



中华人民共和国国家标准

GB/T 33492—2024

代替 GB/T 33492—2017

二手货交易市场经营管理规范

Management specification of second-hand goods exchange market



2024-12-31 发布

2024-12-31 实施

国家市场监督管理总局
国家标准化管理委员会 发布

目 次

前言 III

1 范围 1

2 规范性引用文件 1

3 术语和定义 1

5.4 基本要求 1

5 管理要求 2

6 服务拓展要求 3

7 证实性方法 4

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 GB/T 33492—2017《旧货(二手货)市场经营管理规范》，与 GB/T 33492—2017 相比，除结构调整和编辑性改动外，主要技术变化如下：

- 更改了适用范围(见第 1 章,2017 年版的第 1 章)；
- 删除了“二手货”“旧货市场”“招商制”的术语和定义(见 2017 年版的 3.1、3.2、3.3)，增加了“二手货交易市场”“二手货交易市场运营机构”“经营主体”的术语和定义(见 3.1、3.2、3.3)；
- 将“经营环境要求、设施设备要求”合并更改为“基本要求”，对“机构、人员、选址、经营环境、设施设备”等提出了相应要求(见第 4 章,2017 年版的第 4 章、第 5 章)；
- 将“经营管理要求”更改为“管理要求”，对“管理体系、经营主体管理、二手货品管理、价格管理、服务管理”等提出了相应要求(见第 5 章,2017 年版的第 6 章)；
- 增加了“服务拓展要求”一章，对运营机构开展相关增值服务提出了要求(见第 6 章)；
- 增加了“证实性方法”一章，对运营机构开展业务的水平提出了评定要求(见第 7 章)。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由全国二手货标准化技术委员会(SAC/TC 440)归口。

本文件起草单位：杭州九彤数智科技有限公司、广州普联环境投资有限公司、格林美股份有限公司、转转二零二四(北京)科技有限公司、上海悦亿网络信息技术有限公司、山东汇工实业有限公司、格林美(武汉)城市矿山产业集团有限公司、上海万物新生环保科技集团有限公司、北京转转精神科技有限责任公司、转转(深圳)网络科技有限公司、江苏通源机械有限公司、北京金谷远见科技集团有限公司、中国电子商会、中国家用电器研究院、中国旧货业协会、福建省宁德旧货流通行业协会。

本文件主要起草人：陆发青、唐茂强、许开华、黄炜、郑甫江、徐宏毅、张宇平、王溯、宋阳、倪新利、黄加忠、肖遥、柳玉峰、田晖、阎森、林建平。

本文件及其所代替文件的历次版本发布情况为：

- 2017 年首次发布为 GB/T 33492—2017；
- 本次为第一次修订。

二手货交易市场经营管理规范

1 范围

本文件规定了二手货交易市场的基本要求、管理要求、服务拓展要求和证实性方法的内容。
本文件适用于各类二手货交易市场运营机构的经营管理。线上二手货交易平台可参照使用。

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/T 30342—2013 二手货 分类

GB/T 10001.1—2023 公共信息图形符号 第1部分:通用符号

SB/T 11230—2021 旧货经营商信用管理规范

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

二手货交易市场 **second-hand goods exchange market**

以二手商品交易为主,为买卖双方提供经常性的公开的交易,并提供相关服务和管理的固定场所。

3.2

二手货交易市场运营机构 **founder of the second-hand goods trading market**

对二手货交易市场进行经营管理和日常维护的机构。

3.3

经营主体 **business entity**

在二手货交易市场内从事二手商品经营或提供相关服务活动的法人企业和个体工商户。

4 基本要求

4.1 机构

4.1.1 应具有法人资质,依法合规开展相关业务,并遵循制定的相关管理制度。

4.1.2 应建立工作人员的经营和管理行为规范并推动实施。

4.2 人员

从业人员上岗前应接受相关业务培训且考核合格。特殊岗位从业人员应具备相应的资格证书。

4.3 选址

4.3.1 新建二手货交易市场应符合本地区的城市建设和商业网点规划要求。

4.3.2 二手货交易市场选址宜交通方便,且不影响周边居民日常生活。

4.4 经营环境

4.4.1 二手货交易市场场门应整洁、美观,各种标识规范、清晰。应设有车辆和人员专用出入口。

4.4.2 二手货交易市场场内地面应做到硬化、平整、清洁,便于清洗。

4.4.3 二手货交易市场内的交易厅应在入口醒目位置设置标识或牌匾,标明经营的二手货品品类。

4.5 设施设备

4.5.1 应设立导购图、车行路线标示图等公共服务设施,各类公共设施应标识明确,并符合 GB/T 10001.1—2023 的规定。

4.5.2 应有垃圾分类和收集的设施设备。

4.5.3 应配备用于治安管理的电子监控设备。

4.5.4 应配备消防安全设施,保证消防设施齐全、完好有效。

4.5.5 应设有信息发布公告栏。

4.5.6 应制定设施设备的维护要求和定期安全检查制度,明确检查频次并要求对不符合项进行整改。

5 管理要求

5.1 管理体系

应建立与二手货交易市场特点相适应的管理体系,包括但不限于经营规范、服务流程、数据安全管
理、安全生产和应急预案。

5.2 经营主体管理

5.2.1 应建立经营主体准入制度。

5.2.2 应对申请入场的经营主体进行资格审查,对资格审查符合要求的方可入场经营。

5.2.3 应建立入场经营主体管理档案,并及时更新档案内容,经营主体退出市场后,其档案应至少保存
3 年。经营主体档案内容包括但不限于:

- a) 营业执照副本复印或扫描件;
- b) 经营主体主要负责人的身份证件复印或扫描件;
- c) 经营主体主要负责人的联系方式;
- d) 经营主体主要经营品类;
- e) 经营主体信用记录。

5.2.4 应对经营主体进行经营基本知识培训。培训内容包括但不限于:

- a) 二手货合规经营方面的知识;
- b) 治安防范方面的知识;
- c) 安全生产方面的知识;
- d) 消费者保护方面的知识。

5.2.5 应要求经营主体亮照经营。

5.2.6 宜建立经营主体的鼓励制度,定期检查经营主体收购台账,对诚信经营等良好行为进行奖励,对
违规经营行为及时处理。

5.3 二手货品管理

5.3.1 应设立二手货品监管部门或配备专职管理人员,建立二手货品审核机制。

5.3.2 应对场内交易的二手货品进行巡查,对发现不符合法律、法规、部门规章要求的二手货品应立即进行封存处理或采取其他合理措施,并记录在案;对不符合质量、安全、环保等要求的二手货品应立即停止销售,及时清退出场,并记录在案。

5.3.3 对同时兼营新商品的交易市场,应进行分区设置和管理;对同时兼营新商品的经营主体,新商品和二手货应分区陈列。二手货品应按 GB/T 30342—2013 中第 4 章的分类方式进行陈列。

5.3.4 应要求经营主体建立收购、销售台账及交易记录。收购台账及交易记录应按相关要求如实记录收购的二手货品名称、规格型号、特征和出售人身份信息。

5.3.5 应要求经营主体在待售二手货品明显位置标识所售货品为二手商品。

5.3.6 应要求经营主体保证待售的二手货品品质、性能与商品介绍一致。

5.3.7 宜引导经营主体对待售二手货品进行品质分级,并公示分级依据或标准。

5.4 价格管理

5.4.1 应建立价格和收费管理制度,要求经营主体收购时,应依质定价;销售时,应明码标价。

5.4.2 应建立场内统一价格标签制度或标示方法。价格标签或价格标示内容包括但不限于:

- a) 二手货品名称;
- b) 规格型号;
- c) 销售价格;
- d) 品质等级。

5.4.3 应要求经营主体向消费者开具发票或销售凭证。

5.5 服务管理

5.5.1 应建立投诉管理制度,并设立专门投诉处理机构,接受和跟踪投诉处理情况,投诉方式应在市场内显著位置公示。

5.5.2 应在场内明显位置公示二手货交易基本规则。二手货交易基本规则包括但不限于:

- a) 禁止交易的二手货;
- b) 收购登记查验制度;
- c) 售后服务承诺。

5.5.3 宜建立统一的销售凭证制度,销售凭证内容包括但不限于:

- a) 二手货品名称;
- b) 规格型号;
- c) 销售价格;
- d) 品质等级;
- e) 售后服务约定;
- f) 经营主体地址及联系方式。

5.5.4 应建立场内交易统计制度。

5.5.5 宜实行统一收银、先行赔付等制度。

6 服务拓展要求

6.1 服务拓展类型可包括鉴定评估服务、广告服务等。

6.2 鉴定评估服务应符合 SB/T 11230—2021 中 6.4 的规定。

6.3 应对其在场内发布的广告内容进行审核;应对广告的摆放位置、施工安全进行检查监督。

6.4 应对各项拓展服务的范围、流程、质量及收费标准进行规范。

7 证实性方法

应采取自我评价或委托第三方评价的方式,通过文件审查、问卷调查、专家评审,定期对入驻经营主体及市场的经营管理是否符合第4章和第5章的要求进行评价,根据评价及消费者投诉反映的问题提出整改措施,落实改进。
