

《消费品购销管理指南》 河南省地方标准编制说明

一、编制的目的和意义

近年来，国家高度重视消费品质量安全，出台了一系列法律法规和政策文件，要求建立健全质量安全责任体系，强化企业主体责任。《消费品购销管理指南》结合我省实际，从引导建立消费品购销活动科学、规范、可追溯的质量管理体系，提升消费品质量，保障消费者生命财产安全和合法权益，增强企业核心竞争力，维护健康有序的市场环境等方面为消费品购销单位提供了具体操作指引。

消费品直接关系人民群众生命财产安全和日常生活。当前，部分销售环节仍存在质量安全意识不强、管理不规范、追溯体系不健全等问题，可能导致安全风险。《消费品购销管理指南》聚焦购销活动关键环节，旨在引导销售单位建立科学、规范、可追溯的质量管理体系，从流通源头保障消费品质量安全。

销售单位是连接生产与消费的重要桥梁，对保障流通环节消费品质量安全负有直接责任。《消费品购销管理指南》明确要求销售单位建立健全组织机构、配备关键人员、落实管理职责，旨在压实企业质量安全主体责任，提升其风险防控能力和质量管理水平。

规范、透明的购销活动是市场健康运行的基础。《消费品购销管理指南》通过倡导“安全、质量、效率、成本”的管理理念，引导企业诚信经营、公平竞争，营造安全放心、规范有序的消费环境，增强消费者信心，促进市场良性发展。

良好的质量管理是企业赢得市场信任、实现可持续发展的核心要素。《消费品购销管理指南》的编制有助于销售单位提升内部管理水平、降低质量风险成本、塑造良好品牌形象，从而增强核心竞争力。

二、任务来源及编制原则和依据

（一）任务来源

本项目依据《河南省市场监督管理局关于下达 2025 年第一批河南省地方标准制修订计划项目的通知》（豫市监函〔2025〕93 号）立项（计划编号：20251110002），由河南省市场监督管理局、许昌市市场监督管理局、许昌市胖东来商贸集团有限公司共同起草。

（二）编制原则

本《指南》编制依据《中华人民共和国产品质量法》《中华人民共和国消费者权益保护法》及其实施条例等有关法律法规和《工业产品销售单位落实质量安全主体责任监督管理规定》，严格遵循科学性、合理性、规范性、适用性原则。

1. 科学性原则。《指南》的制定严格遵循《中华人民共和国产品质量法》《中华人民共和国消费者权益保护法》

及其实施条例等法律法规，从组织机构、人员、购销自营全流程品控操作流程、自有品牌委托第三方生产全流程品控操作流程、自有品牌自行生产全流程品控操作流程、物流、仓储质量品控，到进场质量管理，再到退出管理及主体责任落实，各环节均设定具体可行的技术要求，形成逻辑严密、系统科学的体系。

2. 合理性原则。《指南》的管理要求与企业的规模、经营产品的风险程度、管理能力相匹配。在保障安全 and 质量的核心目标下，倡导“安全、质量、效率、成本”的综合管理理念。本《指南》的编制广泛调研了河南省消费品流通领域的现状、痛点和发展需求，充分考虑市场主体的差异性，依据销售单位规模（大、中、小型）进行管理流程的设计，力求贴合购销活动的实际业务流程，避免脱离实际的理想化要求。

3. 规范性原则。《指南》对关键概念如“消费品”“大型/中型/小型销售单位”“质量安全总监”“质量安全员”等进行了明确界定，避免歧义，确保理解一致。整体结构清晰（适用范围、组织机构、人员职责等），条款表述力求准确、简洁、无歧义。各章节内容逻辑连贯，职责划分明确，相互支撑，形成完整的管理框架。各项具体要求均与现行有效的国家法律法规、强制性标准要求紧密衔接，确保本《指南》是上位法在河南省消费品购销领域的具体化和操作指引，将“合法合规”原则贯穿始终。

4. 适用性原则。《指南》充分适配不同经营主体的实际情况。一是针对不同规模主体的差异化设计。根据经营主体规模（大型、中型、小型），制定不同的经营模式，销售单位可采用自营、联营、租赁等经营模式。针对不同规模的主体，允许企业结合自身组织结构、产品特点和管理基础，选择具体的实施方式（如机构设置形式、人员配置方式等），增强指南的适应性和落地性。二是兼顾特殊场景的必要调整。大中型销售单位管理层应有质量安全总监，可以为专职或兼职人员。三是预留实际情形的适配空间，在附则中明确“本指南为行业指导性意见，指南内容作为参考意见，不作为强制性要求。”允许经营主体在框架标准下，根据行业特性、业务模式调整流程，避免制度僵化，确保本《指南》能在各类经营场景中有效落地。

（三）编制依据

- 1、《中华人民共和国消费者权益保护法》
- 2、《中华人民共和国产品质量法》
- 3、《市场监督管理投诉举报处理暂行办法》
- 4、《工业产品销售单位落实质量安全主体责任监督管理规定》

5、DB41/T XXXX—XXXX 工业产品生产提质管理指南

三、编制过程

（一）准备阶段（2025.06-2025.07）

2025年7月，成立标准起草小组，确定制定思路。由河南省市场监督管理局产品质量安全监督管理处牵头起草，

明确标准编写任务，召开标准制定启动会，开展集中研讨，标准编制工作正式启动。编制组收集整理了消费品购销管理相关的国家及其他省市标准规范，全国、河南省以及其他省市的相关政策文件，河南省消费品购销的现状等资料，并进行分类整理、细致分析，在此基础上准备开战调研工作。

（二）调研阶段（2025.07-2025.07）

2025年7月，编制组根据工作方案先后到许昌、洛阳开展座谈会，并至胖东来、大张实业有限公司等企业进行实地考察交流。通过调研充分了解了消费品购销过程以及售后等流程的现状及存在问题，征求了企业相关人员对地方标准制定的意见及建议，为标准起草作充分准备。

（三）起草阶段（2025.07-2025.08）

在前期收集资料和现场调研的基础上，河南省市场监督管理局产品质量安全监督管理处召开标准起草工作推进会，编制组全面梳理、分析我省消费品购销现状和其他情况，细化了调研内容，充分征求吸纳企业、管理部门等相关方的意见建议，进一步明确了任务分工、形成了《消费品购销管理指南》工作组讨论稿。

（四）征求意见阶段（2025.08-2025.09）

2025年8月至9月，为确保标准的全面性、科学性、实用性和符合国家有关法律法规，工作组多次实地调查走访、座谈交流，在搜集、汇总、整理、分析数据的基础上，依据国家、地方有关标准和法律法规的要求，对工作组讨

论稿进一步修改完善，初步形成了《消费品购销管理指南》征求意见稿，面向社会大众公开征求意见。

四、主要内容的确定

（一）范围

本《指南》适用于已建成并投入使用的工业产品大型销售单位，工业产品中小型销售单位，可参照使用。

（二）术语和定义

本《指南》的核心内容是引导建立消费品购销活动科学、规范、可追溯的质量管理体系，提升消费品质量，保障消费者生命财产安全和合法权益，增强企业核心竞争力，维护健康有序的市场环境。为了使标准化对象更加清晰，概念定义明确，本《指南》给出了“购销自营”“自有品牌”的术语和定义，避免实践中因概念模糊导致的执行偏差。

（三）主要内容说明

本《指南》共7章，包括总则、组织机构与人员、经营模式、购销生产品控、物流与仓储管理、进场与退出管理、管理保障，覆盖经营主体购销全流程。

1. 总则

本部分旨在确定本文件的总则，包括购销管理倡导“安全、质量、效率、成本”的购销管理理念，建立科学、规范、可追溯的质量管理体系；依法依规配备人员，遵守相关法律；预防销售单位风险及全流程进行质量控制和责任人的权责明确。

2. 组织机构与人员

销售单位应设立消费品质量安全管理机构，承担以下工作职能：

- (1) 组织制定并实施质量方针、目标及管理制度；
- (2) 监督产品立项开发、购销和服务过程的质量控制；
- (3) 组织质量检验、测试及不合格品处置；
- (4) 推动质量改进提升活动，分析质量问题根源；
- (5) 负责质量培训及质量意识提升；
- (6) 协调内外部质量审核及应对客户投诉；
- (7) 管理质量记录并报告质量绩效。

根据销售单位自身情况，质量安全管理机构可与其他管理机构、职能机构合并设立。

销售单位要依法依规配备与单位规模、产品类别、风险等级、管理水平、安全状况等相适应的质量安全管理人员。实施工业产品生产许可证管理、实施强制性产品认证管理、其他涉及人身健康和生命财产安全并有强制性国家标准要求的工业产品销售单位，在配备质量安全员的基础上，应当配备质量安全总监。

4. 经营模式

本部分明确了销售单位的经营模式，包括采用自营、联营、租赁等经营模式。其中自营分为购销自营、自有品牌等。销售单位采用联营、租赁等经营模式的，参照自营模式管理要求执行。

5. 生产品控

本部分从购销自营、自有品牌委托第三方生产、自有品牌自行生产等三个方面对生产全过程的品控进行了规定。

购销自营从供应商寻源与筛选的资质审查、综合评估及供应商筛选与确定，到供应商合同签订环节方面的详细内容。

自有品牌委托第三方生产从产品立项与开发、代工企业寻源与筛选、代工合同签订、包装设计到生产与供应阶段质量控制（包括产前沟通、生产过程监控、过程记录审核、飞行检查、成品出厂检验、第三方验货）方面做了详细要求。

自有品牌自行生产参照国家法律法规、规章制度、标准规范相关规定及 DB41/T XXXX—XXXX 工业产品生产提质管理指南的规定做了详细的说明。

7. 物流与仓储管理

物流管理部分对工厂拣货、包装作业、运输配送、总仓签收等环节实施全流程管控。其中工厂拣货环节根据拣货单拣选对应产品，确保产品款式、数量、品相（无破损、污渍、吊牌完整）与订单一致。包装作业环节建议按产品特性查验包装；外箱需注明收货信息、件数，对于易碎或需特殊处理（如“勿压”“防潮”）的产品，需张贴醒目标识。运输配送环节建议根据订单时效（如“次日达”

“隔日达”）和成本，选择快递、专线物流或自有车辆进行配送，总仓签收建议总仓负责签收货品，核对包数与厂

家提供的物流单明细的一致性和确认货物外包装完好无损等方面规定了详细的内容。

仓储管理部分主要从仓管人员对仓库温度、湿度进行实时监测并记录、成品按区域分类标示存放、产品及产品周转筐实行离地陈列、成品库四周的环境、仓库配备的配备，如防蚊虫设施等，运输工具、运输车辆及出仓管理方面做出了详细管理内容。

9. 进场与退出管理

本部分从门店验收、商品上架、日常管理等方面做了详细要求。

退出管理从供应商、代工企业出现产品质量不符合国家法律法规、标准和商超要求的；服务水平、交货准时性、价格等方面严重不符合合同约定的；存在欺诈、违约等行为的；信用状况严重恶化；定期审核、飞行检查、三方审核的检查结论为不符合要求的；存在其他严重影响产品质量行为的等这些情形，启动退出流程。

10. 管理保障

信息追溯方面，对销售单位对消费品的质量信息进行记录和追溯。对于实施生产许可证管理、强制性认证管理，以及涉及人身健康和生命财产安全且有强制性国家标准要求的重点消费品，建议建立产品安全追溯体系。

风险防控方面，结合自身实际，围绕环境条件、设备设施管理、进货查验、产品检验、贮存及交付控制、不合格产品管理和缺陷产品召回、标签和说明书、从业人员管

理、信息记录和产品质量安全追溯体系、质量安全事故处置等环节，排查本单位的产品质量安全风险，建立适合自身特点的《工业产品质量安全风险管控清单》，明确检查内容和风险点。并根据产品质量法律法规和标准变化情况、自查情况、日管控周排查月调度情况，对清单实行动态更新。

工作机制方面，要求销售单位建立日管控、周排查、月调度工作机制。对关键环节的标准化检查、记录与即时整改，以高频次、精细化的现场监督，确保消费品质量安全、运营合规、服务品质及风险防范。

应急处置方面，建议销售单位建立产品质量问题应急响应机制，在日常监测或政府部门产品质量监督抽检中发现产品质量类问题时，立即采取下架措施，并同步通知供货商开展原因排查与整改工作，针对不同类型的质量问题，采取差异化处置方式。

售后服务方面，建议销售单位对因质量问题或其他原因引起的消费者投诉纠纷，遵循《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国产品质量法》《市场监督管理投诉举报处理暂行办法》等相关法律法规及政策规定予以处理，确保公平、高效解决争议，维护消费者、销售单位合法权益。

五、采标情况

无。

六、重大意见分歧的处理

本文件起草过程中未出现重大分歧情况。

七、与国家法律法规和强制性标准的关系

本文件与有关的现行法律、法规和强制性国家标准协调一致，无冲突。

八、标准实施的建议

1、本标准颁布后建议在河南省范围内推广使用。及时组织开展标准宣贯与培训，组织相关解读的编写工作。

2、定期组织不同的经营企业开展经验交流与现场观摩活动，切实促进本标准的贯彻实施，力求为河南省的经营企业提供一套清晰、可行、能有效提升消费品购销活动质量安全管理水平的具体操作指南。

3、将实施过程中出现的问题和改进建议及时反馈标准起草小组，以便进一步对本标准进行修订完善。

九、其他应予说明的事项

无。

《消费品购销管理指南》标准起草小组

2025年8月15日