

ICS 点击此处添加 ICS 号

点击此处添加中国标准文献分类号

DB11

北京市地方标准

DB11/T XXXX—XXXX

商品交易市场设置与管理规范

Specifications of management and facility construction in commodity markets

(征求意见稿)

XXXX—XX—XX 发布

XXXX—XX—XX 实施

北京市市场监督管理局 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.....	2
4 市场环境.....	4
5 设施设备.....	5
6 安全管理.....	7
7 市场业态与管理.....	10
8 商品管理.....	10
9 信息管理.....	12
10 配送管理.....	12
11 服务管理.....	12
12 诚信经营.....	14
13 环境卫生管理.....	16
14 交通管理.....	17
参考文献.....	18

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。

本文件代替并废止 DB11/T 472—2007 《商品交易市场设置与管理规范》。与 DB11/T 472—2007 相比，除结构调整和编辑性改动外，主要技术变化如下：

- a) 增加了术语和定义，使本文件内容更符合商品交易市场向质量性经济需求发展（见 3）；
- b) 增加了商品交易市场的设施设备、安全经营、场内医疗急救设施设备、市场业态和信息管理、智能化设施要求等章节和内容要求（见 5、6、7、9）；
- c) 增加了市场低成本高效率经营、对管理者经营者的教育培训、诚信经营以及市场经营场所的退出管理机制、传染性疾病的防控等技术性内容（见 10、11、12、13）。

本文件由北京市商务局提出并归口。

本文件由北京市商务局组织实施。

本文件主要起草单位：中国市场学会。

本文件及其所代替文件历次版本发布情况为：

——DB11/T 472—2007；

——本次为第一次修订。

商品交易市场设置与管理规范

1 范围

本文件规定了商品交易市场的市场环境、设施设备、安全管理、业态管理、商品管理、信息管理、配送管理、诚信管理、环卫管理、服务管理、交通管理等内容。

本文件适用于商品交易市场的新建、升级改造和运营管理。

本文件不适用于社区菜市场、农产品批发市场、农贸市场、农村集期市场。

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 5749 生活饮用水卫生标准
- GB/T 17790 家用和类似用途空调器安装规范
- GB/T 31962 污水排入城镇下水道水质标准
- GB 50015 建筑给水排水设计标准
- GB 50016 建筑设计防火规范
- GB 50034 建筑照明设计标准
- GB 50084 自动喷水灭火系统设计规范
- GB 50116 火灾自动报警系统设计规范
- GB 50140 建筑灭火器配置设计规范
- GB 50180 城市居住区规划设计标准
- 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 50736 民用建筑供暖通风与空气调节设计规范
- GB 50974 消防给水及消火栓系统技术规范
- GB 51309 消防应急照明及疏散指示系统技术标准
- GB 51251 建筑防烟排烟系统技术标准

- GB 51348 民用建筑电气设计标准
- JGJ 50 城市道路和建筑物无障碍设计规范
- JGJ 392 商店建筑电气设计规范
- SB 11215 商品交易市场建设与经营管理术语
- DB11/ 307 水污染物综合排放标准
- DB11/ 1024 消防安全疏散标志设置标准
- DB11/T 190 公共厕所建设规范
- DB11/T 243 户外广告设施技术规范
- DB11/T 334 公共场所双语标识英文译法通则
- DB11/T 343 节水器具应用技术标准
- DB11/T 356 公共厕所运行管理规范
- DB11/T 1159 商场、超市能源消耗限额
- DB11/T 1322 安全生产等级评定技术规范

3 术语和定义

SB 11215 界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

商品交易市场 commodity exchange market

依法登记注册设立的、由市场经营管理者制定相关规则和管理制度，由买卖双方展开经常性或定期性的、公开的、规范的商品流通或融合互联网交易的活动，具有商品结算、信息、快递、配送等配套服务功能的固定场所。

注：商品交易市场按转型经营模式的不同，可分为批发、零售或批兼零、零兼批和线下商品经营、线上商品经营融合的经营发展的模式。

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

综合型商品交易市场 comprehensive commodities trading market

经营生产资料、日用工业消费品等多种类别商品集聚一体的商品交易设施（简称综合市场）。

3.4

专业型商品交易市场 special commodities trading market

以经营某一行业、某一类别或某一领域商品为主或其商品交易额在 60%以上的市场（简称专业市场）。

3.5

营业专间 special shop

商品交易市场中供经营者从事具有一定商品经营规模、特色或专卖经营、独立成间（也称门脸房）的场所。

3.6

配送中心 distribution center

配送是商品运输的一部分，是按需求者商品订单要求、按时、按量、按最佳的配送路线开展有序送货的行为，配送中心是从事商品备货、配货、配送业务的场所。

3.7

共同配送 joint distribution

商品配送企业按需求者要求，以合同方式为两个以上商品配送需求企业开展配送服务的经营模式。

3.8

市场定位 market strategy target

商品交易市场为主要服务对象提供的商业设施、商品结构、商品档次、经营范围、服务功能以及市场的经营战略及发展方向。

3.9

诚信体系建设 credit information system construction

商品交易市场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与规范经营行为的过程。

3.10

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 市场环境

4.1 选址及营商环境要求

4.1.1 选址应符合北京城市总体规划、控制性详细规划、土地利用规划、商业网点(市场)规划、城市绿地系统规划和城市功能、交通规划的要求。

4.1.2 市场建设应满足居民购物需求、不扰民、不阻碍交通和影响市容环境。

4.1.3 新建或转型建设的商品交易市场，应严格按市场消费需求和同业态网点布局需要，避开同业态竞争，防止重复建设。

4.1.4 商品交易市场宜采用封闭式建筑，建材等具有商品特性要求的交易市场除外，其建筑结构宜采用钢筋混凝土结构、砖混结构或钢架结构。

4.1.5 市场营业场所不宜设置在建筑物地下三层及地下三层以下或地下人防工程内。

4.1.6 市场店铺招牌应与商业街区的功能定位、历史文化和景观风貌相协调，与建筑物外立面造型、风格和色彩相和谐，兼顾白天和夜间的视觉效果。

4.2 经营面积要求

4.2.1 市场可根据商品定位、商品类别、商品陈列和消费者购买习惯等要求，合理确定经营面积。升级、改造的市场经营面积一般不宜小于 2000m²。

4.2.2 市场可根据实际客流，在满足消费者停车便利的条件下，配置与经营销售相匹配的停车场和与营业面积相匹配的临时卸货场。配建的停车场应符合停车场有关建筑和设计标准，场地不得挪作他用，并应设置相应的管理标识。

4.2.3 市场内商品陈列布局面积应根据经营商品类别和商品特性，合理确定分摊比例，其中，通道面积不宜少于场内面积的 1/5。

4.2.4 经营面积应考虑营业人员的活动空间，商品陈列货架、陈列柜、摆放架（柜）、存货商品等高度符合安全要求，存货面积（流通库存）不宜超过商品经营总面积的 20%，经营人员通道不应摆放商品，保持通道畅通。

4.3 灯光照明要求

4.3.1 市场内灯光照度应达到 GB 50034 的要求。

4.3.2 市场内应急照明地面最低照度值及连续供电时间，应根据不同场所及地上、地下建筑面积满足《建筑设计防火规范》GB50016 的要求，同时应满足《消防应急照明及疏散指示系统技术标准》GB51309 的要求，疏散照明地面最低水平照度值不应低于 1.0lx。

4.3.3 照明设施应满足节能、安全和维护方便的要求。照明灯具的使用应根据市场内场所环境选择，潮湿环境宜使用防护型灯罩。

4.3.4 应定期检查维护灯光照明设备，如有损坏或发生故障，要及时修复。

5 设施设备

5.1 给排水设施

5.1.1 市场应根据现行《建筑给水排水设计标准》GB 50015配置给水、排水系统。

5.1.2 应保证市场内足够的水量、水压。水质标准应符合 GB 5749 的要求。市场内应急用储水设备应有防污染和清洗消毒设施。

5.1.3 场内用水设施应符合 DB11/T 343 的要求，提倡在保证用水卫生标准的条件下采用循环用水。

5.1.4 市场内宜设置污水排放管道，污水排放应符合 GB/T 31962 的要求。

5.1.5 市场内污水排放管道与外部市政管道连接，可按照雨污分流原则接入市政管道管理单位指定的设施位置。

5.1.6 市场应设置化粪池。

5.2 供电设施

5.2.1 市场内供配电设施应满足 JGJ392 和相关消防电气安全要求。

5.2.2 市场内电线电缆的选择和敷设应符合 GB 50016、GB 50217 和 GB 51348 的有关规定。

5.2.3 市场内严禁私拉乱搭电线和超负荷接电用电。

5.2.4 市场内所有配电设施安装应满足电气安全防护要求，防止非专业人员随意接触。

5.2.5 电线敷设应采取穿管、槽盒等保护措施，配备剩余电流保护装置。

5.2.6 大功率用电设备不应采用插座形式供电。

5.3 通风设施

5.3.1 市场应依据现行《民用建筑供暖通风与空气调节设计规范》GB 50736 配置供暖、通风与空调系统。

5.3.2 市场内宜采用自然通风。自然通风达不到卫生和经营要求的，可增加机械通风，新风量不低于每人 20 m³/h。

5.3.3 保持场内空气通畅，配置与建筑面积相匹配的功率达标的排风机。

5.3.4 市场安装空调设备应符合 GB 17790 的要求。

5.4 环境卫生设施

5.4.1 市场应统一配置符合垃圾分类要求的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。

5.4.2 市场应根据商品交易需求，鼓励使用统一标准化、生态化、易回收的包装物等。

5.4.3 市场内宜设置再生资源回收设施设备和设置专门的再生资源回收利用部门。

5.5 公共卫生间

5.5.1 市场应设置与经营规模相匹配（数量）的公共卫生间，按照 DB11/T 190 和 DB11/T 356 的要求设置和管理卫生间。

5.5.2 应在市场内明显处设置公共卫生间连续引导标识。

5.5.3 市场应设置残疾人专用卫生间，有条件的市场可考虑设置第三卫生间（给婴儿喂奶、换尿布等用）。

5.6 无障碍设施

市场内公共空间、公共设施的设计和配置均应符合 JGJ 50 的要求。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。

5.7 营业设施

5.7.1 市场应根据经营者的商品经营需求，可设置一般商品陈列柜、陈列货架、品牌专柜或专用陈列货架、品牌专卖店、专业店等不同商品销售设施。

5.7.2 品牌专卖店、专业店等营业专间应便于陈列展示和商品销售，面积应视商品销售影响力酌定。

5.7.3 商品柜台、货架、品牌专卖店、专业店等营业专间的装修、装饰宜突出特色。

5.7.4 服装零售市场可根据服装经营面积和顾客流量设置试衣间。试衣间的布局、设计、选材应由市场统一规划。营业专间应按照不低于“一店一间”的比例设置试衣间。

5.8 节能管理

5.8.1 市场应建立和实施节约能源、保护环境、提高商品交易市场质量性发展的机制。

5.8.2 市场应将节约能源、保护环境、提升市场经营质量列入市场物业管理的日常工作，并设立专业人员管理。

5.8.3 市场物业管理部门应对商户进行不定期的节约、环保等相关业务培训，对新入场的商户可进行补充培训。

5.8.4 市场物业管理部门应编制节约用水、节约用电、保护环境等有奖惩规章制度的手册。

6 安全管理

6.1 建筑及装修安全要求

6.1.1 市场建筑材料，提倡采用新型环保节能材料。

6.1.2 市场建筑及内部装修应满足 GB 50016 和 GB 50222 等防火规范要求。

6.1.3 市场内大厅顶棚净高应符合 GB 50222 的规定，能满足场内通风、排除异味的要求。吊顶应采用防霉涂料。

6.1.4 根据市场的面积大小和周边环境设置出入口。出入口不得少于 2 个。主要出入口应直接面对通道，且宽度不小于 4m，其它出入口宽度不小于 2.5m。

6.1.5 市场营业区内应设置安全出口，安全出口的疏散门应向疏散方向开启，不得采用卷帘门、转门、吊门、侧拉门，疏散门的宽度不得小于 1.4m，门内和门外 1.4m 范围内不得设置台阶。

6.1.6 场内经营面积根据营业需要合理利用，通道宽度一般不小于 2.5m。分设主、辅通道的，主通道宽度一般不小于 3m，辅通道宽度一般不小于 2.4m。通道应保持畅通，不得堆放货物、杂物。

6.1.7 市场内安全出口的顶部、疏散通道及其转角处距地面高度 1m 以下的墙面上，地下市场内疏散过道和其他主要疏散路线的地面上，应设置安全疏散指示标志灯或电光源型安全疏散指示标志，设置在疏散通道上的指示标志间距不得大于 10m。

6.2 场内安全及节能要求

6.2.1 场内地面应坚固、平整、防滑、耐腐蚀、易清洁。

6.2.2 按照《城市区域环境噪音标准》的规定，场内产生的噪音应控制在 60dB 以下。

6.2.3 市场内扶梯、台阶、易滑路面、玻璃门窗等易出事故的部位，宜设置明显的警示标识。

6.2.4 广告设施、牌匾标识等，应按 DB11/T 243 的规定，安装牢固，并定期检查。对离地高度大于 10m 或面积大于 15m² 的户外广告设施和单位名称牌匾标识、建筑物名称牌匾标识应由设施产权人或安全责任约定人组织进行安全检定，并开展事故隐患治理，消除安全隐患；上述设施使用满 2 年的，必须进行首次安全检定，首检后每两年进行一次检定。

6.2.5 市场应按照《建筑设计防火规范》GB 50016 和《火灾自动报警系统设计规范》GB 50116 的要求，设置应急广播设备。在应急使用时，宜用汉语、英语两种语言广播，指导人员安全疏散。

6.2.6 场内空间应通透、明亮，能随时换气通风、排除异味。

6.2.7 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℃。

6.2.8 市场内湿度、通风等其他指标应符合国家卫生标准的相关要求。

6.2.9 市场内宜设置集中管理的应急照明设备系统，以适应疏散照明、安全照明和备用照明的需要。

6.3 消防设施设备安全要求

6.3.1 市场应依据现行《消防给水及消火栓系统技术规范》GB 50974 设置消防给水及消火栓系统；设置在建筑内的市场应依据现行《建筑防烟排烟系统技术标准》GB 51251 设置防烟、排烟系统。

6.3.2 市场应按照 GB 50016 的要求配备消防安全设施，并按规定存放和更换，达到安全使用的要求。

6.3.3 市场交易区内不得设置液化气和明火设施。

6.3.4 市场应按照《火灾自动报警系统设计规范》GB 50016 和《自动喷水灭火系统设计规范》GB 50084 的要求，设置火灾自动报警系统、自动喷水灭火系统。设有自动消防设施的市场，每半年应进行一次全面检测。

6.3.5 市场应按照 GB 50140 规定配置灭火器材。市场营业区内灭火器材配置点的间距不得大于 20m。

6.3.6 消防值班室可与市场物业管理办公室合用。

6.3.7 市场内应按照 GB 50016、GB 51348 要求设置电气火灾监控系统，监控器安装在消防值班室。

6.3.8 市场消防应急照明系统应按照《消防应急照明和疏散指示系统技术标准》GB 51309 和《消防安全疏散标志设置标准》DB11-1024 的要求执行，并根据场所需要设置备用照明、安全照明。

6.4 场内医疗急救设施设备

提倡商品交易市场在人员密集场所，配置基础性急救设施设备和药品，以及包括AED等在内的专业性急救设施设备和药品等医疗急救设施，并配置相应的操作指导说明，设置标识并由经过培训的专人管理，定期维护，保证急救设施设备和药品处于可正常使用状态。

6.5 安保管理

市场应设置与治安保卫任务相适应的治安保卫部门，配备专职或兼职治安保卫人员，可根据保卫工作实际需要聘用专职保安人员。不得容留经营者在场内住宿。

7 市场业态与管理

7.1 市场业态建设

7.1.1 市场开办者宜优先引进商品新颖、品类丰富、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。

7.1.2 市场内的商业业态应体现独特的市场定位和彰显个性化需求。

7.2 业态分布与管理

7.2.1 市场管理者宜实施“统一规划、集中成势”的业态分布与经营原则。

7.2.2 业态分布可根据经营商品的类别和功能，划分不同业态经营区，并设通道分隔。

7.2.3 对商户申请经营的商品，宜向市场监督管理部门备案。

7.2.4 品牌专营及特殊商品经营业态宜设专区经营。

7.2.5 市场内的便民服务宜根据客流量，合理设置顾客休息区，总面积不小于商品经营面积的1%。

7.2.6 汽车配件市场可设立相对集中的维修区。

7.2.7 建材市场可设立与市场交易品种相配套的、相对集中的商品加工区，但不得在市场经营区内加工商品。商品加工区应当符合环境保护、安全、卫生的要求。

7.2.8 业态营业专区之间可充分考虑交易者、消费者通过或购物的便利性、安全性。

7.2.9 市场管理应以业态种类为标准，对各品类商品进行分区经营，宜开展分工明确的楼层管理。

8 商品管理

8.1 商品进货

8.1.1 对向市场内经营者提供商品的供应商，应提供营业执照、生产许可证、商品检验检测报告、商标注册证、代理商的授权或委托书等，并确保提供的文件合法、有效。场内商品经营者应保存加盖供应商印章的相关文件复印件，以备查。

8.1.2 场内商品经营者进货应按要求建立进货检查验收制度，查验进货前检查商品产地、厂名、厂址、电话、合格证、进口证明等，并将有关情况向市场主办者备案，建立备案制度。

8.1.3 市场内不得销售“三无”产品、无中文标识、走私等国家明令禁止销售的商品；不得销售假冒他人注册商标、使用虚假产地、假冒他人企业名称或代号、仿造或冒用优质商品、认证产品、许可证标志及危及人身安全和身体健康等商品。

8.1.4 市场应当建立不合格商品退市机制，当市场内经营的商品出现或涉嫌有毒、有害、过期、假冒侵权、伪劣商品等问题时，市场主办者及时采取市场临时禁售措施，并向政府相关部门报告。

8.1.5 商品陈列设施及商品陈列应稳固、安全，定期维护保洁，方便顾客挑选。

8.1.6 市场可根据经营商品类别或商品特性，在使用电子价签的同时，倡导使用电子支付和二维码溯源。

8.2 商品价格

8.2.1 市场内销售的商品应明码标价。

8.2.2 价签标价使用阿拉伯数码标明人民币金额，应真实清晰标注商品品名、产地、规格、等级、型(牌)号、计价单位、销售价格等内容。价签文字应规范、对位、醒目。

8.2.3 降价商品应使用降价价签，如实标明降价原因、执行期限和原价、现价。

8.2.4 市场严禁各类价格欺诈、欺行霸市、强买强卖等行为。

8.3 商品计量

8.3.1 商品计量单位，应使用法定计量单位的名称或符号。

8.3.2 使用计量器具，要选取符合规定的合格产品，定期送检，确保计量准确。

8.3.3 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。

8.4 广告宣传

市场应当编制广告设计发布管理制度，对市场外立面和市场内的广告进行管理。对于市场内部不向城市公共空间展示的广告设施和牌匾标识的尺寸、色彩、摆放的位置开展统筹管理；对于设置在户外且向城市公共空间展示的户外广告设施设置，应按照《北京市户外广告设置管理办法》及相关规定进行设置，牌匾标识设置应符合北京市牌匾标识管理相关规定。

9 信息管理

9.1 信息平台建设

市场宜建立本企业的官方网站，并通过不同商品经营业态与品类经营分类，建立相应交流群。并根据经营需要，编制市场内部小程序（市场内的APP），让市场内各商品业态经营者分享统一信息平台的便利性和平台经济。

9.2 信息网络系统建设

市场在转型升级过程中，可将信息网络系统作为市场重要基础设施的一部分进行建设。

9.3 信息技术应用

市场中通过信息网络系统，开展网上订单，网下实物交易，实行商流物流合理分离，让市场真正实现线上线下融合交易。

9.4 智能化设施要求

9.4.1 市场的智能化设施应满足市场经营、物业管理、公共安全的需求，有条件宜满足线上线下融合交易需求。

9.4.2 市场的智能化安全防范设施应满足市场安全和公共安全的要求。

9.4.3 市场的智能化设施应满足改变和提升市场经营与管理，提高市场运营效率的要求。

10 配送管理

10.1 设计标准化配送路线

商品配送中心的经营者应根据商品用户要求，编制设计标准化的、从起点到终点的最佳商品配送路线。

10.2 提倡共同配送

市场可提倡共同配送经营与管理。对所配送的商品、配送时间、配送车辆开展计划性服务管理。

11 服务管理

11.1 开办者管理

商品交易市场开办者营业执照应载明“市场管理服务”或“承办**市场”等经营范围。

11.2 入场经营者管理

市场开办者应与入场经营者签订场地租赁和经营管理协议，明确双方的权利义务，并核验入场经营者的营业执照。入场经营者违反相关法律法规的规定，侵犯消费者合法权益的，情节严重的，市场主办者可解除场地租赁合同，将违法经营者清退出市场。

11.3 交易商信息管理

市场开办者应建立交易商信息管理档案，与交易商建立网络管理，实行计算机管理。应记载交易商基本情况、进货渠道、仓储状况、主要经营品种、品牌、信用情况等。查验商品供应商的营业执照、商品检验检测报告、代理商的授权或委托书并留存加盖供应商印章的复印件备查。

11.4 知识产权管理

市场宜设立专门机构，负责知识产权保护和商品质量管理，重点对销售者执行进货检查验收制度情况进行检查，准确把握产品进货渠道、品牌授权等信息，定期对市场内的重点商品质量进行抽查，跟踪了解供应商的信用状况，杜绝假冒侵权伪劣商品入市。

11.5 经营证件管理

场内经营者应将营业执照、质量认证、厂家授权证书等统一悬挂在商位或营业专间的显著位置。

11.6 税务管理

市场开办者应依法办理税务登记，协助税务机关做好市场经营者的税收管理，依法申报纳税。

11.7 经营管理制度

11.7.1 实施计算机网络管理。对于市场管理和商品管理，应运用现代科技手段，实施计算机网络管理。

11.7.2 经营制度管理。市场宜建立安全保卫、消防安全、安全生产管理、治安防范、进货验收商品抽检、市场承诺、合同管理、投诉、环境卫生责任、进货检验和索证索票、商品商标管理、商品广告管理等各项制度。

11.7.3 经营规范管理。市场宜编制管理工作手册。内容可包括：管理人员工作流程、各部门职责及责任制度、专业经营管理人员应知应会标准、培训考核制度和设施管理、商品质量管理、经营者管理、环境卫生管理等制度。

11.7.4 经营台帐管理。市场应建立分类管理台帐。主要内容包括经营者证照情况、年报记录、管理和经营人员状况、商品进销、不安全商品清退处理、消费者投诉、场内设施安全等。

11.7.5 交易数据管理。市场应建立对重点商品的销售统计和分析制度，并建立市场数据管理库。

11.8 公共服务管理

11.8.1 导购及服务设施。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、公用电话、存包处等公共服务设施，向顾客明示商品和服务布局。

11.8.2 投诉处理服务。建立消费者投诉制度，设置消费者投诉管理部门、投诉箱、公布投诉电话。

11.8.3 消费者投诉管理。及时受理消费者投诉，并向当事人反馈处理结果。

11.8.4 消费者纠纷管理。积极调解市场内经营者与消费者之间的消费纠纷。

11.8.5 消费者满意度管理。定期对消费者满意度抽样调查，征询对市场的意见和建议。

11.9 公共服务培训

11.9.1 应对市场主办者、法人、管理人员，按其工作职责，分别参加有关行政主管部门组织的市场公共服务培训。

11.9.2 市场经营管理者、经营人员应参加岗前培训和岗中轮训。

11.9.3 市场可对经营者建立商品质量、商标管理及其它业务规范的培训制度。

11.9.4 市场根据各类商业业态和经营商品特性需求，有针对性地开展信息技术应用的专业人才培养。

12 诚信经营

12.1 建立诚信经营档案制度

市场通过诚信体系建设，规范经营者的经营行为，对所有入场经营者建立信用档案和诚信经营与管理的档案制度。

12.2 建立逐次记录并归档制度

市场管理部门应对违反市场内的经营管理规定者，进行逐次记录并归档。

12.3 经营者的诚信经营档案

12.3.1 优秀经营者(商户)：

- 所经营商品品质上乘；
- 在市场经营期间没有违规记录；
- 在经营过程中有良好的信誉；
- 在市场品牌建设、创新设计、推动市场质量发展方面有突出表现；
- 对其他经营者（商户）有表率影响或作用者。

12.3.2 违规经营者(商户)：

- 有商品质量问题者（商户）；
- 有服务质量问题者（商户）；
- 有损市场整体形象者（商户）；
- 有经营安全隐患者（商户）等。

12.4 建立失信管理制度

发现失信或违规经营者，应记录在案，并在市场内公布。

12.5 建立优秀经营者评选制度（具体评选内容见经营者的诚信经营档案）。

12.6 建立管理人员诚信自律制度

市场经营管理人员应文明管理，诚信自律，按照本文件严格执行市场准入制度。

12.7 建立投诉处理制度

应及时处理消费者投诉，清退违法违规经营者和不合格商品。

12.8 建立退出管理机制

市场管理者依法制定本市场经营管理章程，依法维护企业、经销商合法权益。对造成危害市场、危害设施、危害人身安全和食品安全的经营者，应严格对其实施市场退出机制。

入场经营者应依据《租赁合同》，严格遵守市场的各项管理规定，凡违反市场相关管理规定者，市场管理部门可依据相关规定，对其进行处置或依据退出管理机制，劝其退出市场。

13 环境卫生管理

13.1 市场内卫生要求

13.1.1 市场内卫生应符合国家卫生标准要求，实行区域包干，并明确责任人；场外卫生执行市容环境卫生责任区制度，实行“门前三包”。

13.1.2 每日开市前、停止营业后应通场进行湿式清洁，上货后各经营铺位（或摊、间）应及时清扫，保持环境卫生，做到通道洁净，无垃圾堆放。

13.1.3 加强对废弃物的分类收集和分类处理，鼓励可回收资源的综合利用，严禁造成对环境的二次污染和交叉污染。

13.1.4 制定和完善建筑物空调设备的使用、应急、卫生管理措施，职责到人，监管到位。做好空调系统各部件的日常检查、清洗、消毒和维护等。

13.1.5 场内禁止吸烟。

13.2 传染性疾病的预防

场内应保持清洁卫生，保证市场的环境与设施达到卫生要求。传染性疾病预防期间，应根据传染病防控要求采取消毒或预防性消毒措施。根据需要对重点经营区域及其他经营区域的地面、墙面、柜台、相关公用具（如摊位表面、砧板、刀、宰杀工具、称量工具、运输盛放容器等）、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的消毒措施、消毒方法，应符合国家相关标准或指引的规定。

13.3 传染性疾病预防应急预案及信息管理

市场宜制定突发传染性疾病预防应急预案；建立市场交易人员健康信息和防疫物资信息管理系统，预留与上级疾控部门或主管部门信息传输的接口。

14 交通管理

14.1 市场主办者宜制定严格的场内交通管理制度，客流、物流各行其道，保证人员和货物运输的安全。

14.2 市场可设专人对机动车停车场、非机动车停车场进行管理，合理、有序地疏导车辆和行人。

14.3 市场宜按经营规模设置商品经营区、客户停车场（机动车、非机动车）、货物储存区（库房）、货物运输进出口、卸货区形成合理的客流、物流微循环体系，保证人员与货物的安全。

14.4 市场配套停车场地的出入口及交通标志、标识等各类安全设施的设置，确保车辆停放安全有序。

14.5 市场内交通宜设置单行线。

参 考 文 献

- [1] 《商品交易市场转型升级绩效评价报告》2017年商务部
 - [2] 《中华人民共和国节约能源法》2016年7月实施
 - [3] 《节能减排工作实施方案(含考核细则)》2018年实施
 - [4] 《北京市生活垃圾管理条例》 2020年5月1日起施行
 - [5] 《北京市人民政府办公厅关于加快推进生活垃圾分类工作的意见》 政办发〔2017〕44号
 - [6] 《国务院办公厅关于促进平台经济规范健康发展的指导意见》 国办发〔2019〕38号
 - [7] 《商务部等12部门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
 - [8] 《关于加强户外广告设施和牌匾标识生产安全事故隐患排查治理工作的意见》京管发〔2020〕7号
 - [9] 《北京市户外广告设置管理办法》
 - [10] 《北京市地下空间使用负面清单》京人防发〔2019〕136号
 - [11] 《北京市公共场所医疗急救设施设备及药品配置指导目录》市卫生健康委2017年、2019年制定、修订并发布。
-