开办者（或其委托的经营管理者）应积极引导商户合法纳税、合规经营，针对市场恶性价格竞争，结合市场实际，提出贵金属（如黄金、铂金、白银等）原材料指导销售价。

6.2 商户质量管理

6.2.1 商户应经市场监管部门注册登记并取得营业资格。

6.2.2 以特约经销、总代理、总经销、专营专卖等形式从事经营活动的商户，除取得市场监管部门注册并取得营业资格规定的营业资格外，还应取得特约经销、总代理、总经销、专营专卖等资质证明文件。

6.2.3 市场开办者（或其委托的经营管理者）应建立商户档案并动态更新，档案内容至少包括：商户基本信息（例如：姓名、身份证号码、联系方式、家庭住址）、6.2.2 规定的资质证明文件。

6.2.4 市场开办者（或其委托的经营管理者）应制定激励约束机制，引导商户诚实守信、合法经营。包括但不限于：

- 结合本市场特点，制定商户评优选优办法，明确评价标准与评分细节，并定期组织开展评选活动、公示评选结果。对示范商户，实施免租降租、优先续租、优先承租广告位或展位等扶持措施；
- 应对违法违规商户，建立负面清单，并采取约束性、惩罚性措施，直至强制退出。

6.3 服务质量管理

6.3.1 市场开办者（或其委托的经营管理者）应采取必要措施确保工作人员持续具备满足市场标准的能力，包括但不限于：

- 组织开展岗前培训、后续培训与效果评测；
- 形成检查抽查机制；
- 形成激励约束机制。

6.3.2 市场开办者（或其委托的经营管理者）应对“三包”服务的过程与结果进行管控。包括但不限于：

- 对于国家规定或商户与顾客约定“三包”的商品，应督促商户负责修理、更换或退货；
- 对于在保修期内两次修理仍不能正常使用的商品，应督促商户负责更换或退货；
- 对于商家按商品交易约定提供“三包”服务所产生的运输费用等合理费用，应督促商户承担。

6.3.3 市场开办者（或其委托的经营管理者）应在显著位置设置咨询服务台，或依托“党群服务中心”为商户、顾客提供便民服务或咨询。

6.3.4 市场开办者（或其委托的经营管理者）宜建立市场视觉识别系统（VIS），通过指引标识、导购图、灯光、广告等引导、帮助顾客识别目标商品的销售楼层、区域、商铺。

6.3.5 市场开办者（或其委托的经营管理者）应与商户、顾客建立丰富有效的沟通渠道，动态了解商户和顾客的需求。方式包括但不限于：

- 问卷调查；
- 商户座谈；
- 个别沟通；
- 观察与询问。

6.3.6 市场开办者（或其委托的经营管理者）应每年至少开展一次满意度调查，对市场管理、服务目标的达成情况，以及过程控制的有效性进行评估，并制定与实施改进措施。

6.3.7 市场开办者（或其委托的经营管理者）应结合推动国际国内双循环互促共进的发展目标，开展特色服务，包括但不限于：

- 提供至少涵盖英语、法语和阿拉伯语的多种服务；
- 引入金融机构、国际物流、国际货币兑换、财税咨询、代报关税等服务商在市场内设置服务窗口；
- 组织开展营销活动、参加展会、跨境跨界置换资源等。

6.4 投诉与纠纷处理

6.4.1 市场开办者（或其委托的经营管理者）应设置投诉处理站，处理投诉纠纷的职能纳入“投诉处理站”，投诉纠纷受理率达到 100%，市场开办者（或其委托的经营管理者）应公布投诉渠道，投诉电话。

6.4.2 市场开办者（或其委托的经营管理者）应建立健全顾客投诉纠纷处理制度、规定履行销售承诺的服务条款。

6.4.3 市场开办者（或其委托的经营管理者）宜建立先行赔付机制，并可与商户协议收取顾客权益保证金，或明确综合押金具有代为先行赔付顾客的功能，并就具体额度与管理、使用和退还办法等作出约定。

7 经营秩序管理

7.1 市场开办者（或其委托的经营管理者）应在显著位置公示主要管理人员信息、服务指引、管理制度（规范）等商户应知悉的内容。

7.2 市场开办者（或其委托的经营管理者）与商户在经营场所的显著位置悬挂营业执照、税务登记证及其他许可证件，实际经营者与证照一致；铺位投放的可视化宣传物品应符合 6.1.2、6.2.2 的规定。

7.3 市场开办者（或其委托的经营管理者）依法履行企业年度报告义务、按时依法纳税，并应督促商户按年检、纳税。

7.4 市场内部布局与办理市场登记时提交的布局设计图一致，市场内外无违规加建改建现象。

7.5 市场至少应设置 2 个安全出口，市场内外无占道经营现象，无占用消防车通道、疏散通道或安全出口放置货物、手推车、广告架等物品的行为。

7.6 货架布局与商品陈列应整齐美观，货物与消防设施应保持 0.5 米以上距离，且不压靠非承重墙及电源插座。

7.7 市场开办者（或其委托的经营管理者）应倡导诚信体系建设，引导商户遵守有关法律法规和市场监督管理制度、文明经商，并及时制止有悖于社会主义核心价值观、国家文明城市创建标准的经营行为，包括但不限于：

- 欺行霸市、强买强卖、哄抬物价、以劣充优；
- 在市场内进行赌博、打牌、下棋等与经营无关的活动；
- 噪声输出符合 GB 3096—2008 的规定；
- 打架斗殴、寻衅滋事。

7.8 市场开办者（或其委托的经营管理者）应协助政府部门维护公共秩序良好、查处市场内的违法行为，并发挥好基层党组织和党员在维稳和舆情处置工作中的作用。

7.9 市场开办者（或其委托的经营管理者）提供停车场地的，应按照 DB4403/T 54—2023 的规定进行管理，实行机动车与非机动车分类停放管理并设置相应的停放标志。

8 安全管理

8.1 消防安全与安全生产管理

8.1.1 市场开办者（或其委托的经营管理者）应按照 AQ/T 9009—2015、AQ/T 9011—2019 的规定，建立健全全员安全生产责任制、制定安全生产规章制度与消防安全操作规程、构建安全风险分级管控和隐患排查治理双重预防机制、健全风险防范化解机制。

8.1.2 市场开办者（或其委托的经营管理者）应按照 GB 55036—2023、GB 55037—2023、GB 50140—2005、GB 50974—2020、GB 4066—2017 的规定配置消防设施与器材；按照 GB 2894—2008 的规定设置消防安全标志；按照 GB 50016—2014 的规定中 8.1.1 设置防烟分区、防火间距；应当将容易发生火灾、一旦发生火灾可能严重危及人身和财产安全以及对消防安全有重大影响的部位确定为消防安全重点部位，设置明显的防火标志，实行严格管理；应制定灭火和应急疏散预案并定期演练，建立消防设施维护

保养及检测机制（委托资质机构每年全检），实行每日防火巡查，并建立巡查记录，强化消防安全管理。

8.1.3 市场开办者（或其委托的经营管理者）应设置安全生产管理机构或配备安全生产管理人员，投入与市场安全运营相适宜的资金、物资、技术。

8.1.4 市场开办者（或其委托的经营管理者）应每月至少召开一次会议，研究审查市场安全生产的重大事项，会议参与人员应包括市场主要负责人、安全生产管理人员、商户代表等。

8.1.5 市场开办者（或其委托的经营管理者）应根据市场生产经营特点对安全生产状况进行经常性检查。包括但不限于：

- 每日进行一次安全巡查；
- 每季度至少组织一次安全生产全面检查；
- 每半年至少组织一次生产安全事故隐患排查治理；
- 每年至少对消防设备设施等进行一次全面检测，检测记录保存五年以上备查。

8.1.6 市场开办者（或其委托的经营管理者）应组织市场工作人员、商户、顾客开展消防安全培训、演练及宣传活动，包括但不限于：

- 市场主要负责人、分管安全生产的负责人、安全总监、专（兼）职安全生产管理人员应进行岗前培训，持有与岗位匹配的、有效的资质证书为上岗的必要条件；每年再培训时间不少于 12 学时；
- 市场其他工作人员，上岗前应完成“三级安全教育”并考核合格；
- 每半年至少组织一次事故应急救援演练、每年至少组织一次全员安全生产教育和培训；
- 消防控制室应实行 24 小时值班制，每班不少于两人。值班人员需依法取得相应等级消防行业特有工种职业资格证书，严格执行值班制度，确保消防控制室规范运作。
- 通过场所内的广播、视频设备、宣传栏等途径，经常性向商户、顾客宣传消防安全知识。

8.1.7 属消防重点单位的，市场开办者（或其委托的经营管理者）应按照法律法规要求履行附加责任，包括但不限于：

- 建立专职消防队、志愿消防队等消防安全管理队伍；
- 每年至少组织一次消防演练或者应急疏散演练；
- 按法律规定备案，将消防安全管理人员基本情况、消防设施设备及维护情况、防火巡查报告消防救援机构。

8.2 公共安全管理

8.2.1 市场开办者（或其委托的经营管理者）应建立健全市场内的治安保卫力量，维护市场治安与经营秩序良好；配合有关部门排查与消除安全隐患、处置影响公共安全的行为。

8.2.2 市场开办者（或其委托的经营管理者）应在市场内台阶、手扶电梯、易滑路面、设备设施房、电井等易出事故的部位、区域，设置明显的警示标识；在存在高空坠物风险的走廊、电梯扶手处宜加设防范装置或设施。

8.2.3 仅允许提供维修服务的商户在市场内存储合计少于 500ml 的天那水、洗板水等化学危险品且管控措施应符合 GB 15603—2022 规定；市场开办者（或其委托的经营管理者）应建立检查与纠正机制并形成记录。

8.3 施工安全管理

8.3.1 市场开办者（或其委托的经营管理者）应对市场物理空间内的施工履行统一协调、管理职责。市场内开展的改造、铺位装修装饰工程等均应聘请有资质的单位进行施工；属于限额以下小型工程和零星作业的，管理要求见《深圳市限额以下小型工程和零星作业安全生产纳管办法》。

8.3.2 建筑构件、建筑材料、装修装饰材料应符合 GB 50222—2017 规定，具备合格证等证明文件。

8.3.3 施工前，市场开办者（或其委托的经营管理者）应核查安全生产备案手续、施工单位资质、以书面形式明确安全责任，宜明确建材与工艺要求。

8.3.4 施工过程中，市场开办者（或其委托的经营管理者）应检查施工单位作业情况。包括但不限于：

- 检查工程备案回执、安全生产承诺书、风险告知书等内容的张贴情况；
- 检查高处作业、电工作业、焊接与热切割作业等人员持有特种作业操作证的情况；
- 检查建材、装修装饰材料的资质证明文件与施工工艺；
- 督促进入现场及现场作业人员正确穿戴、使用安全防护用品、采取必要的安全措施；
- 立即制止存在安全隐患或安全生产违法违规行为。

8.3.5 施工完毕后，市场开办者（或其委托的经营管理者）应组织、参与或委托有安全生产检测检验机构资质的第三方机构进行验收，消除安全隐患后方可投入使用。

8.4 突发公共事件应急处置

8.4.1 市场开办者（或其委托的经营管理者）应结合深圳市的气候属性、公共安全情况、珠宝专业市场的特点等要素，按照 GB/T 29639—2020 的规定制定突发公共事件现场处置方案与应急预案，并建立分级响应机制与报告机制。包括：

- 台风、暴雨等自然灾害；
- 火灾、触电、电梯等特种设备事故等灾害；
- 传染病疫情、食品安全事件等公共卫生事件；
- 恐怖袭击事件、踩踏事件等社会安全事件。

8.4.2 市场开办者（或其委托的经营管理者）应按照应急处置预案规定的种类、数量储备应急物资，并按照“定点储存、分级管理、专项使用”的标准进行调拨、使用。

8.4.3 市场开办者（或其委托的经营管理者）应准确判断事态发展趋势，及时启动相应等级的响应程序，有效控制事件影响范围、人员伤亡人数与财产损失数量。

8.5 食品安全管理

在市场内销售食品、提供餐饮服务的企业与个体工商户应取得《食品经营许可证》，从业人员应定期体检并持有合格的《食品从业人员健康证明》。

9 环境卫生管理

9.1 市场开办者（或其委托的经营管理者）应根据市场经营面积、人流物流量、开业条件等，设置适宜数量的公共厕所、分类垃圾桶等，配备专职保洁员定期对设施进行维护和清洁。

9.2 市场开办者（或其委托的经营管理者）应建立健全市场环境卫生管理制度、明确具体标准，包括但不限于：

- 按照 DB4403/T 59—2020 的规定设置保洁标准，废弃物控制量应不高于该文件 11.1 的规定；
- 市场内公共区域每日清扫次数不少于 2 次、公共垃圾每日清运次数不少于 1 次，并确保垃圾日产日清；
- 公共厕所卫生状况应符合 DB4403/T 511-2024、DB4403/T 512-2024 的规定；
- 商户按照“垃圾入篓、不落地”“垃圾每日清倒次数不少于 1 次”的要求管理铺位内卫生；
- 市场开办者（或其委托的经营管理者）与经营临街铺位的商户，共同对市容环境卫生实行门前“三包”。包括：

- 包卫生：经营临街铺位的商户自备足够的垃圾收集容器，实行垃圾袋装化，严禁用箩筐等非密闭容器盛装垃圾，并按规定的方式、时间和地点堆放垃圾。做到垃圾不外抛，不直接将垃圾扫出门外，门前无垃圾污垢，无污水迹、无蚊蝇孳生地；
- 包市容：门前无乱摆卖、乱堆放、乱张贴、乱涂写、乱搭建、乱挂晒，外墙无污迹铁锈，无超限经营，无污染道路，无乱排放污水；
- 包监督：市场开办者（或其委托的经营管理者）履行维护城市市容和环境卫生的义务，对门前违反城市管理的行为要及时劝阻和制止，情况严重的要及时向城市管理行政主管部门报告。

9.3 市场开办者（或其委托的经营管理者）应制定消毒规范，明确不同区域消毒方法、频率，如公共区域每日消毒两次，流行期间增加次数，加强人员卫生管控。珠宝专业市场及商户应当采取措施，防治在生产建设或其他活动中产生的废水、废气、废渣、粉尘、恶臭气体以及噪声、振动等对环境的污染和危害。

9.4 市场开办者（或其委托的经营管理者）宜通过广播、宣传栏等路径引导顾客自觉遵守市场卫生管理规定、不携带任何动物进入市场。

10 设备设施器材管理

10.1 购置

10.1.1 消防设备设施应与市场主体工程同步设计施工验收，严格符合消防安全标准，非消防设备购置应在市场开业前完成，验收合格后方可投入使用。

10.1.2 非消防类设备设施的配置应符合环境保护行政主管部门对环保与市容环卫的要求，应急管理行政主管部门对公共安全的要求，消防救援机构对消防安全的要求。

10.2 使用

10.2.1 市场开办者（或其委托的经营管理者）应制定或要求业主、物业管理单位制定重点设备设施的操作规程，至少包括：电梯等特种设备操作规程、配电房操作规程、消防控制室操作规程等。

10.2.2 市场内的电梯应具备特种设备安全监督行政主管部门颁发的使用登记证书，特种作业人员应持有应急管理行政主管部门颁发的相应工种与等级的作业操作证上岗。

10.2.3 不在铺位内使用电水壶等大功率电器、不在市场内使用存在安全隐患的设备设施器材。

10.3 检查、检测、保养、维护

10.3.1 市场开办者（或其委托的经营管理者）应定期检查、检测、保养、维护，确保设备设施器材处于完好有效、便于使用状态。

10.3.2 特种设备按照国家、地方法律法规等进行定期检测，包括但不限于：

- 电梯应进行年检，并获得具有相关检测资质的第三方检验检测机构出具的年检合格证明；
- 形成特种设备的检查、检测、运行故障及事故记录；
- 形成特种设备安全附件、安保装置、测量调控装置及有关附属仪器仪表的故障及事故记录。

11 可持续发展建设

11.1 品牌化建设

市场开办者（或其委托的经营管理者）应通过建立实施品牌培育管理体系，将品牌培育融入市场运营全程，形成差异化竞争优势、增强持续盈利能力。包括但不限于：

- 制定品牌战略，至少应包括品牌愿景、培育目标、架构、定位、核心价值、识别系统，以及配套措施与资源投入；
- 按照 GB/T 39906—2021 的规定，对品牌有形要素、质量要素、创新要素、服务要素和无形要素进行全过程管理；
- 在经营、管理、各类活动之中，以及涉及可视化物品投放场景（包括但不限于：铺位装修、市场装潢、展位设计）时，融入品牌名称、用语、符号、标识、设计、服务标准、管理标准及以上要素的组合，进行品牌传播；
- 结合深圳珠宝专业市场的产业集群特点，建立品牌竞合机制。包括：
 - 以区域性大品牌为统一载体，每年至少组织或参与一次跨境宣传；
 - 以区域性大品牌的名义，每年轮流组织或参加1次区级（含）以上级别的展会、营销活动；
 - 每年至少组织或动员市场内企业参与一次国际或国内珠宝设计大赛；
 - 区域内卖场共建沟通协调机制，协商公共事务、调解纠纷矛盾、维护公平竞争、有序发展的营商环境。
 - 其他可提升区域品牌在全球珠宝及周边产品集散领域整体竞争力的集体行为。

11.2 低碳化建设

市场开办者（或其委托的经营管理者）应通过减少市场运营过程中的碳排放，促进节能降本与可持续发展。包括但不限于：

- 按照 GB 50189—2015 的规定对室内温度进行节能管控。夏季室内空调温度设置不低于 26℃、冬季室内空调温度设置不高于 20℃；
- 应根据不同时段、温度、人流量等要素下的市场运营场景，分区分组控制市场空调、电梯、照明等设施，以降低能耗；
- 按照 GB/T 37813—2019 的规定，建立并实施节水制度、设置标语标识、开展节水宣传。

11.3 数字化建设

市场开办者（或其委托的经营管理者）应通过数字信息技术推动经营模式升级和治理方式变革，促进珠宝专业市场提质增效与可持续发展。包括但不限于：

- 采取“线上线下”融合发展模式的市场，应按照 GB/T 31524—2015 的规定运营珠宝商务或直播平台并提供运营技术保障、对配套服务商（包括但不限于在线销售商、配送服务商、支付服务商等）的运营活动进行管控、充分保护顾客利益与信息安全；
- 建立数字化的安防消防监控系统，以及覆盖管理、服务、运营的信息化管控系统等，对管理、服务过程与结果进行自动化管控、统计、分析、预警；
- 自建应用程序（APP）或依托第三方平台为商户、顾客提供自助服务窗口；
- 在信息基础设施建设方面开展跨界合作，建设涵括信息、交易、仓储、全球物流、全球资金结算、金融服务、信誉管理等功能的专业性服务平台，构建平台生态、发展平台经济。

12 评价分级

12.1 评价内容

组织专家按照本文件对珠宝专业市场的管理水平进行评价,评价内容包括党建管理、准入退出管理、质量管理、经营秩序管理、安全管理、环境卫生管理、设备设施器材管理、可持续发展管理等8个维度、98个项目。评价内容参照附录A。

12.2 评价规则

- 12.2.1 依据本文件评价分级的,采用累计得分制。
- 12.2.2 评价包括基础项分值与加分项分值两类,其中:基础项分值总分为100分、加分项分值总分为20分,合计120分。
- 12.2.3 如有评价内容不适用,所在项目的分值为0。

12.3 分数计算

总评价分与总实得分按照公式(1)换算。

$$S = \frac{A}{(100-B)} \times 100 + C \dots\dots\dots (1)$$

公式中:
S——总评价分;
A——基础项总实得分;
B——所有不适用基础项应得分值之和;
C——加分项分值。

12.4 评价结果

12.4.1 根据12.1、12.2、12.3的要求进行评分,根据总评分进行分级,确定最终的星级,评价结果如表1所示。

表1 评价结果

序号	星级	总评分(X)
1	一	X<60
2	二	60≤X<80
3	三	80≤X<90
4	四	90≤X<100
5	五	X≥100

- 12.4.2 评价周期内出现重大不良现象等情形的珠宝专业市场,评价结果不高于二星级,包括但不限于下列情形之一:
- 出现集体性越级上访等群体事件;
 - 出现特大商品质量安全事件;
 - 出现治安、消防、环保、食品药品安全等重大安全责任事故;
 - 出现黄赌毒等社会不良现象且被公安机关等查处的情况;
 - 出现因经营、管理不当导致企业法定代表人(负责人)、经营层承担刑事责任的情况;
 - 评价周期内出现市场内销售的商品因侵权导致商户或市场开办者(或其委托的经营管理者)被行政处罚或涉诉赔偿的情况。

附 录 A
(资料性)
珠宝专业市场管理规范评价

表A.1给出了《珠宝专业市场管理规范评价》。

表 A.1 珠宝专业市场管理规范评价

内容	条款	评价内容	基础项分值	加分项分值
组织架构	4.1	1. 根据市场规模和业务需求，设置职责清晰、权限明确的市场组织结构，制定与开办、经营、管理、服务相匹配的制度与运行程序，包括但不限于：招商管理、商品管理、服务管理、投诉与纠纷管理、经营秩序管理、环境卫生管理、设施设备管理、培训管理、安全管理、突发（异常）情况处置预案、作业指南、服务指引等。	2	/
	4.2.1	2. 正式党员人数达3人及以上的市场，应成立基层党组织；正式党员不足3人，没有条件单独成立党组织的市场，应当按照地域相邻、行业相近、规模适当、便于管理的原则，与同一楼宇、商圈内的企业（或其他合法组织）等共建联合党组织。	/	1
	4.2.2	3. 宜设置“党群服务中心”，发挥基层党组织政治引领、加强治理、凝聚力量、为民服务的功能。	1	/
准入退出管理	5.1.1	4. 开业前：市场建筑须经市级以上人民政府相关部门（包括但不限于住房和城乡建设局、规划和自然资源局、消防部门、生态环境局等）验收合格，新建改建扩建市场设施场所要经消防设计审核验收、消防验收合格或者经消防设计备案并经消防安全检查合格。	0.5	/
	5.1.2	5. 招租、运营前：市场开办者（或其委托的经营管理者）应向区级及以上市场质量监督行政主管部门申请办理企业登记注册、取得营业执照。	0.5	/
	5.2.1	6. 市场开办者（或其委托的经营管理者）应对商户资质实行准入管理，包括但不限于：以境内企业（或其他组织）名义签约的，核验营业执照原件、法定代表人身份证原件（非法定代表人办理的还需核验法定代表人委托书及经办人身份证原件）并留存公章印模；以境内自然人名义签约的，核验签约人身份证原件；以境外自然人、企业（或其他组织）名义签约的，签约要求见《中华人民共和国外商投资法》等规定。	3	/
	5.2.2	7. 市场开办者（或其委托的经营管理者）应通过租赁合同（协议）、代管合同（协议）等书面文件，与商户、业主（或委托管理方）明确各主体之间的权责利。包括但不限于：准入与退出规则、经营内容、经营秩序规定、商品质量管控规定、知识产权保护规定、消费纠纷解决措施、安全生产要求；各级市场质量监督管理局等行政主管部门要求签署的承诺书（或责任书）应作为合同附件。	1	/
	5.2.3	8. 签署租赁合同时，市场开办者（或其委托的经营管理者）应向涉及6.1.2、6.2.2规定的商户收取相关备案资料，或在合同中约定备案期限等关键要素。	1	/

表A.1 珠宝专业市场管理规范评价标准（续）

内容	条款	评价标准	基础项分值	加分项分值
准入退出管理	5.3.1	9. 市场开办者（或其委托的经营管理者）应对入场提供配套商品（包括但不限于：食品、饮品）与服务（包括但不限于：第三方珠宝检测服务、知识产权保护服务、物流货运服务、安保服务、保洁服务）的企业、个人及其他组织的经营资质进行审核。	1	/
	5.3.2	10. 涉及特许经营相关资质的，按照所属行业的政策法规进行管理。	1	/
	5.3.3	11. 市场开办者（或其委托的经营管理者）宜建立健全外包服务商遴选机制，明确准入、退出规则；在外包合同中明确载录对服务质量产生关键影响的要素，包括：对劳动者的管理责任、工作内容、作业标准、检查及考核规则、续约与退出条件。	/	1
	5.4.1	12. 对于到期终止、协议解约、主动退出的商户、配套商品及服务供应商，市场开办者（或其委托的经营管理者）应按照合约规定条款办理退租手续。	1	/
	5.4.2	13. 对纳入政府主管部门禁入名单的商户，市场开办者（或其委托的经营管理者）应采取强制性退出措施，不允许其在市场内开展与禁入事项相关的经济行为。	1	/
	5.4.3	14. 办理商户退租手续时，市场开办者（或其委托的经营管理者）应核验《注销核准通知书》、确认不涉及未办结的顾客投诉纠纷、侵权案件等存在赔偿风险的事件后，再行办理押金退还手续。	1	/
质量管理	6.1.1	15. 市场内销售的商品应同时符合以下规定，包括但不限于：与市场的经营范围相匹配；符合国家或行业标准，明码标价，商品标识完整清晰，符合 GB 11887—2012，GB/T 31912—2015 的要求；能出具质量证书，可提供销售凭证；售出货品无质量问题，不支持无理由退换；商家按商品交易约定提供“三包（包修、包换、包退）”等售后服务。	4	/
	6.1.2	16. 市场开办者（或其委托的经营管理者）对下列商品的管理，应同时符合 6.1.1 规定与下述相应要求，包括：对标有注册商标、专利号或者专利、版权标记的商品，应进行备案登记并建立台账；对需持许可证件生产的商品，应要求商户在进货时向供货方索取查验有效的生产许可证、卫生许可证等证明文件；对涉及人身和财产安全、国家专营专控等方面的重要商品，应要求商户建立进货和销售台账；对特许经营商品实行准入管理，相关商品需依法取得许可审批后才可在市场内销售；对特约经销品牌商品，应核验授权证明。	3	/
	6.1.3	17. 市场开办者（或其委托的经营管理者）应形成索证索票与定期抽查检查机制，对 6.1.2、6.2.2 规定的资质进行管控，“三无”：无质量合格证明（如贵金属纯度及宝石鉴定证书）、无生产厂家标识、无产品基本信息；无字印的贵金属首饰商品，字印包含但不限于 产品材质、成色；无标签的贵金属首饰商品；侵权、假冒伪劣、危害人身安全和身体健康的商品。	1	/
	6.1.4	18. 市场开办者（或其委托的经营管理者）应对市场内等管辖范围内的虚假性、恶意误导性商品宣传采取预防与纠正措施。	0.5	/

表 A.1 珠宝专业市场管理规范评价标准（续）

内容	条款	评价标准	基础项分值	加分项分值
质量管理	6.1.5	19. 市场开办者（或其委托的经营管理者）应积极引导商户合法纳税、合规经营，针对市场恶性价格竞争，结合市场实际，提出贵金属（如黄金、铂金、白银等）原材料指导销售价。	0.5	/
	6.2.1	20. 商户应经市场监管部门注册登记并取得营业资格。	1	/
	6.2.2	21. 以特约经销、总代理、总经销、专营专卖等形式从事经营活动的商户，除取得市场监管部门注册并取得营业资格规定的营业资格外，还应取得特约经销、总代理、总经销、专营专卖等资质证明文件。	1	/
	6.2.3	22. 市场开办者（或其委托的经营管理者）应建立商户档案并动态更新，档案内容应至少包括：商户基本信息（例如姓名、身份证号码、联系方式、家庭住址）、6.2.2规定的资质证明文件。	2	/
	6.2.4	23. 市场开办者（或委托的经营管理者）结合本市场特点，制定商户评优选优办法，明确评价标准与评分细节，并定期组织开展评选活动、公示评选结果。对示范商户，实施免租降租、优先续租、优先承租广告位或展位等扶持措施。	/	1
	6.2.4	24. 市场开办者（或其委托的经营管理者）应对违法违规商户，建立负面清单，并采取约束性、惩罚性措施，直至强制退出。	1	/
	6.3.1	25. 市场开办者（或其委托的经营管理者）应采取必要措施确保工作人员持续具备满足市场标准的能力，包括但不限于：组织开展岗前培训、后续培训与效果评测；形成检查抽查机制；形成激励约束机制。	1	/
	6.3.2	26. 市场开办者（或其委托的经营管理者）应对商户提供“三包”服务的过程与结果进行管控。包括但不限于：对于国家规定或商户与顾客约定“三包”的商品，应督促商户负责修理、更换或退货；对于在保修期内两次修理仍不能正常使用的商品，应督促商户负责更换或退货；对于商家按商品交易约定提供“三包”服务所产生的运输费用等合理费用，应督促商户承担。	4	/
	6.3.3	27. 市场开办者（或其委托的经营管理者）应在显著位置设置咨询服务台，或依托“党群服务中心”为商户、顾客提供便民服务或咨询。	1	/
	6.3.4	28. 市场开办者（或其委托的经营管理者）宜建立市场VIS视觉识别系统，通过指引标识、导购图、灯光、广告等引导、帮助顾客识别目标商品的销售楼层、区域、商铺。	/	1
	6.3.5	29. 市场开办者（或其委托的经营管理者）应与商户、顾客建立丰富有效的沟通渠道，动态了解商户和顾客的需求。包括但不限于问卷调查、商户座谈、个别沟通、观察与询问等方式。	1	/
	6.3.6	30. 市场开办者（或其委托的经营管理者）应每年至少开展一次满意度调查，对市场管理、服务目标的达成情况，以及过程控制的有效性进行评估，并制定与实施改进措施。	1	/
	6.3.7	31. 市场开办者（或其委托的经营管理者）应结合推动国际国内双循环互促共进的发展目标，开展特色服务，包括但不限于：提供至少涵盖英语、法语和阿拉伯语的多种服务；引入金融机构、国际物流、国际货币兑换、财税咨询、代报关税等服务商在市场内设置服务窗口；组织开展营销活动、参加展会、跨境跨界置换资源等。	/	3

表A.1 珠宝专业市场管理规范评价标准（续）

内容	条款	评价标准	基础项分值	加分项分值
质量管理	6.4.1	32. 市场开办者（或其委托的经营管理者）应设置投诉处理站（或将处理投诉纠纷的职能纳入“党群服务中心”），投诉纠纷受理率达100%，市场开办者（或其委托的经营管理者）应公布投诉渠道，投诉电话。	2	/
	6.4.2	33. 市场开办者（或其委托的经营管理者）应建立健全顾客投诉纠纷处理制度、规定履行销售承诺的服务条款。	1	/
	6.4.3	34. 宜建立先行赔付机制，市场开办者（或其委托的经营管理者）可与商户协议收取顾客权益保证金（或明确综合押金具有代为先行赔付顾客的功能）并就具体额度与管理、使用和退还办法等作出约定。	/	2
	7.1	35. 市场开办者（或其委托的经营管理者）应在显著位置公示主要管理人员信息、服务指引、管理制度（规范）等商户应知悉的内容。	1	/
	7.2	36. 市场开办者（或其委托的经营管理者）与商户在经营场所的显著位置悬挂营业执照、税务登记证及其他许可证件，实际经营者与证照一致，铺位投放的可视化宣传物品应符合6.1.2、6.2.2的规定。	2	/
	7.3	37. 市场开办者（或其委托的经营管理者）依法履行企业年度报告义务、按时依法纳税，并应督促商户按时年检、纳税。	1	/
	7.4	38. 市场内部布局与办理市场登记时提交的布局设计图一致，市场内外无违规加建改建现象。	1	/
经营秩序管理	7.5	39. 市场至少应设置2个安全出口，市场内外无占道经营现象，无占用消防车通道、疏散通道或安全出口放置货物、手推车、广告架等物品的行为。	1	/
	7.6	40. 货架布局与商品陈列应整齐美观，货物与消防设施应保持0.5米以上距离，且不压靠非承重墙及电源插座。	1	/
	7.7	41. 市场开办者（或其委托的经营管理者）应倡导诚信体系建设，引导商户遵守有关法律法规和市场管理制度、文明经商，并及时制止有悖于社会主义核心价值观、国家文明城市创建标准的经营行为。	2	/
	7.8	42. 市场开办者（或其委托的经营管理者）应协助政府部门维护公共秩序良好、查处市场内的违法行为，并发挥好基层党组织和党员在维稳和舆情处置工作中的作用。	1	/
	7.9	43. 市场开办者（或其委托的经营管理者）提供停车场地的，应纳入市场秩序管理范围，按照DB4403/T 54—2023的规定进行管理，实行机动车与非机动车分类停放管理并设置相应停放标志。	1	/
安全管理	8.1.1	44. 市场开办者（或其委托的经营管理者）应按照AQ/T 9009—2015、AQ/T 9011—2019的规定，建立健全全员安全生产责任制、制定安全生产规章制度与消防安全操作规程、构建安全风险分级管控和隐患排查治理双重预防机制、健全风险防范化解机制。	2	/
	8.1.2	45. 市场开办者（或其委托的经营管理者）应按照GB 55036—2023、GB 55037—2023、GB 50140—2005、GB 50974—2020、GB 4066—2017的规定配置消防设施与器材。	1	/

表A.1 珠宝专业市场管理规范评价标准（续）

内容	条款	评价标准	基础项分值	加分项分值
安全管理	8.1.2	46. 市场开办者（或其委托的经营管理者）应按照 GB 2894—2008 的规定设置消防安全标志、按照 GB 50016—2014 的规定设置防烟分区、防火间距；应当将容易发生火灾、一旦发生火灾可能严重危及人身和财产安全以及对消防安全有重大影响的部位确定为消防安全重点部位，设置明显的防火标志，实行严格管理；应制定灭火和应急疏散预案并定期演练，建立消防设施维护保养及检测机制（委托资质机构每年全检），实行每日防火巡查，并建立巡查记录，强化消防安全管理。	0.5	/
	8.1.3	47. 市场开办者（或其委托的经营管理者）设置安全生产管理机构或配备安全生产管理人员，投入与市场安全运营相适宜的资金、物资、技术。	0.5	/
	8.1.4	48. 市场开办者（或其委托的经营管理者）应每月至少召开一次会议，研究审查市场安全生产的重大事项，会议参与人员应包括市场主要负责人、安全生产管理人员、商户代表等。	0.5	/
	8.1.5	49. 宜每日进行一次安全巡查。	/	0.5
	8.1.5	50. 市场开办者（或其委托的经营管理者）应每季度至少组织一次安全生产全面检查。	1	/
	8.1.5	51. 市场开办者（或其委托的经营管理者）应每半年至少组织一次生产安全事故隐患排查治理。	0.5	/
	8.1.5	52. 市场开办者（或其委托的经营管理者）应每年至少对消防设备设施等进行一次全面检测，检测记录保存五年以上备查。	0.5	/
	8.1.6	53. 市场主要负责人、分管安全生产的负责人、安全总监、专（兼）职安全生产管理人员应进行岗前培训，持有与岗位匹配的、有效的资质证书为上岗的必要条件；每年再培训时间不少于12学时。市场其他工作人员，上岗前应完成“三级安全教育”并考核合格。	1	/
	8.1.6	54. 市场开办者（或其委托的经营管理者）应每半年至少组织一次事故应急救援演练、每年至少组织一次全员安全生产教育和培训。	0.5	/
	8.1.6	55. 消防控制室应实行 24 小时值班制，每班不少于两人。值班人员需依法取得相应等级消防行业特有工种职业资格证书，严格执行值班制度，确保消防控制室规范运作。	0.5	/
	8.1.6	56. 市场开办者（或其委托的经营管理者）应通过场所内的广播、视频设备、宣传栏等途径，经常性向商户、顾客宣传消防安全知识。	0.5	/
	8.1.7	57. 属于消防重点单位的，市场开办者（或其委托的经营管理者）应按照国家 and 地方性法律法规要求履行相关附加责任，包括但不限于：建立专职消防队、志愿消防队等消防安全管理队伍；每年至少组织一次消防演练或者应急疏散演练；按法律规定备案，将消防安全管理人员基本情况、消防设施配备及维护情况、防火巡查情况报消防救援机构。	1.5	/
	8.2.1	58. 市场开办者（或其委托的经营管理者）应建立健全市场内的治安保卫力量，维护市场治安与经营秩序良好；配合有关部门排查与消除安全隐患、处置影响公共安全的行为。	1	/

表A.1 珠宝专业市场管理规范评价标准（续）

内容	条款	评价标准	基础项分值	加分项分值
安全管理	8.2.2	59. 市场开办者（或其委托的经营管理者）应在市场内台阶、手扶电梯、易滑路面、设备设施房、电井等易出事故的部位、区域，设置明显的警示标识；在存在高空坠物风险的走廊、电梯扶手处宜加设防范装置或设施。	0.5	/
	8.2.3	60. 仅允许提供维修服务的商户在市场内存储合计少于 500ml 的天那水、洗板水等化学危险品且管控措施应符合 GB 15603—2022 规定；市场开办者（或其委托的经营管理者）应建立检查与纠正机制并形成记录。	0.5	/

表A.1 珠宝专业市场管理规范评价标准（续）

内容	条款	评价标准	基础项分值	加分项分值
安全管理	8.3.1	61. 市场开办者（或其委托的经营管理者）应对市场物理空间内的施工履行统一协调、管理职责。市场内开展的改造、铺位装修装饰工程等均应聘请有资质的单位进行施工；属于限额以下小型工程和零星作业的，管理要求见《深圳市限额以下小型工程和零星作业安全生产纳管办法》。	2	/
	8.3.2	62. 建筑构件、建筑材料、装修装饰材料应符合GB 50222—2017的规定，具备合格证等证明文件。	1	/
	8.3.3	63. 施工前，市场开办者（或其委托的经营管理者）应检查施工单位遵守安全生产法律法规和相关技术标准的作业的情况。应核查安全生产备案手续、施工单位资质、以书面形式明确安全责任，宜明确建材与工艺标准。	1	/
	8.3.4	64. 施工过程中，市场开办者（或其委托的经营管理者）应检查工程备案回执、安全生产承诺书、风险告知书等内容的张贴情况。	1	/
	8.3.4	65. 施工过程中，市场开办者（或其委托的经营管理者）应检查高处作业、电工作业、焊接与热切割作业等人员持有特种作业操作证的情况。	1	/
	8.3.4	66. 施工过程中，市场开办者（或其委托的经营管理者）应检查建材、装修装饰材料的资质证明文件与施工工艺。	1	/
	8.3.4	67. 施工过程中，市场开办者（或其委托的经营管理者）应督促进入现场及现场作业人员正确穿戴、使用安全防护用品、采取必要的安全措施。	1	/
	8.3.4	68. 施工过程中，市场开办者（或其委托的经营管理者）应立即制止存在安全隐患或安全生产违法违规行为。	1	/
	8.3.5	69. 施工完毕后，市场开办者（或其委托的经营管理者）应组织、参与或委托有资质的第三方进行验收，消除安全隐患后方可投入使用。	1	/
	8.4.1	70. 市场开办者（或其委托的经营管理者）应制定自然灾害、事故灾害、公共卫生事件、社会安全事件突发公共事件现场处置方案与应急预案，并建立分级响应机制与报告机制，且符合GB/T 29639—2020的规定。	2	/
	8.4.2	71. 市场开办者（或其委托的经营管理者）应按照应急处置预案规定的种类、数量储备应急物资，并按照“定点储存、分级管理、专项使用”的标准进行调拨、使用。	1	/
	8.4.3	72. 市场开办者（或其委托的经营管理者）应准确判断事态发展趋势，及时启动相应等级的响应程序，有效控制事件影响范围、人员伤亡人数与财产损失数量。	2	/
	8.5	73. 在市场内销售食品、提供餐饮服务的企业与个体工商户应取得《食品经营许可证》、从业人员应定期体检并持有合格的《食品从业人员健康证明》。	0.5	/

表A.1 珠宝专业市场管理规范评价标准（续）

内容	条款	评价标准	基础项分值	加分项分值
环境卫生管理	9.1	74. 市场开办者（或其委托的经营管理者）应根据市场经营面积、人流物流量、开业条件等，设置适宜数量的公共厕所、分类垃圾桶等，配备专职保洁员定期对设施进行维护和清洁。	2	/
	9.2	75. 市场开办者（或其委托的经营管理者）应按照DB4403/T 59—2020的规定设置保洁标准，废弃物控制量应不高于该文件11.1的规定。	1	/
	9.2	76. 市场内公共区域每日清扫次数不少于2次、公共垃圾每日清运次数不少于1次，并确保垃圾日产日清；公共厕所卫生状况应符合DB4403/T 511—2024、DB4403/T 512—2024的规定。	1	/
	9.2	77. 商户按照“垃圾入篓、不落地”“垃圾每日清倒次数不少于1次”的标准管理铺位内卫生。	1	/
	9.2	78. 市场开办者（或其委托的经营管理者）与经营临街铺位的商户，共同对市容环境卫生实行门前“三包”。	1	/
	9.3	79. 市场开办者（或其委托的经营管理者）应制定消毒规范，明确不同区域消毒方法、频率，如公共区域每日消毒两次，流行期间增加次数，加强人员卫生管控。珠宝专业市场及商户应当采取措施，防治在生产建设或其他活动中产生的废水、废气、废渣、粉尘、恶臭气体以及噪声、振动等对环境的污染和危害。	1	/
	9.4	80. 市场开办者（或其委托的经营管理者）宜通过广播、宣传栏等路径引导顾客自觉遵守市场卫生规定，不携带任何动物进入市场。	/	1
设备设施器材管理	10.1.1	81. 消防设备设施应与市场主体工程同步设计施工验收，严格符合消防安全标准，非消防设备购置应在市场开业前完成，验收合格后方可投入使用，且符合 8.1 规定。	1	/
	10.1.2	82. 非消防类设备设施的配置应符合环境保护行政主管部门对环保与市容环卫的要求，应急管理行政主管部门对公共安全的要求，消防救援机构对消防安全的要求。	1	/
	10.2.1	83. 市场开办者（或其委托的经营管理者）应制定或要求业主、物业管理单位制定重点设备设施的操作规程，至少包括：电梯等特种设备操作规程、配电房操作规程、消防控制室操作规程等。	1.5	/
	10.2.2	84. 市场内的电梯应具备特种设备安全监督行政主管部门颁发的使用登记证书，特种作业人员应持有应急管理行政主管部门颁发的相应工种与等级的作业操作证上岗。	1	/
	10.2.3	85. 不在铺位内使用电水壶等大功率电器、不在市场内使用存在安全隐患的设备设施器材。	1	/
	10.2.4	86. 定期检查、检测、保养、维护，确保设备设施器材处于完好、有效、便于使用状态。	1	/
	10.3.1	87. 电梯应进行年检，并获得具有相关检测资质的第三方检验检测机构出具的年检合格证明。	0.5	/
	10.3.2	88. 形成特种设备检查记录；形成特种设备及其安全附件、安全保护装置、测量调控装置与有关附属仪器、仪表的运行故障及事故记录。	1	/

表A.1 珠宝专业市场管理规范评价标准（续）

内容	条款	评价标准	基础项分值	加分项分值
可持续发展建设	11.1	89. 市场开办者（或其委托的经营管理者）应通过建立实施品牌培育管理体系，将品牌培育融入市场运营全程，形成差异化竞争优势、增强持续盈利能力。	/	/
	11.1	90. 市场开办者（或其委托的经营管理者）应按照GB/T 39906—2021的规定，对品牌有形要素、质量要素、创新要素、服务要素和无形要素进行全过程管理。	/	/
	11.1	91. 市场开办者（或其委托的经营管理者）宜在经营、管理、营销活动之中，以及涉及可视化物品投放场景（包括但不限于铺位装修、市场装潢、展位设计）时，融入品牌名称、用语、符号、标识、设计、服务标准、管理标准及以上要素的组合，进行品牌传播。	/	2
	11.1	92. 市场开办者（或其委托的经营管理者）宜结合深圳珠宝专业市场的产业集群特点，建立品牌竞合机制。	/	2
	11.2	93. 市场开办者（或其委托的经营管理者）应按照GB 50189—2015的规定，对室内温度进行节能管控。夏季室内空调温度设置不低于26℃、冬季室内空调温度设置不高于20℃。	1	/
	11.2	94. 市场开办者（或其委托的经营管理者）应根据不同时段、温度、人流量等要素下的市场运营场景，分区分组控制市场空调、电梯、照明等设施，以降低能耗。	1	/
	11.2	95. 市场开办者（或其委托的经营管理者）应按照GB/T 37813—2019的规定，建立并实施节水制度、设置标语标识、开展节水宣传。	0.5	/
	11.3	96. 采取“线上线下”融合发展模式的市场，应按照GB/T 31524—2015的规定运营珠宝商务或直播平台并提供运营技术保障、对配套服务商（包括但不限于：在线销售商、配送服务商、支付服务商等）的运营活动进行管控、充分保护顾客利益与信息安全。	2.5	/
	11.3	97. 市场开办者（或其委托的经营管理者）宜建立数字化的安防消防监控系统，以及覆盖管理、服务、运营的信息化管控系统等，对管理服务过程与结果进行自动化管控、统计、分析、预警。	/	1
	11.3	98. 市场开办者（或其委托的经营管理者）宜自建APP或依托第三方平台为商户、顾客提供自助服务窗口。	/	1.5
	11.3	99. 市场开办者（或其委托的经营管理者）宜在信息基础设施建设方面开展跨界合作，建设涵括信息、交易、仓储、全球物流、全球资金结算、金融服务、信誉管理等功能的综合性服务平台，构建平台生态、发展平台经济。	/	3
小计			100	20
合计			120	
注 1： 基础项：不适用于 4.2.1、5.3、8.1.7、8.2.3、8.3、10.1、10.2、10.3 条款的，经书面申请，可不纳入评分范围。除上述条款外，其余基础项均纳入评分范围，其中，未能提供相关可交付件的，不得分；提供相关可交付件的，单项得分区间为本条款分值的 60%~100%。				
注 2：加分项：提供相关可交付件的，单项得分区间为本条款分值的 0%~100%。				

参 考 文 献

[1] GB 50034—2013 建筑照明设计标准

[2] GB 50140—2005 建筑灭火器配置设计规范

[3] SB/T 11215—2018 商品交易市场建设与经营管理术语

[4] TSG 08—2017 特种设备使用管理规则

[5] SZJG 27—2008 深圳市公共区域环境卫生质量和管理要求

[6] 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:2020年

[7] 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:2002年

[8] 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:2015年

[9] 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:1998年

[10] 国家工商行政管理总局. 个体工商户登记管理办法:2011年

[11] 全国人民代表大会常务委员会. 中华人民共和国消费者权益保护法:2020年

[12] 国务院. 中华人民共和国消费者权益保护法实施条例:2024年

[13] 全国人民代表大会常务委员会. 中华人民共和国反洗钱法:2022年

[14] 全国人民代表大会常务委员会. 中华人民共和国数据安全法:2021年

[15] 全国人民代表大会常务委员会. 中华人民共和国网络安全法:2016年

[16] 全国人民代表大会常务委员会. 中华人民共和国个人信息保护法:2021年

[17] 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:2002年

[18] 深圳市人民代表大会常务委员会. 深圳经济特区商事登记若干规定:2020年

[19] 深圳市人民政府. 深圳市生产经营单位安全生产主体责任规定:2018年

[20] 深圳市人民政府. 深圳市限额以下小型工程和零星作业安全生产纳管办法: 2025年

[21] 深圳市市场监督管理局. 深圳市市场监督管理局企业信用风险分类管理规定（试行）:2021年
