ICS 67.040
CCS X 10

T/HNSPGYXH

河 南 省 食 品 工 业 协 会 团 体 标 准

T/HNSPGYXH 5—2022

酸辣粉销售运营规范

2022－10－08 发布　　2022－10－15 实施

河南省食品工业协会　　发 布

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。

本文件由河南省食品工业协会提出并归口。

本文件起草单位：嗨吃家食品科技有限公司、河南省丽星亿源食品有限公司、河南省食品检验研究院、河南筷子说实业有限公司、河南食族人食品科技有限公司、河南华测检测技术有限公司、河南豫道农业科技发展有限公司、河南九月天食品有限公司、河南雷洽食品有限公司、河南永昶农业科技有限公司、南阳市玉薯坊食品有限公司、河南省川豫情食品科技股份有限公司、河南掌柜食品有限公司、河南京华食品科技开发有限公司、河南新文玉食品有限公司、河南好趣味食品有限公司、河南立达老汤食品有限公司、河南香曼食品科技有限公司、郑州烹小鲜食品有限公司、河南豫树食品有限公司、开封晟丰食品有限公司、三门峡华昌薯业有限公司、漯河豫鼎源食品工业有限公司、河南薯品汇供应链管理有限公司、河南吃欢天食品有限公司。

本文件主要起草人：赵正强、赵纪如、潘婧文、张顺心、郭新芳、蒯青青、李建雯、石文红、张雅楠、陈加跃、王孝义、秦学磊、宋卫明、陈文钊、杨圃、闫文晓、刘芳、刘海亮、程军营、左建忠、刘跃、邱保文、张小斌、肖作斌、张丽、陈洋洋、王华昌、曹现立、吕海乾、胡其卫。

酸辣粉销售运营规范

1 范围

本文件规定了酸辣粉销售运营的术语和定义、经营环境、营销管理、专业经营模式管理、交易服务、溯源和召回、卫生管理、人员培训、管理制度和人员、记录和文件管理、投诉及监督的要求。

本文件适用于酸辣粉的经销企业和销售酸辣粉的其他组织或自然人。

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 14881 食品安全国家标准 食品生产通用卫生规范
GB 31621 食品安全国家标准 食品经营过程卫生规范
GB/T 32703 预包装类电子商务交易产品质量信息发布通则
GB/T 32873 电子商务主体基本信息规范
GB/T 33992 电子商务产品质量信息规范
GB/T 35411 电子商务平台产品信息展示要求
GB/T 35409 电子商务平台商家入驻审核规范

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1
酸辣粉经销企业
具备酸辣粉经销条件和必备手段并取得法定经营资格的企业。包括酸辣粉制造商和酸辣粉经销商。

3.2
酸辣粉连锁经营
在法律法规许可的框架内建立起的多个小型独立酸辣粉经营企业，约定统一的经营制度，组合成集约化经营体或由一个有资金实力的企业组织起统一布局的多点小型独立酸辣粉经营企业的活动。

3.3
配送
在经济合理区域范围内，根据客户要求，对酸辣粉进行拣选、加工、包装、分割等作业，并按时送达指定地点的物流活动。

4 经营环境

4.1 选址

4.1.1 酸辣粉经销企业应设在所交易酸辣粉产品的主要生产地、集散地，在同区域的应注意合理分布。
4.1.2 酸辣粉经销地点应设在交通便利地点。
4.1.3 酸辣粉经销地点应兼顾目标消费群体的消费习惯和消费场景。

4.2 场所和设施

4.2.1 场所应与酸辣粉规模相适应。营销运营场所应布局合理，食品与非食品营销区域分开设置，不应有交叉污染。
4.2.2 运营设施和设备应与酸辣粉规模相适应，与酸辣粉接触的设备、工具和容器应使用安全、无毒、无异味、防吸收、耐腐蚀且可承受反复清洗和消毒的材料制作，易于清洁和保养。

4.2.3 销售场所的建筑设施、温度湿度控制、虫害控制的要求应符合 GB 31621 的相关规定 。
4.2.4 营销有温度控制要求的酸辣粉，应配备相应的冷藏、冷冻设备，并保持正常运转。
4.2.5 应配备设计合理、防止渗漏、易于清洁的废弃物存放专用设施，必要时应在适当地点设置废弃物临时存放设施，废弃物存放设施和容器应标识清晰并及时处理。
4.2.6 营销贮存场所应保持完好、环境整洁，与有毒、有害污染源有效分隔；地面应做到硬化，平坦防滑并易于清洁、消毒，有适当的措施防止积水；应有良好的通风、排气装置，保持空气清新无异味；避免日光直接照射；贮存的物品应离地离墙不少于 15 cm。
4.2.7 应遵循先进先出的原则，定期检查库存，对超过保质期的酸辣粉应及时从营销运营场所清除，不应销售。
4.2.8 应记录入库、出库时间和贮存温度及其变化。

4.3 交易场所

4.3.1 酸辣粉经销企业的店面应整洁、美观。其要求包括但不限于：规范的标识、鲜明的宣传、醒目的提示、易懂的文字。
4.3.2 酸辣粉经销企业的店面宣传内容应符合广告法要求，不应出现夸大宣传、虚假宣传或误导消费者的宣传内容，应尽到保护消费者权益的义务。
4.3.3 酸辣粉经销企业的店面应做好安全工作，采取有效措施避免消费者受到磕碰、烫伤、摔倒等伤害，并在消防、反恐等方面符合规范要求。

4.4 贮存和运输

4.4.1 贮存

4.4.1.1 成品和原辅料仓库应满足保持干燥、通风、阴凉、无不良气味等要求。仓库容量应与生产能力相适应。
4.4.1.2 经检验合格的成品应按其贮存要求储存于成品库内，并做好仓库储存条件管理和记录。成品应按品种、批次、分类存放，并有明显标志标识。
4.4.1.3 仓库中的物品应定期检查，发现异常应及时处理。
4.4.1.4 成品仓储应有存量记录，出厂应做出货记录，内容包括批号、出货时间、地点、对象、数量等，发生问题时便于追溯和召回。
4.4.1.5 无特殊情况，仓库出货顺序应按“先进先出 " 的原则，并对外观品质进行检查。
4.4.1.6 成品库和原料库不得储存有毒、有害物品或者其他易腐、易燃品以及可能引起串味的物品。储存物品应与地面、墙壁、顶棚保持适当的距离。
4.4.1.7 仓库应具有完备的防鼠、防虫设施。

4.4.2 运输

4.4.2.1 装运前应对进 出货用的容器、车辆等运输工具进行卫生检查，运输工具应无污染、无虫害、无异味。禁止与有可能造成污染的原料、半成品或者成品一起运输。
4.4.2.2 应避免日光直射和雨淋。

5 营销管理

5.1 总则

5.1.1 酸辣粉零售和批发模式包括但不限于：代理模式、连锁模式、电子商务模式等。
5.1.2 在各模式中酸辣粉经销企业应建立酸辣粉营销管理和各模式的专业管理要求，经销酸辣粉产品企业应遵守公平和诚信的经营原则。应保护社会公共利益，包括但不限于：国家利益、酸辣粉生产企业合法利益、酸辣粉经销企业合法利益、消费者合法权益。

5.2 营销管理

5.2.1 酸辣粉经销企业应依法办理市场主体登记。
5.2.2 酸辣粉经销企业应建立酸辣粉产品质量控制管理制度。酸辣粉产品质量管理制度，包括但不限

于：售前管理、售中管理和售后管理。

5.2.3 酸辣粉经销企业应建立酸辣粉经销各类人员管理制度并建立档案。人员管理制度，包括但不限于：各环节从业人员的进入条件、岗位责任制、培训和考核计划。

5.2.4 酸辣粉经销人员应具备营销酸辣粉的技能。技能包括但不限于：了解或掌握酸辣粉的基本技术知识及食品安全知识，能正确为消费者（用户）介绍酸辣粉的有关知识。

5.2.5 酸辣粉经销企业应设立必要的岗位。岗位包括但不限于：合同、物价、酸辣粉产品的质量控制、财务、商品销售、理赔岗位；且不限制一人一岗。

5.2.6 酸辣粉制造商应加强酸辣粉销售和服务网络的管理，并每 3 个月在自有网站上公布经销酸辣粉和服务企业名单。酸辣粉制造商应向消费者（用户）提供符合酸辣粉产品标准的酸辣粉。

5.2.7 酸辣粉制造商应与经销商签订经营合同。经营合同应公平、公正，不应有对经销商的歧视性条款。

5.2.8 酸辣粉制造商不应干预经销商在经营合同之外的经营活动，不应无理由的强行规定不合理的经销数量及进行搭售，保证供货数量。

5.2.9 酸辣粉制造商应建立营销的网络信息系统。信息管理应包括：营销栏目管理、定单入库、自配货、消费者（用户）购物信息管理、退换货管理、台账管理、人员管理、财务管理、数据统计和分析管理，其中酸辣粉产品价格应为顺价销售。

5.2.10 酸辣粉经销企业应配备相关的服务和后勤保障设施。

5.2.11 酸辣粉制造商不应出现与其他酸辣粉制造商的产品外观、LOGO、图案、包装、创意设计等方面雷同或相似度的产品。

5.3 售前服务

5.3.1 酸辣粉经销企业所经销的酸辣粉产品质量应符合食品安全卫生国家标准并且检验合格。

5.3.2 酸辣粉经销企业应查验并不经销标识不完整酸辣粉、冒牌酸辣粉、劣质酸辣粉。

5.3.3 酸辣粉制造商应根据酸辣粉经销商的服务功能，定期或不定期地向其介绍有关酸辣粉的技术知识，提供相应的营销宣传、技术服务等业务培训及必要的技术支持。

5.3.4 酸辣粉制造商应保证健全的供应链系统，从生产到快速发货，以保障市场供应。

5.3.5 酸辣粉制造商应持续快速推出适应市场的优质产品和新品，以满足消费者（用户/客户）的不同需求。

5.3.6 酸辣粉制造商应有专业、全面指导客户的专业团队，确保酸辣粉行业市场健康发展。

5.4 售中服务

5.4.1 酸辣粉营销人员应主动介绍企业特性、经销的酸辣粉产品种类和特性；主动了解消费者（用户）的需求，介绍酸辣粉产品的质量、价格。积极解答消费者（用户）提出的问题。

5.4.2 营销人员应与消费者（用户）协商供货服务需求。如顾客定单确认、酸辣粉产品价格、交接的时间和地点、交易双方合同约定的付款方式及内容。

5.4.3 配送人员应按交易双方确认的订单和服务方式配送酸辣粉产品。

5.4.4 酸辣粉产品送达消费者（用户）所确认地点后，配送人员应主动明示自己的身份，同时确认消费者（用户）身份；交易双方按照定单确认的酸辣粉产品数量和内容，现场完成清点和交接；交易双方确认无误后在相关配送交接单据上签字或盖章确认并分别进行保管。

5.4.5 交易双方按照合同约定货到付款的，配送人员应唱收唱付，双方经确认无误后在相关收款单据上签字盖章确认；交易双方对合同约定有争议的，暂停交接，待争议解决后，再进行交接。

5.5 售后服务

5.5.1 应为顾客提供售后咨询服务，解答顾客对酸辣粉售后关于退换货、退款等方面的疑问。

5.5.2 对于能够直接给予答复的售后咨询，工作人员应直接告知顾客真实明确的咨询结果。

5.5.3 对于需要进一步处理的售后咨询，如退换货、退款等，工作人员应及时处理，并对处理结果进行跟踪，必要时向顾客反馈。

5.6 退换货服务

5.6.1 产品质量问题

营销的酸辣粉在产品保质期内产生质量问题、经确认不是顾客原因造成的，应允许顾客退换货，由经销商承担损失。

5.6.2 无理由退货

5.6.2.1 应明示无理由退货要求，对于适用无理由退货要求的酸辣粉，经销商应为顾客提供无理由退货服务。

5.6.2.2 根据酸辣粉的性质并经顾客在购买时确认不宜退货，可不提供无理由退货服务。

5.6.3 退款服务

5.6.3.1 退款方式

退款应按照原支付路径退还给顾客，若不能按原支付路径退回，经销商应明示退款方式。

5.6.3.2 退款时限

无退货的退款，经销商应在退款协定达成后2～3个工作日处理退款；有退货的退款，应在收到退货后2～3个工作日处理退款。

5.7 检验与验收

酸辣粉经销企业应按照与酸辣粉制造商签订的合同（协议）和有关法律法规的规定，对所经销酸辣粉质量进行验收。

6 专业经营模式管理

6.1 代理模式

6.1.1 代理商层级划分管理。层级划分包括但不限于：一级代理商、二级代理商、三级代理商和零售商。

6.1.2 酸辣粉经销商经营酸辣粉和服务活动诚信管理。诚信管理内容包括但不限于：按合同要约背销、保守酸辣粉制造商的商业和技术秘密，维护酸辣粉制造商的企业形象和品牌形象，提高销售和服务水平。

6.1.3 代理经营酸辣粉企业经营场所管理。包括但不限于：应建立各级代理场所店铺标识、标志、酸辣粉质量、类型、产地、酸辣粉价格、服务收费、监督服务管理制度。

6.1.4 酸辣粉代理经营企业区域经营管理。包括但不限于：未经酸辣粉制造商许可，酸辣粉代理经销商应在与酸辣粉制造商合同约定区域内销售酸辣粉，不应跨区经营；酸辣粉制造商不应在与合同期内指定的酸辣粉代理经销商之外的经销商经营本企业酸辣粉产品且不应自我经营。

6.1.5 同一厂家酸辣粉制造商将同一规格的酸辣粉以不同注册商标制造出多品牌酸辣粉，视为同一种酸辣粉产品。该制造商在同一区域内对本条所述类型产品，不应指定多个酸辣粉经营代理商，应指定一个代理商。

6.1.6 酸辣粉代理经销商应建立信息管理系统。 信息管理系统包括但不限于：销售业务信息管理、用户非保密信息档案管理、销售区域内动态信息管理、消费者（用户）要求和其他相关信息。

6.2 连锁模式

6.2.1 应建立统一模式的管理制度。宜包括但不限于：形象统一、价格策略统一、进货模式统一、运营管理模式统一、服务模式标准统一。

6.2.2 应建立经营管理制度。包括但不限于：酸辣粉产品进货、存储、调配、销售、售后服务管理制度；人力资游、财务、设施设备、信息资源支持管理制度。

6.2.3 酸辣粉连锁经营企业宜选择统一宣传形象管理制度。包括但不限于：建筑形式、环境布置、色彩装饰标志、广告语、吉祥物、工作人员着装、包装物印刷图案的统一管理制度。

6.2.4 酸辣粉连锁经营企业总部应具备统一管理工作职能。职能包括但不限于：运营过程的专业化分工，规范化运行，布店选址、设计装潢、设备配置、酸辣粉产品陈列、人事培训、采购、配送、促销宣传、财务管理、包装、法律事务、经营方针、经营规划、经营决策的职能。

6.2.5 酸辣粉连锁经营企业应具备集中经营、分散销售，不应强制要求各连锁店酸辣粉产品经营权与

店铺所有权合并，各连锁店的经营权和所有权可分离。
6.2.6 酸辣粉连锁经营企业经通过经营形成的无形资源归属总部所有。包括但不限于：商业声誉、管理制度。
6.2.7 酸辣粉连锁经营企业下的各连锁店应维护和提高本连锁企业的无形资产，不应在未经总部授权的情况下授权其他自然人或组织直接或间接使用本连锁企业的无形资源或其进行有损于企业形象和声誉的行为。
6.2.8 各连锁店应承担的职责。包括但不限于：酸辣粉产品的保管、设备使用、安全保正、销售服务、门店管理、资金回笼、商业信息管理。

6.3 电子商务模式

6.3.1 电子商务平台销售商应符合 GB/T 35409 的规定。
6.3.2 涉及跨境电子商务活动的企业应符合相关规定。
6.3.3 在互联网上经销的酸辣粉产品应符合相应的法律、法规、标准的规定，并可链接标明标准的名称和主要技术指标。
6.3.4 向消费者（用户）提供酸辣粉产品，应在网上预先声明酸辣粉产品种类、数量、质量、价格、运费、配送方式、支付形式、退换货方式、理赔信息，按照声明提供酸辣粉产品和理赔服务。
6.3.5 提供退换货服务，公布退换货制度，内容包括商品退换货政策、退换货流程等。
6.3.6 提供电子版格式合同条款应符合法律、法规的规定，按照公平原则确定交易双方的权利和义务，并采用合理和显著的方式提请消费者（用户）注意与消费者（用户）权益有重大关系的条款。包括但不限于：安全注意事项、风险警示、售后服务。不应作出排除或者限制消费者（用户）权利、减轻或免除经营者责任、加重消费者（用户）责任的规定，不应利用格式条款并借助技术手段强制交易。
6.3.7 应按国家有关规定或商业惯例，向消费者（用户）出具发票等购货凭证或服务单据。
6.3.8 消费者的注册和交易信息归酸辣粉交易服务商所有，仅能被用于与交易、支付及交易辅助服务等相关活动。未经消费者同意，不应向任何第三方披露、转让、使用或出售交易当事人名单、交易记录等涉及用户隐私或商业秘密的数据，法律、法规另有规定的除外。
6.3.9 所发布的酸辣粉产品信息应真实准确，不应作虚假宣传；不应侵犯他人的注册商标专用权和企业名称等权利；不应利用网络技术手段或者载体等方式，实施损害其他经销商的商业信誉、酸辣粉产品声誉及侵犯权利人商业秘密等不正当竞争行为。

7 交易服务

7.1 信息发布

7.1.1 酸辣粉宣传应真实并获得相关品牌或知识产权方的许可，并符合 GB/T 32703、GB/T 32873、GB/T 33992 和 GB/T 35411 的规定。
7.1.2 应对所营销的酸辣粉产品实施明码标价，明示退换货、退款等方面的服务要求。

7.2 客服

为消费者提供多种渠道的咨询服务，配备熟悉酸辣粉生产工艺、食用方法、贮存方法、历史文化的客服人员，及时响应消费者的咨询。

7.3 接单

7.3.1 接收客户订单，对订单进行复核，并确认反馈。
7.3.2 及时更新订单的处理状态。
7.3.3 订单确认和服务响应时间应在显著位置显示，并按规定履行。
7.3.4 商品订单应在承诺的时间内完成。

8 追溯和召回

8.1 应符合 GB 14881、GB 31621 的规定。

8.2　当酸辣粉出现包装破损、霉变等质量问题时，销售者应查找各环节记录、分析问题原因并及时改进和反馈，防止将存在质量问题的酸辣粉营销运营。

9　卫生管理

9.1　营销过程

9.1.1　销售者应根据酸辣粉的特点、营销运营过程、GB 14881 的卫生要求，建立对保证酸辣粉质量安全的关键控制环节的监控制度，确保有效实施并定期检查，发现问题及时纠正。
9.1.2　销售者应制定针对营销运营环境、营销人员、设备及设施的卫生监控制度，确立内部监控的范围。记录并存档监控结果，定期对执行情况和效果进行检查，发现问题及时纠正。
9.1.3　营销人员应符合国家相关规定对人员健康的要求，进入营销运营场所包括经营和仓贮应保持个人卫生和衣帽整洁，防止污染食品。
9.1.4　使用卫生间、接触可能污染食品的物品后，再次从事接触酸辣粉营销相关的活动前，应洗手消毒。
9.1.5　在营销过程中，不应饮食、吸烟、随地吐痰、乱扔废弃物等。

9.2　仓储卫生

应符合GB 31621的相关规定。

10　人员培训

10.1　酸辣粉经营企业应建立相关岗位的培训制度，对从业人员进行相应的食品安全知识培训。
10.2　酸辣粉经营企业应通过培训促进各岗位从业人员遵守国家相关法律法规及标准，增强执行各项食品安全管理制度的意识和责任，提高相应的知识水平。
10.3　酸辣粉经营企业应根据不同岗位的实际需求，制定和实施食品安全年度培训计划并进行考核，做好培训记录。当食品安全相关的法规及标准更新时，应及时开展培训。
10.4　应定期审核和修订培训计划，评估培训效果，并进行常规检查，以确保培训计划的有效实施。
10.5　培训酸辣粉系列标准知识，提高营销人员的业务素质，增强食品安全的责任和意识，提高相应的知识水平，做好培训记录。

11　管理制度和人员

11.1　销售者应配备食品安全专业技术人员、管理人员，并建立保障酸辣粉食品安全的管理制度。
11.2　食品安全管理制度应与经营规模和设备设施水平相适应，应根据营销运营实际和实施经验不断完善食品安全管理制度。
11.3　各岗位人员应熟悉食品安全的基本原则和操作规范，并有明确职责和权限报告经营过程中出现的食品安全问题。
11.4　营销运营管理人员应具有必备的知识、技能和经验，了解顾客的需求，能够判断潜在的质量风险，采取适当的预防和纠正措施，及时处理顾客抱怨，加强售后服务管理。

12　记录和文件管理

12.1　应对营销过程中采购、验收、贮存、营销运营等环节详细记录。记录内容应完整、真实、清晰、易于识别和检索，确保所有环节都可进行有效追溯。
12.2　应如实记录发生召回的酸辣粉的名称、批次、规格、数量，召回的原因及后续整改方案等内容。
12.3　应对文件进行有效管理，确保各相关场所使用的文件均为有效版本。
12.4　鼓励经销者采用先进技术手段(如电子计算机信息系统)，进行记录和文件管理。

13　投诉及监督

13.1 服务投诉及处理

13.1.1 制定《顾客投诉管理操作流程》，按照流程及时处理顾客的投诉、更换或赔偿等事宜。
13.1.2 应设置专门机构、人员及时处理消费者意见和投诉信息。
13.1.3 处理投诉应制度化，责任到人，投诉处理应及时、恰当，对处理结果和投诉者满意度进行详细记录，涉及第三方的投诉应有回访及记录。

13.2 服务监督

13.2.1 建立服务监督制度，定期向消费者公示酸辣粉安全信息；定期开展顾客满意度调查。
13.2.2 公示 12315 投诉监督电话，接受消费者以及社会对企业服务质量的监督。

13.3 信用监管

13.3.1 建立酸辣粉营销运营领域信用公开承诺和践诺监管制度。
13.3.2 加强对酸辣粉信用信息归集，进行信用综合评价，并建立信用分级分类监管机制。