

绿色市场认证指导丛书



绿色市场认证 文件实例



王献新 王洪伟 编著



中国计量出版社
CHINA METROLOGY PUBLISHING HOUSE



绿色市场认证指导丛书

绿色市场认证文件实例

王献新 王洪伟 编著

中国计量出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

绿色市场认证文件实例/王献新, 王洪伟编著. —北京: 中国计量出版社, 2007.11

(绿色市场认证指导丛书)

ISBN 978 - 7 - 5026 - 2766 - 9

I. 绿… II. ①王…②王… III. 农产品—市场—认证—文件—中国 IV. F323. 7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 178280 号

内 容 提 要

本书介绍了绿色市场文件体系常用的两种模式: 1) 质量管理体系和绿色市场整合模式, 以 ISO 9001 质量管理体系为基础的管理平台, 引入绿色市场管理的相关要求, 内容完整, 系统性强, 适合已经或准备获取 ISO 9001 认证的企业应用。2) 纯绿色市场认证模式, 完全依据绿色市场认证标准要求建立市场管理体系, 简单易行、针对性强。本书分市场管理手册、作业指导文件、记录 3 个层次给出绿色市场文件体系的典型实例, 内容丰富、结构完整、可移植性强。

本书适合于农副产品批发、零售市场的管理者、技术人员及管理体系认证的审核、咨询、培训人员使用。

中国计量出版社出版

北京和平里西街甲 2 号

· 邮政编码 100013

电话 (010) 64275360

<http://www.zgjl.com.cn>

北京市媛明印刷厂印刷

新华书店北京发行所发行

版权所有 不得翻印

*

787 mm × 1092 mm 16 开本 印张 7.5 字数 173 千字

2008 年 1 月第 1 版 2008 年 1 月第 1 次印刷

印数 1—2 000

定价: 20.00 元

前 言

中国有句俗话“民以食为天”，又说“开门七件事，柴米油盐酱醋茶”，说的就是广大人民群众日常生活中有关农副产品的重要性。近几年来，我国农副产品市场快速发展，农副产品品种日益繁多，各种批发、零售市场以及农副产品超市快速扩张，为广大消费者提供了便利。随着人民生活水平的不断提高，同时伴随着农副产品批发、零售市场的快速发展，广大消费者更加关注农副产品的健康、卫生、安全和营养。因此，农副产品质量安全问题越来越受到全社会的关注。

确保农副产品安全卫生质量，预防和控制农副产品批发/零售市场经营过程中存在的潜在危害，最大限度地降低农副产品的安全卫生风险，已成为我国政府不断加大行政监管力度的重要领域。十六届五中全会和“十一五”发展规划，主要强调的就是“构建和谐社会和落实以人为本”的基本思想。食品安全是我国社会经济生活中的大事。近年来食品安全事故频繁发生，加强食品安全治理已刻不容缓。三绿工程紧紧抓住“保障食品安全”这个核心，以人为本，实际上就是解决如何构建和谐社会最基本和最实际的问题。

在党中央、国务院的正确领导部署下，我国以“菜篮子”工程为代表的农副产品安全卫生工作取得了巨大成就，在农副产品的种植养殖、生产加工、流通环节明确提出了控制要求。商务部等 11 个政府部门联合实施的“三绿工程”自 1999 年以来，取得了明显实效。加强流通环节监管，实施市场准入制度，引导广大消费者选择健康、安全卫生的农副产品，树立正确的消费理念，是从我国国情出发的举措，是一种创新。

随着“三绿工程”的不断进展，提倡绿色消费、培育绿色市场、开辟绿色通道管理思想深入人心，受到国务院的充分肯定。2003 年前后，国家认监委和商务部决定将绿色市场管理纳入认证领域，隶属于服务类认证。并组织行业内技术专家和认证专家起草编制了两个认证标准，即 GB/T 19220—2003《农副产品绿色批发市场》、GB/T 19221—2003《农副产品绿色零售市场》，随后发布了《绿色市场认证管理办法》、《绿色市场认证实施规则》。中国认证认可协会人员注册部也制定了绿色市场认证审核员确认方案。至此，我国绿色市场认证领域的管理制度已经正式建立起来。

目前，我国绿色市场认证仍处于刚刚起步阶段，越来越多的国内农副产品批发/零售市场逐渐认识到认证的重要性，很多农副产品批发/零售市场正式提出了

认证申请，上百家市场已经获得了认证证书。获得绿色市场认证的批发、零售市场迅速增加，绿色市场认证已经逐步受到广大消费者的认可。

本系列丛书是在总结几年来绿色市场认证试点经验和成果的基础上编写而成，具有一定的指导作用，目的是为广大农副产品市场管理人员、认证从业人员提供技术支持或参考。本系列丛书共分两册，第一册为《绿色市场认证基础知识》，主要从绿色市场认证背景、认证标准理解、文件编写技法、审核实施以及法律法规等方面进行了阐述；第二册为《绿色市场认证文件实例》，给出了绿色市场管理手册的模式、内容要求、管理制度和相关记录等方面的典型范例，具有较强的实用性和可操作性。

在本系列丛书编写过程中，参考了许多绿色市场认证试点文件和资料，并吸收了部分国内批发、零售市场管理方法，受到行业内很多朋友和单位的支持和帮助。由于绿色市场认证是新型认证领域，正处于起步发展阶段，没有很多成熟的经验可循，而且由于时间和水平有限，所以本系列丛书编写过程中，难免有错误之处，敬请广大读者朋友批评指正，以便再版时修正。

编著者
2007年10月

目 录

第一章 绿色市场管理手册

第一节 质量管理体系和绿色市场体系整合认证模式管理手册	(1)
第二节 纯绿色市场认证模式	(22)
一、农副产品批发市场管理手册	(22)
二、农副产品批发市场管理手册附件部分	(25)
三、农副产品零售市场管理手册	(28)
四、农副产品零售市场管理手册附件部分	(31)

第二章 绿色市场作业指导文件

第一节 市场综合管理	(34)
一、员工须知	(34)
二、工作职责和管理权限	(38)
三、安全须知	(44)
四、员工劳动纪律管理规定	(53)
五、培训管理规定	(54)
第二节 环境管理	(54)
一、环境卫生管理规定	(54)
二、垃圾、废弃物管理制度	(55)
第三节 设施设备管理	(55)
一、冷库使用规定	(55)
二、计量管理规定	(56)
三、检测中心管理规定	(56)
第四节 商品质量及商品管理	(57)
一、食品质量管理规定	(57)
二、食品安全卫生管理规定	(58)
三、进货检查验收规定	(59)
四、商品索证管理规定	(60)
五、猪肉产品入市管理规定	(61)
六、蔬菜产品入市管理规定	(62)
七、农副产品检测抽样规定	(62)
八、入市商品的质量卫生检查规定	(62)
九、不合格商品的处置规定	(63)

十、商品分区销售、陈列与摊位管理规定	(64)
第五节 市场交易管理	(65)
一、市场交易管理规定	(65)
二、各类商品服务规范	(66)
三、市场公示管理规定	(72)
四、市场交易统计报告管理规定	(72)
五、交易纠纷调解和赔偿管理规定	(73)
六、市场磅秤管理规定	(73)
第六节 市场现场管理	(74)
一、入市商户的管理规定	(74)
二、文明经商管理规定	(76)
三、现场安全卫生质量责任管理规定	(76)
四、现场管理巡查规定	(77)
五、市场经营十不准	(77)
六、市场投诉管理规定	(78)
七、经营者违规处置和退出管理规定	(78)
第七节 信用管理	(79)
第八节 财务管理	(79)
一、财产管理规定	(79)
二、各项审批权限及报支管理规定	(82)
第九节 市场日常管理	(84)
一、治安管理规定	(84)
二、突发事件应急处置预案	(84)
三、安全保卫工作计划	(88)
四、消防安全管理规定	(89)
五、防汛应急预案	(89)
六、固定资产投资、大修理(装修)管理办法	(90)
七、物业管理规定	(92)
八、住房管理规定	(92)
九、市场摊位费、房屋租金的收取管理办法	(93)
十、合同管理办法	(93)
十一、公文流转管理办法	(96)
十二、印章管理规定	(98)
十三、市场车辆管理规定	(99)
十四、市场车辆短驳管理规定	(100)
十五、供电管理规定	(101)
十六、装卸工管理规定	(101)
十七、严禁在市场交易大厅内吸烟的管理规定	(102)

十八、吸烟室管理规定 (102)

十九、畜禽动物防疫和兽医卫生管理规定 (103)

二十、店招、横幅、广告管理办法 (104)

第三章 绿色市场管理记录

一、市场商户基本情况档案表 (106)

二、市场商品经营品种 (107)

三、商品交易情况统计表 (107)

四、经营户商品检查情况记录表 (108)

五、索证索票检查记录 (108)

六、市场消防器材登记表 (108)

七、市场商户调查问卷 (109)

八、农副产品抽样检测策划表 (110)

九、农副产品抽检合格率一览表 (111)

十、受检单位合格率一览表 (111)

十一、违规处罚通知单 (111)

第一章 绿色市场管理手册

绿色市场认证在我国刚刚起步，处于新型认证领域的探索阶段。近几年以来，我国农副产品批发市场、零售市场发展迅速，国家也从政策上大力扶持，安排专项资金进行农副产品安全、卫生的控制。各省市三绿工程办公室纷纷出台鼓励政策，举办宣传活动，引导消费观念。

在新的发展形势下，我国农副产品批发市场、零售市场有必要从软件、硬件上进行建设。同时，市场日常管理越来越显示其重要性。很多市场已经积极引入了 ISO 9001:2000 认证，初步建立了有效的管理平台。2003 年我国发布 GB/T 19220—2003《农副产品绿色批发市场》、GB/T 19221—2003《农副产品绿色零售市场》国家标准以来，数十家农副产品批发及零售市场积极响应，纷纷启动了绿色市场认证工作，取得了一定成效。

到目前为止，绿色市场认证常见有两种模式：

第一种模式：质量管理体系和绿色市场体系整合认证模式

此种模式是以质量管理体系为农副产品市场管理的基础平台，引入绿色市场标准的相关要求，使绿色市场管理文件和记录融入到原有管理体系之中。

第二种模式：纯绿色市场认证模式

此种模式完全依据绿色市场认证标准要求建立农副产品市场体系，具有简单易行的特点。

本书即对上述两种模式举例说明。其他模式（如食品安全管理体系和绿色市场体系整合认证模式）在此书中不再论述。

第一节 质量管理体系和绿色市场体系 整合认证模式管理手册

0.1 管理手册颁布令

《绿色市场管理手册》是依据 GB/T 19220—2003《农副产品绿色批发市场》标准，并结合本农副产品批发市场实际情况编写而成。阐明了本市场管理方针、目标、体系范围以及经营管理要求，是本市场经营管理的法规性文件，是市场管理的基本法规和运行的准则，也是用于对外的证明性文件，充分体现了市场管理方面的郑重承诺。

现将本管理手册予以批准发布，并于 2007 年 2 月 1 日起实施。市场全体员工必须认真学习，并贯彻执行。

为了有效运行绿色市场管理体系，特任命 × × × 同志为管理者代表，其职责和权限授权如下：

- a) 确保绿色市场管理体系的建立、实施和保持;
- b) 向最高管理者报告市场运行情况及绩效, 包括任何改进的需求;
- c) 在市场内部提高满足顾客和法律法规及其他要求的意识;
- d) 代表市场就绿色市场管理体系的有关事宜与外部进行联络。

最高管理者(签字):

2007年1月10日

0.2 农副产品批发市场简介

×××农副产品批发市场是由3家股东单位共同投资组建, 是根据地区农副产品批发市场发展规划, 在市开发区内建成的规模宏大、设施一流的专业批发市场。

市场规划占地800余亩, 分两期建设, 总投资8亿元。

市场一期占地400亩, 于2006年8月8日正式开业, 现已成为本市集蔬菜、果品、粮油、水产、肉类、冻品、南北干货交易及各类配套商务为一体的大型综合性市场。

本市场立足××市, 服务于全国, 坚持以“安全、诚信、高效”为理念, 竭诚向广大消费者提供绿色健康的农副产品, 依靠规范的管理和优质的服务, 真诚地为消费者营造良好的交易环境。热忱欢迎全国各地的消费者进场交易, 共同开拓创业、大展宏图。

本市场坚持科学发展观, 坚持经营创新, 坚持管理创新, 为市场繁荣兴旺, 为加快地区经济发展, 为××市菜篮子工程做出新的贡献。

注册地址: ××市××区××路

联系人: 略 邮政编码: 略

联系电话: 略 传真: 略

0.3 农副产品批发市场管理方针、目标

0.3.1 管理方针

大型集散, 价格指导, 科学管理, 建成××市放心安全食品物流基地。

0.3.2 管理目标

消费者满意度 $\geq 85\%$;

环境卫生合格率 $\geq 95\%$;

商品检测实施率100%;

3年内无违法记录;

.....

0.4 管理手册的管理要求

0.4.1 管理手册的编制和审批

绿色市场管理手册是按照GB/T 19220—2003《农副产品绿色批发市场》标准要求, 结合本市场实际进行编制, 经最高管理者批准后发布实施。

0.4.2 管理手册的受控和发放

市场内部使用的绿色市场管理手册均为受控文件, 发放时必须登记并加盖受控印章, 由文件管理人员编号、登记, 按规定范围发放并实施管理; 仅受控版本的持有者可获得最新版本或换页。

0.4.3 管理手册的更改

本手册采用活页装订, 部分修改以换页方式更换, 内容有重大修改或使用期满 3 年, 按换版方式更新, 版本依次为 A, B, C…顺延。新版本发放时, 旧版本同时收回即行作废。

0.4.4 手册持有者的责任

- 对手册应妥善保管, 保持整洁, 不得随意涂改、复印;
- 必须配合文件管理人员做好手册修订页的换页和作废页的回收工作;
- 手册持有者调离原工作岗位, 或调出本市场前, 须交回手册, 注销登记;
- 手册如发生损坏或丢失, 须及时报告申请补发, 重新编号登记, 原编号注销。

1. 适用范围

1.1 运行依据

本体系依据 GB/T 19220—2003《农副产品绿色批发市场》标准要求, 规定了本农副产品综合批发市场的管理体系、程序、过程及相互关系的要求。

1.2 管理范围

本体系适用于证实本批发市场有能力稳定地提供满足消费者和适用法律、法规要求的综合性农副产品批发经营管理的服务, 包括蔬菜、粮油、肉类、鲜果、水产、干果等农副产品。通过体系有效应用, 包括持续改进和预防不合格而达到增强消费者满意。

1.3 有关删减的说明

根据本市场经营特点和管理形式, 决定采用认证标准中所有条款, 没有删减。

2. 引用标准

- GB/T 19220—2003《农副产品绿色批发市场》;
- GB 3095—1996《环境空气质量标准》;
- GB 50072—2001《冷库设计规范》;
- GB 8978—1996《污水综合排放标准》;
- GB 18406—2001《农产品安全质量》;
- GB/T 19001—2000 idt ISO 9001: 2000《质量管理体系 要求》;
- 适用的法律法规、规范和标准。

3. 术语和定义

本管理手册中使用的术语是引用 GB/T 19220—2003《农副产品绿色批发市场》和 ISO 9000: 2000《质量管理体系 基础和术语》中术语部分。

4. 绿色市场管理体系

本章规定建立、实施、保持、改进绿色市场管理体系的总要求。按照过程方法和 PDCA 模式, 结合本农副产品批发市场相关管理活动的特点, 建立了管理体系并形成文件, 确保在实施和持续改进中的有效性。

4.1 总要求

本批发市场根据 GB/T 19220—2003 标准要求建立管理体系, 形成文件, 加以实施和保

持,并使其持续改进有效性。建立绿色市场管理体系过程中,要识别农副产品批发市场经营管理活动中所涉及的管理过程,确定过程接口和相互作用,制定有效的市场经营及管理方法,正确处理信息流,做好软硬件建设和人员能力培训,配置充分的检测设施和检测手段,目的是及时发现问题并采取有效措施进行不断改进。

有些农副产品市场对垃圾清扫/清运、设施/设备维护、污水处理实施外包;检测仪器、磅秤、电子秤由相应机构实施检定。

4.2 文件要求

4.2.1 总则

建立绿色市场管理体系,就是一个将日常管理文件化的过程,是发挥文件价值的过程。因此,离不开各类文件的编制。但所有文件的策划、编制、使用均要围绕批发市场的原管理平台进行,文件以适宜、可操作、简单易行、有效为原则,不应无谓地编制文件和记录。

文件可以沟通意图、统一行动。绿色市场管理文件是运行和审核的依据。包括:

- a) 管理方针和管理目标;
- b) 市场管理手册、程序文件;
- c) 支持性管理文件;
- d) 记录;
- e) 外来文件,包括法律法规、规范、指南、标准等。

文件的详略程度应与农副产品批发市场的规模、产品品种、经营特点的复杂程度、相互作用、员工的能力相适应。根据实际应用的需要,除采用纸质外,还可采用磁盘、光盘或其他电子媒体形式。

4.2.2 市场管理手册

市场管理手册是实施绿色市场管理的纲领性和法规性文件,内容包括:

- a) 阐述绿色市场批发经营的范围。
- b) 阐明方针、目标和管理承诺,规定组织结构和人员职责,阐明市场管理内容和控制能力。
- c) 描述绿色市场管理过程,以及过程间的相互关系、接口要求。
- d) 市场管理手册的编制、批准、发放和修改按文件控制程序进行管理。

4.2.3 文件控制

为了有效地对文件进行控制,本市场编制了文件控制程序,由办公室负责文件控制工作,并实施监督检查,确保有关的部门和人员获得并使用有效版本的文件。

a) 市场管理手册由总经理批准发布;程序文件由管理者代表批准;支持性管理文件由相关部门编制,报主管副总经理批准。

b) 与绿色市场管理有关的外来文件由办公室识别并控制分发,农副产品市场改扩建等工程项目的技术文件、技术标准、国家规范由工程部归档并管理。

c) 绿色市场运行中涉及文件修改时,应由相关部门提出修改意见,管理者代表组织相关人员进行评审,修订后的文件应重新履行批准手续,及时通知文件使用部门。文件的修订采取换页、换版等方式进行。

d) 绿色管理文件由办公室统一编号,标明修订状态,编制受控文件清单,并实施动态

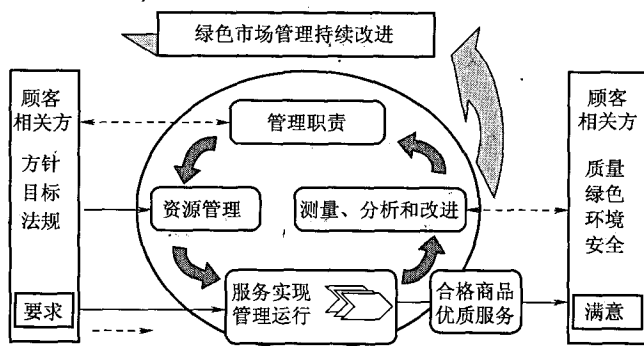
管理。

文件的控制应达到以下要求：

- a) 文件发布前要进行审批，确保文件的有效性和适宜性。
- b) 必要时对文件进行更改，更改后应再次履行审批手续，标明修订状态。
- c) 各部门使用的文件应是最新有效版本。
- d) 文件应清晰、易于识别检索，受控的文件应加“受控”印章，标明发放编号。
- e) 外来文件（包括技术性法规、规范、标准、相关方来函等）应得到识别，并控制分发。
- f) 必要时由办公室组织对现有绿色市场管理文件的评审。
- g) 及时撤回失效或作废文件，如需保留应做适当标识。

4.2.4 记录控制

为了提供农副产品批发服务过程有效运作及持续改进的证据，本市场制定了记录控制程序。规定了记录的标识、贮存、保护、检索、保存期限和处置所需的控制。档案管理中心负责绿色市场管理过程的运行记录控制，其他记录由各部门按职责分工归口管理。记录的形式主要以文字记录为主，记录要及时填写，内容要完整、准确、字迹清楚。记录可划改但不得涂改、伪造，记录要妥善保管，防止损坏、丢失。



绿色市场管理过程模式图

5. 管理职责

5.1 管理承诺

总经理是农副产品批发市场质量安全管理第一责任人，通过以下活动对建立、实施绿色市场管理并持续改进其有效性的承诺提供证据：

- a) 以会议、文件、宣传教育和培训等方式传达满足经销商、消费者、相关方和法律法规要求的重要性，在内部增强农副产品安全、卫生意识。
- b) 通过建立健全农副产品质量及经营领域的法律法规，并贯彻于各层次的具体工作中，促使市场全体员工积极参与绿色市场管理活动。
- c) 主持制定方针和目标，阐明农副产品批发市场发展的方向和宗旨；通过绿色市场管理的有效运行，以满足消费者、相关方和法律法规的要求，增强消费者满意；确保在相关职

能层次上分解目标并实施,并将方针和目标传达到所有为市场或代表市场工作的人员,使所有与绿色市场管理有关的人员均能深入理解和贯彻执行。

- d) 每年对绿色市场管理进行一次管理评审,以确保其持续的适宜性、充分性和有效性。
- e) 管理层应确保提供实施和改进绿色市场管理的资源,确保其有效运行和效率。

5.2 以消费者为关注焦点

农副产品批发市场的生存和发展依存于广大消费者。及时、准确地理解消费者要求,并满足其要求,增强为消费者服务的意识是市场管理的宗旨。实施以下措施:

- a) 通过与消费者的沟通、市场的调研,理解消费者明示的要求和隐含的要求,并通过
对农副产品批发服务要求的确定及是否满足其要求的信息测量以达到消费者满意。
- b) 认真识别消费者的要求,做出策划,持续改进农副产品批发服务质量,使绿色市场
管理有效运行,确保消费者要求得到满足。
- c) 应确保消费者的要求在市场内部得到沟通,为满足消费者要求,各部门制定出有效
的措施并实施。
- d) 广大消费者的满意程度,应进行适当的测量,并对测量结果进行评价。

5.3 绿色市场管理方针

农副产品批发市场制定管理方针时要确保与市场的发展宗旨相适应,包括对满足消费者
要求和持续改进的承诺,同时提供制定和评审管理目标的框架。

本市场的管理方针:大型集散,价格指导,科学管理,建成××市放心安全食品物流
基地。

上述方针体现了满足消费者要求和持续改进承诺,是实施和持续改进绿色市场管理的推
动力,为制定评审目标提供框架,最高管理层要以行之有效的方式传达给市场全体员工和代
表市场工作的员工。通过管理评审活动对方针进行评审,以确保其适宜性。

5.4 策划

5.4.1 绿色市场管理目标

最高管理层根据市场管理方针提供的框架,制定了以下管理目标:

- a) 客户满意度 $\geq 85\%$;
- b) 环境卫生合格率 $\geq 95\%$;
- c) 3年内无违法记录。

应在相关职能和层次上建立绿色市场管理分目标,各级管理目标应可测量并与管理方针
保持一致。

5.4.2 绿色市场管理策划

对绿色市场管理进行策划,运用过程方法,对农副产品批发服务活动和管理过程及相互
作用进行系统地分析,对实现管理目标、指标所需的资源和持续改进做出明确规定。绿色市
场管理体系在变更时要确保其完整性。

- a) 满足绿色市场管理目标的实现;
- b) 满足4.1对绿色市场管理所需过程的要求。

5.4.3 法律法规要求

法律法规是农副产品批发市场经营活动中应遵守的基本准则，可通过行业主管部门、各新闻媒体、图书馆、互联网、书店等多种渠道获取有关绿色市场管理方面的法律法规和其他要求；当法律法规和其他要求修订或颁布新版本时，应重新对法律法规、标准和其他要求的适用性进行确认；应跟踪法律法规修订，使其处于最新状态。

5.5 职责权限与沟通

5.5.1 职责和权限

为了确保绿色市场管理的有效运行，经总经理批准建立了组织机构图和职责分配表，描述了职责、权限和相互关系，并在市场内部得到沟通。

5.5.1.1 总经理

总经理是农副产品质量安全管理第一责任人。

- a) 对农副产品批发市场工作全面负责，向员工传达满足消费者和法律法规的重要性；
- b) 应以增强广大消费者满意为目标，确保消费者的要求得到确定，并予以满足与实施；
- c) 制定绿色市场管理方针和目标，并确保管理目标的分解展开；
- d) 确定市场内部沟通渠道和方式，以便对绿色市场管理的有效性进行沟通；
- e) 任命管理者代表，主持管理评审；
- f) 负责人员、基础设施、资金配置，确保绿色市场管理必要的资源。

5.5.1.2 管理者代表

在市场管理人员中任命一名管理者代表，其职责权限规定如下：

- a) 确保按照 GB/T 19001—2000、GB/T 19220—2003 标准要求建立、实施和保持绿色市场管理过程；
- b) 定期向最高管理者汇报绿色市场管理运行情况，并提出改进的建议；
- c) 确保在公司内促进满足广大消费者要求意识的形成；
- d) 批准绿色市场管理方针和目标；
- e) 负责绿色市场管理有关事宜的外部联络。

注：其他管理部门职责权限应根据农副产品批发市场具体情况确定，在此省略具体描述。

5.5.2 沟通与信息交流

为建立沟通与信息交流的渠道和途径，确保在农副产品批发市场不同层次和职能部门之间以及与外部相关方、政府有关部门之间的信息沟通与交流的及时、准确和有效，制定沟通与交流控制要求。信息沟通一般以会议、交谈、电话、文件、传真等多种形式进行。

5.6 管理评审

5.6.1 总则

由总经理按策划的时间间隔组织管理评审，确保管理体系持续的适宜性、充分性和有效性。管理评审内容包括管理方针的适应性、改进时机和变更的需求。管理评审的时间间隔不超过 12 个月，如遇特殊情况（如内外环境发生重大变化、发生消费者重大投诉、发生重大农副产品安全卫生事故）可增加评审的频次。管理评审采取会议形式，由总经理主持，各部门负责人参加。管理评审应做出决定并提出措施，需保存管理评审记录。

5.6.2 管理评审输入

管理评审的输入应包括以下方面的信息：

- a) 内部、外部审核结果;
- b) 消费者或相关方反馈信息 (消费者满意程度调查及投诉);
- c) 农副产品质量及批发服务水平;
- d) 管理目标、指标完成情况, 法律法规执行情况;
- e) 预防和纠正措施实施状况;
- f) 以往管理评审跟踪措施及其有效性的验证结果;
- g) 可能会影响绿色市场管理的变更;
- h) 对各项改进的建议。

5.6.3 管理评审输出

管理评审的输出应包括以下决定和措施:

- a) 绿色市场管理呈有效性的改进;
- b) 与消费者要求有关的商品质量与服务改进;
- c) 绿色市场所需人、财、物等资源需求。

办公室负责记录管理评审情况, 编写管理评审报告, 报总经理批准。管理评审确定的任何改进决定和措施, 要求相关部门认真贯彻实施, 并组织效果验证。

6. 资源管理

6.1 资源提供

为实施和改进绿色市场管理, 增强消费者和相关方满意, 确定并提供适宜的资源, 包括人力资源、设施设备、经营环境。资源提供是实施、保持绿色市场管理并持续改进其有效性的基础, 也是增强消费者和相关方满意的必要条件。

6.2 人力资源

6.2.1 总则

对影响农副产品质量和批发服务水平的人员进行充分配置, 明确各级岗位人员的职责和要求, 并对不同岗位人员从教育、培训、技能和经历等方面进行考核, 确保其具备相应工作能力。

6.2.2 能力、意识和培训

通过理论考试、技能考核、业绩评定等方法, 对市场所有人员进行能力和意识的综合评价, 确定是否有能力胜任其岗位工作, 或经过培训后考核各岗位人员是否具备了必要的能力能胜任其岗位工作。其中对员工能力的评价包括:

- a) 教育水平: 学历、相关技术职称等;
- b) 所接受培训内容: 农副产品批发市场经营及管理知识;
- c) 工作经验及管理技能。

制定岗位任职要求, 作为选择、招聘、安排市场管理人员培训的主要依据, 并根据能力评价结果和需求制定培训计划。培训计划包括培训内容、方式和安排。通过培训和再教育, 使有关人员具备本岗位所需的知识, 达到岗位技能要求。对培训实施的有效性进行评价。培训结束后保持教育培训记录。

农副产品批发市场内特殊工种 (如驾驶员、电工) 由专门培训机构进行培训, 持证上岗。市场员工上岗、转岗、调岗前均须进行常规培训或专业培训。

6.3 设施设备

本农副产品批发市场设施设备包括交易棚、摊位、交易结算设备、电子屏幕、检测仪器、衡器、冷藏冷冻设备、消防设备、运输和通讯设施等。

市场设施设备的采购，按 7.4 条款实施。安排专人对设施设备进行维护保养，制定设施设备维护保养计划，保证设施设备的有效运行。

6.4 工作环境

本农副产品批发市场的工作环境包括场址、场内环境、棚内环境、冷库、停车场地等，应对工作环境实施管理，制定环境、卫生、安全、消防管理制度，加强卫生和灭虫害工作管理。

7. 批发服务的实现

7.1 批发服务实现的策划

对农副产品批发经营管理所需过程进行策划，确定以下方面的内容：

- a) 明确农副产品批发经营管理目标和要求；
- b) 确定农副产品批发经营管理过程、文件和资源的需求；
- c) 明确农副产品批发经营管理所要求的验证、监视、确认和检验活动以及入市商品接收准则；
- d) 为实现市场管理及其入市商品满足要求提供证据所需的记录。

7.2 与顾客有关的过程

7.2.1 与批发服务有关要求的确定

识别并确定进场商品及消费者要求，包括消费者对商品质量的要求、交付及交付后要求、法律法规要求。

7.2.2 与批发服务有关要求的评审

对农副产品批发市场进场经营合同的内容进行评审，确保消费者要求能够实现，各项条款清晰，市场有能力满足规定的要求。若因经销商、消费者要求或其他原因而使进场经营合同内容发生变更，应保证相关文件得到修改，并确保相关人员知道变更的要求。

7.2.3 顾客沟通

本农副产品批发市场设置电子屏幕、公示栏，及时公示交易情况、经营者违规行为、食品安全法规等产品信息。农副产品交易管理部门在交易区域设置投诉点、公平秤，公布投诉电话，并有专人处理顾客投诉。

7.3 设计和开发

如果涉及批发服务营销方案的设计，可以按照 7.3 条款实施，也可以按照 7.1 条款实施。为使绿色市场管理简单易行，本农副产品批发市场采取删减 7.3 条款的做法。

7.4 采购

对农副产品批发场所涉及的设施设备采购过程进行控制，确保其质量符合规定要求，并对设施设备供方进行有效控制。

7.4.1 对供方及经销商的评价

确定采购要求，对影响批发经营管理的设施设备、检测仪器等实施控制。对供方进行选择、评价，收集营业执照、信誉、供货能力、价格、服务等信息，形成合格供方名录作为物