

经营理念

以专求大 以精求强

场商互利 共谋双赢

经营宗旨

客户满意是我们永恒的追求！

企业目的

让消费者满意 让经营者盈利

管理人员工作守则

要遵章管理，不营私舞弊；

要廉洁自律，不吃拿受礼。

要坚持原则，不畏缩怕事；

要公平公正，不歪曲事实。

要重视修养，不粗言恶语；

要高效服务，不拖拉扯皮。

要踏实工作，不三心二意；

要深入业户，不脱离实际。

要锐意进取，不苟且混事；

要爱企如家，不损害集体。

商户文明公约

要遵法经营，不违规违纪；

要文明服务，不污言秽语。

要诚实守信，不损人利己；

要买卖公平，不见利忘义。

要实事求是，不强词夺理；

要平等竞争，不撬夺生意。

要爱惜公物，不私自拆移；

要履行三包，不破坏秩序。

要配合商场，不蛮横无理；

要及时交费，不拖延逾期。

目 录

一、XXXX 卖场简介

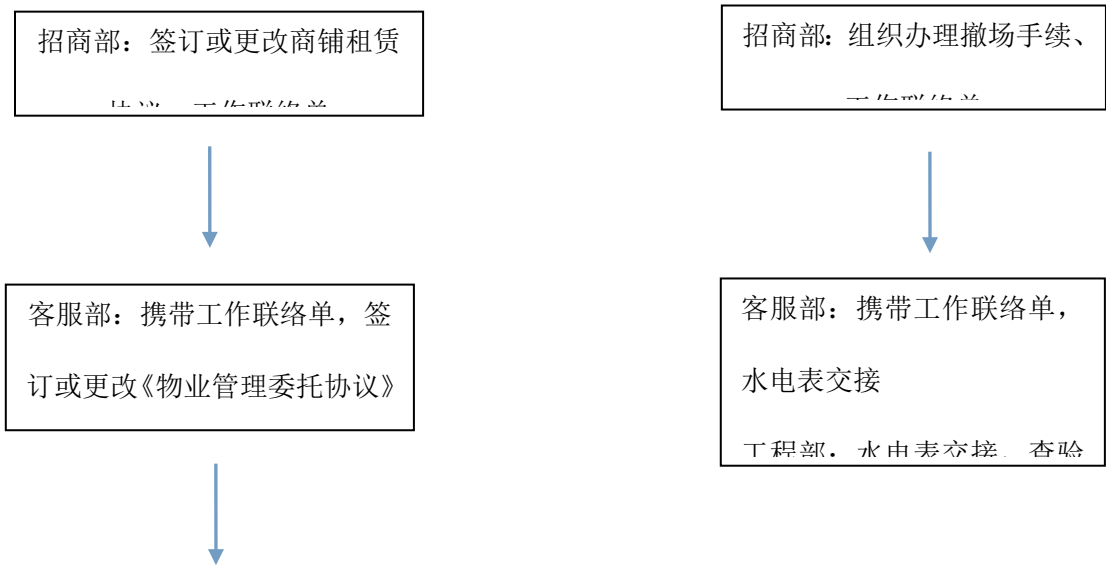
二、XXXX 卖场商户进场须知

三、XXXX 卖场入场流程表

- 四、XXXX 卖场入场意向书
- 五、XXXX 卖场商户进场规定
- 六、XXXX 卖场准入准出的管理规定
- 七、XXXX 卖场质量保证金的管理规定
- 八、XXXX 卖场质量公开承诺
- 九、XXXX 卖场有关广告基金的管理规定
- 十、XXXX 卖场广告基金的使用规定
- 十一、XXXX 卖场经营品牌的管理制度
- 十二、XXXX 卖场商户进场装修规定
- 十三、XXXX 卖场商户入场申请表
- 十四、XXXX 卖场商户场地面积丈量表
- 十五、XXXX 卖场装修进程控制表
- 十六、XXXX 卖场装修申请表
- 十七、XXXX 卖场装修协议书
- 十八、XXXX 卖场有关 的申请规定
- 十九、XXXX 卖场消防协议书
- 二十、XXXX 卖场商户装修验收单
- 二十一、XXXX 卖场商户场地基础设施登记表

- 二十二、 XXXX 卖场进货查验制度
- 二十三、 商户新品申请表
- 二十四、 XXXX 卖场有关营业的管理规定
- 二十五、 XXXX 卖场有关部门职责及
- 二十六、 XXXX 卖场管理部经理岗位职责
- 二十七、 XXXX 卖场管理部主管岗位职责
- 二十八、 XXXX 卖场治安管理规定
- 二十九、 XXXX 卖场退场流程表

办理进撤场交接手续流程



↓

客服部：水电表交接，结清
水电费

工程部：水电表交接 查验

↓

客服部：水电费、物业费

↓

客服部：办理装修手续（商
户需携带身份证和协议原件
复印件及装修多种费用）

↓

招商部：办理退租手续，协
议收回，退还保证金

↓

招商部：办理钥匙交接手续

↓

以上手续办理完毕后，方可
进场装修和营业。

XX 大卖场商户进场须知

为了规范大卖场的管理与营业,为消费者营造优美的购物环境,切实保护经营商户的利益,凡入驻 XX 大卖场的商户,须按照如下程序,办理手续进入大卖场经营。

一、商户如故意向进驻大卖场经营,须填写入场申请表。

- 1、企业与个体名称
- 2、企业与个体经营性质
- 3、经营品牌
- 4、场地申请面积
- 5、产品证书与资质
- 6、联络人与联络方式

二、市场部管理部审核后,根据商户入场申请表,确定商户经营位置与经营面积,制定房租价位。

三、商户确定位置与面积后,与市场管理部签订入场意向书,并交纳每平方 xxx 元的质量保证金。

四、商户根据市场有关装修规定,设计各自摊位的装修方案,提交市场管理部审核。审核项目:

- 1、商户装修与否贯彻敞开式原则
- 2、商户形象墙

3、商户商品展示货架

4、商户灯光效果

5、商户门头效果

6、商品展示间效果

五、商户与市场管理部签订装修协议书,交纳 xxxx 元装修押金,准时进入卖场装修。

六、商户按规定装修完毕后,市场管理部填写商户装修验收单,验收无误后,退还商户装修押金。

七、商户装修完毕后,与市场管理部签订正式进场经营协议及治安消防协议书,并提前提供如下证明:(均为原件,留复印件或被授权人护照或身份证复印件或法定代表人)。

1、经营品牌厂家营业执照

2、经营品牌生产许可证

3、经营品牌产品质量检查汇报

4、经营品牌质量体系认证

5、商标注册证

6、产品环境保护体系认证

7、厂家授权书

8、经营产品进货发票

9、其他产品有关证件和宣传画册

八、商户理解并遵守市场各项有关管理制度,进入卖场经营。

入场意向书

编号: _____

甲方: XXXX 有限企业

乙方:

经甲方对乙方的进场申请、经营产品和品牌的资风格查,
甲乙双方协商一致,就乙方进驻 XXXX 卖场到达如下一致意见。

一、 甲方根据乙方经营项目同意乙方租赁 XXXX 卖场
_____区 _____ 平方米的室内场地。

二、 乙方租赁甲方市场场地价格为_____ 元每月每平方米
米另公用面积按平均分摊比率 ____% 为 _____ 平方米,

实际使用面积合计为_____平方米, 每月场地使用费用合计为 _____ 人民币_____元。

三、 乙方在签订本意向书后, 三日内一次交纳元进场费用, 此款作为场地使用押金和产品质量保证金, 在签订的正式协议到期后, 若合作期间未出现质量事故处理未果的状况和未出现私自转让场地的状况下, 且又不愿继续经营, 甲方在六个月内全额退还。

四、乙方在签订本意向书后, 可享有 _____ 天的免费进场装修期, 即从 _____ 年____月 ____日至 _____ 年 ____ 月 ____日, 在装修期内, 乙方必须准时进场按甲方有关装修规定进行装修, 对违反甲方市场整体规划的装修, 甲方有权规定乙方限期整改, 若乙方在装修期内未准时进场装修, 甲方有权视为乙方自动放弃该场地的使用权, 并将该场地转为第三方使用, 乙方不得有任何异议。

五、乙方在装修好并通过甲方验收合格后, 一周内签订正

本年度场地使用协议，场地使用费第一年以意向书为准，之后乙方按季度交纳场地费用，于每季第一月 25 日前及时交纳，否则，每天加收 5% 的滞纳金，若乙方拖欠费用超过 7 个工作日，甲方有权收回场地使用权，并不退还进场费，乙方不得有任何异议。

六、乙方可普遍享有甲方有关其他优惠政策，详细见当时甲方告知。

七、乙方承诺熟悉甲方对市场的管理规定，并认同甲方为市场唯一经营者、管理者、组织者、服务者、协调者的身份，严格遵守、执行市场对顾客的宣传和承诺。若乙方长期违反市场的管理规定，甲方有权收回乙方场地使用权。

八、甲方承诺乙方为其经营产品和品牌在市场的唯一性，保证不引进第二家同品牌的产品。

九、有关广告、宣传、促销、服务、产品安全等市场规定另附。

十、乙方每季交纳的场地使用费和其他费用，务必到市场财务部亲自办理，无甲方授权的情况下，乙方不得委托甲方管理人员办理财务业务，否则甲方将视为个人行为而不承担任何

责任。

本协议一式二份，与乙方填写的 XXXX 卖场商户进场申请同步有效，均作为签订正式协议的基础，若有未尽事宜，甲乙双方协商处理。

甲方代表：

乙方代表：

甲方签章：

乙方签章：

年 月 日

商户进场规定

一、商户入场之前，应与市场管理人员仔细检查场地基础设施状况，包括营业场地的电线、开关、水表、电表、天花板、灯具等一切设施与否完好，并填写进场基础设施登记表，从进场装修开始，市场方对以上设施的维修实行有偿服务。在商户离场时，应和市场管理人员一道与进场基础设施登记表查对，若有损坏，按原价赔偿的原则进行清算。

二、卖场内外的上下水管道、屋面、消防等一切公共设施，由市场管理部承担维修。

三、爱惜市场的一切公共设施，如因人为原因导致损坏的

将由当事人承担维修费用，导致损失的由当事人负责赔偿。

四、商户入驻应查对好水电表底数，每月的 1—

5 日到市场管理部缴纳上月水电费用。逾期每天将加收 5% 的滞纳金，超过 10 日对未缴纳费用的将停止其水电供应。水电收费原则为：动力电 xxx 元/度；照明电 xxx 元/每度；水 xxx 元/每吨。

五、自觉保护环境卫生，市场内严禁乱丢杂物，生活垃圾要装入袋中丢进垃圾箱，由市场保洁人员定期清运。

六、自来水不用时应随手关闭，停水时不要使用，以免水来时泛滥成灾。冬季由于水管爆裂产生的后果，由当事人自己承担责任。

七、车辆严禁进入市场

八、注意安全、严防盗窃、火灾发生。商户应认真遵守市场《消防管理制度》，每 45 平方米配置一种灭火器，做好一切防备工作。

准入准出的管理规定

一、目的

为维护 XX 企业 XXXX 大卖场的品牌形象，增强 XX 企业在目的消费群体中的品牌忠诚度，深化实行 XX 企业的品牌战略，同步为各商户的经营环境、切身利益和长远发展奠定基础，结合 XX 市商业管理局 XXXX 年第 XX 号文献《有关贯彻市场产品质量和服务由市场法人先行负责的决策》中，防止和杜绝三无产品、假冒伪劣、服务不规范、虚假宣传等恶性事件的发生，特制定本规定，此规定对于 XX 企业 XXXX 大卖场的商户具有广泛的约束力，并在企业与商户之间签订的入场协议书中明确了此规定与协议具有同等的法律效力。

二、原则

公平、公正、公开。

三、宗旨

树立市场的关键竞争优势：质量、价格和服务。将消费者利益、商户利益、市场利益有机结合，坚持在推选市场现代化建设的同步与 XX 市经济建设方向保持一致。

四、准入条例

1、坚持一品一店的原则，由厂家直接授权的代理品牌至少要有一到两个。杜绝炒货现象。经双方同意的其他合作方式不

受此条限制。

2、进场品牌必须出具厂家生产许可证、厂家营业执照、产品质量保证体系、商标注册登记证、厂家授权证书、环境保护认证、安全认证等其他证书，至少需要五项。 严禁三无产品进入市场，杜绝虚假产品广告和虚假宣传。

3、产品在进场时提供的有关证书仅对该品牌有说服力，若商户中途引进其他品牌，一律到管理部重新登记和审核。

4、商户在进场时，应为市场提供厂家的授权证书，并对提供的一切资料的真实、合法性负责。

5、无厂家直接授权的商户不得入场经营。

此条例在市场与商户签定意向书时由市场详细把关，但商户在市场运行的过程中可以积极监督，并书面提出合理意见。市场方在收到商户意见书 7 个工作日内给以予合理答复。

五、准出条例

1、考核内容：环境卫生、营业状况、质量事故及服务事故、拖欠费用，合计 4 项，每一项详细的考核措施见有关规定。

2、考核分不合格、合格、优秀三等级。

3、每季度考核一次，在本季度的所有事故均列入考核事故范围之内。

4、每项考核执行惩罚记分制度，每项考核惩罚记分为 0 分的为优秀，在 0—5 分的为合格，在 5 分以上的为不合格。

5、在本季度考核活动中，有 1 项考核为不合格的给书面告知商户，并限期整改；有 2 项不合格的进行通告，并由商户本人出具书面详细整改计划，由市场管理人员监督实行；有 3 项或以上不合格的当月予以严重警告，向市场商户公开进行通告，并在市场宣传栏、客户服务部点名批评，由市场管理人员和商户代表监督贯彻整改措施，整改合格后，方能取消市场宣传栏、客户服务部的公告，并列入市场重点监督对象。

6、在一年内若持续两次考核均有 2 项考核不合格的或持续三次考核均有 1 项不合格的，当月予以严重警告，向市场商户公开进行通告，并在市场宣传栏、客户服务部点名批评，由市场管理人员和商户代表监督贯彻整改措施，整改合格后，方能取消市场宣传栏、客户服务部的公告，并列入市场重点监督对象。

7、在一年内若持续两次考核均有 3 项不合格的，限期出场，并作为违约处理。

8、在一年内若持续三次考核均有 2 项不合格的，限期出场，并作为违约处理。

此条例制定的最终目的是为整顿市场秩序、规范商户的经营行为，发挥群众监督、群众组织的力量，防止少数人为了个人利益影响全体商户和市场声誉的行为发生。维护广大商户的集体利益并最终维护消费者权益。

质量保证金的管理规定

一、收取目的

1、贯彻 XX 市商业局有关产品质量和服务实行市场法人先行负责的制度和规定。

2、规范市场秩序，维护消费者合法权益。

3、约束市场各商户的质量和服务行为，提高 XX 企业的整体形象，为各商户的发展和本市场在整体市场中的拥有率打下坚实的产品和服务基础，树立 XX 企业在市场中的关键竞争优势。

二、管理措施

1、各商户在与 XX 企业签定入驻意向书时，按场地使用面积每平方 xxx 元收取质保金，详细见意向书。

2、此保证金作为各商户对自己服务和销售产品质量的保证，同步也是作为质量和服务承诺的保障。

3、在商户离开市场六个月内，若无产品和服务事故投诉，此保证金根据前期的动用状况予以退还。

4、若商户对消费者投诉的产品质量或服务事故未能及时处理，当消费者投诉到市场时，市场方、消费者、商户代表、该商户一并出面处理，若商户不乐意或不积极履行市场质量和服务的公开承诺，市场管理方和商户代表将动用质量保证金先行赔付，并对该商户限期整改和补交动用部分的质量保证金。并予以该商户对应的惩罚。

5、对于顾客投诉，若商户积极配合，并可以妥善处理，市场方并未亲自处理且未动用质量保证金的质量问题或服务事故，将对该商户从轻处理。

质量公开承诺

XX 企业 • XXXX 卖场和所有商户均向社会公开承诺：

一、所有产品均具有生产企业生产许可证、产品质量合格证、产品商标注册证、环境保护认证、安全认证。

二、所有商户均已向市场交纳了质量保证金，若出现产品质量问题，市场方将先行赔付。

三、产品质量最低保修一年，保修期内因产品质量问题维修费用全免。

四、七日内，产品及包装无损坏且不影响第二次销售的情况下，可以调换，但客户自己需承担运送费用等。

五、对于顾客对产品质量的投诉，市场将根据详细状况由市场管理代表和商户代表及时处理，若因商户问题，我们将动

用该商户的质量保证金先行负责处理，并予以该商户对应惩罚。

有关广告和广告基金的管理规定

一、成立广告基金的目的

XX企业的角色定位于市场筹划、组织、经营、管理、监督、和服务方面，为了更好的宣传，包装市场，为市场更多得积聚人气，打造良好的商业气氛，提高市场品牌著名度和忠诚度，我们将和商户一道筹划市场整体的广告和产品促销以及公关活动，树立良好的市场形象，本着共同投放、共同分享的观点，特成立市场广告基金。广告基金重要包括如下的使用项目：

- 1、年度市场的户外广告投入
- 2、其他媒体的广告投入（电台、报纸、流动媒体等）
- 3、促销活动
- 4、公关活动

年度广告、宣传的投入计划及方案由市场和商户共同讨论通过。

二、广告基金的收缴措施

根据年度讨论通过的广告计划，核算广告的投入金额，坚持市场和商户各二分之一的投入原则，详细核算市场每季度每平方的广告的投入成本，由市场根据实用面积核算各商户应上交的广告费用，并随房租按季度一同交纳。

广告费用的交纳状况纳入市场准出的考核条例。

广告基金的使用规定

一、在实行年度广告计划的过程中，一切有关动用广告基金的行为，必须在市场商户代表和市场管理方的共同承认下，方能执行。

二、详细媒体的选择、签约、价格必须在市场和商户代表承认的状况下共同执行，坚决杜绝一切虚假行为。

三、每季度采用有效方式，制定广告的投放计划和基金的动用计划。

四、每季度必须召开商户大会，对本年度广告的实际投放和基金的使用状况书面阐明，剩余资金纳入下年度广告基金。

五、广告基金的使用坚持由市场管理方统收、统支的原则。

六、市场方保证在投放广告的过程中，自己承担的二分之一费用在每次广告投放动用广告基金的同步同比投放。

七、任何人和单位不得挪用广告基金。状况严重的追究有关法律责任。

八、所有广告的投放必须协议、发票俱全。

九、广告基金的其他用途和非广告内的使用必须由市场和商户大会决定。例如：公益活动、赞助活动、奖励活动等。

经营品牌管理制度

XX 企业 **XXXX** 大卖场是 XX 首家 xx

商场，为了规范市场营业秩序，从主线上杜绝假冒产品、炒货和炒房的现象，给商户营造健康、公正、有序的经营环境，市场管理部特制定商户经营品牌管理制度，以便更好地推广 XX 企业的市场品牌优势，以保证广大消费者的合法权益。

第一条、 凡入驻市场的商户，必须填写商户进场申请表，并在经营品牌栏中注明所经营的品牌与种类。

第二条、 各商户必须按照商品进场申请表中申请的经营品牌经营，并提供有关的证明资料，市场方将对资料进行审核并建立有关档案。

第三条、 各商户在销售过程中必须按所申请的品牌产品经营，并向消费者承诺质量保证。

第四条、 各商户所经营的商品，假如出现质量问题，商户应当积极积极处理，凡因商户消极处理或不处理消费者所投诉的质量问题，市场确认后，将动用该商户的质量保证金，向消费者进行先行赔偿。

第五条、 假如商户在经营过程中，需要增长新的品牌产品，必须到市场管理部申报新品上市。

第六条、 市场商户所申请的新品牌产品，市场管理部将进

行质量审核，建立有关档案。

商户在经营过程中如因厂家问题或其他原因，停止所经销或代理品牌的，必须向市场管理部办理品牌注销手续。

第一条、市场方每年对市场内商户所经营的品牌进行评比，对经营优秀的品牌，市场部将予以对应的优惠政策，对于经营最差的品牌市场将对其进行淘汰。

第二条、市场内各商户必须严格执行品牌管理制度，如不经市场同意私自进行新品牌的引进与售卖，市场有权按私自转让房屋进行处理。

装修管理规定

尊敬的各位商户：

您好！为保证 XX 企业的每一位商户的利益，我们根据有关法律、法规及 XXXX 卖场的实际状况，就卖场的内外装修做如下规定：

一、装修程序

1、装修前，请持装修施工图、效果图到 XX 市 XX 物业管理有限企业（如下简称物业企业）审批及交纳装修保证金。每户 2023 元，装修完毕符合规定退还。

2、填写装修书面申请表。

3、签订《装修协议书》。

4、凭施工人员身份证复印件办理施工人员临时出入证（每证押金 10 元，退回时如有破损，合适扣除；如有丢失，押金不予退还）。

5、办理完上述手续后，方可进行施工。

6、装修过程中，商户对物业企业的装修监督检查工作予以积极配合。

装修完毕，经商户及物业企业验收合格后保证金予以返还。如商户请物业企业代运装修垃圾，垃圾清运费将按实际运费支出从保证金中扣除。

二、装修施工管理规定

1、装修时须按所申报的装修方案进行施工，不得变化或损坏原有房屋的构造及公共设施，不得变化其他配套设施的使用功能。

2、承接装修工程的单位和个人，应采用必要的安全防护和消防（设备）措施，保障作业人员和相邻商户的利益不受损害。

10、严格严禁私自拆移场内的任何梁柱、承重墙、外墙。

11、不得在营业厅内砌墙或者超负荷吊顶，安装大型灯具等。

12、装修形成的多种废弃物、施工垃圾可由商户自行清理或者委托物业企业代理清运。不得在市场内任何地方寄存。

13、商户装修入驻时，要保证公共设施免遭损坏，如有损坏将按损坏程度从装修押金中扣除等价的恢复养护费用。

14、凡未经申请私自动工装修，市场管理人员一经发现，

有权责令停工，导致损失者，商户负责所有责任。

三、装修施工队治安规定

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/227012150164006122>