大农科技股份有限公司
Da Nong Technology Co., Ltd

大农制度管理手册

大农科技股份有限公司
配送/加盟电话：186-7313-3213 400-7671-226

目录

01 管理制度篇 1
前言 2
公司简介 3
第一章 公司基本准则 11
第二章 企业文化 12
第三章 员工行为规范 13
第四章 人事管理制度 15
第五章 考勤及休假制度 23
第六章 薪酬福利制度 29
第七章 出差管理规定 32
第八章 会议管理制度 36
第九章 接待工作管理制度 38
第十章 公司财务管理制度 42
第十一章 廉政管理制度 55
第十二章 办公用品、固定资产管理规定 56
第十三章 计算机、网络安全规范化管理一、计算机管理制度 59
第十四章 信息系统管理制度 62
第十五章 档案管理制度 64
第十六章 合同管理制度 69
第十七章 公司印章及证照管理规定 73
第十八章 公司钥匙、密码管理制度 75

第十九章 清洁卫生管理制度 76
第二十章 安全管理制度 78
第二十一章 奖励与处罚 80
第二十二章 车辆管理制度 81
第二十三章 员工职级晋升管理制度 90
第二十四章 薪酬管理制度 101
第二十五章 附则 110
02 企管篇 111
第一章 员工职责 112
第二章 员工宣誓 113
第三章 内部关系 114
第四章 礼节 116
第五章 仪容举止 121
第六章 日常准则 124
第七章 环境保护 127
第八章 卫生保健 128
第九章 禁止事项 129
第十章 附则 131
03 食安篇 132
第一章 食品安全管理制度 133
（一）食品安全体系管理制度 133
（二）质量控制管理办法 139

第二章 应急处理方案 159
（一）突发火灾、被水淹没应急预案 159
（二）仓储、运具不达标致使食材变得不合格，缺货补货应急方案 ..160
（三）自然灾害、极端天气应急预案 163
（四）突发车辆故障、交通事故等应急方案 165
（五）采购人变更配送量应急措施 175
（六）食品安全应急预案及措施 176
第三章 采购管理制度 190
（一）采购查验管理制度 190
（二）进货索证索票制度 192
（三）商品进货查验记录制度 193
第四章 配送管理制度 194
（一）配送人员保障制度 194
（二）配送人员的卫生管理制度 194
（三）加强仓库及检测配送管理制度 194
（四）配送车辆管理制度 197
04 生鲜篇 199
前言 200
第一章 总则 201
第二章 大农科技股份有限公司文化价值观 203
第三章 人力资源部管理制度 205
第四章 财务部管理制度 234

第五章 行政部管理制度 243
第六章 信息技术部管理制度 250
第七章 附则 254
05 店长篇 255
第一章 前言 256
第二章 生鲜总则 257
第一章 果蔬 279
第四章 肉类 283
第五章 海鲜 290
第六章 生鲜政策指南 306
06 门店员工篇 318
门店员工管理规章制度 319
第一章 员工守则 319
第二章 人事制度 322
第三章 考勤制度 324
第四章 员工培训 326
第五章 奖罚制度 327
第六章 员工行为规范 332
第七章 关于盘点正负项的处理 333
第八章 关于丢货赔偿与处罚 334
第九章 其它 335
第十章 后记 338

附件 店员晋升制度 339
门店标准作业规范书 342
07 培训资料 354
第一章 生鲜知识手册之生鲜管理总则 355
一、生鲜商品定义和经营范围 355
二、门店生鲜经营的竞争优势 356
三、门店生鲜吸引顾客的关键 356
第二章 生鲜知识手册之操作流程及相关规定 359
一、生鲜操作的基本流程 359
二、相关管理规定 362
三、生鲜从业人员规定 363
第三章 生鲜知识手册之鲜度管理 364
一、鲜度管理 364
二、保鲜方法 364
三、门店蔬果鲜度管理 365
四、门店肉类鲜度管理 367
五、门店水产品的鲜度管理 368
六、门店熟食鲜度管理 371
七、门店日配的鲜度管理 372
第四章 生鲜知识手册之商品组合 373
一、组合分类的目的与原则 373
第五章 生鲜知识手册之成本核算、定价和变价管理 374

一、生鲜采购成本核算 374
二、定价 377
三、变价规范 379
第六章 生鲜知识手册之核算管理 380
第七章 生鲜知识手册之设备保养管理 382
一、设备保养的工作内容 382
二、肉类部的设备保养 383
三、水产部设备的保养 384
四、熟食（面包）部的设备保养 385
五、其它生鲜设备保养 389
六、电子称维护与保养 390
第八章 生鲜知识手册之生鲜区卫生管理责任制 391
一、卫生管理 391
二、 蔬果部的卫生管理 392
三、肉类部的卫生管理 393
四、水产部的卫生管理 394
五、熟食（面包）部的卫生管理 396
六、日配部的卫生管理 397
第九章 生鲜知识手册之收货、验货管理 399
一、生鲜收货、验货程序 399
二、生鲜验货标准制定 400
三、蔬果的收、验货标准 400

四、水产的收、验货标准 406
五、熟食的收、验货标准 410
六、农附产品收货标准 411
第十章 生鲜知识手册之生鲜订货补货管理及原则 412
一、订货管理 412
二、订货方式 413
三、蔬果订货、补货原则 414
四、肉类订货、补货原则 415
五、水产订货、补货原则 416
六、熟食（面包）订货、补货原则 417
七、日配订货、补货原则 419
第十一章 生鲜知识手册之生鲜产品商品化加工处理 421
一、蔬果的加工处理方法 421
二、肉类的加工处理 422
三、水产的加工处理 423
四、水产品配菜的制作与应用 424
五、熟食（面包）的加工处理 429
六、熟食的加工 430
第十二章 生鲜知识手册之生鲜陈列、销售管理 436
一、陈列管理 436
二、生鲜商品销售管理 437
三、蔬果的陈列与销售 438

四、肉类的陈列与销售 439
五、水产品陈列与销售 441
六、熟食（面包）陈列与销售 442
七、日配陈列、销售原则 443
第十三章 生鲜知识手册之门店促销企划与 POP 446
一、促销企划 446
二、生鲜 POP 的布置 448
三、生鲜的现场展示形式与气氛渲染 449
第十四章 生鲜知识手册之生鲜耗材管理 452
一、生鲜耗材高消费品项 452
二、导致耗材费用支出增加原因 452
三、改善降低包装耗材成本费用的方法 452
第十五章 生鲜知识手册之生鲜损耗管理 454
一、定义与管理责任体制 454
二、生鲜报损管理 455
三、损耗率标准的制定 456
四、蔬果的损耗控制方法 457
五、肉类的损耗控制方法 458
六、水产的损耗控制方法 459
七、熟食（面包）损耗控制方法 460
八、日配损耗控制方法 461
第十六章 生鲜知识手册之生鲜市场调查 462

一、市调对象 462
二、生鲜市调内容 463
08 合规篇 464
大农科技股份有限公司合同编号编制规则 465
09 附件-门店人员表格 467
10 分支机构管理制度 472
第一章 总则 473
第二章 经营管理 474
第三章 人事及薪酬管理 475
第四章 财务管理 476
第五章 重大事项管理 478
第六章 审计监督 479
第七章 特别审批事项 480
第八章 附则 481

01 管理制度篇

确认信

请阅读本员工手册，填写以下内容并将其交还给人力资源部门来归档。

员工姓名：_____ 身份证号码：_____ 电话：_____

我确认已收到一本大农科技股份有限公司的员工手册。本人在人力资源部工作人员的指导下认真学习了《员工手册》中的各项规章制度。人力资源部的工作人员对上述规章制度进行了详尽的解释,本人对上述规章制度有了系统、深刻的了解,本人对各项内容无异议,我了解并遵守本手册中由大农科技股份有限公司颁布的并可能修改的规定和政策。如违反本员工手册任何规定,我愿意接受公司的处理。

同时,公司在告知我本人以上制度外,还告知我通过公司内部网站、工作群、电子邮件、公司公告栏发布的制度规定或对以上制度的修订、补充等,也是公司公示告知相关制度的重要渠道,本人保证经常进行留意学习,随时留意公司公布的信息,一经发布亦视为向我公示告知,我承诺及时阅读并将严格遵守。

本人签字：

年 月 日

大农科技股份有限公司人力资源

前言

如何建立一支具有极强凝聚力和战斗力的高素质的员工队伍,是关系一个企业发展成败的大事。今天的市场竞争,不仅是企业在产品、技术方面的竞争,更重要的是企业在员工队伍综合素质方面的竞争。

除了资本,企业必须有一支结构合理、素质良好的员工队伍。因为企业的生存与发展依赖于全体员工的劳动和智慧。作为大农科技股份有限公司的企业管理层（以下简称“企管”）,我们首先要向大农科技总部负责,维护企业的利益,同时,还要对员工负责,极大地维护员工的利益.我们认为,企业的利益与员工的利益同等重要。如果员工的利益受到损害,企业的利益也会受影响。维护员工的利益实际上就是为了追求企业的最大利益,促进企业的高速发展。因此,在为社会创造最大效益的同时,我们还要为员工创造最大的机会,这是我们企业义不容辞的责任。我们要不断改善和提高员工的待遇,使员工在企业中获得他们应该得到的利益,使员工的收入达到同行业的中上水平。

员工的高收入必须依赖于企业的高效率,依赖于企业保持长期和稳定的发展.拥有一支高素质的员工队伍,则是保持企业长期健康和稳定发展的基本条件。

大农科技企管的企业文化建设,就是要塑造一批高素质、高品位的大农科技企管层。何为高素质、高品位的大农科技企管层呢?就是在思想品格、道德伦理方面堪称楷模,在仪容仪表、言行举止方面堪称榜样的人,早在 2016 年,公司系列丛书的《农业供给侧结构性改革》一书已经从战略方面给予我们前瞻的企业战略和食材定位，清晰的判断未来政策，促使企管层思想和发展，特别是在公司的战略上，要毫不动摇的执行公司决策,今天，你所看到的《大农科技企管行为规范》旨在为各位员工提供一个行为指南,使大家在执行中不断地完善自我,迈向成功。

实践证明,一个成功的企业必定会有一个优秀的、具有鲜明个性的企业文化氛围.我们希望通过落实《大农科技企管员工行为规范》,推动我们的企业文化建设,塑造一大批行为举止无愧于大农科技企管层光荣称号的合格员工。

公司简介

1.1 大农科技股份有限公司简介

大农科技股份有限公司于 2015 年底在长沙成立，为非上市股份有限公司，是在 2007 年成立的长沙群凡信息技术有限公司的基础上进行股份改制成立的，主要从事食材供应链管理及团餐服务、数字农业、社区生鲜的连锁加盟，以信息技术为抓手的发展宗旨，在数字化大背景下更好的服务三农，目前主要从事监狱系统、学校、医院、企事业单位、商超、社区团购等企事业单位食材配送、智慧农场、电子商务、数字乡村、低空物流的信息系统及供应链管理系统、单位团餐、社区生鲜的连锁加盟服务。目前主要服务监狱系统的供应链、罪犯购物、配送服务、智慧农场、单位团餐、供应链管理、配送服务、社区生鲜连锁门店等。目前主要客户有：广州、番禺、明康、清远、乐昌、韶关、揭阳、梅州、增城、东莞、江门等监狱，诸多的应急消防单位、湖南宾馆、潭钢铁、湖南航天、湖南农业大学、湘潭城建学院、湖南医药职业中等专业学校、湖南交通工程职业学院、长沙民政职业技术学院、湖南日报集团、长沙轨道交通集团、部分中小学等，旗下自有社区生鲜品牌“大农·送菜菜”。

在电商行业主要服务于“湘报严选”、“敬得购” 、“万众严选”、“芒果口袋”等电商平台,目前有近 4 万国内 SKU、跨境商品 1 万+的 SKU,是华为智慧屏、信创产品代理商、服务商，目前，在广东、江西、四川、广西、抚州、常德、衡阳、沅陵、辰溪、麻阳、洪江等地设有分公司，在北京、上海、天津、西安、杭州、海口设有常驻办事处。

公司目前拥有博士研究生 1 人、硕士研究生 4 人,国际注册会计师 1 人,软件工程师 4 人，高级工程师 1 人，行业高级职称 4 人，跨境电商资格证 4 人、中式烹饪师 10 人、中式面点师 5 人、公共营养师 5 人，高级人力资源管理师 1 人、食品安全管理师 2 人、食品安全员诺干、医疗从业资格 1 人，90%的职员大专学历以上，100%持有健康证。

大农科技是国家高新技术企业，拥有发明专利 2 项、实用新型专利 17 项、软著 37 多项和注册持有商标 133 个多，旗下持有“敬得购、大农·送菜菜、送菜菜、敬得友圈、好多巴多、山洞溪、敬得、汇乡人、等商标。其中，“敬得”商标是大农科技股份有限公司持有的全品类商标。

公司通过：食品安全管理体系认证、供应链安全管理体系认证、绿色供应链管理体系认证评价贯标认证、质量管理体系认证、环境管理体系认证、职业健康与安全管理体系认证、商品售后服务评价体系五星认证、HACCP 食品安全管理体系认证、重要产品信息化追溯管理体系认

证、生鲜农产品配送服务认证、武器装备质量管理体系认证等十一大认证体系。

公司持有：互联网医疗信息服务资格证、电信增值业务服务许可证、第三类互联网医疗器械经营许可证、出版物经营许可证、广播电视节目经营制作许可证、海关报关单位备案许可证、道路运输经营许可证（冷链）；

公司获得：AAA 级企业信用等级企业、AAA 企业资信等级企业、AAA 重合同守信用企业、AAA 忠 服务守信用企业、AAA 诚信供应商企业、AAA 诚信经营示范单位、AAA 重质量守信用企业、AAA 信用企业单位证书。

社会职务：

是中国国际商会会员单位、是湖南省食品行业联合会、湖南国际商会、麓商会副会长单位。

1.2 大农科技股份有限公司服务简介.配送篇

一、服务目标

大农科技股份有限公司自成立以来，致力于为客户提供新鲜、高质量的食品，以满足客户对健康、营养和生活品质的需求。我们致力于打造便捷、可靠的生鲜食材供应链，为企事业单位、餐饮机构提供安全、优质、新鲜的生鲜食材，同时推动农业产业的发展和升级。

二、服务内容

1. 生鲜食品供应：我们提供各类新鲜蔬菜、水果、肉类、水产、米面粮油、速冻食品等生鲜食品，确保食品新鲜、安全、无添加的极速达。

2.定制化服务：根据客户的具体需求，我们可以提供定制化的生鲜食品组合，满足不同客户的需求。

3. 配送服务：公司的冷链车队，能够提供快速、准时的各区域配送服务，确保食品新鲜度与品质。

4. 营养搭配建议：我们有专业营养师团队为客户提供营养搭配建议，帮助客户实现健康饮食。

5. 食品安全检测：我们自建实验室，严格遵守食品安全标准，对所有供应的食品进行质量检测，确保食品安全可靠。

三、服务优势

1. 新鲜度高：我们采用先进的冷链物流系统，确保食品在运输过程中保持新鲜，确保客

户能够品尝到最新鲜的食材。

2. 品质保证：我们严格筛选基地和供应商，对所有供应的食品进行质量检测，确保食品品质可靠。

3. 服务周到：我们提供一对一客户服务，全程冷链配送，随时解答客户的疑问，满足客户的需求。

4. 配送快速：我们拥有专业、高效的配送网络，能够快速、准确地送达客户指定地点。

5. 价格合理：我们通过规模效应和优化供应链管理，确保为客户提供价格合理的优质生鲜食品。

1.3 大农科技股份有限公司服务简介.团餐篇

一、公司概况

大农科技股份有限公司团餐事业部成立于 2022 年，是在原有配送基础上组建的专业从事团餐服务的事业部。我们秉承“安全、科学、健康、美味、营养”的服务理念，致力于为企事业单位提供优质的团餐服务。经过近些年的发展，我们已经成为了业内知名的团餐企业，拥有广泛的客户群体和良好的口碑，目前已经为湖南航天、民政学院、湖南医专、湖南交通工程学院、中聚医疗、美的电器、网络安全产业园、中电科技等多个大型单位、学校提供了团餐服务。

二、服务特色

1. 多样化的营养菜品选择：我们提供多样化的菜品选择，满足不同口味和营养需求。我们拥有一支专业的厨师团队，能够根据客户的需求定制菜品，并提供营养搭配建议。

2. 食品安全保障：我们严格遵守食品安全法规，建立了一套完善的食品安全管理体系。从食材采购、加工制作到配送服务，每一个环节都经过严格的质量控制，确保食品的安全与卫生。

3. 高效配送服务：我们拥有完善的配送网络和专业的配送团队，能够快速、准确地送达客户指定地点。特殊情况的，我们可以提供 24 小时不间断的服务，确保客户随时能够享受到新鲜美味的团餐。

4. 个性化定制服务：我们提供个性化定制服务，根据客户的具体需求，制定个性化的团餐方案。无论是大型会议、展览活动还是企业日常办公，我们都能满足客户的不同需求。

5. 全方位客户服务：我们提供全方位的客户服务，包括预订服务、送餐服务、售后服务等。我们的客户服务团队将全程跟踪服务过程，确保客户享受到优质的服务体验。

三、成功案例

1. 某大型会议团餐服务：我们为某大型会议提供了团餐服务，提供了多样化的菜品选择和个性化的定制服务。会议期间，我们的配送团队保证了食品的新鲜度和品质，获得了客户的高度评价。

2. 湖南医专学校食堂供应：我们长期为医专学校提供食堂供应服务，提供营养均衡的餐饮搭配。通过严格的质量控制和优质的服务体验，赢得了学校师生的好评和信赖。

1.4 大农科技股份有限公司服务简介.数字农业篇

一、服务背景

随着科技的不断发展，数字化技术逐渐渗透到各个行业领域。数字农业作为现代农业发展的重要方向，已经成为推动农业转型升级、提高农业生产效率的重要手段。数字农业通过运用大数据、物联网、人工智能等技术，实现对农业生产全过程的数字化、智能化管理，提高农业生产的效益和质量。

二、服务内容

1. 农业生产数字化管理：我们提供农业生产数字化管理系统，包括农田信息采集、种植计划制定、生产过程监控、产量预测等方面的服务。为农户提供科学合理的种植建议，提高农业生产效益。

2. 农业物联网解决方案：我们提供农业物联网解决方案，通过安装传感器、摄像头等设备，实现农田环境的实时监测和数据采集。对农业生产进行远程监控和管理。

3. 农业大数据分析：我们运用大数据技术对农业生产数据进行分析，挖掘数据背后的价值。通过分析农田环境数据、作物生长数据等信息，为农户提供科学合理的种植决策依据，更好地管理农业生产。

4. 智能化农业生产设备：我们提供智能化农业生产设备，如智能灌溉系统、智能施肥机等。这些设备能够根据农田环境和作物生长情况自动调节水量和施肥量，实现精准化农业生产，提高农业生产效率。

5. 农业电商服务：我们搭建农业电商平台和供应链体系，为农户提供并拓展农产品销售渠道。农户可以通过平台将农产品销售给消费者，减少中间环节，提高农产品销售效益。

三、服务优势

1. 数字化技术应用：我们运用先进的数字化技术，实现对农业生产全过程的数字化、智

能化管理。通过实时监测农田环境和作物生长情况等信息，为农户提供科学合理的种植建议和决策依据。

2. 精准化农业生产：我们提供智能化农业生产设备，实现精准化农业生产。这些设备能够根据农田环境和作物生长情况自动调节水量、施肥量，提高农业生产效率和质量。

3. 数据驱动决策：我们运用大数据技术对农业生产数据进行分析，挖掘数据背后的价值。通过分析数据，为农户提供科学合理的种植决策依据，帮助农户更好地管理农业生产。

4. 农产品销售渠道：我们搭建农业电商平台，为农户提供农产品销售渠道。通过平台将农产品直接销售给消费者，企事业单位等，减少中间环节，提高农产品销售效益。

5. 个性化服务体验：我们根据不同农户的需求和实际情况，提供个性化的数字农业服务方案。我们将根据农户的具体需求定制服务内容，帮助农户实现数字化农业转型和发展。

1.5 大农科技股份有限公司服务简介.社区生鲜篇

一、服务理念

我们的连锁社区生鲜服务秉承“新鲜、健康、快捷、便利”的服务理念，致力于为社区居民提供高品质的生鲜食品和优质的服务体验。我们以门店为中心，辐射城区 2 公里，30 分钟到家的零批、配送服务，以满足客户需求为首要任务，不断优化服务流程，提升服务水平，打造值得信赖的生鲜连锁品牌。后期我们会以乡镇为依托，实现 2 小时到家的极速服务，为乡村居民、宴会、餐饮、企事业单位提供品类全、品质优、食材鲜的食材服务。

二、经营模式

我们采用“自营+联营+连锁加盟+托管”的经营模式，通过标准化的管理体系和运营模式，实现快速扩张和品牌推广。我们提供全方位的支持和服务，包括店铺选址、装修设计、人员培训、经营管理等方面的指导，确保合作商的成功运营。

三、产品种类

我们的生鲜连锁店提供丰富的产品种类，包括蔬菜、水果、肉类、水产、粮油、冻品等各类食品。我们严把产品质量关，精选优质的供应商，确保产品的新鲜度和安全性。同时，我们还提供多样化的食品搭配和组合，满足不同客户的需求。

四、采购来源

我们的采购来源广泛，与多家优质的基地、供应商建立了长期合作关系。我们严格筛选供应商，确保产品的质量和安全。同时，我们还采用集中采购的方式，降低采购成本，提高产品

的性价比。

五、质量保证

我们非常重视产品质量保证，自建实验室、抽检团队，从源头抓起，对每一个环节进行严格的质量控制。我们建立了一套完善的质量管理体系，对产品进行严格的质量检测和检验，确保产品的新鲜度和安全性。同时，我们还提供质量保证承诺，让客户放心购买。

六、配送服务

我们购置了批量的冷链车，只为提供快捷、高效、品质的配送服务，确保产品新鲜度。我们拥有专业的配送团队和完善的配送体系，可满足不同客户的需求。无论是单次配送还是长期配送，我们都将根据客户需求进行合理安排，确保准时送达。

七、售后服务

我们提供全方位的售后服务，包括退换货服务、投诉处理等。我们建立了完善的售后服务体系，对客户的反馈进行及时响应和处理。同时，我们还定期收集客户意见和建议，不断改进服务质量和产品品质。

八、会员制度

我们实行会员制度，为会员提供更多的优惠和服务。会员可以享受会员价购买商品、积分兑换礼品等权益。同时，我们还为会员提供个性化的服务和关怀，增强客户忠诚度和满意度。

九、价格策略

我们的价格策略以高品质和合理价位相结合为原则。我们通过优化采购渠道和降低运营成本等方式，确保产品的性价比。同时，我们还根据市场需求和竞争情况灵活调整价格策略，提高市场竞争力。

十、市场定位

我们的生鲜门店致力于为社区居民提供新鲜、优质的生鲜食品。我们的市场定位是成为社区居民信赖的生鲜食品供应商，满足他们对健康饮食的需求。我们将重点拓展居民区、学校、商业区等人流密集区域，提升品牌知名度和市场份额。城市以每 2 公里一家的网格化覆盖、乡镇以每个乡镇一家的零批中心进行网格化覆盖，便于更好的服务终端和高效的配送服务。

1.6 大农科技股份有限公司服务简介.管理篇

一、产品策略

我们将以新鲜、健康、多样化的产品策略满足客户需求。具体措施包括：

1. 简历总部统一采购、统一调配的采购管理，精选优质供应商，确保供应商实力和产品的新鲜度与安全性；

2. 定期研发新产品，提高服务能力、创新能力，不间断的推出新品、新技术、新功能，增加产品市场竞争力、食材的种类和团餐口味，满足客户不同需求；

3. 优化产品组合和服务能力，技术更新，技术设备的专业更新，提供适合不同消费群体的产品；

4. 强化公司的品牌和宣传，提升品牌形象和市场竞争力。

二、供应链管理

我们将建立高效的供应链管理体系，确保产品质量和运输效率。具体措施包括：

1. 自建实验室并与多家检测机构建立长期合作关系，确保产品质量和价格优势；

2. 建立库存管理制度，合理控制库存量，避免产品积压和浪费；

3. 强化物流配送体系，确保产品新鲜度和运输效率，提高客户满意度；

4、引进人才供应体系，做到技术、产品、服务、标准等方面的服务能力，保持行业竞争力。

三、营销策略

我们将采取多种营销策略，提升品牌知名度和客户忠诚度。具体措施包括：

1. 开展线上线下宣传活动，利用社交媒体、广告等渠道扩大品牌影响力；

2. 举办促销活动，如折扣、满减、赠品等，吸引客户消费；

3. 提供会员制度，为会员提供优惠和专属服务，提高客户忠诚度；

4. 与社区合作开展团购、拼购等业务，拓展市场份额。

四、人员管理

我们将注重员工培训和发展，提升员工的专业素质和服务水平。具体措施包括：

1. 定期开展员工培训，提高员工的产品知识、服务技巧和销售能力；

2. 建立良好的员工激励机制，提高员工的工作积极性和满意度；

3. 营造良好的企业文化氛围，增强员工的归属感和凝聚力。

五、财务管理

我们将实行严格的财务管理制度，确保门店的可持续发展。具体措施包括：

1. 制定合理的预算和成本管控措施，降低经营成本；

2. 建立财务报告和分析体系，及时掌握门店经营状况；

3、实行单店按照财务制度模块化，做到及时、有效的掌握单店情况，实现整体可持续发展；

六、门店功能

如何在繁杂的社区生鲜领域发展，我们为门店进行了功能化定位，具体分为：

1、零售，门店用零售来稳定门店的生存，约战略营业额 8%来维持门店租金、员工工资、维修、水电物业等；

2、配送，城市门店主要配送以门店为核心的周边餐饮、酒店、单位食堂等来实现盈利；

3、30+120 分钟到家，城市门店实现周边三公里 30 分钟到家，乡镇实现 2 小时到家来实现公司的可持续性发展；

4、团购+预售，我们用门店进行引流后建立私域数据圈层，以经营私域来实现门店因面积、销售不可控的间隙来进行团购和预售，以此来夯实门店的生存能力。

第一章 公司基本准则

一、为加强公司的规范化管理，规范公司和员工的行为，维护公司和员工双方的合法权益，完善各项工作制度，促进公司发展壮大，提高经济效益，根据《劳动法》、《劳动合同法》及其配套法规、规章的规定，结合本公司章程的规定和实际情况，特制订本公司管理制度。

二、本制度适合公司全体员工。全体员工必须遵守公司章程，遵守公司的各项规章制度和决定。

三、公司通过发挥全体员工的积极性、创造性和提高全体员工的业务、管理能力，不断完善公司业务、管理体系，不断壮大公司实力和提高经济效益。

四、全体员工享有生产经营决策权、劳动用工和人事管理权、工资奖金分配权、享受社会保险和福利权、依法制定规章制度权等权利，同时应当履行完成劳动任务、遵守公司规章制度和职业道德等义务。

五、公司提倡全体员工学习专业和文化知识。公司为员工提供学习、深造的条件和机会，努力提高员工的整体素质和水平。公司为员工提供收入和福利保证，保护员工合法劳动权益，培养员工的职业自豪感和职业道德意识。公司为员工提供平等的竞争环境和晋升机会。

六、公司提倡求真务实的工作作风；倡导员工团结互助，同舟共济；提倡全体员工发扬集体合作和集体创造精神，增强团体的凝聚力和向心力。

第二章 企业文化

一、公司使命：为客户和股东创造价值

二、公司愿景：成为客户最值得信赖的人

三、公司精神：实事求是、无私奉献、努力拼搏、团结协作

四、公司核心价值观：客户是我们永远的伙伴

第三章 员工行为规范

为规范员工行为准则，加强办公环境及秩序管理，树立良好的公司形象，提高公司内部组织效率，制定本行为规范。本规范适合公司全体员工。

一、爱岗、敬业，有强烈的工作责任心，严格遵守公司的各项规章制度，勇敢面对工作中的各种困难，有积极向上的工作态度；

二、维护公司及团队的利益，不泄露公司商业机密，不做有损害公司声誉之事，不传对公司声誉有影响的话；

三、不制造和传播未经证实的谣言，损坏公司形象和声誉，影响团队及同事的团结和和睦；

四、保管好工作所需各种资料、权限及密码，严格遵守岗位操作守则及岗位职责；

五、遵守上下班时间，不迟到、不早退，不旷工；

六、保持良好的工作热情以及学习心态，不断进取，跟随公司及团队前进的步伐；

七、服从公司安排，认真学习岗位专业知识及技能。对于工作中出现的问题可以向部门负责人或人事行政部门反应，正面积极处理事情，不得私下发表负能量的言辞，影响其他同事的工作和同事间的团结；

八、懂得团队协作，不盲目强调个人能力，一切以公司利益为重；

九、积极参与提出有利公司经营的各种建议；

十、办公区区域禁止用餐或吸烟，如需用餐和吸烟的需在指定位置进行。违者罚款 100 元/次；

十一、请全体员工保持办公环境整洁有序，办公桌上的文件资料要保持整齐，座椅要摆放端正。员工工位禁止摆放与工作无关的物品。垃圾严禁乱丢乱扔，违者罚款 100 元/次；

十二、珍惜公司资源、爱护公司财务，不损坏、不浪费公司设备及财物，不化公为私；

十三、严禁酗酒、赌博、侮辱、诽谤、殴斗等行为；

公司上班期间必须着工装，佩戴工牌，且保持工装整洁，不得出现残留污迹、掉扣、破损十四、等现象。

十五、公司上班期间必须佩带工牌，未佩带工牌一经发现罚款 100 元/次，因个人管理不慎导致工牌遗失或人为损坏，补办 100 元/个，部门员工未带工牌，部门负责人连带罚款 100 元/次；年度累计超过三次的，当事人立即解除劳动合同，部门负责人扣罚 2000 元。

员工头发不可染怪异颜色，男员工头发不可过长或剃光头，女员工发型应干净、自然，女

员工上班不得佩戴夸张饰物，涂抹夸张色彩的指甲油，保持仪态端庄，举止得体。

十七、上班时间严禁网聊与做工作无关的事情，如：打游戏、看电影、刷抖音、刷视频、网上购物等，一经发现，罚款 100 元/次；年度累计超过三次的，当事人立即解除劳动合同。

（一）办公室长时间无人时，应关闭空调、电灯等电器设备；

（二）使用完接待室、会议室、培训室，会议组织者应关闭电灯、空调等电器设备；

（三）下班时，员工应当关闭自己使用的电脑、显示器及其他设备；

（四）部门最后离开人员应关闭部门区域空调、电灯等设备；

（五）如违反上述规定，由人事行政部开罚款单，当事员工罚款 100 元/次，部门负责人连带罚款 100 元/次。 当事人年度累计超过三次的解除劳动合同，部门负责人扣罚 2000 元。

第四章 人事管理制度

一、招聘

（一）招聘准则

公司根据经营现状及发展的需要制定人力资源规划，确定各部门的人员编制，并适时对现有人员的适职与否、流动状况、储备和需求情况进行检查，并对人力资源规划做出调整，作为公司招聘工作的依据。公司招聘员工实行男女平等、民族敏等的原则，实行全面考核、择优录用、任人唯贤、先内部选用后对外招聘的原则，不招聘不符合录用条件的员工。

（二）用人要求

为保证公司的整体素质，被录用人员必须年满 18 周岁，且符合下列条件：

认同公司的企业文化和价值观，对公司的发展前景有信心；

2、品行端正，具有强烈的事业心和责任感；

3、具有良好的专业素质、专业技能和不断学习新生事物的能力；

4、具有上进心和良好的团队合作精神；

5、具有较强的法制意识和组织观念，愿意遵守公司的各种管理规章制度；

6、身体健康，无任何影响工作及会传染的疾病；

7、无不良征信的人员；

8、必须与其他用人单位合法解除或终止了劳动关系的人；

9、不属于法律规定不能就业的人员；

10、能正常工作的伤残人员、退伍军人、有符合公司岗位的技能职称的优先。

（三）招聘流程

1、公司所属各部门根据业务发展需要增补人员的，可定期或不定期的向人事行政部申报人员增补申请；

2、部门填写《人员需求表》并提交至人事行政部，人员增加的内容应包括：所需增补人员的职务和岗位、数量、专业技术要求、需要的到岗时间、建议聘用的薪资等；

3、《人员需求表》审批完成后，由招聘专员进行岗位发布及简历筛选。有专业技能要求的岗位，招聘专员筛选简历后将简历抄送至该岗位负责人再次确认是否进行面试；

4、人事行政部应根据公司的人力资源规划和编制对增补人员的申请进行审查并制定招聘计划。

（四）面试流程

1、要求应聘人员如实填写《应聘人员登记表》；

2、对应聘人员提交的个人信息严格审查，对信息不全或有疑问之处的，应要求应聘人员进行补充或查实。必要情况下，还应对应聘人员的其他有关情况进行调查；

3、按拟订的考核方法对应聘人员进行基本的考核；

4、对符合录用条件的应聘人员进行甄选，对优秀应聘者出具考察意见。应聘人员附有特殊受聘要求及条件的，必须在面试表中注明；

5、部门经理以下岗位的应聘人员由用人部门最高负责人及人事行政部进行面试并决定是否聘用，部门经理及以上的应聘人员由总经理以上管理层进行面试并决定是否聘用；

6、面试通过后，人事行政部与用人部门商定报到日期，向被录用的人员发出《报到通知书》。

（五）报到要求

1、应聘者自报到之日起 3 日内必须向公司提交下述材料：

（1）学历证明原件及复印件 1 份；

（2）身份证正本及复印件 1 份；

（3）一寸免冠半身照 2 张（需近期拍摄）；

（4）技能、职称等证明文件正本及复印件 1 份；

（5）上一份工作单位离职证明 1 份；

（6）公司规定的医院或当地二甲及以上医院开具的体检证明；

（7）公司规定的银行卡（工资发放时所需）复印件 1 份；

（8）必要时公司有权要求提交婚育证明；

（9）需要办理的其他手续。

2、员工入职应提供以下信息：

（1）公司规定的健康证明、学习证明、考试证明；

（2）户口本地址、身份证地址、实际住址和电话号码；

（3）婚姻状况；

（4）出现事故或紧急情况时的联系人；

（5）其他相关信息。

3、以上信息如有变更应于 2 个工作日内，告知人事行政部门，由人事行政部进行更改。

4、本公司员工离职后，如被新公司聘用，经其雇主要求，公司有权告知雇主该员工在我司实际工作的情况，但将对该员工的私人信息保密。

（六）特别注明

公司用于员工职业技能培训的费用支出和员工违约时培训费用的赔偿问题由劳动合同另行约定。

二、试用期管理

（一）试用期范围

新进人员及返聘跨岗人员实行试用期管理制度， 试用期限按法律法规和劳动合同的有关规定予以确定。试用期包括在劳动合同期限中，并算作本公司的工作年限。

（二）试用期限

试用期 1-6 个月不等，表现优异者可提前予以转正；试用期内被证明不合格者，可依法解除劳动合同，如试用期达到六个月的，签署的劳动合同不低于三年。

根据员工在试用期的表现，公司有权在试用期届满之前提前结束试用期正式聘用，试用期届满之日以公司下发《转正通知书》之日为准；

转正审批周期一般情况下为 1 周，视具体情况可提前完成审批，下发《转正通知书》；

劳动者有下列情形之一的，试用期内用人单位可以解除劳动合同：

在试用期间被证明不符合录用条件的;

严重违反劳动纪律或者用人单位规章制度的;

严重失职，营私舞弊，对用人单位利益造成重大损害的;

被依法追究刑事责任的。

三、转正管理

（一）转正依据

转正考核主要以考察员工工作态度、个人专业技能、岗位能力及团队协作能力为主。

（二）转正流程

按期转正员工：临近试用期结束前 1 周，人事行政部交于部门转正所需表格，由转正人员及部门负责人填写相关表格，并与 3 个工作日内交至人事行政部，人事行政部须于试用期结束之前完成审批流程，并将审批结果反馈至用人部门及转正员工本人。

员工申请提前转正：员工未到试用期期限可申请提前转正，于人事行政部领取转正所需表格，交于部门负责人审批通过后，转至人事行政部完成后续审批后，可予以提前转正。若审批未通过，则继续试用。

部门提前予以转正：部门表现优异的试用员工，部门负责人有权为所属员工提交《转正申请表》，于人事行政部领取转正所需表格，交于部门负责人审批后，递交人事行政部审批。

（三）书面转正材料

《员工转正申请表》

《试用期评估表》

3、《员工转正审批表》

（四）转正考核结果利用

转正考核不合格者，公司可根据实际情况解除劳动合同。

转正薪资：按期转正人员，薪资自期满起计发转正工资；提前转正人员，自转正审批完成之日起计发转正工资。

四、晋升管理

（一）职级管理

所有员工在公司都会有对应的职级，职级也会随着个人能力和综合素质的不断提升而进行调整。

职级共包含　　个层级，分别为　　；

共计　　个级别，由高到低分为：　　。

本条详见《公司职级晋升制度》

（二）晋升要求

1、原则上，员工晋升需按照由下至上的顺序逐级晋升。定期进行定级考核评估，评定是否胜任现在岗位及能否升至上一职级，薪资随职级变化进行浮动。

2、优秀员工可越级晋升，但需经相应测评，由人事行政部、部门负责人及技术等部门审评通过。

（三）晋升评估内容

员工晋升评估内容由三个部分组成：人力资源评估、绩效评估、定级测试。人力资源评估为员工考勤状况、行为表现、思想态度等；绩效评估为员工日常工作表现、岗位能力、团队协

作能力、领导能力等；定级测试为专业知识技能测验。

（四）结果核定

1、由人事行政部、部门负责人、技术部等部门对最终测试结果及评估结果作最终核定，并由人事行政部出具相应通知。

2、晋升结果申诉

晋升结果公布后的 3 个工作日内，若对于晋升结果有异议，可向人事行政部提出申诉，人事行政部在接到申诉后的 3 个工作日内做出复核，复核结果为最终评估结果。

五、调岗管理

（一）调岗情形

调岗情形主要有：员工不胜任工作的调岗、公司因发展需要的调岗、招聘的管理层进行的底层轮岗以及客观情况发生重大变化的调岗。

（二）调岗原则

合理使用人力资源，达到工作与人员的最佳匹配，使人尽其才，提高工作效率，为公司创造更大的价值。

（三）调岗政策

员工在聘用期间内，公司可对员工的岗位做出如下变动：

1、外派

根据公司业务发展需要，由公司指派人员担任分支机构相关职务经双方协商一致，公司可根据实际情况安排人员调岗；

2、调岗

（1）因公司发展需要或员工个人意愿发生岗位类型变动，经公司与员工双方协商一致，公司可根据实际情况安排人员调岗；

（2）如因正式员工不胜任原工作的调岗，调岗后仍然不能胜任新岗位的，公司提前 3 天通知员工，并经公司与员工双方协商一致后，可解除劳动关系。

3、借调

因团队发展的需要，公司可将员工从原部门借调到其他部门做支援的，必须经过相应人事流程。

（四）调岗流程

1、当公司内部出现岗位空缺时，除考虑内部提升及外部招聘外，也可采取内部平调的方法；

2、公司内所有调岗必须经过相应人事流程，重要的岗位调整须经总经理审批。若部门间私下进行调岗者，一经发现，罚款 200 元/次，部门负责人连带罚款 500 元/次；

3、若由公司提出调岗要求，由人事行政部负责协调，经由调出、调入负责人及征得个人意愿同意后，可进行相应调动，原则上采取平调模式；

4、由员工提出调岗申请，则由人事行政部进行相应审核，通过审核后，由调入部门对人员进行技能评估。若通过评估，且原部门同意调出，则调岗通过，薪酬及职级均按照评估后定级决定。 若未通过评估，则继续在原部门工作；

5、调岗原则是现处岗位必须要有符合岗位要求的人员接手后方能调离岗位。 ；

6、因公司业务的发展与管理需要，经董事会决议的调岗，全员需配合并顺利完成调岗交接。

六、离职管理

（一）离职时间

试用期员工离职，根据岗位不同，需至少提前 3 至 10 天提出书面申请；正式员工离职，根据岗位不同，需提前 1 至 3 个月提出书面申请。

（二）离职程序

1、审批流程

离职人员至人事行政部领取并填写《辞职报告》、《离职审批表》——直属领导谈话并审批——人事行政部谈话并审批——填写《部门工作交接表》并办理工作交接手续——办理离职手续，填写《员工离职汇签单》并将《部门工作交接表》交至人事行政部备案——人事行政部开具《离职证明》——离职。

2、试用期员工辞职

试用期员工必须至少提前 3—10 天向部门领导提出书面辞职申请，待部门负责人签署意见后报人事行政部审批。

离职员工将《员工离职申请表》逐级报请，所有审批环节结束后，人事行政部会同其部门负责人进行约谈，并通知辞职员工部门负责人安排工作交接。

离职员工进行工作交接并填写《部门工作交接表》，离职最后 1 日填写《员工离职汇签单》，

人事行政部负责为其核算考勤，办理办公设备、用品、档案资料、账户密码、工作牌、办公室钥匙等收回工作；通知财务部核算未尽费用。以上内容交接完毕经交接双方和部门负责人、监交人各方签署意见后，交接工作方视为完成，准允离职。

员工正式离职当日，人事行政部将其从内部管理系统中删除，并撤销其门禁指纹；档案管理人员整理该员工所有档案资料并进行封存。

3、正式员工离职手续

（1）正式员工必须至少提前 30—90 天向部门领导提出书面辞职申请，待部门负责人、分管领导分别签署意见后报人事行政部审批。

（2）离职员工将《员工离职申请表》逐级报请，所有审批环节结束后，人事行政部会同其门负责人进行约谈，并通知辞职员工部门负责人安排工作交接。

（3）离职员工进行工作交接并填写《部门工作交接表》，离职最后 1 日填写《员工离职汇签单》，人事行政部负责为其核算考勤，办理办公设备、用品、档案资料、账户密码、工作牌、办公室钥匙等收回工作；通知财务部核算未尽费用。以上内容交接完毕经交接双方和部门负责人、监交人各方签署意见后，交接工作方视为完成，准允离职。

（4）涉及对外联系人员，由人事行政部或上级主管部门发送相关岗位变动通知，确保对接畅通。（5）交接期视交接情况而定，如公司和员工协商一致，可提前结束交接期，办理离职。

（6）员工正式离职当日，人事行政部立即将其从内部管理系统中删除，并撤销其门禁指纹；档案管理人员整理该员工所有档案资料并进行封存。

（三）公司辞退、开除员工离职

1、出现符合法律规范、合同约定情形，公司以书面形式下达辞退、开除解除劳动关系的决定，由人事行政部负责监督办理员工离职手续办理。

2、工作交接和结算参照前述款项执行。

（四）特殊人员离职

1、财务人员离职程序：财务人员离职，须严格按照国家财经法规、公司财务制度中的要求离职，并为在职期间出现的财务问题承担相应责任和负有协助调查的义务；

2、驾驶员离职程序：除按照上述要求办理离职外，人事行政部须协助调查该员工在工作期间的出车记录、维修记录和违章记录，如有罚款和因本人驾驶原因出现的维修，需补齐罚款和维修费用后方可离职。

（五）离职规定

1、未以书面形式提出离职就不辞而别，按照旷工处理，累计 3 日视作严重违反公司制度，做开除处理。未依法解除、终止劳动合同或未按规定办理交接手续，致使公司无法办理或迟延办理相关离职手续的,由员工本人承担经济、法律责任；

2、员工在未发放奖金前离职的，视为自动放弃各种奖金评定资格，离职后不再发放任何奖金；

3、员工离职未结算报销、工资等费用，到公司规定结算日期进行结算；

4、离岗前未按要求完整办理交接手续的，人事行政部将暂停发放离职员工在职期间未完全发放的全部工资、补助及其它相关费用直至该离职员工按照规定处理完相应事务之后；

5、离职手续必须本人亲自办理，非特殊原因不可委托他人代办。若因特殊原因必须由他人代办离职的，须提供个人授权及免责申明；

6、因擅自离职而造成公司经济损失者，公司有权按照国家相关法律，追究其相应责任，并索取损失赔偿。

第五章 考勤及休假制度

一、工作时间规定

1、公司实行 5 天工作制度。节假日按照国家法律规定休假；

2、行政班上班时间为 8：00-18:00，其中 12:00—14:00 为午餐时间；非行政班人员上班时间根据各部门负责人的安排进行调整；3、各部门负责人每周应提前安排好部门值班人员，非特殊情况，各部门周末都应有人值班；

4、员工应严格遵守公司考勤管理制度，考勤根据不同岗位、部门分为：指纹打卡、钉钉打卡、企业微信打卡等，如遇月度无打卡记录的任何员工做缺勤处理。

二、考勤管理

（一）打卡管理

1、员工根据排班安排，应在上下班时间使用指纹进行打卡（节假日值班照常打卡）；

2、如遇不在公司上班，按照正常上班在钉钉系统、企业微信系统内打卡；

3、任何员工不得代其他员工打卡，否则两人各记警告 1 次，并且被代打考勤人员当天按照缺勤处理；

4、公司倡导人性化管理制度，每月允许 1 次 5 分钟以内的迟到，不扣款但计入迟到次数，超出规定时间或规定次数，按考勤制度处罚。

（二）未打卡处理

1、员工当日忘记打卡，需在 1 日内向人事行政部进行情况说明，并提供当时正常上班时间的出勤证明，未做说明，直接按照旷工处理，员工每个月允许 1 次符合规定的忘记打卡，超过 1 次，从第 2 次开始记 500 元/次的罚款处理，同时须提供当时正常上班时间的出勤证明；

2、因手指受伤、指纹无法识别等特殊原因未打卡，需立即在人事行政部做《特殊未打卡情况登记》，由人事行政部核实并进行考勤统计；

3、因业务需要外出办事无法打卡，应事先填写相关审批并视情况在人事行政部进行外勤登记。若因紧急情况无法事先登记，则在返回公司 1 天内，至人事行政部进行外勤登记。

（三）考勤处罚

当月迟到或早退超过 2 次，计警告 1 次；

当月累计迟到或早退超过 2 次，计罚款 200 元/次。

三、假期管理

所有假期（除法定假期外），必须事前在钉钉或企业微信系统提交申请并完成审批，否则按旷工处理；紧急情况需同时向部门负责人及人事行政部报备，于返岗 1 个工作日内补交审批，逾期补交或未报备者一律按旷工处理。

（一）法定节假日

根据国务院《全国年节及纪念日放假办法》规定，我国全体公民放假的节日共 11 天，具体休假时间以公司安排为准。

1、元旦，放假 1 天;

2、春节，放假 3 天;

3、清明节，放假 1 天;

4、劳动节，放假 1 天;

5、端午节，放假 1 天;

6、中秋节，放假 1 天;

7、国庆节，放假 3 天。

（二）年假

1、职工自入职起累计工作时间满 1 年即可享受带薪年假：

（1）1 年，年休假 1 天；

（2） 2 年及以上，每满 1 年增加 1 天年假， 15 天为上限；

（3）国家法定休假日、休息日不计入年休假的假期。

职工有下列情形之一的，不享受当年的年休假：

职工请事假累计 3 天以上且单位未扣工资的；

累计工作满 1 年不满 2 年的职工，请事假或病假累计 1 个月以上的。

公司原则上不允许与法定节假日连休，例如：五一、国庆等，特殊情况须总经理审批通过，员工年假休假与周末连休需至少提前 10 天向直属负责人进行申请，由直属负责人审批通过后，在由人事行政部审核备案；

管理层休年假超过 3 日，需至少提前 4 周向直属上级申请审批后，再由总经理做出审批，人事行政部审核备案后，方可离岗使用；

年休假原则上不跨年度安排。确因工作需要不能安排职工休年休假的，经相关负责人同意

并报备于人事行政部，即可跨 1 年度安排年休假；

事假优先用年休假抵扣，年假审批未通过，不准擅自离岗，否则按照旷工处理；

返聘员工重新按照入职时间计算在职工龄。

（三）病假

1、病假需提交国家二甲及以上医院病例证明，病例需医生签字并加盖医院公章，否则按事假处理；

2、病假须及时向直属负责人进行申请，并在钉钉或者企业微信系统填写相应审批，病愈回岗后　　个工作日内提交相应病例证明；如遇紧急情况应及时通知上级主管及人事行政部，病愈回岗后补写审批并提交相应证明资料；

3、病假时间计算，应在当年内累计计算，对跨年连续病休的，应连续计算病休时间；

4、病假待遇

（1）单月病假 1 天以内（含 1 天）全额发放基础薪资；超过 1 天部分按实际工作天数发放薪资；

（2）如员工患重病需长时间休养，可向公司申请员工工籍保留，待病愈回司后，公司根据当时情况重新安排职位；

（3）员工医疗期在一年内累计不超过 6 个月的，其病假工资为：工龄不满五年者，为本人基本工资的 60%；工龄满五年不满十年者，为本人基本工资的 70%；工龄十年以上者，为本人基本工资的 80%。员工医疗期在一年内累计超过 6 个月的，停发病假工资，按下列标准付给病伤救济费：工龄不满五年者，为本人基本工资的 50%；工龄满五年及以上者，为本人基本工资的 60%；

（4）病伤假工资或救济费不低于最低工资标准的 60%；

（5）凡弄虚作假，开假证明病休的，一经查出，直接开除，同时追回已发放病假工资，公司保留追究法律责任的权利。

（四）事假

1、员工事假，须提前　3　天告知部门负责人并在系统中申请审批，审批通过后方可休假。若遇紧急病情或突发事件，须向部门负责人及人事行政部报备，返回上班后　1　个工作日内，在系统中进行补充申请。出现审批未通过而擅自离岗情况，均以旷工计算；

2、若因特殊原因需连续请假　2　　日以上需由总经理批准，方可生效；

3、所有假期申请如未在系统中抄送给到人事行政部，需将审批后的截屏提供至人事行政

部进行登记。未取得上述批准而缺勤者或假期已满未按时上班者，统一按旷工处理；

4、若连续事假超过 5 天，公司有权不再保留其岗位；

5、无故请假的，按旷工处理；

6、事假待遇：

（1）一年中累计事假不得超过 5 天，连续事假原则上不得超过 2 天，否则酌情扣除年终奖金；

（2）所有事假将于年休假中扣除，如事假天数超过当年度应得年休假天数，剩余天数将做事假处理；

（3）事假以小时为单位，不足 1 小时按照 1 小时计算，扣除薪资=（应发工资÷自然月天数）×请假时数。

（五）婚假

1、员工入职后领取结婚证，可享受 3 天带薪婚假，晚婚者（男年满 25 周岁、女年满 23 周岁）增加 1 天。请假超过 4 天部分按照事假处理，婚假可自由安排使用时间，婚假必须以天为单位，领证后 1 年内必须休完，逾期作废，婚假至少提前 5 天在系统中申请，由上级审批通过并抄送至人事行政部；

2、婚假原则上不允许拆分休假，特殊情况经审批后可以进行拆分。

（六）产假

1、孕期管理：

（1）女员工怀孕后须尽快通知公司，并提交医生出具的预产期证明及准生证至人事行政部进行备案；

（2）公司女员工在怀孕期间，享有 次产前检查假期，每次时间为 天；产前检查假期原则上为每 月一次，如因特殊情况需要可累计使用。产前检查假期视同为工作时间，本条按照国家法律法规执行；

（3）超出假期天数均按事假处理。

2、产假管理：

（1）员工申请产假须至少提前 1 个月到人事行政部备案；

（2）女员工生育可享受 天产假，其中产前休假 天，难产的增加 天，多胞胎生育的，每多生育一个婴儿增加产假 天，实行晚育者（24 周岁以后生育第一胎），增加产假 天。产假结束提供相应证明和资料，即可按国家规定发放产假期间相应基本薪资；

（3）女员工流产产假：以　个月划界，其中不满　个月流产的，根据医务部门的证明给予　天产假；满　个月以上流产的，产假为　天。产假结束提供相应证明和资料，即可按国家规定发放产假期间相应基本薪资；

（4）配偶生育，男性员工可以享受陪产假　天，陪产假可在生产后　个月内分　次休完。陪产假须至少提前　天在钉钉系统提出申请，并上传相应证明文件，即可按国家规定发放基本薪资，特殊情况可视情况而定。

（5）本条按照归家法律法规执行。

（七）工伤假

1、下列情形被视同工伤：

（1）在工作时间和工作场所内，因工作原因受到事故伤害；

（2）工作时间前后在工作场所内，从事与工作有关的预备性或者收尾性工作受到事故伤害；

（3）在工作时间和工作场所内，因履行工作职责受到暴力等意外伤害；

（4）被诊断、鉴定为职业病；

（5）因工外出期间，由于工作原因受到伤害或者发生事故下落不明；

（6）在上下班途中，受到机动车事故伤害；

（7）在工作时间和工作岗位，突发疾病死亡或者在 48 小时之内经抢救无效死亡；

（8）法律、行政法规规定应当认定为工伤的其他情形；

上述内容如国家有关规定变更的按国家变更的规定执行。

有下列情形之一的，不得认定为工伤或者视同工伤：

故意犯罪的；

（2）醉酒或者吸毒的；

（3）自残或者自杀的；

（4）在抢险救灾等维护国家利益、公共利益活动中受到伤害；

（5）职工原在军队服役，因战、因公负伤致残，已取得革命伤残军人证，到现工作岗位后旧伤复发；

3、员工工伤可以请工伤假。工伤医疗期由定点医院出具的医生证明确定。员工必须按规定办理请假手续；

4、工伤待遇：

（1）职工治疗工伤应当在签订服务协议的医疗机构就医，情况紧急时可以先到就近的医疗机构急救；

（2）治疗工伤所需费用符合工伤保险诊疗项目目录、工伤保险药品目录、工伤保险住院服务标准的，从工伤保险基金支付；

（3）工伤职工治疗非工伤引发的疾病，不享受工伤医疗待遇，按照基本医疗保险办法处理；

（4）职工住院治疗工伤的伙食补助费，以及经医疗机构出具证明，报经办机构同意，工伤职工到统筹地区以外就医所需的交通、食宿费用从工伤保险基金支付，基金支付的具体标准由统筹地区人民政府规定。

5、工伤医疗期结束后，必须及时复工，否则以旷工处理。对伪造医疗证明而骗取工伤医疗待遇的，按公司制度从重处罚；

6、若工伤期间无法正常工作且超过 5 日，公司有权调动人员接替相关工作，以便工作顺利开展。工伤痊愈后，复工岗位由公司重新协调。

（八）丧假

员工的直系亲属(父母、配偶或子女)死亡时，可以根据具体情况，由部门领导批准，给予 3 天的丧假。

（九）调休

因业务需要，由部门负责人向人事行政部提交《加班说明》后，根据部门安排即可调休，必须先有加班才有调休，不可随意调休，调休假年底(当年 12 月 31 日）清零。如为公司特殊安排除外。

注：上述假期均包括公休假日和法定节日在内。

第六章 薪酬福利制度

一、准则

本制度按照公司经营理念和管理模式，遵照国家有关劳动人事管理政策和公司其他有关规章制度，制订本公司员工薪资的管理办法，包括薪资计算期间、薪资计算方法、薪资支付时间和期限以及晋升、降职等事宜。

二、薪资决定原则

公司中基层员工薪资是在综合考虑社会物价水平、公司支付能力以及员工年资、职能等级、责任大小等因素的基础上，按照各尽所能、按劳分配原则，进行薪资计算。

三、薪酬管理规定

（一）薪资保密规定

1、公司为鼓励各级员工恪尽职守，且能为公司盈利与发展积极作贡献，实施以按劳分配兼顾公平薪资制度。

2、各级人员的薪资除人事行政部，财务部及各级部门总负责人外，一律保密。所有员工均不得询问他人薪资，不得评论他人薪资。如有违反，处罚如下：

（1）探询他人的薪资者，通报批评并予以 200 元罚款；

（2）吐露本身薪资者，通报批评并予以 200 元罚款；

（3）评论他人薪资者，予以辞退；

（4）若因以上行为造成其它影响者除以上处理外，将视具体情况予以辞退处理并追究相关责任。

3、主办核薪及发薪人员，非经核准外，不得私自外泄任何人薪资，如有泄漏事件，处以 1000 元罚款，情节严重另调岗或辞退。

（二）工资计算办法

1、工资计算方法：月计薪天数=（365 天-104 天）/12 月=21.75 天。

2、每月应发工资=月标准工资-月标准工资/21.75×（应出勤天数-实际出勤天数）。

3、加班工资的计算：

（1）休息日安排员工加班，公司可以安排员工补休而不支付加班工资。

（2）若因工作原因，加班员工无法补休的，按《劳动法》的规定，平日加班，支付基本工资的150%的加班工资；休息日加班，支付基本工资的200%的加班工资；法定节假日加班，支付基本工资的300%的加班工资。

（三）薪资发放管理规定

1、发放时间：每月 15—31 日发放上月薪资；如遇节假日顺延或提前最近工作日发放。春节工资核算和发放的具体时间另行通知；

2、发放形式：工资直接发放至公司合作银行的个人银行卡；

3、发放流程：薪资表由人事行政部核算、财务部审核后再提交至总经理审批后发放；

4、发放说明：

（1）因其中某一部门延时提交相关数据导致工资延时发放时给予责任人 100 元/次处罚；特殊情况经总经理批准除外；

（2）公司使用统一《薪资表》模版，任何人不允许调整、修改《薪资表》模版，如有发现给予记警告一次，导致薪资发放有严重问题的给予严肃处理；

（3）当月薪资核算出现问题时，当事人及时向人事行政部反馈；经人事行政部审查核实后统一补发。薪资计算如有不明之处，报经人事行政部协同财务部查明处理；

（4）离职人员自离职之日停薪，按实际出勤日计发工资；各类假期、迟到、早退和旷工等事宜依据公司考勤管理制度决定扣除数额；

（5）公司根据市场情况、员工的贡献度以及公司的财务状况，对员工的基本薪资进行调整；调整应至少提前 10 个工作日进行明确沟通，具体情况由公司统一规定。

（四）薪资结构

当月薪资=基础工资+技能工资+绩效工资+其他补贴

1、基础工资为岗位基本固定工资，不受绩效影响；

2、技能工资为对应级别工资，伴随晋升、降级呈浮动趋势，详细规定参照公司《考核管理办法》；

3、绩效工资为个人当月绩效考核结果对应工资。

（五）特别规定

有下列情况之一，公司可以代扣或减发员工工资而不属于克扣工资：

1、代扣代缴员工个人所得税；

2、倒扣代缴员工个人社会保险费；

3、法院判决、裁定中要求代扣的抚养费、赡养费；

4、扣除经员工确认赔偿给公司的费用；

5、扣除员工违规违纪受到公司处罚的罚款；

6、劳动合同约定的可以减发的工资；

7、依法制定的公司规章制度规定的可以减发的工资；

8、经济效益下浮而减发的工资；

9、员工请事假而减发的工资；

10、法律、法规、规章规定的可以扣除的工资和费用。

四、保险与福利

（一）社会保险与住房公积金

1、公司依法为员工申报缴纳社会保险。员工应缴纳的个人部分，由公司为员工从薪资中扣除代缴。具体缴纳金额根据社保基数进行调整；

2、公司为优秀员工缴纳住房公积金的。员工应缴纳的个人部分，由公司为员工从薪资中扣除代缴。具体缴纳金额根据公积金基数进行调整。

（二）员工福利

1、生日福利：指公司对正式员工发放生日礼金、礼品或者礼券；

2、节假日福利：在节假日公司对正式员工发放节日礼金或者礼品；

3、免费工作餐：员工因工作时间延长导致无法按时回家就餐，可由部门负责人向人事行政部申报人数，并由人事行政部安排就餐，餐费按照每人不超过 15 元标准点餐；

4、非正常排班工作到晚上 10 点以后，无地铁、公交等交通工具回家的加班员工可搭乘滴滴等交通工具。车费报销为实报实销，最高不超过 20 元，凭相应乘车费用证明报销（车票时间应与下班时间相对应），但须本着节约原则，同回家方向的员工，建议合乘同辆车；

5、不定期的其他福利：_____ 。

第七章 出差管理规定

一、目的

为了规范公司差旅费报销制度，既严格又合理的控制相关费用支出，以少花钱多办事、办实事、办好事为原则，达到节约成本，保证工作效率，提高工作效益的目的，结合公司实际情况，特制定本管理规定。

二、适用范围

适用于因公司业务的所有员工的出差。

三、出差种类

（一）短程出差：出差当日可返回无需外宿者不必提交出差申请，只需在钉钉系统提交《外出登记》审批即可。

（二）远途出差：出差当日不能返回者，需提前　　天提交出差审批。

（三）长期驻外人员。

四、出差细则

（一）出差前

1、应在钉钉、企业微信或在公司填好《出差审批》，须注明出差地点、事由、时间、交通工具、具体行程安排等内容，核签通过后抄送人事行政部；

2、员工出差由总经理或董事长审核批准后抄送公司人事行政部；

3、为了保证最低的出票价格，需乘坐飞机的出差，国内至少提前 1 天申请，国际至少提前 5 天申请并购买相应票务（紧急出差例外）；

4、出差途中除生病或意外需请示上级主管批准延时外，不得借故延长差期、改变线路。出差必须选择最便捷途径，行程不得绕道，中转城市当天无交通工具需留宿的，第二天必须出行。因出差之便在得到人事行政部及总经理批准下可绕道回家或办事，绕道和回家产生的费用自理，在家时间不列入出差补贴，以请假计列；

5、因个人原因（非不可抗力原因）误赶交通工具产生的交通费用由出差人自理。

（二）出差后

1、出差返回上班标准:

返程 01：00 点之前到达目的地（居住地），次日正常上班；

返程 13：00 点之后到达目的地（居住地），当天下午 14：00 点正常上班；

2、出差返回后应于 3 个工作日内到公司财务部填写出差费用报销单，办理出差报销手续，如票据丢失或不按时提交报销的，财务部门拒不受理。

（三）出差中的休息、休假

1、外地出差不计节假日加班，如因出差占用休息时间，出差完后另行安排调休，但需提前向人事行政部申请；

2、出差途中因病或遇到意外灾害或因实际需要由直属领导指示延时的，返回公司次日办理请假手续；未经直属领导同意不得因私事或借故延长出差时间，否则除不予报销差旅费外，超假时间按旷工论处。

（四）差旅费开支标准及范围

1、原则

所有的差旅必须基于实际业务需要并遵循经济的原则。

2、交通费用

（1）员工在进行差旅安排的时候须尽量选择经济实惠的行程，高铁非特殊情况，不可预定二等座以上座位；机票按照经济舱进行预定，尽可能选择最低价出票。

（2）公司职员因公出差，凡是由公司派车的，则不属于交通费用的报销范围。

（3）公司派车接送规定：

出差返回于当日 07：00 点至 22：00 点期间，自行乘车返回家或公司；

出差返回时间非 a 项时间，可提前向人事行政部申请接送；

紧急情况不适用上述 2 项规定；

（4）在公司所在城市内没有派车出差的，按实际到达目的地的最短路程乘坐的轨道交通（地铁、轻轨售票窗口索取）、公共汽车、网约车、出租车，费用凭相应证明或票据报销。

（5）员工出差车票机票统一由人事行政部预定。如遇特殊情况，由出差人先垫支，再予以报销。

3、住宿标准：

（1）住宿一般以经济快捷、商务酒店为主，例如：如家、7 天连锁、汉庭等；

（2）两个人（异性除外）同去一个城市出差，同住一个标间，如遇特殊情况需要开两间

房，必须向人事行政部申请，方可报销，未申请则自行承担相关费用。

国内地区划分：共分三类地区

一线地区：北京、深圳、广州、上海、杭州、天津。住宿标准为 300 元/天。

二线地区：除一类地区外的各省省会城市、直辖市等发达城市。住宿标准为 200 元/天。

三线地区：除一类、二类地区外的其他城市。住宿标准为 150 元/天。

4、出差餐费

（1）国内地区划分：共分三类地区

一线地区：北京、深圳、广州、上海、杭州、天津。餐费标准为 50 元/天。

二线地区：除一类地区外的各省省会城市、直辖市等发达城市。餐费标准为 40 元/天。

三线地区：除一类、二类地区外的其他城市。餐费标准为 30 元/天。

（2）出差餐费实报实销，按以上标准进行报销，不予再报销其他任何就餐费用，除公司特批应酬费用除外；

（3）出差地交通费用：

员工出差在外应使用最为经济快捷的交通工具，提倡使用公共交通工具，如：公交、地铁、机场大巴或快线等，交通费用实行实报实销，但应秉承节约原则。

5、其他

（1）被派遣出差的员工应积极、认真地做好交付的工作，不得推委、敷衍；

（2）员工出差外地，应随时保持与公司的联系，手机必须保持 24 小时开机，并及时将工作开展情况报告直属领导及公司领导。直属领导应对出差员工完成工作时间给予限定，员工力求在最短时间内，完成所需做的工作；

（3）凡与原出差申请单规定的地点、天数、人数、交通工具不符的差旅费不予报销，因特殊原因或情况变化需改变路线、天数、人数、交通工具的，需经直属领导审批通过后方可报销。

（五）长期驻外人员

1、员工连续出差满 10 天（含），视同公司派驻外地工作，应当在当地租房，租房标准、市内交通、餐饮补贴及驻外津贴等出差补助费用采用职务级别标准执行。出差补助实行在核定标准内凭有效票据实报实销。

2、凡是长期驻外人员在出差所在地租房，根据级别按“住房补贴限额标准”执行；

3、驻外津贴为公司对公司员工因工作需要长期驻外而给予的福利，按“驻外津贴限额标准”执行，以发票报销的形式体现；

4、凡是长期驻外人员（不分级别）可享受每月 50 元的洗衣等个人卫生的补助，按照财务管理制度凭有效票据报销。

（六）差旅费的报销程序

1、业务经办人员按规定粘贴需报销发票，填写《差旅费报销单》。

2、《差旅费报销单》需按时间顺序填写，不得将出差期内某一项费用合计填写，并在“备注”栏中注明单据的张数。

3、出差人员应严格按申请出差的内容进行报销，不得虚报、重报、多报或将无关单据列入差费报销，如有违反报销规定者，予以 10 倍扣罚。

4、业务经办部门负责人审核签字，对支出事项的必要性、真实性、合理性负责。

5、行政人事部门负责人对出差事由的合理性、必要性及出差费用标准进行复核，并对是否有出差违规现象进行监督。

6、财务部门相关审核人员对票据的有效性、合法性、合规性和准确性进行审核。

7、员工出差返回公司后，必须 3 日内到财务部门办理报销手续，超时未办理的不予受理。

第八章 会议管理制度

一、目的

为了规范公司的会议召开程序，确保会议的高质量、高效率，帮助相关部门集思广益、促进沟通、统一思想，特制定本制度。

二、适用范围

本制度适用于公司各部门员工参与的会议的组织与管理。

三、会议类型

会议分为：股东大会、董事会会议、公司层面会议、管理层办公会议、部门会议及其他临时性会议。

四、会议数量与质量控制

（一）会议数量控制

1、凡涉及多部门的会务性会议，应统筹安排、删减合并，确保会议的必要性和有效性；

2、根据具体情况，选择最适用和最有效的沟通方式，减少会议数量，可选择面谈、现场指导、打电话、发邮件等其他办法，鼓励采取高效可行的方式进行，如：企业微信、钉钉软件等。

（二）会议质量控制

为有效地控制会议质量，应从以下 8 方面进行考虑：

会议目的是否明确；

开会时机是否成熟；

会议规模、规格是否适度；

‘会议时间是否合理；

准备工作是否完善；

参会人员是否合理、并能准时到达；

利用现代化信息技术，运用互联网、投影、录音、录像等手段提高会议效率；

议题集中，在规定时间内能完成全部议程，并保证问题解决的深度和效果。

（三）会议准备

1、会议场地

公司所有人员如需使用会议室、培训室，须由会议组织者向人事行政部进行报备，包括：使用场地、使用时间、会议人数，由人事行政部进行安排，以免发生场地冲撞。

2、会场布置

需进行会议的部门，会议组织者应提前向人事行政部提出会场布置要求，主要包括：座位（座次）、条幅标语、音响、投影、照明、通风等的安排。

3、会议记录

重要会议组织者应派专人对会议内容予以详细记录，具体包括：会议名称、时间、地点、出席人员情况、会议组织情况等，重点要做好会议议题、讨论发言情况、所形成的决议等内容的记录。会议记录人会后要进行整理并形成文字版本后进行档案保存，如有视频会议的视频内容也要同步保存。

（四）会议纪律

1、会议开始，所有参会人员必须就位，未到位者按迟到处理；

2、因特殊情况确实无法参会者，应提前向上级领导报批，无报批者按事假处理；

3、会议期间要求集中精力、认真听取发言，不随意走动、不交头接耳；

4、会议期间手机须调至关机或设置静音状态，不在会场接打电话，不玩手机或上网，如遇紧急电话，须至会议室外接听。

第九章 接待工作管理制度

一、总则

（一）为树立公司的良好形象，扩大公司对外联系和交流，使接待工作规范、有序，特制定本制度；

（二）接待工作的原则是：热情周到、讲究礼仪、勤俭节约、统一协调；

（三）本制度适用于公司重大活动、会议、外来宾客等的接待工作。

二、管理职责

（一）人事行政部及总经办为公司接待工作的统一管理部门，负责接待工作的安排和管理，拟定重要来宾的接待计划，协调相关部门落实接待任务，提供后勤保障；

（二）公司办公室分管领导，负责审核接待计划、协调有关接待事项及接待费用，报总经理审批；

（三）公司各部门负责本部门的接待工作；每月统计接待情况报办公室登记备案；同时应完成公司安排的各项接待任务。

三、类型与标准

（一）本办法所指接待对象，按来访事由不同，主要分成以下几种类型：

1、公务来访

（1）政府职能部门、行业主管部门工作人员来公司检查工作；

（2）各品牌方、供应商、合作商来公司洽谈工作事宜；

（3）甲方单位或者潜在甲方单位来访的需报总经理以上进行报备；

（4）其他有工作及业务往来的合作单位来访。

2、参观来访

（1）政府职能部门、行业主管部门工作人员来公司视察工作；

（2）各地机关、企事业项目部、商协会来公司参观考察；

3、会议活动来访

应邀前来参加公司会议、活动的各级领导、专家、新闻记者等。

4、其他来访客人。

（二）按接待对象级别不同和对公司业务的影响不同，分为重要来宾和一般来宾。

（三）招待原则和标准：

1、参观接待根据需要安排招待用餐；

（1）当接待对象是普通人员时，不同人数的费用标准如下（含陪同人员）：

1 人(含)以上 3 人以下，为 50 元； 4 人(含)以上 8 人以下，为 30 元。

当接待对象是品牌方或者政府机构等重要人员时，不同人数的费用标准如下(含陪同人员)：

1 人（含）以上 3 人以下，为 100 元； 4 人（含）以上 20 人以下，为 80 元。

外出招待，如遇餐厅有团购或代金券优惠，要本着节约原则，用最优惠方式结账。否则超出部分由接待人员承担。

如遇特殊情况超过费用标准的，需有实际理由，如果没有则按上述费用标准报销，超出部分由接待人员承担。

2、住宿标准：

（1）一般来访客人安排公司签订协议的酒店普通标准间；

（2）公司领导出面接待的外地重要来宾住宿，由人事行政部及总经办根据需要安排。

（四）用车标准：

1、一般公务来访，根据情况需安排用车的，由办公室统一调度；

2、列入计划的重要来宾来访用车，公司应优先予以保证，车型、驾驶员人数及姓名、用车天数等内容应事先在接待计划中明确。

四、计划与准备

(一）人事行政部及总经办在接到公司领导通知或相关部门重要来访预约时，应做书面登记。对重要来宾接待，须在详细了解接待要求的基础上拟定接待计划，排出日程安排表，报总经理审定后及时通知相关部门和领导；对一般来宾酌情安排业务对口部门接待；

（二）公司各部门在接到重要来访预约后，须填写《接待申请单》报人事行政部及总经办，并协助拟定接待计划。需公司领导出面、办公室协调的重要接待一般应提前 2 天告知办公室；对时间紧迫的临时重要接待任务，可先在电话中请示，并经总经理同意，在完成接待后补办手续。

（三）重要来访接待计划应载明以下内容：

1、接待类别：公务来访、参观、参加会议或其他；

2、来宾基本情况

（1）来访单位名称、来访者姓名、职务等；

（2）来访具体时间、人数，当地陪同来访的领导和人数；

（3）来访的目的和要求；

（4）在本地逗留的天数。

（四）具体接待安排

1、明确主要接待的部门，相关配合的部门，接待人员分工及职责，出面接待的领导和陪同人员；

2、参观线路或洽谈、举行活动的场所；

3、费用预算。

（五）重要接待计划还应考虑以下内容：

1、是否安排车辆接送，需要安排多少车辆，配备司机人数及姓名；

2、是否需要会场布置，包括花卉、茶水、音响设备、投影设备、领导席笺、横幅等；

3、是否制作欢迎牌、指示牌；

4、是否安排礼仪；

5、是否需要邀请新闻媒体和草拟新闻通稿；

6、是否安排摄影摄像；

7、是否需要准备公司宣传资料；

8、是否宴请，包括宴请时间、地点、参加人员、标准；

9、是否安排住宿，住宿标准及住宿天数；

10、是否安排游览、购物、娱乐；

11、是否需要赠送礼品；

12、其它需要说明的事项。

（六）对重要参观来访，主要接待部门应按计划通知参加会晤的领导、陪同人员、落实会晤时间及场所。确定来宾访问路线并检查相关设施，确保电梯安全完好，办公区域环境、楼道、洗手间清洁，欢迎牌的设置和内容正确，摄像机、照相机电源充足；

（七）对重要公务来访或会议来访，主要接待部门应根据计划和来宾要求，提前预订好来宾下榻的宾馆；根据计划预订宴请的酒店；依据所定用餐标准，安排迎合来宾地方口味的饭菜

及茶水；根据计划确定游览路线、购物商场、娱乐项目；定制的礼品要保证质量；

（八）对大型会议或活动的来访接待，主办部门应事先准备公司简介等相关资料；检查会场水电、桌椅、投影仪、音响、空调等设施；安排礼仪人员，准备签到册、名片盒等；

（九）办公室按接待人数调度安排接待所需车辆，并留有余地；须保证车辆清洁，安全性能良好；公司车辆应服从办公室的统一调度。

五、行为规范

（一）接待礼仪

仪表：面容清洁，衣着得体；

举止：稳重端庄，从容大方；

言语：语气温和，礼貌文雅；

态度：诚恳热情，不卑不亢。

（二）接待程序中要注意把握迎候时间，提前等候于公司门口或车站机场；接待人员引见介绍主宾时，要注意顺序；接受名片时，要以恭敬的态度双手接受，默读一下后郑重收入口袋中；过走廊时，通常走在客人的右前方，不时左侧回身，配合客人脚步，转弯处伸右手示意，并说“这边请”；进电梯时要告诉客人上几楼，让客人先进，先出；客人落座后，要以双手奉茶，先客人，再主人，先领导，后同事；送客时根据身份确定规格，若送至大门口、电梯口、汽车旁，招手待客人远去，方可离开；

（三）接待中涉及机要事务、秘密文电、重要会议，要特别注意保密；接待中既要熟练介绍公司情况，又要注意内外有别，严守内部商业机密；对不宜摄影摄像的场合，应向参观人员说明。

（四）接待中应厉行节约，精打细算，不讲排场，不奢侈浪费。

六、接待费用与信息反馈

（一）公司各部门的接待费用在公司业务费中列支。接待人员于完成接待任务后 1 个工作日内，按财务报销流程进行报销；

（二）接待人员应及时撰写重要来访信息稿交人事行政部；将与来访者交流中取得的信息汇总整理，提取其中对公司有价值的信息交予有关部门。

第十章 公司财务管理制度

一、总则

一、为了加强企业财务管理，完善企业财务制度，根据本公司的实际运营情况，特制定本财务制度

二、公司财务部门的职能是：

1、认真贯彻执行国家有关的财务法律、法规制度。

2、建立健全财务管理的各种规章制度，编制财务计划，加强资金管理及会计核算，反映、分析财务计划的执行情况，及时准确的反映公司的财务状况，经营成果和现金流量，检查监督财务纪律。

3、积极为经营管理服务，促进公司取得最大的经济效益。

4、厉行节约，合理使用资金。

5、合理分配公司收入，及时完成需要上交的税收及管理费用。

6、 对有关机构及财政、税务、银行部门了解，检查财务工作，主动提供有关资料，如实反映情况。

7、 完成公司交给的其它工作。

三、公司财务由会计和出纳(待定）等工作人员组成

四、 公司各部门和员工办理财会事务，必须遵守本规定。

二、制度细则

财务工作岗位职责

财务管理工作

支票管理（含其它银行票据）

现金管理

会计档案管理

个人借款管理

日常费用审批及报销流程

费用报销的相关标准

采购及付款流程

销售出货及收款

发票管理

财务内控管理制度

固定资产的管理

三、 财务工作岗位职责

一、会计负责组织本公司的下列工作：

1、 对整个账务处理数据的准确性监督和负责，包括会计凭证、报表、往来、原材料、库存商品、现金、银行、票据、费用等。

2、 进行成本费用预测、计划、控制、核算、分析和考核，督促公司有关部门降低消耗、节约费用、提高经济效益。

3、负责对内（公司高层）、对外（税务局、工商等其它需要报送报表的行政机关）报表的编制和报送，并负责对数据进行解释，及财务分析的编制。

4、对公司各种经营考核的基础数据取得正确性进行监督和负责。

5、协调本部门与公司内部其它部门的关系。

6、协调公司财务与外部相关部门的关系，包括税务局、银行及其它相关行政单位、往来企业。

7、负责各种与财务有关的证件的办理及年审。

8、建立健全经济核算制度，利用财务会计数据进行经济活动分析。

9 、承办公司领导交办的其它工作。

二、会计的主要工作职责是：

1、按照国家会计制度的规定、记账、复账做到手续完备，数字准确，账目清楚，原始单据的审核、现金的监督。

2、负责核对往来账务及清理。

3、做好会计记帐凭证的登记，保证账账、账实、账证、账表相符。

4、负责固定资产、固定资产清理等账务的处理，实行固定资产分类管理，保证固定资产增加、减少、报废、封存、手续齐全，并进行账务处理。

5、负责税务资料的编报、整理、装订、并妥善保管，做到查有实据。

6、 按照经济核算原则，定期检查，分析公司财务、成本和利润的执行情况，挖掘增收节支潜力，考核资金使用效果，提出合理化建议，当好公司参谋。

7、妥善保管会计凭证、会计账簿、会计报表和其它会计数据。

三、出纳的主要工作职责是：

1、认真执行现金管理制度：不得私设“小金库”，严禁收款不入账；不准挪用现金，不准白条抵库，不准坐支现金，不准保存账外公款，严禁未经授权的部门或人员办理资金业务。做到日清月结，做到账实相符。

2、严格执行库存现金限额，超过（2000 元）部分必须及时送存银行。

3、建立健全现金出纳各种账目，严格审核现金收付凭证，负责本公司与银行之间各种款项的原始票据的传递工作。

4、严格支票管理制度，编制支票使用手续，使用支票须经总经理签字后，方可生效。

5、积极配合银行做好对账、报账工作。

6、配合会计做好各种账务处理。

7、根据审批过的付款申请单，及时保证付款的办理。并将相关付款凭证及时转到会计处，以便及时入账。

8、在收款后，根据公司的要求，填写资金日报表后将收款原始单据转到公司会计处，以便及时入账，银行电汇的把电汇、手续费单转到会计，收取现金的，将现金收据的记账联转交会计入账冲减应收账款。

9、出纳每日完成收付款业务后，及时登记现金和银行存款日记账。

10、完成公司领导交办的其它工作。

四、 财务工作管理

一、会计年度自一月一日起至十二月三十一日止

二、 会计凭证、会计账簿、会计报表和其它会计数据必须真实、准确、完整，并符合会计制度的规定。

三、 财务工作人员办理会计事项必须填制或取得原始凭证，并将审核的原始凭证编制记账凭证。会计、出纳员记账，都必须在记账凭证上签字。

四、 财务工作人员应当会同总经理办公室专人定期进行财务清查，保证账簿记录与实物、款项相符。

五、 财务工作人员应根据账簿记录编制会计报表上报总经理。会计报表每月由会计编制并上报一次。会计报表须会计签名或盖章。

六、财务工作人员对本公司实行会计监督。财务工作人员对不真实、不合法的原始凭证，不予受理；对记载不准确、不完整的原始凭证，予以退回，要求更正、补充。

七、 财务工作人员发现账簿记录与实物、款项不符时，应及时向总经理报告，并请求查明原因，作出处理。财务工作人员对上述事项无权自行作出处理。

八、 财务工作应当建立内部稽核制度，并做好内部审计，根据我们公司的实际情况，以财务部自查为主。出纳人员不得兼管稽核、会计档案保管和收入、费用、债权和债务账目的登记工作。

五、支票管理（含其它银行票据）

一、 支票由出纳员保管。支票使用时须有“支票领用单”，经总经理批准签字，然后将支票按批准金额封头，加盖印章、填写日期、用途、登记号码、领用人在支票领用上签字备查。

二、 支票付款后凭支票存根入账，发票由经手人签字、财务进行核对（购置物品由保管员签字）、总经理批准审批。填写金额要无误，完成后交出纳人员。原支票领用人在“支票领用单”及登记簿上注销。

三、 财务出纳收取客户支票时，应识别填写等基本错误，在 12 小时内到银行进账处理，及时查清是否到款，对无效支票联系客户进行换票处理，同时上报会计。所有操作要求做好支票及相关票据收、支、换记录。

六、现金管理

一、公司可以在下列范围内使用现金：

1、员工工资、津贴、奖金。

2、个人劳务报酬。

3、各种劳保、福利费用及国家规定的对个人的其它支出。

4、根据国家规定颁发给科学技术、文化艺术、体育等各种奖金。

5、向个人收购农副产品及其它物资的价款。

6、出差人员必须携带的差旅费。

7、结算起点以下的零星支出。

8、中国人民银行确定需要支付现金的其它支出，前款结算起点定为 1000 元，由中国人民银行规定。

9、总经理批准的其它开支。现金结算起点定为 200 元，结算规定的调整，由总经理确定。

二、除本规定第一条外，财务人员支付个人款项，超过使用现金限额的部分 ，以转帐方式或支票支付；确需全额支付现金的，经会计审核，总经理批准后由出纳支付现金。

三、公司固定资产、金额超过一定限额的办公用品、劳保、福利及其它工作用品应采取银行结算方式，尽量减少现金的使用。

四、日常零星开支所需库存现金应按照常规现金支付量备用，超额部分应存入银行。

五、财务人员支付现金，可以从公司库存现金限额中支付或从银行存款中提取，不得从现金收入中直接支付（即坐支）。因特殊情况确需坐支的，应事先报经总经理批准。

六、财务人员从银行提取现金，应当填写《现金支票使用申请表》，并写明用途和金额，由总经理批准后提取。

七、公司职工因工作需要借用现金，需填写《借款单》，经主管经理签字确认、会计审核；交总经理批准签字后方可借用。超过还款期限而未归还的借款，在其当月工资中扣还。

八、符合本规定第一条的，凭发票、差旅费单及公司认可的有效报销或领款凭证，经手人签字，会计审核，总经理批准后由出纳支付现金。

九、发票及报销单经总经理批准后，由会计审核，经手人签字，金额数量无误，填制记账凭证。

十、差旅费及各种补助单（包括领用单），由总经理授权的部门领导签字，会计审核时间、天数无误后填制凭证，交出纳员付款，办理会计核算手续。.

十一、无论何种转帐，财务人员都必须有审核过的《通知单》，分别由经手人、采购部主任、总经理签字。会计审核有关凭证。

十二、出纳人员应当建立健全现金账目，逐笔记载现金收付。账目应当日清日结，每日结算，账款相符。

七、会计档案管理

一、凡是本公司的会计凭证、会计账簿、会计报表、会计文件等其它有保存价值的数据，均应归档。

二、会计凭证应按月、按编号顺序每月装订成册，标明月份、季度、年起止、号数、单据张数，由会计及有关人员签名盖章（包括制单、审核、记账、主管），由总经理指定专人归档保存，归档前应加以装订。

三、会计报表应分月、季、年报、按时归档，由公司财务部负责保管，并分类填制目录。

四、会计档案不得携带外出，凡查阅、复制、摘录会计档案，须经总经理批准。

八、 借款管理

一、适用范围：

1、需要出差到外地的员工

2、需要集中办公用品，零星采购的其它物资

3、其它需要的临时性借款

二、操作流程：

1、所有的个人借款都必须有当事人提出申请并说明用途及归还日期，经主管部门经理或者主管部门经理授权部门主任签字批准，到公司财务审核有无未归还借款并签署意见，然后上报公司总经理审批。

A:行政部备用金申请根据公司预计采购物品申请（附预计采购物品清单及金额，备用金金额不能超过预计物品采购 2000 元），完成采购后及进行报销以冲销备用金。每月月底出纳对其备用金留存进行盘点核实，盘点无误后双方签字归档留存。

B:其他部门员工借支申请额度单次申请不得超过本员工未发放工资额度(如特殊情况需要增加费用的可以找上级领导审批)，运营部或其它部门招待费借支申请必须事先通过总经理审批后方可借支。

2、当事人凭获的批准后的正式借款单，到财务出纳处领取借款，出纳在借款单据上“现金付讫”印章，并交给会计做财务凭证入账！

3、还款时，将借款归还到出纳处，出纳向还款人开收据，出纳将收据记账联加盖“现金收讫”章后交到会计处，会计据此做记账凭证，冲减借款人的借款！

4、借款当事人办完相关业务后，应及时归还或者按公司费用报销的相关规定进行报销，以便及时冲减个人借款，仍有未归还借款的当事人严禁再行借款，其个人借款在报请公司总经理同意后，从其本人工资中予以扣除，工资不足于归还借款的，在以后月份的工资中予以扣除抵账，直至将个人借款归还完毕。

三、要求：

1、通过公司财务支付每一笔资金，都必须有总经理签字后方可支付（特殊情况的经总经理授权的除外）。

2、借款当事人必须按照借款用途使用资金，不得挪做它用；否则，按情节严重程度追究相关当事人的责任。

3、每个月底公司各部门要会同财务部门清理个人借款。对逾期未还，未报者，重报者，最后发送报销催办单仍未报销者，作为个人在公司借款信誉度，限制其个人借款，对违犯公司报销纪律的，应报请公司总经理进行严肃处理。

九、日常费用审批程序及报销流程

一、每月费用报销正常截止日期为每个月 28 日，每月 28 日以后的费用随下月费用一起报销。

二、报销费用票据有当事人按差旅费、通讯费、交通费、业务招待费、办公费、培训费等各个类别分别粘贴，并提供该期间所报费用的费用明细表，在原始单（包括发票凭证及明细凭证清单）上详细写明符公司日常开销报销的费用，报销单上填写及相关人员的签名必须用黑色签字笔或者黑色墨水钢笔签字，严禁使用圆珠笔填写签字。涉及出差补贴的，仍按公司公布的相关政策进行执行。

三、将相关附件及发票联附在报销单上报请部门主管经理审批，再由公司会计审核票据的真实性、合法性并签字确认，最后再报送总经理审批，当事人把签字完毕的费用票据交到财务会计处，会计据此编制记账凭证，会计把编制完毕的记账凭证转交给出纳，有财务出纳通知当时人办理领款手续！

四、为了进行合理的税务筹划，报销费用中应控制“业务招待费”的报销比例。在需要发生业务招待费时，由部门经理提出申请，经总经理审批后方可进行业务招待费的支出，招待餐费应另附单据写明招待人员或者用铅笔在费用粘贴单上写明原因，待报销完毕后用橡皮擦去！

另附属对 “业务招待费”费用项的说明：发生的各种餐费，烟酒，礼品费，娱乐费等等。

五、报销费用业务流程图：报销人整理粘贴原如凭证→部门经理签字审核→会计审核真实性、合法性→总经理签字审批→会计做记账凭证入账→出纳付现！

六、出差归来需要报销的员工，应按上述要求粘贴原始凭证（发票凭证及付款明细凭证），在出差归来及时整理好相关票据进行报销.

十、费用报销管理

一、出差差旅费：由出差人员填写《出差申请表》，详细注明出差地点、目的、行程安排、交通工具并按以下标准申请差旅费用项目等，出差申请单由总经理批准。

级别/出差地点		京、沪、穗、深、珠、厦	其他省会城市	一般地级城市	县级城市及以下
公司领导层	住宿标准	240	200	160	120
	伙食补贴	80	60	50	40
	交通补贴	60	50	40	30
	合　　计	380	310	250	190
部门经理/副经理	住宿标准	200	160	120	100
	伙食补贴	60	50	40	30
	交通补贴	50	40	30	20
	合　　计	310	250	190	150
一般员工	住宿标准	160	120	100	80
	伙食补贴	50	40	30	20
	交通补贴	40	30	20	10
	合　　计	250	190	150	110

1、住宿费的相关标准：按公司公布的相关标准执行。各部门负责人应严格控制外出人员，对外出人员进行必要管理。

2、出差补助:按公司公布的相关标准执行（应扣除人为因素占用天数）。

3、公司工作人员参加在外地召开的各类会议、培训与学习，在有会议主办单位出具的食宿自理的有效证明情况下，可回公司按出差标准核报住宿费，住宿费凭住宿处发票和邀请函按公司规定标准执行外，不发放任何补助。

4、车船票：根据每张票据上注明出差规定的往返地点、里程，凭票据核准报销。

5、工作人员出差的交通费，按乘坐的务类交通工具标准核实报销。

二、业务招待费

业务招待费坚持分级限标原则，参照招待就餐及酒水费用标准，原则上不建议招待住宿，需要招待住宿的要提前申请经总经理审批，人力资源部复核。

标准 / 层级	用餐标准（人均）	酒水标准（人均）	住宿标准（人均）	礼品/其它
一般工作招待	30-50	30	120-150	/
一般宴请	50-100	50	150-200	/
商务宴请	100-200	100-200	300-500	/

三、报销单填写规范及票据粘贴要求

1.填写报销单字迹工整、清晰，金额不得涂改，凡需填写大小写金额的单据，大小写金额必须相符，相关内容填写完整。

2.费用报销单必须用黑钢笔或签字笔书写，不可使用圆珠笔或铅笔书写。

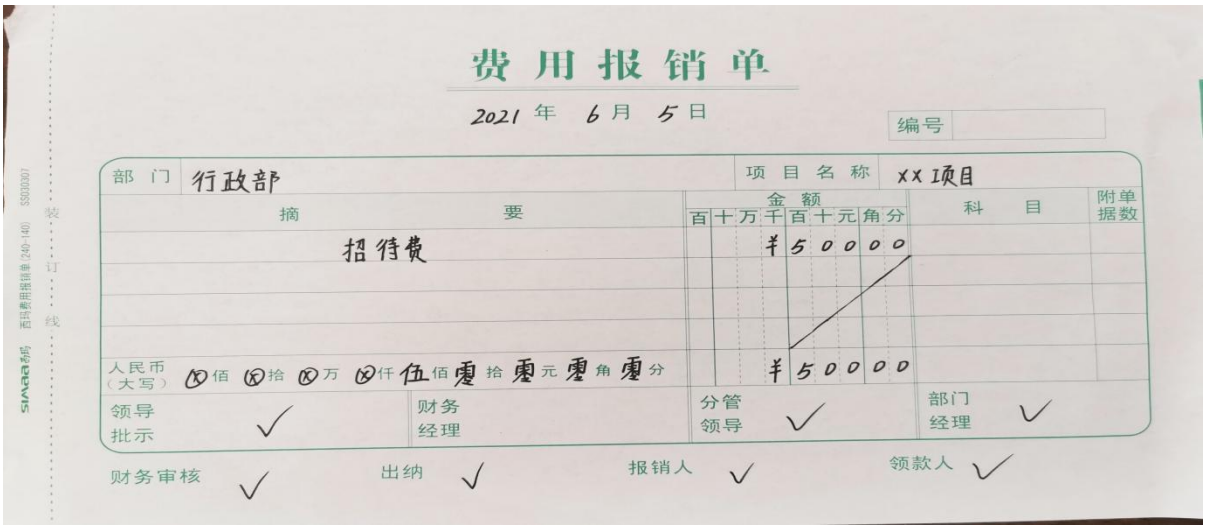
3.日期、部门、项目名称等均需填写完整。

4.“摘要”此处填写费用支出的用途，按不同类别分列填写，如租赁费、办公费、福利费、交通费、招待费等。

5.“金额”此处填写阿拉伯数字,为实际发生金额。在合计金额前面加上人民币符号￥。此行上方有空栏的，划线注销。

6.“付单据数”此处填写所附单据张数。

7.“大写”此处填写合计的大写金额。若报销金额为千位数时需在万字前画圈，圈内打叉，以此类推，若千位数有数值，而百位数为零，需在百位数前写零。人民币大写字样:零、壹、贰、叁、肆、伍、陆、玖、拾。



费用报销单

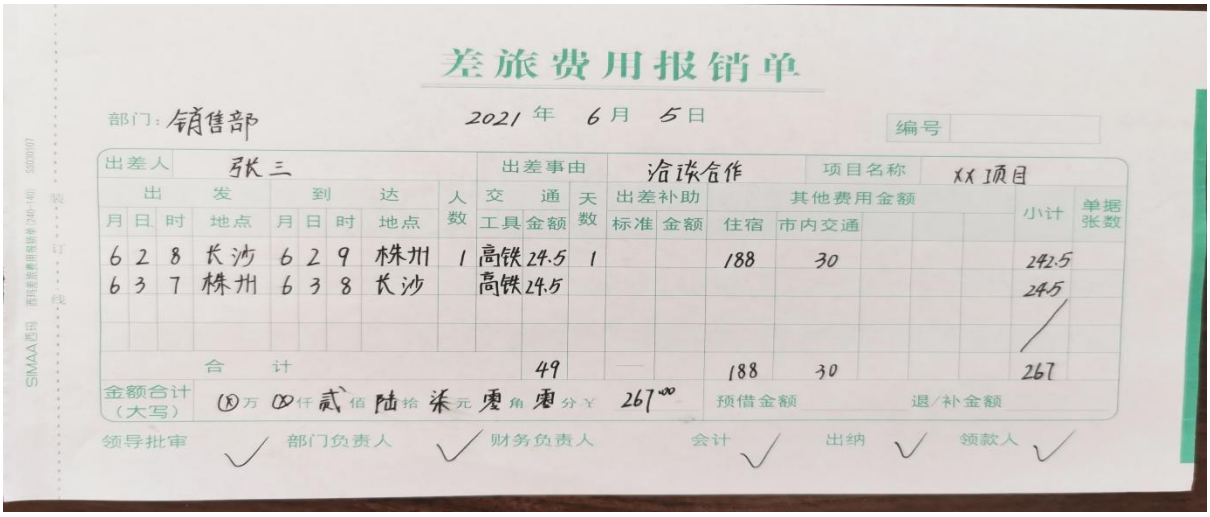
2021 年 6 月 5 日

编号

部门	行政部	项目名称	xx项目												附单据数
摘要		金额												科目	
				百	十	万	千	百	十	元	角	分			
招待费						¥	5	0	0	0	0	0			
人民币（大写）	⊗佰 ⊗拾 ⊗万 ⊗仟 伍佰 零拾 零元 零角 零分					¥	5	0	0	0	0	0			

领导批示 ✓　财务经理　分管领导 ✓　部门经理 ✓

财务审核 ✓　出纳 ✓　报销人 ✓　领款人 ✓



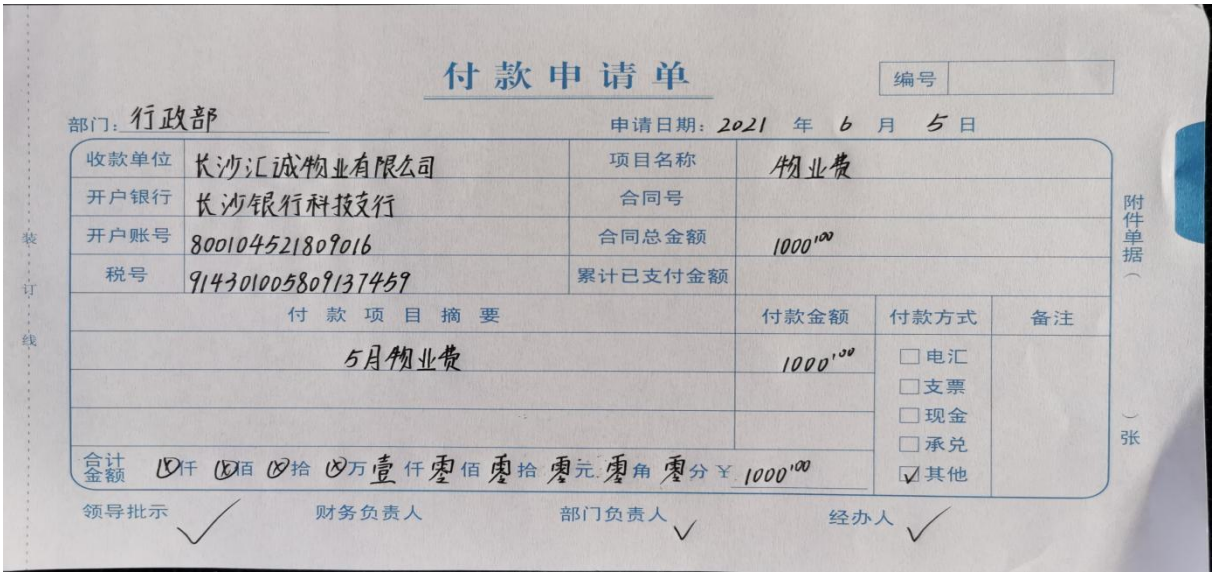
差旅费用报销单

部门：销售部　2021 年 6 月 5 日　编号

出差人	张三								出差事由			洽谈合作		项目名称	xx项目			
出发				到达				人数	交通		天数	出差补助		其他费用金额			小计	单据张数
月	日	时	地点	月	日	时	地点		工具	金额		标准	金额	住宿	市内交通			
6	2	8	长沙	6	2	9	株州	1	高铁	24.5	1			188	30		242.5	
6	3	7	株州	6	3	8	长沙		高铁	24.5							24.5	
合计										49				188	30		267	

金额合计（大写） ⊗万 ⊗仟 贰佰 陆拾 柒元 零角 零分 ¥ 267.00　预借金额　退/补金额

领导批审 ✓　部门负责人 ✓　财务负责人　会计 ✓　出纳 ✓　领款人 ✓



付款申请单

编号

部门：行政部　申请日期：2021 年 6 月 5 日

收款单位	长沙汇诚物业有限公司	项目名称	物业费
开户银行	长沙银行科技支行	合同号	
开户账号	800104521809016	合同总金额	1000.00
税号	91430100580913745J	累计已支付金额	

付款项目摘要	付款金额	付款方式	备注
5月物业费	1000.00	□电汇 □支票 □现金 □承兑 ☑其他	
合计金额	⊗仟 ⊗佰 ⊗拾 ⊗万 壹仟 零佰 零拾 零元 零角 零分 ¥ 1000.00		

附件单据（ ）张

领导批示 ✓　财务负责人　部门负责人 ✓　经办人 ✓

十一、采购及付款流程

一、产品采购首先由需求部门提出申请，报请需求部门负责人，将常规和急需产品及物料按品名、数量、规格、型号等项填列《采购申请单》再上报总经理审批，最后把审批过的采购申请单报公司采购部门进行采购。

二、采购部门根据《采购申请单》向供货商进行采购，所有采购材料及产品必须取得供货商开具增值税专用发票，并根据采购原材料的价格填写入库单（入库单需有采购负责人，总经理，库房管理员签字确认）入库单第一联采购留底，第二联留库房，第三联交财务核对发票并入账。

三、对于急购物品，使用部门可填写《临时采购申请单》，采购部门按使用部门《临时采购申请单》要求的时间及时采购，确保公司正常运作。对于常规产品尽可能参照周期使用需求，做到计划采购，防止产品积压。

四、采购的货物送达公司后，由采购提供采购入库清单，入库单应严格按照本章第二条的要求填写，并交给库管据此清点货物，并验收入库，并在入库单上签字确认！

五、公司采购人员将采购回的与仓管员进及产品核实，确保产品质量关及办理入库手续，将入库单及对方开具的发票一并交到财务进行核对！如当月采购的材料供应商未开发票的，应将入库单记账联交财务暂估价入账，待下月供应商开具发票后再冲红。

采购付款流程

1.由采购人员或者采购部门负责人填写付款申请单！

2.报财务部门核实，经总经理审批。

3.采购当事人根据总经理审批后付款申请单交到公司出纳处作为支付货款的审批依据！由出纳通过银行向客户付款。有采购单位送货上门的，除提供相应的付款审批手续外，销货单位需提供销货发票以及收款凭据（使用现金支付的，对方需提供收款收据方能付款，使用支票付款的，对方经手人需支票存根联下方签字签收）。来财务出纳处收取货款。使用承兑汇票的，需要供货商提供收据，我方将承兑汇票前后面复印后连同供货商提供的收据入账。

4.出纳每日将付款后的原始凭证交到会计处作为入账的原始付款凭证！

十二、销售流程

一、销售出货

1、由公司业务拟定销售合同及出货产品明细清单。

2、库存商品出库开据出库单，出库单应该包括商品名称、数量、单价 、 金额、合计金额。

3、出库单由主管业务经理业务员、库管、客户、会计签字后出库。

4、库管将出库单的第三联财务记账联交于财务，财务据此给客户开具发票并确认收入并入帐。

二、销售收款

1、对于平台销售，是通过第三方监管帐户对销售的产品进行收款。

2、对于渠道销售，根据与客户签订的销售合同及对客户开具的销货帐单，

确认收款金额，收款比例、应收款帐期。定期向客户发送应收帐款明细清单与客户进行对帐、催帐，确保及时回款。

十三、发票管理

一、发票领购、保管及缴销

公司所有发票统一由财务人员向税务部门领取，财务部按税务部门的要求对由专人对发票进行管理。所有发票由财务部专人保管并建料完整的登记薄，登记发票的购买及领用，结存情况。专用发票及 IC 卡要存放保险柜保管。如发生丢失及经办人承担 一切经济损失及责任。

发票的开具

公司需要开具发票，需由公司各部门负责人，经部门经理或授权人员提交相应的与合同原件相符的复印件和购货单位开票信息提交财务开票员开具对应的发票。

已开好的发票，经部门业务部复核无误后，在发票登记薄领取相应的发票联次，财务人员依据记帐联入帐。

3、发票填开时注意事项：

书写规范、字迹干净整齐。开具发票应当按照规定的时限、顺序、逐栏全部联次一次性如实开具如品名规格、单位、数量、单价，严禁漏开、涂改。

第十四章 财务内控管理制度

为了加强企业的成本费用管理及控制，财务部对一个周期内的成本费用开支进行一个合理的预测及预算，包括采购商品成本、业务部门招待费、外地出差旅费等等，各部门负责人要提前申报本周期内对需要支付的各项费用开支，向财务提交本周期需要支付费用情况，以便合理

按排及规划资金。

十五、固定资产的管理

由行政人事部负责日常领用登记表，对于符合上述固定资产标准的固定资产由财务负责建立固定资产明细账，办公室负责对固定资产分类管理，如发生固定资产增加、减少、报废、封存、要把各种办理手续齐全，并将各种手续交有财务，由财务据此进行固定资产、固定资产清理等账务的处理。如对公司购进所有的办公电脑，电话等办公用电子产品，由人事部进行统一编号管理，做好电子档，编号与使用人进行编号，一人一号责任落实到每人进行管理、维护。对于在使用过程中的人为的损坏造成不能正常使用的，应承担相应的责任。对于离职人员在离职前部门负责人要及时向人事部门反应离职情况，并及时检时电脑是否正常使用，并做好下一位新到员工的对接手续。

十六、 附则

一、本规定由总经理、总裁办、公司财务负责解释，对不妥当之处有修改的权利。

二、本规定自发布之日起生效, 以前所发的有关财务规定如与本规章制度有冲突之处时以本规章制度为准。

三、本规定由总经理、副总经理监督执行，有争议时由总经理负责协调处理。

第十一章 廉政管理制度

一、总则

为扎实推进商业活动的反腐败和反贿赂工作，加强企业内控机制，做到诚实守信，树立以守法诚信、优质服务为核心的经营理念，结合公司的实际情况，强化制度监督，加强对易发多发腐败的重点环节、重点部位岗位人员的监督、管理力度，确保治理商业贿赂承诺制，严格遵循公平竞争规则，引导公司管理人员及相关岗位人员依法办事，诚实守信，自觉抵制见利忘义、损公肥私、不讲信用、欺骗欺诈等消极腐败现象，树立企业良好形象，制定本制度。

二、管理程序

（一）公司由总经办、人事行政部（人力资源部或者行政部或者综合办公室）、总经理组成预防商业贿赂的监督管理小组，其主要职责是：

1、遵照国家有关政策、法律、法规和规章制度开展公司治理商业贿赂工作；

2、加强对重要部门、重要环节人员廉洁从业的监督与管理；

3、负责对公司执行本办法的情况进行跟踪监督检查。

（二）在开展治理商业贿赂工作中，公司管理小组与相关部门应加强信息沟通、互相配合。开展反贿赂/反腐败活动主要做好以下工作：

1、建立治理商业贿赂领导机构，开展治理商业贿赂工作，掌握腐败行为和商业贿赂的特点、规律，在教育、制度、监督等有效预防方 面研究提出具体的对策和措施，及时解决苗头性和倾向性问题；

2、设立预防商业贿赂工作举报箱，并公布举报电话；

3、及时处理预防商业贿赂工作中发现的问题。各部门在开展预防商业贿赂工作中，对发现存在的违纪违规问题，要及时制止或处理并向有关部门通报情况，涉嫌犯罪的应当移送司法机关处理；

4、对公司重要岗位的人员违反本程序的，应当根据违反行为的情节轻重，依照有关规定给予相应的处理；

5、公司鼓励全体员工及有业务来往的公司检举揭发腐败行为。检举的受理、调查等各个环节，必须严格保密。严禁泄露检举人的姓名、部门、公司名称等情况，严禁将举报情况透露给被举报人或者部门，调查核实情况时，不得出示检举材料原件或者复印件，不得暴露检举人，对匿名的检举书信及材料，不得鉴定笔迹，检举材料不得随意对外借阅。

第十二章 办公用品、固定资产管理规定

一、目的

为规范办公用品、固定资产的采购、发放、使用、保管等工作，特制订本规定。

二、规定内容

（一）职责

1、人事行政部负责定期检查固定资产，使用人员发现问题应及时报告，由人事行政部通知联系维修的技术人员前来检查、维修、保养；

2、人事行政部负责保管所有设备的保修证书、维修证书、使用说明书等资料，使用者须办理借阅登记手续，使用完归还；

3、各部门分配的办公用品和设备由使用人负责保管。部门负责人对本部门的资产使用负有监督责任。

（二）办公用品、固定资产范围

1、办公用品的范围：员工日常办公所消耗的清洁用品、文具和耗材、办公室饰品、名片等。

清洁用品：纸巾、抹布、扫帚、拖把、洗手液(皂)、洗涤液等;

文具和耗材：笔、笔记本、回形针、大头针、文件夹、订书机、仃书钉、剪刀、印泥、笔筒、胶水、胶棒、计算器、传真纸、复印纸等;

办公饰品：绿植、壁挂等

固定资产的范围：电子产品、电器及办公家具。

电子产品：电脑、照相机、摄影机、考勤机、打印机、复印机、传真机、电话、投影仪、扫描仪、计算器、移动硬盘、U 盘、手机、网卡及所有电子产品的配件等（配件是指音箱、鼠标、健盘、耳机、电池、电源线等）；

电器：空调、电风扇、饮水机、微波炉、冰箱等;

办公家具：办公桌椅、会议桌椅、文件拒等。

（三）办公用品、固定资产的采购、领用与归还

1、办公用品、固定资产采购

（1）常规办公用品、固定资产采购，根据公司需求，由人事行政部人员统一采购；

（2）特殊采购为临时性采购，由申请部门填写采购申请单，交由人事行政部及相关领导审批，人事行政部负责采购。

2、办公用品、固定资产申请领用

办公用品、固定资产领用需在前台填写领用表，领用的固定资产需由人事行政部人员登记《固定资产领用台账》以备存档；

3、办公用品、固定资产的归还

员工在离职时应将领用的固定资产归还人事行政部，由离职员工填制《离职汇签单》，交接单内容包括：物品名称、归还日期、交接人和接收人签字确认。

（四）资产丢失、人为损坏的处理

1、资产丢失分为意外丢失和人为丢失。意外丢失指因公外出携带公司资产，在做了必要的预防措施下遭抢劫或被盗的情况。人为丢失指因个人疏忽或管理不当遗落在交通工具或其它场合而未能找回的情况。

2、丢失和损坏处理流程

（1）丢失申报：责任人至丢失物品之日起 1 天内填写《资产丢失/损坏申报表》，详述丢失时间、地点、原因，交由人事行政部审批。

（2）人为损坏申报:责任人至损坏物品之日起一周内填写《资产丢失/损坏申报表》，详述损坏经过，并附维修商检测证明，由人事行政部审批。

（3）赔偿责任界定：人事行政部接到《资产丢失/损坏申报表》及相关附件后，鉴定丢失和损坏责任，根据赔偿原则给予处理建议，由总经理审批。

（4）反馈与处理：经总经理审批后《资产丢失/损坏申报表》的申报表由人事行政部负责归档保管，将复印件反馈申报部门，并于月底汇总后统一处理。

3、赔偿原则

（1）不可抗力免赔原则：因不可抗力因素（战争、火灾、水灾、地震等突发事件）造成的丢失或损坏，可免于赔偿；

（2）个人严重失职丢失资产，对公司造成了重大损失及影响的，由人事行政部、财务部、所属部门组成鉴定小组，小组共同评估并给予责任人除承担上述经济赔偿责任外，视情节轻重处以通报、记过的处理意见，并报总经理审批；

（3）连带保密责任：对于承载信息资产的丢失（如笔记本、移动硬盘等），责任人需承担信息泄密造成损失的责任，依据人事行政部有关保密制度予以处理；

（4）资产丢失或人为损坏逾期未申报的，所属部门负责人及责任人共同承担责任。

第十三章 计算机、网络安全规范化管理一、计算机管理制度

一、计算机管理制度

（一）为保证公司内计算机软硬件的安全与正常运行，保证员工顺利进行工作，特制定本制度；

（二）本制度适用于公司内所有使用计算机的部门；

（三）人事行政部是公司电脑软、硬件专责统一管理部门，其职责如下：

1、根据公司各部门需要，负责计算机购置；

2、负责组织计算机软硬件的测试及鉴定工作；

3、负责全公司计算机网络、软件、硬件维护和管理。

（四）使用部门职责：

1、负责本部门计算机设备的保管和日常表面清洁；

2、注意计算机程序、资料、数据的保密；

3、注意计算机设备在使用时的通风散热及使用安全问题。

二、计算机的购置、维护与报废

（一）凡购置的计算机，应由使用部门向人事行政部提出申请，说明购置原因及购置数量、配置要求，经部门负责人签字确认后方可报至人事行政部；

（二）人事行政部负责统一制定公司计算机系统的各种软、硬件标准，只有符合这种标准的设备方可使用；

公司计算机软、硬件及相关服务的供应商由人事行政部进行挑选。公司所有软、硬件及相关通讯线路的安装和连接由人事行政部监督实施；

计算机设备到货后，由人事行政部开箱检验，并进行全面测试，测试结果记录于计算机设备登记卡。如发现损坏或与原有性能不符的情况，应由人事行政部与供货方交涉处理；

计算机设备验收后交由使用部门保管使用，人事行政部负责登记、移交，并履行签字手续；

人事行政部根据档案保管要求保管计算机软、硬件设备的原始资料，包括光盘、说明书及保修卡、许可证协议等。使用者必需的操作手册由使用者长借、保管；

计算机设备发生故障时，应先由人事行政部派员检查，必要时请供应商上门维修。人事行政部应对每台设备的维修情况、零件更换等进行登记；

对损坏无法继续使用的电脑设备或技术性能无法满足使用部门要求的设备，由使用部门提出报废申请，填写《固定资产报废明细表》，交人事行政部进行鉴定，并将鉴定结果记录在《固定资产报废明细表》中，报行政管理层批准。报废后的计算机设备由人事行政部到财务备案，以注销固定资产。

三、计算机的日常管理

（一）计算机使用人员严格按使用规定进行操作，应保持设备及其所在环境的清洁。下班时，务必按规程关机并切断电源；

（二）使用部门在使用计算机过程中出现故障，可直接联系人事行政部进行相应处理；

（三）所有在公司内使用的计算机，如发现有病毒或怀疑有病毒，应立即停止使用，并通知人事行政部进行处理；

（四）使用者不得利用公司计算机设备和网络从事与本职工作无关的活动，如：

1、利用公司互联网进行侵害国家安全以及谋取私利的一切行为；

2、浏览带有色情和反动倾向的网页以及进行网上游戏；

3、使用第三方软件工具监控公司网络使用或盗用公司网络资源；

4、一经发现有上述行为，处以警告至开除处分，并处以　　元的罚款，涉及犯罪的，移交法办。

四、计算机安全管理

（一）任何电脑使用者不得擅自拷贝系统软件和应用软件，不得给外来人员使用；

（二）外来光盘、U 盘或在公司外使用过的光盘、U 盘，使用者应对其进行检测是否带有病毒并进行杀毒操作后，方能在本公司的计算机设备上使用；

（三）公司计算机系统的数据资料列入保密范围。未经许可，严禁非相关人员私自复制；

（四）外部维修公司人员来公司测试或修理计算机系统时，人事行政部人员必须在场陪同，如发现其有查看公司相关数据的操作时，应予以劝阻。

五、网络维护管理办法

（一）为了加强网络维护工作的管理，保证公司网络的正常运行，特制定本管理办法。

（二）本办法适用于公司所有部门。

（三）网络的使用

1、任何人不得在网络上从事与工作无关的事项；

2、公司网络结构由人事行政部统一规划并负责管理维护，任何部门和个人不得私自更改。如需安装无线路由器等必须事先与人事行政部取得联系；

3、严禁任何人以任何手段，蓄意破坏公司网络的正常运行，或窃取公司网上的保护信息；

4、公司网上服务，如：DNS、DHCP、WINS 等由人事行政部统一规定，任何部门和个人不得在网上擅自设置和修改该类服务；

5、为确保局域网的正常运行，禁止通过各种方式，包括利用邮件、FTP、Wins 系统共享等，在局域网中传送超大文件；

6、严禁在公司网络上玩任何形式的网络游戏、观看影片等各种与工作无关的内容；

7、任何部门和个人应高度重视并保护公司的技术秘密和商业秘密，对于需要上网传送的各类保密信息，必须保证有严格的授权控制；

8、电子邮件只能用于与公司有关的方面。禁止用于传播任何不合适的笑话，信件或攻击性言论。

（四）网络维护计划

1、人事行政部根据公司计算机网络使用情况制定网络维护计划，并报总经理审批；

2、网络维护计划获批准后应认真执行，所列项目和周期未经批准不得删减变动；

3、维护计划完成后，人事行政部必须详细记录完成情况和测试前后的数据，并将发现的问题进行记录与保管。

（五）网络维护作业

1、人事行政部根据各使用部门网络的现实状况，合理分配，确保网络安全运行；

2、网络的维护工作分为日常维护和定期维护，由人事行政部负责；

（1）日常维护应在业务空闲时进行，发现不正常情况应及时处理并详细记录，处理不了的问题，应立即向行政上一级管理层报告；

（2）定期维护一般分为半年和年度检查。网络设备定期维护后，应有详细记录，并由人事行政部管理层签字确认。

第十四章 信息系统管理制度

一、总则

（一）为加强用户账号管理，规范用户账号的使用，提高用户账号的安全性，特制定本制度；

（二）本制度中系统账号是指应用层面及系统层面（操作系统、数据库、平台、管理系统及其它网络设备）的用户账号；

（三）本规定所指账号管理包括：

1、全员管理系统，钉钉、企业微信、公司安排的个人微信号、管理员账户；

2、公司内部管理系统账号；

3、其他和公司工作及业务相关平台、系统账号。

二、普通账号管理

1、申请人使用统一而规范的《账号/权限申请表》提出用户账号创建、修改、删除/禁用等申请；2、账号申请人所属部门负责人及系统拥有部门负责人根据《岗位权限对照表》审核申请人所申请的权限是否与其岗位一致，确保权限分配的合理性、必要性和符合职责分工的要求；

3、在受理申请时，权限管理人员根据申请配置权限，在系统条件具备的情况下，给用户分配独有的用户账号或禁用用户账号权限，以使用户对其行为负责。一旦分配好账号，用户不得使用他人账号或者允许他人使用自己的账号；

4、新员工入职或员工岗位发生变化时，应主动申请所需系统的账号及权限；

5、人员离职的情况下，该员工的账户应当被及时禁用。离职人员的离职手续办理完毕后，人事行政部通知员工所属部门负责人收回该员工工作的权限，员工所属部门负责人根据该用户的岗位申请删除离职人员账号及权限；

6、账号管理人员建立各种账号的文档记录，记录用户账号的相关信息，并在账号变动时同时更新此记录。

三、特权账号或超级用户账号管理

（一）特权账号指在系统中有专用权限的账号，如备份账号、权限管理账号、系统维护账号等；

（二）只有经授权的用户才可使用特权账号和超级用户账号，严禁共享账号；

（三）尽量避免特权账号和超级用户账号的临时使用，确需使用时必须履行正规的申请及审批流程，并保留相应的文档。

第十五章 档案管理制度

一、目的

为了执行国家《档案法》的规定和加强公司档案的管理，规范公司档案的管理工作，做好文件资料的保管、借阅回收、销毁工作，发挥档案价值，防止公司信息泄露，特制定本制度。

二、档案管理体系

（一）公司成立两级档案管理体系，人事行政部为公司档案主要责任单位；公司二级管理部门为各部门，均应指定专人兼职负责；

（二）档案分类、目录、编号的原则由人事行政部统一制定。密级档案必须保证安全。文书结案后，原稿或正本应归档，需经常性使用的，应留副本使用；

（三）本制度所指档案包含

1、各项规章制度

由人事行政部保存原档，并按时更新。

2、员工档案

包括：求职、试用、正式录用、各环节培训、奖惩、晋升、转岗、离职（开除）的信息记录。由人事行政部门负责存档保管；仅公司管理层可调看员工档案，并需登记查阅记录。

3、产品信息档案

包括：品牌、商品名、图片、产地、规格、功能、主要成分、服用方法、适用人群、保质期、注意事项、禁忌、储存方法、在售情况。由品牌专员负责更新保存。

4、国家政策及地方政策文件、平台政策文件

包括：国家及地方出台的有关跨境电商的政策性文件；天猫、淘宝、京东、抖音、抖店、快手、视频号、亚马逊等出台的有关店铺经营的政策文件。由总经办负责搜集各项政策文件并存档。

5、授权文件

包括：各品牌、企业、供应商、政府、商协会直接或间接授权公司经营该品牌商品的授权文件。由总经办负责保存各项授权文件原件。

（四）部门资料

1、月报表

财务分析报告、库存监管分析报告、采购计划书、风控报告、人事分析报告、办公及行政费用分析报告、制单分析报告

存档要求：综合部门月度分析报告，需在每月月初邮件发送给总经理，并抄送总经办。部门和总经办按时间分别存档。

2、财务信息档案

包括：银行账户信息、支付宝信息、以及其他第三方支付信息等。由财务部经理负责保存，并不定时更新。

3、客户档案

包括：联系方式、经营概况、进货记录（时间、商品数量和类型、单价、货值等）。由销售部经理保存并更新。

4、培训资料

包括：培训时间、培训岗位及人数、培训老师、培训内容、培训效果、参加培训的人员花名册、学习公司文件、资料、国家相关法律法规的文件名等。由人事行政部保存并更新。

三、文件、档案整理

（一）文件点收

文件结案移送归档时，根据如下原则点收：

检查文件的文本及附件是否完整，如有短缺，应立即追查归入。

文件如经过抽查，应有管理部门主管的签字确认。

文件的处理手续必须完备，如有遗漏，应立即退回经办部门。

（二）文件整理

点收文件后，应依下列方式整理：

中文直写文件以右方装订为原则，中文横写或外文文件则以左方装订为原则。

右方装订文件及其附件均应对准右上角，左方装订则对准左上角、理齐钉牢。

文件如有皱褶、破损、参差不齐等情形，应先补整、裁切、折叠，使其整齐划一。

加强档案保管工作，做好防盗、防火、防虫、防鼠、防潮、防高温工作，定期检查档案保管工作。

四、档案分类

（一）档案分类应根据内容、部门组织、业务项目等因素，按部门、大类、小类三级分类。先以部门区分，然后依案件性质分为若干大类，再在同类中依序分为若干小类；

（二）档案分类应力求切合实用。如果因案件较多、三级分类不够应用时，须在第三级之后增设第四级“细类”。如案件不多，也可仅使用“部门”及“大类”或“小类”二级。

五、档案名称及编号

（一）档案名称

1、档案各级分类应赋予统一名称，其名称应简明扼要，以充分表示档案内容性质为原则，并且要有一定范畴，不能笼统含糊；

2、档案分类各级名称经确定后，应编制《档案分类编号表》，将所有分类、各级名称及其代表数字编号，用一定顺序依次排列，以便查阅；

3、档案分类，各级名称及其代表数字一经确定，不宜任意修改，如确有修改必要，应事先审查讨论，并拟定新旧档案分类编号对照表，以免混淆。

（二）档案编号

1、新档案：应从《档案分类编号表》查明该档案所属类别及其卷次、目次顺序，以此来编列档案号；

2、档案号应自左而右编列，右方装订的档案，应将档案号填写于案件首页的左上角；左方装订者则填写于右上角。

六、档案归档管理

（一）归档文件，应依目次号顺序以活页方式装订于相关类别的档案夹内，并视实际需要使用“见出纸”注明目次号码，以便翻阅；

（二）档案夹的背脊，应标明档案夹内所含资料的分类编号及名称，以便查档；

（三）文件保存期限，除政府有关法令或本企业其他规章特定者外，依下表所列的规定办理：

档案保存期限一览表

类别	内容
1 年保存类	完结后无需长期保存的合同、文件。
5 年保存类	1．期满或已解除的合同、文件。

	2．正在执行当中的合同、文件。 3．其他规定需保存 5 年的合同、文件。
10 年保存类	1．公司内部预、决算类。 2．会计凭证、账簿、报表。 3．计划资料。 4．其他规定需 10 年保存的文书。
永久保存类	1．公司章程。 2．股东名册。 3．公规章制度、工作细则等。 4．总经理、股东会议记录。 5．财务报表。 6．政府机关核准的文件。 7．各部门重要资料，如：开店准备资料、采购资料、人事档案资料等等。 8．其他规定须永久保存的文书。

备注：上述非永久保存的资料过期之后，必要时可以用网盘、邮件、U 盘、硬盘等存录备查。

七、档案调阅管理

（一）各部门经办人员因业务需要需调阅档案时，应在钉钉或者企业微信系统中提出资质档案审批，经相应负责人核准后，向档案保管人员调阅；

（二）调阅档案，包括：文件资料，必须在档案调阅登记簿登记后，方可借阅；

（三）档案不许借出，只供在人事行政部指定处查阅；

（四）档案管理人员接到审批，经核查后，取出该项档案，并于《档案调阅单》上填注借出日期，然后将档案交与调卷人员。《档案调阅单》应按归还日期先后整理，以备催还；

（五）调阅期限不得超过 7 个工作日，到期必须归还，如需再借应办理续借手续；

（六）调阅档案的人员必须爱护档案，要保护档案的安全与保密，不得擅自涂改、勾画、剪裁、抽取、拆散、摘抄、翻印、复印、摄影、转借或损坏。否则，按违反劳动法追究当事人责任；

（七）调阅的档案交还时，必须当面点交清楚。如发现遗失或损坏应立即报告管理层；

（八）外单位调阅档案，应持有单位介绍信，并经总经理批准后方能借阅，但不能将档案带离人事行政部指定处；

（九）外单位摘抄卷内档案或对卷内档案拍照、复印，应经总经理同意，并对摘抄或拍照、复印的材料进行审查、签章；

（十）档案归还时，经档案管理人员核查无误后，档案即归入档案夹。《档案调阅单》由档案管理人员留存备查；

（十一）调阅的档案应与经办业务有关，如借阅与经办业务无关之案件，应经人事人事行政部门管理层同意。

八、档案清理

（一）档案管理人员应保持档案清洁，以防虫蛀腐朽；

（二）每年更换时，依规定清理一次，已到保存期限者，给予销毁。销毁前，应造册呈总经理核准，并于目录附注栏内注明销毁日期；

（三）保管期限届满的文件中，部分经核定仍有保存参考价值的，档案管理人员应将《档案目录表》上注明在其保留文件，并在上注明部分销毁的日期；

（四）每年对档案材料的数量、保管等情况进行一次检查，发现问题及时采取补救措施，确保档案的安全；

（五）对于已失去作用的档案进行销毁或用碎纸机进行处理，销毁档案材料要认真鉴定，确定销毁档案材料已列册登记；

（六）销毁档案材料时，必须指派专人监销，防止失密。

第十六章 合同管理制度

一、合同的签订

（一）任何人对外签订的合同，都必须以维护公司合法权益和提高经济效益为宗旨，决不允许在签订合同时假公济私、谋取私利，违者严惩；

（二）签订合同必须遵守国家的法律、法规、政策及有关规定。对外签订合同，除法定代表人外，必须是持有法人委托书的法人委托人，法人委托人必须对本企业负责。

（三）签订合同必须贯彻“平等互利、协商一致、等价有偿”的原则和“价廉物美、择优签约”的原则。合同对各方当事人权利、义务的规定必须明确、具体，文字表达要清楚、准确。

（四）公司需对外签订的合同或协议，在正式签订前，负责人须发起“合同审批”，选择合同的不同类型，提供相应的资料，发起申请；如使用我方固定模板的合同对外进行合同签订，则提交“用印申请”。审核通过后，方可签署；

（五）采购部与供应商签订采购合同时，需先发起“采购审批”，审核通过后方可签署；

（六）原则上所有的合同或者协议均需要保留纸质的合同原档，特殊情况下才采用仅保留合同扫描件的方式。

二、合同的变更与解除

（一）对方当事人提出变更、解除合同的，应从维护公司合法权益出发，从严控制；

（二）变更、解除合同，一律必须采用书面形式（包括当事人双方的信件、函电和邮件等）。口头形式或邮件、微信等聊天方式一律无效。

（三）变更、解除合同的协议在未达成或未批准之前，原合同仍有效，仍应履行。但特殊情况经双方一致同意的除外。

三、合同的纠纷处理

以双方协商解决为基本办法。纠纷发生后，应及时与对方当事人友好协商，在既维护公司合法权益，又不侵犯对方合法权益的基础上，互谅互让，达成协议，解决纠纷。

四、合同的管理

合同管理是企业管理的一项重要内容，搞好合同管理，对于经济活动的开展和经济利益的

取得，都有积极的意义。各级领导干部、法人委托人以及其他相关人员，都必须严格遵守、切实执行本制度。各有关部门必须相互配合、共同努力，搞好公司以“重合同、守信誉”为核心的合同管理工作。

（一）保密原则

严禁将合同内容向合同经手人以外的范围传播，否则追究责任并承担后果自负的责任。

（二）合同的保管

1、品牌合作类合同，与品牌方达成合作的（包括活动扣点和借货等等）协议或合同，签订完成后，由总经办统一保管；

2、商标类合同，签订完成后，由总经办统一保管；

3、行政类合同，包括所有房屋租赁、软件开发、综合服务等对外合同，签订完成后，由人事行政部统一保管；

4、其他业务或采购合同，签订完成后，由业务部门或采购部门的部门负责人保管；

5、其他合作类合同，包括与电商平台、网络营销平台、营销软件供应商等与运营相关的合同，均由总经办统一管理；

6、所有合同签订完成后，由保管人进行分类管理。

五、合同的查阅

除该合同的项目相关负责人以外，任何人无权查阅，并且查阅人需进行登记，注明查阅原因、查阅时间和查阅人。

六、劳动合同的管理

（一）公司招用员工实行劳动合同制度，自员工入职之日起即签订劳动合同，劳动合同由双方各执一份。员工领取劳动合同应当签收。劳动合同必须经员工本人签字、公司加盖公章方能生效。

（二）劳动合同自双方签字盖章时成立并生效。劳动合同对合同生效时间或条件另有约定的，从其约定。

（三）公司与员工协商一致可解除劳动合同。员工应当签署一份双方协议一致解除劳动合同的协议书。

（四）公司与员工协商一致可以变更劳动合同的内容，包括可变更合同期限、工作岗位、劳动报酬、违约责任等。

（五）员工有下列情形之一的，公司可以解除劳动合同：

1、在试用期内被证明不符合录用条件的；

2、严重违反劳动纪律或者公司规章制度的；

3、严重失职，营私舞弊，对公司利益造成重大损害的（对公司利益造成重大损害是指但不限于造成公司名誉损失或经济损失达 1000 元以上）；

4、被依法追究刑事责任或者行政拘留的；

5、公司依法制定的规章制度中规定可以解除的；

6、法律、法规、规章规定的其他情形。

（六）员工有下列情形之一的，公司提前 30 天书面通知员工。可以解除劳动合同：

1、员工患病或非因工负伤，医疗期满后，不能从事原工作，也不能从事公司另行安排的适当工作的；

2、员工不能胜任工作，经过培训或者调整工作岗位，仍不能胜任工作的（包括但不限于未能完成工作职责范围内的工作，以及无正当理由经常 不能按时完成工作职责范围内的工作）；

3、劳动合同订立时所依据的客观情况发生重大变化，致使原劳动合同无法履行，经协商不能达成一致的；

4、法律、法规、规章规定的其他情形。

公司依本条规定解除劳动合同，按国家及省市有关规定支付员工经济补偿金；未提前通知员工的，另多支付员工一个月工资的补偿金。

公司与员工可以依法在劳动合同中约定违反劳动合同的违约责任、违约金的约定，遵循公平、合理的原则。

员工违反法律规定或劳动合同的约定解除劳动合同，应赔偿公司下列损失：

公司录用员工所支付的费用；

公司为员工支付的培训费用，双方另有约定的按约定办理；

对生产、经营和工作造成的直接经济损失；

劳动合同约定的其他赔偿费用。

非公司过错，员工提出解除劳动合同，应当提前 30 日以书面形式通知公司。

有下列情形之一的，劳动合同终止：

劳动合同期满，双方不再续订的；

员工开始依法享受基本养老保险待遇的；

员工死亡或被人民法院宣告失踪、死亡的；

公司被依法宣告破产、被吊销营业执照、责令关闭、撤销或者决定提前解散的；

法律、法规、规章规定的其他情形。

终止劳动合同，公司可以不支付员工经济补偿金。法律、法规、规章有特别规定的从其规定。

员工在规定的医疗期内，女职工在符合计划生育规定的孕期、产期和哺乳期内，劳动合同期满的，劳动合同的期限自动延续至医疗期、孕期、产期和哺乳期满为止（本管理制度第十五章、第六条、第（五）规定除外）。

劳动合同期满公司需要续签劳动合同的，提前 30 天通知员工，并在 30 日内重新签订劳动合同；不续签的，在合同期满前 30 天内通知员工，向员工出具《终止劳动合同证明书》，并在合同期满后 15 个工作日内办理解除劳动合同手续。

公司解除劳动合同，向员工出具《解除劳动合同证明书》，并在劳动者提供必要证件之日起 3 个工作日内办理解除劳动合同手续。

经济补偿的支付标准按员工在本公司的工作年限计算：每满一年，发给员工一个月的工资；满半年不满一年的，按一年计发；不满半年的，发给半个月工资。

第十七章 公司印章及证照管理规定

一、目的

为规范印章及证照使用管理流程，明确相关印章及证照使用手续和责任，保证印章及证照使用工作顺利的进行，特制定本规定。

二、印章管理

（一）印章类型

指公司向主管部门登记的或指定业务专用的公司印章。如：公司公章、财务专用章、法人章、发票专用章、合同专用章、出货章、入库章等，以上统称为印章。

（二）印章的保管

1、财务部、人事行政部、总经办为公司所有印章的负责部门，负责本公司印章使用的监控；

2、公司的公章和合同专用章由人事行政部保管，财务专用章、发票专用章和法人章由财务部保管。

（三）印章的使用管理

1、需要使用印章的人员应先在钉钉或者企业微信系统提出用印申请并附上用印文件扫描件，完成审批后，到印章管理部门进行盖章及登记；

2、印章保管人员在用印后，将《印章使用登记表》填写完全，发生岗位变动时，需要将《印章使用登记表》全册与新人进行书面交接；

3、印章保管人员因请假、出差等情况出现离岗 8 小时以上的，需将印章交指定人员，并填写《印章交接单》，各种用印程序、规定必须交代清楚，方可离开；

4、印章保管人员请假、出差等返回后，接替人员应将接替期间的印章使用登记等一并交还印章保管人员；

5、不允许在空白信笺或空白文书上加盖印鉴。特殊情况必须取得总经理同意方可使用印章，但必须在加盖印章的信笺或空白文书上编号并做好登记；

6、公章等印鉴不得带出外用。特殊情况下需带出外用的，由经办人在钉钉、企业微信系统内做出申请，注明用途、借用时间，经总经理或董事长批准后，方可带出外用，必要时由人事行政部派员跟随；

7、任何人包括上级领导无权强迫印章保管人员使用印章，印章保管人员有权拒绝不合理的印章使用，否则一切责任由印章保管人员承担；

8、公司印章在遇到丢失、损毁、被盗的情况，各印章保管人员应迅速向人事行政部报告，人事行政部根据情况进行处理；

9、任何人不得私自刻制印章，一经发现直接予以开除，触及法律法规的，依法追究相应法律责任。

三、证照管理

（一）证照类型

1、公司的各类资质

包括但不仅限于公司的《营业执照》、《开户许可证》、《食品流通/经营许可证》等一切公司的资质证书。公司资质证书由人事行政部统一管理并负责进行年间、年审工作。

2、各品牌的授权证书

各品牌的授权证书由总经办统一管理，其他有关联部门各保留一份复印件。管理人员需注意各品牌授权的期限和权责。

3、采购凭证

采购凭证（包括商业发票、包装清单和产品照片等资料）由采购部门提供，由人事行政部、财务部及使用部门各保留一份。

（二）借用、复印等使用流程及要求

1、活动报名、产品推广、资质检查等其他形式需要公司各种类型的资料时，通过“钉钉或企业微信”审批流程：资质申请——公司资质文件，发起申请，待审核通过后，由人事行政部提供相应资料，并根据情况在复印件上注明使用原因，或扫描件上加上水印，防止证照滥用；

2、如需使用证照原件，则须总经理或董事长批准；

3、证照保管人必须做好登记，认真填写《证照使用登记表》。

第十八章 公司钥匙、密码管理制度

一、目的

为保障公司设备、财产、办公室门锁的管理，落实钥匙管理责任，特制订本制度。

二、职责

人事行政部负责公司钥匙的保管、取用登记、回收、配制的管理；

钥匙持有人负责所配置钥匙的使用和保管，并对所配置钥匙安全负责。

三、内容

公司大门钥匙、密码统一由人事行政部管理；

办公室钥匙根据实际情况由人事行政部配发给各部门及人员；

任何个人不得私自配制钥匙或私自将大门密码告知第三人，如有发现将作严肃处理，如因工作需要配制钥匙，必须报请人事行政部批准方可复制；

部门分管钥匙人员，不准任意乱，放以防丢失或被无关人员使用，否则一旦发生意外，转借人也将负有连带责任；

未配有钥匙的人员，如因工作需要、延迟下班或休息日加班等原因借用钥匙，应提前于下班或放假前向人事行政部借用，如因在下班或放假前未借用钥匙，导致无钥匙锁门者，罚款 500 元/次；钥匙用毕后须在上班后上午 09 点前归还至人事行政部，如在规定时间未将钥匙归还至人事行政部，相应责任人处以 500 元/次的罚款；

借用公司大门钥匙，必须至人事行政部填写《钥匙借用登记表》，经人事行政部同意后，办理相关借用和归还手续；

借用大门钥匙人员如次日请假或突发情况不来上班，应提前告知人事行政部，由人事行政部调配钥匙；

持有钥匙人员在离职或调动前，必须将以前的钥匙全部交回至人事行政部，并填写相应的归还记录；

发生钥匙丢失或损坏，须第一时间向人事行政部报备，人事行政部更换锁具或另行配制钥匙，费用由责任人承担；

持有钥匙者应该妥善管理使用钥匙，如因管理不当，造成公司损失，钥匙持有人员，须承担相应责任。

第十九章 清洁卫生管理制度

一、目的

为了创造整洁卫生的办公环境，加强职场清洁卫生管理，特制定本规定。

二、适用范围

本规定适用于公司所有办公区及其它区域（包括公共区域、餐厅、员工宿舍等）。

三、归口管理部门

人事行政部负责公司各部门的环境卫生责任区域的划分，以及卫生保洁人员的管理，并指定具体负责人做好日常的监督检查工作。

四、环境卫生要求

（一）办公区环境卫生要求

1、办公桌面干净整齐；地面无灰尘；

2、玻璃、门窗明亮，窗台无尘土；

3、文件柜内资料摆放整齐有序；

4、电脑、打印机等办公设备干净整齐。

（二）其它区域环境卫生要求

1、走廊、公共办公区、会议室、实验室保持干净、整洁、无异味；

2、禁止在公共区乱扔垃圾、果皮、烟头、纸屑；

3、禁止随地吐痰及其他妨碍公共卫生的行为；

4、人事行政部负责划分各部门环境卫生责任区域，并负责监督其卫生区域的卫生状况；

5、保洁人员应做好本职工作，保证负责区域内的清洁卫生以及卫生用品（卫生纸、擦手纸、洗手液、拖把等）的提供，并每天下班前按时收取负责区域内的个人垃圾，清理垃圾筐和更换垃圾袋等；

6、各部门所有人员有义务保持本人周围的环境卫生，做好工作现场的卫生管理，并配合保洁员的日常工作。

五、环境卫生检查

人事行政部将定期或不定期检查或抽查各部门的卫生情况，并指导、监督保洁人员的工作。

第二十章 安全管理制度

一、为维护正常的生产秩序、工作秩序，确保人身安全、财产安全，特制定本制度；

二、安全保卫工作，要认真落实责任制，各部门最高负责人是公司安全保卫工作责任人，应把安全保卫工作切实提到议事日程上，进行研究、部署，对本公司的安全保卫工作负全责；

三、人事行政部应配合人力资源部经常对全体员工进行安全教育，尤其对新员工要认真执行“先培训、后上岗”的规定，上岗之前首先进行安全培训；

四、各部门必须贯彻“预防为主，安全第一”的方针，认真落实岗位责任制，严格遵守操作流程；

五、落实防火措施

（一）办公区域应按消防规范要求配备各种灭火器，每月由人事行政部人员进行检查，需要时按规定更换灭火器械；

（二）办公区域设置的消防栓及灭火器，不得用作他用，由人事行政部协同物业人员定期检查消防栓是否完好无损；

（三）若需进行明火作业（如电焊等），应先报所在部门管理层及物业批准，同时采取必要的防护措施；

（四）防火通道必须保持畅通，严禁堆放物品导致堵塞；

六、安全用电

（一）电线、电器残旧不符合规范的，应及时更换；

（二）严禁擅自接电源和使用额外电器，不准在办公室区域、宿舍等场所使用电炉；

（三）配电房、空调机房等重地，严禁吸烟和使用明火，非专业管理人员，不得随意进入；

七、落实防盗措施

（一）办公区域无人在时要关好门窗和电源（日常：空调、饮水机等； 1 天以上节假，关闭所有门窗及电闸）；

（二）重要文件及贵重物品应妥善存放，确保安全；

（三）对临时出入的其他外部人员进行登记；

（四）对运出或带出公司的物品（如：电脑设备等）应作例行检查，非个人物品应有部门管理层同意并告知行政人员后方可带出；

（五） 一旦发生事故和案件，相关管理层人员要亲临现场，其他人员要保护现场，并立

即报告人事行政部，主动配合公安司法机关的调查工作；

（六）全体员工都有遵守本制度及有关安全规范的义务。凡违章造成事故的，应追究责任，情节严重构成犯罪的，移交司法部门追究刑事责任和经济赔偿；

1、全体员工必须自觉遵纪守法，共同维护公司范围内的安全工作，发现财物被盗现象要注意保护现场，并立即报告人事行政部，视情部轻重是否通知公安部门；

2、各部门最后下班人员，要认真仔细关好门窗、查看部门电脑及电器设备是否均关闭，最后关空调、关灯、关饮水机、锁门；

3、不得将大量现金存放在办公室抽屉内或保险箱内过夜，做到现金存银行，随用随取，特殊情况的必须获得董事会授权；

4、严格遵守安全消防规定，不准在楼内焚烧文件、纸张等，不准在计算机房、配电室等禁烟区内吸烟，不准在办公室内留宿。

第二十一章 奖励与处罚

一、奖励

（一）为鼓励有益的行为、激励员工的工作积极性、凝聚团队力量和提高工作效率，公司将在员工符合条件的情况下，进行表彰；

（二）公司会对优秀员工、对公司做出卓越贡献员工、优秀事迹进行表彰奖励；

（三）公司不定期举行项目活动，活动奖励以奖金或奖品的形式发放；

二、处罚

（一）累计 3 次警告处分，记严重违纪 1 次；

（二）累计 2 次严重违纪，公司根据情况进行开除或辞退处理；

（三）累计旷工 3 天以上（含 3 天）视作严重违反公司规定，直接予以开除；

（四）收受与公司有业务往来人员所赠送现金或物品，并未向人事行政部门报备的，根据情节严重，处以警告至开除处分，涉及违法的，公司有权追究相关法律责任；

（五）泄露公司机密，包括但不限于图片，资料，薪资，构架等，根据情节严重，处以警告至开除处分，如造成公司重大损失，公司有权追究相关法律责任；

（六）对同事辱骂、殴打者，根据情节严重，处以警告至开除处分，触及法律的，追究刑事责任；（七）隐瞒怀孕、重病等情况，视为员工不诚信，根据情节严重，处以警告至开除处分；

（八）公司范围内散布谣言及不实信息，并对公司或他人造成不良影响的，根据情节严重，处以警告至开除处分，如造成公司重大损失，公司有权追究相关法律责任；

（九）一切违反国家法律法规行为；

根据《劳动法》规定，劳动者严重违反劳动纪律或者用人单位规章制度的，用人单位可以与劳动者解除劳动合同。

第二十二章 车辆管理制度

一、车辆管理部门岗位职责

为了加强对公司的车辆管理，控制管理费用支出，保障公司车辆的合理、高效使用，制订本制度。人事行政部门是本制度的责任部门，主要职责是负责制定车辆管理的相关制度，做好公司自有车辆的管理和调度工作，以满足公司领导及各部门正常的用车需求。其具体岗位职责如下：

1.制定车辆管理制度，并监督实施；

2.根据公司的年度预算及车辆使用状况编制车辆年度、月度维修保养计划；

3.组织并实施车辆维修保养计划；

4.控制车辆使用成本，审核、登记车辆的各项费用，并在月底对其进行综合分析；

5.受理各部门及相关领导的用车申请，合理调度车辆；

6.负责司机出车的各类台账登记、汇总及考核工作；

7.制定车辆证照的年检计划、缴纳车辆相关费用，督促并检查各类证照的存档及借阅管理；

8.每周对车辆进行抽查，每月对车辆进行一次大检查，负责安排车辆的大修事宜；

9.负责车辆交通安全事故的调查及处理工作，及时向部门经理及相关管理层汇报；

10.面负责司机的招聘、培训、考勤管理和等日常工作安排；

11.按时完成部门管理层及领导交办的其他工作。

二、司机岗位职责

司机必须严格执行国家道路交通相关法律法规，具有驾照，严禁驾驶与驾照不符的车辆。司机的主要职责是服从车辆管理部门的各项工作安排，对所驾驶的车辆进行维护保养，安全行车，出色地完成驾驶任务，为其他部门提供良好的后勤服务。其具体职责如下：

1.按照派车任务按时完成出车工作；

2.安全行车并做好行车记录；

3.保持车辆内外的卫生整洁，经常进行车辆保养，保持车辆运行状况良好；

4.按规定到指定的地点维修车辆，并提供详尽的维修费用明细；

5.协助车辆车辆管理部门办理车辆的停放证、牌照、年检、保险理赔等相关事项；

6.负责公司指派车辆的管理与存放；

7.按时完成车辆管理部门及乘车高层管理人员交办的其他工作；

8.严禁酒后驾车。

三、车辆使用管理办法

（一）车辆使用管理办法

1、为统一管理公司所有机动车辆，有效使用车辆，节省车辆费用，特制定本办法。

2、本办法适用于对公司所有机动车辆的管理事项。

3、公司中所有车辆的管理归口部门为人事行政部，将负责公务用车派遣，并对各部门用车进行审批、协调、安排，保证公务用车的有效使用。

4、运营团队车辆，由对应车辆管理人员负责车辆调度及使用管理。

（二）公务用车管理

1、公务用车原则上由公司指定人员使用，因公使用公车人员需第一时间书面（QQ、钉钉、微信等）告知到人事行政部，内容包含但不限于：用车原因、接送往返时间、地点、接送人员职位或姓名、接送人员数量等，避免因接送不及时造成不良影响。

2、公务车辆使用安排

（1）人事行政部对审批通过或书面申请的用车申请，填制相关表格进行登记后，通知驾驶人员，并将每次外出及返回的时间、地点、公里数进行登记。最后由申请外出人员签字认可。

（2）公务车辆驾驶人员接到人事行政部通知后，应提前检查车辆状况及油量情况，按照行政部通知时间及地点按时出车，并记录好相关数据（如：公里数、接送人数等）。

（3）公务车辆申请人员在办理公司事宜时，应严格按照申请规定的时间返回公司，如果在规定的时间内无法及时返回公司（如航班、车辆延时或遇交通阻塞或意外情况不能按时返回公司的），应提前向人事行政部说明原因，获得批准后方可延时返回公司。

（4）公务车辆驾驶人员返回公司后，应及时将记录好的相关数据填上交人事行政部审核，审核无误后存档。公司公务用车驾驶人员不得擅自将车开回家。办完公事必须将车辆停放在规定的地点。不得因私使用车辆。

3、车辆使用安排

（1）公司管理层配车，由使用人使用和保管；商务用车由公司统一安排使用和保管。

（2）对应车辆管理人员，应根据公司总体的规章制度要求，对车辆的出车及保养进行合理安排。

（三）证照管理

1、公司车辆驾驶人员，需持有驾驶证件（行驶证、驾驶证），并且熟知交通相关法规。

2、公司车辆不得对外出租和出借，特殊情况需经总经理或更高层管理人员批准同意后方可执行。

3、公司所有车辆钥匙，均由人事行政部统一保存（专人配置车辆发放一把给到本人，另一把存档）与管理，公务用车使用完后第一时间交回至人事行政部。

4、公司车辆的使用范围，包括以下方面：

（1）公司员工因工作需要在本地或短途进行开会、出差或联系业务等工作。

（2）接送公司的宾客及来公司办事的人员。

（3）公司领导用车。

（4）送货或取货地用车。

（5）其他紧急和特殊情况的用车。

（四）车辆使用程序

1、公司内需用车人员，必须填写《车辆使用申请单》（出差用车需人事行政部审批后，由人事行政部门进行安排）。

2、人事行政部门人员，接到审批后的《车辆使用申请单》后，根据申请单中的内容，安排车辆、行车目的和行车路线，并及时通知车辆使用人员按时出车。

3、用车后，车辆使用人员需要根据用车的实际情况，填写用车的记录表单。

（五）车辆使用一般规定

1、行政部门人员在派车时，对近似方向、近似时间的用车申请应尽量安排合用车辆，减少派车的次数和成本。

2、车辆使用人员在接到出车任务后，必须对车辆进行基本的安全检查。若发现车辆有问题，司机需及时上报人事行政部门，申请更换车辆。

3、根据现实情况的需要，公司在临时调整司机与所用车辆时，各车辆使用人员与司机应服从大局，听从公司的调遣。

4、车辆使用人员，在执行派车任务中，必须按照规定的路线和目的地驾驶车辆，严禁私自偏离，否则按公司的相关规定进行处理。

5、在每次用车完毕后，司机均需如实填写相关记录表单，准确的记录行车路线、公里数与发生的相关费用，并附上相关的凭证交车辆管理部门人员。

（1）车辆管理部门人员，应认真审核司机上交的出车记录，并进行保管，定期到财务部报销。

（2）车辆管理部门人员，应在每月 3 号前核对商务用车的实际行驶路程，将误差控制在5%以内，否则需查找原因，制定纠正措施。

6、油费

在公司所在地区及周边地区使用车辆时，必须到公司指定的加油站进行加油，并索取正规发票，油费经用车人员证明且经人事行政部审核后，由人事行政部统一进行月结，否则不予报销。

8、车辆的保养、维修费用参照《车辆维修管理规定》中的相关内容处理。

9、车辆的年检费、保险费、营运费等费用由车辆管理部门人员，在每年的 1 月 1 日之前编制年度预算，经批准后严格按照批准的预算统一安排缴纳。

四、车辆事故的处理

（一）司机所驾驶的车辆发生事故后，司机与用车人员应立即通知人事行政部，并协助保护好现场。

（二）人事行政部人员在接到事故报告后，应立即派出人员赶赴事故现场（据实际情况而定），并要求现场人员做好伤员救助、事故现场保护等工作。

（三）对于发生事故的车辆车辆管理部门，应及时通知参保的保险单位，办理车辆的理赔事宜。

（四）人事行政部应将车辆事故的发生、处理状况及司机人员的惩处状况编制成《车辆事故报告》报人事行政部负责人及总经理进行审批，审批同意后按相关规定执行。

五、车辆维修管理规定

（一）总则

1、为加强对公司车辆维修的管理，减少车辆的维修费用，有效的延长车辆的使用寿命，特制定本规定。

2、本规定适用于对公司所有车辆维修管理的相关事宜。

3、公司车辆的维修分为日常维修与送修理厂维修两种。

（二）车辆维修规定

1、公司车辆实行定人、定车制，即：每辆车的用车人员必须固定，相关人员负责车辆的日常修理。

2、商务用车司机在用车后，需对车辆进行检查、发动，收车后需要填写车辆的使用说明，发现问题后应立即上报行政部人员，并进行自修。

3、若车辆使用人员无法自行修复车辆存在的问题，需及时填写《车辆维修说明单》，详细说明请修的项目和损坏原因及费用预算，经行政部门负责人签字后进行审批。

4、车辆使用人员必须将车辆送到公司指定的修理厂进行修理，否则不予报销费用。

5、如因特殊情况，车辆送修至非公司指定修理厂，但司机所洽谈的修理厂必须正规且收费适中，并必须得到车辆管理部门经理的审批同意，否则费用不予报销。

6、在车辆的修理过程中车辆使用人员需要加强监督，发现修理项目与送修项目不同时，应及时上报车辆管理部门并与修理厂进行协商。

7、根据车辆的行驶里程或使用时间，公司车辆的大修、中修事宜由人事行政部门统一安排。确因实际情况需要进行大修、中修时，车辆使用人员必须填写《车辆维修说明单》报审，经审批同意后方可送修理厂修理。

8、车辆维修完成后，车辆使用人员或人事行政部人员需要对车辆的维修结果进行验收。

9、车辆使用人员与行政部人员，应向修理厂索要车辆修理的详细项目及费用明细，人事行政部人员应将其与维修说明表、车辆管理表等相关内容存在一起，以备不时之需。

10、人事行政部应建立完善的车辆维修档案并妥善保管。

（三）车辆修理费用及报销

1、车辆送修理厂修理及车辆的大修、中修费用由人事行政部门人员会同财务人员到指定修理厂进行结算，其中指定修理厂的选择、修理费的商谈由人事行政部门经理及财务部经理共同确定。

2、车辆修理的费用不得超过审批的金额，修车完毕后司机应将《修理费用明细表》、审批报告及废旧零部件的收据交行政部门审核。

3、车辆在中途发生故障急需维修时，经用车人签字证明后司机方可安排维修。而维修费用超过____元以上时，车辆使用人员应通过电话向人事行政部门请示，经人事行政部门管理层同意后方可进行维修。

4、修车时，车辆使用人员所提交的修车申请应详细说明：修车类别、项目、部位及费用预算，在核定的修车费用额度以下时，由人事行政部门负责人审批；在核定的修车费用额度以

上时，经人事行政部门负责人审批后报总经理审批。车辆的大修、中修必须经过总经理的审批。

六、车辆使用人员日常行为规范

（一）总则

1、为加强对车辆使用人员的管理，防止交通事故的出现，延长车辆的使用寿命，方便公司的用车，特制定本规范。

2、本规范适用于对公司所有使用车辆人员的管理。

3、公司的车辆使用人员，必须遵守《中华人民共和国道路交通管理条例》及有关的交通安全管理的规章制度，并遵守公司相关的的规章制度。

（二）日常职责

1、车辆使用人员要爱护车辆，在日常驾驶过程中需要注意对车辆进行保养，经常检查车辆的主要机件，每月至少花一天对自己所负责的车辆进行保养、维护，确保车辆的正常行驶。

2、车辆使用人员，应坚持每天清洁车辆，清洁项目包括车内、车外与引擎等部位。

3、在每次出车前，车辆使用人员需要例行检查水、电、油及车辆的其他性能是否正常。发现不正常时，司机要立即进行调整，必要时进行修理，确保车辆处于正常状态，不允许“带病”出车。

4、在每次出车回来后，车辆使用人员需要检查存油量，发现存油不满一格时，应立即进行加油，保证油位。不得在出车前临时加油，影响车辆使用。

5、车辆使用人员，发现所驾驶的车辆有故障时要立即检修，如需送修理厂时，应立即报告车辆管理部门，并填写《车辆维修说明单》，经审批后送修理厂进行修理，未经批准司机不得私自将车辆送修理厂维修。

6、车辆使用人员需要对所驾驶车辆的各种证件和有效性进行经常检查，出车时必须保证证件的齐全。

（三）礼仪要求

1、驾驶员要注意自身的着装，驾驶员要求着装，白色衬衣，系深色领带， 着黑色西裤，黑色皮鞋；

2、接待过程中，要面带微笑，搬运行李；

3、接待过程中，公司领导及客人上车前在车外等候，主动为其开关车门； 如遇雨天主动为公司领导及客人撑伞；

4、人事行政部在安排驾驶员接待任务时应交代客人姓名及职位，贵宾需要告诉尊称，接待客人时见面应首先问好，标准语言为“姓氏+职位名称，您好！ 我是驾驶员某某，负责您的车辆接待”；终点站停车时，应提醒客人到目的地了， 标准语言为“姓氏+职位名称，您好！现已到某某处”，应下车为客人打开车门并搬运行李；

5、驾驶员禁止在车里抽烟，不得向公司领导及客人敬烟；

6、接待中与客人聊天时要注意选择话题，可以就天气、当地的风俗、特产、名胜以及沿途的景观作些介绍，禁止谈论婚嫁、年龄（特别针对女性的时候）、工资，包括来这儿干什么等等话题，涉及到个人隐私的内容，都不应该问起。严禁传播小道消息、八卦新闻等。

七、驾车安全纪律

（一）公司的车辆使用人员，必须遵守交通规则，文明开车，不准危险驾车，如高速、紧跟、争道、赛车等。

（二）车辆使用人员出车时应养足精神，不准开疲劳车，不准酒后驾车。

（三）车辆使用人员在车内不准吸烟，本公司员工在车内吸烟时，司机应有礼貌的制止，公司外的客人在车内吸烟时，可婉转告之本公司的陪同人员，但不得强行制止。

（四）车辆使用人员对乘车人要热情、礼貌，说话文明。车内客人谈话时，除非客人主动搭话，否则不得随便插嘴。

（五）车辆使用人员需慎言慎行，保管公司机密，对于看到的或听到的公司私密，不得泄露。

（六）负责接送管理层上下班，应准时出车，不得误点。

（七)车辆使用人员对人事行政部门的工作安排应无条件服从,不得借故拖延或拒不出车，对工作安排有意见时，可在出车后向行政部门经理提出申诉。

（八）出车后因特殊情况不能按时返回时，应及时通知人事行政部门人员说明原因，否则按违反工作纪律论处。

（九）公司车辆使用人员的手机应保持 24 小时开机，并应保证手机的电量与信号，防止公司需要用车时无法与司机取得联系。

（十）用车完成后，车辆使用人员应将车辆停放在指定的地点，未经批准不得私自用车。

（十一）所有用车人员，不得将自己保管的车辆随便交给他人驾驶或练习驾驶，严禁将车辆交给无证人员驾驶，否则造成的后果由司机承担。

八、车辆肇事处理办法

（一）总则

为规范公司对车辆肇事的管理行为，提高公司对车辆肇事的处理效率，减小车辆损失，特制定本办法。

（二）肇事范围与处理

1、公司车辆有下列情形之一者，均视为肇事：

（1）轿车或货车相撞或与其他种类车辆相撞，造成双方或一方有损失或伤亡。

（2）轿车或货车撞击人畜、路旁建筑物或其他物品，导致损失伤亡。

（3）轿车或货车行驶时不慎倾倒或因他人故意设置障碍物与路中，撞击或倾翻，导致人员或车辆有伤亡。

（4）轿车或货车遭意外的事变，如公路、桥梁、涵洞、隧道突然崩塌，导致车辆或人员有伤亡。

2、车辆肇事后，车辆使用人员应做好以下三个方面的工作：

（1）轻微事故时或出现人员伤亡时，车辆使用人员需立即通知车辆管理部门相关人员。

（2）在肇事后，车辆使用人员应及时（最迟不得迟于肇事后的　　个工作日）提交肇事报告，并以书面形式请求理赔。

（3）若车辆使用人员因肇事出现伤亡时，随车人员应立即通知车辆管理部门。

3、行政部门接到车辆肇事通知，应做好以下工作：

（1）相关人员应立即向人事行政部经理汇总，并迅速赶往肇事地点查勘处理（据实际情况而定）。

（2）车辆管理部门相关人员到现场后应先急救受伤人员，然后查勘现场（据实际情况而定）。

（3）车辆管理部门相关人员，应尽量寻觅目睹肇事的第三者作证，并记好姓名、地址（据实际情况而定）。

4、车辆使用人员或车辆管理部门相关人员所编制的车辆肇事报告，包括以下方面的内容：

（1）车辆肇事的时间、地点、天气状况。

（2）肇事原因分析。

（3）肇事的车牌号，包括对方车的车牌号。

（4）驾驶人员的姓名及住址。

（5）车辆肇事后的损害情况，包括本公司车辆人员及对方车辆人员的损失。

（6）事故中伤亡人员姓名、住址及伤亡原因与情形和救护的方法。

（7）绘制肇事现场图或拍摄事故现场的照片。

（三）肇事过失处分

1、行车肇事责任判明后，如当事双方愿成立和解，需当场查明损害赔偿，依下列规定分别处理：

（1）责任属于对方车辆或行人的过失，保险公司概不负赔偿之责。

（2）肇事责任属于公司驾驶人员的过失，其赔偿款项由保险公司负担，但是，若肇事赔偿金额超过保险金额时，其超过金额由驾驶人员负担。

（3）肇事责任属于公司驾驶人员与对方驾驶人员或第三者共同过失的，按各方应负责任之比率分担，但若肇事赔偿金额超过保险金额时，其超过金额由驾驶人员负担。

（3）因私用车（配置车辆）出现理赔费用，保险公司理赔后，剩余费用由个人全额承担，如未报备公司将视情况给予一定惩罚。

（4）肇事后对方车辆逃逸能制止而未制止，或对方车号能注意而未注意，致使肇事责任无从判明或追究者，所造成的损害赔偿，赔偿款项由保险公司负担，但是，若肇事赔偿金额超过保险金额时，其超过金额由驾驶人员负担。

2、每年允许出险两次，超出出险次数，第二年保费增加部分费用视具体情况，由车辆使用人承担不低于___%的保费。

第二十三章 员工职级晋升管理制度

一、总则

第一条　为加强和规范公司员工职级晋升管理，引导员工职业生涯发展的途径和方向，确立员工职业生涯与公司发展相统一的晋升体系，特制定本办法。

第二条　岗位职级管理是公司人力资源管理的基础，为人员招聘、薪酬管理、人才培养、绩效管理、员工发展等提供重要依据，公司建立以绩效考核为主，岗位职级与薪酬相结合的岗位薪酬体系。

第三条　公司实行浮动的职级制度，每个岗位都有一个浮动的职级级别范围，职务与职级相对挂钩，不绝对挂钩。即不同单位同等职务的岗位，职级可不一样，同一单位同个岗位不同担任者的职级也可不一样。

第四条　员工的职级是薪资福利、职权划分的重要或直接依据，跟所在岗位的工作难度、工作要求，以及个人的学历、工作熟练程度、工作能力、在公司的服务年限相关。

第五条　本制度为员工职级晋升制定标准和依据，确保员工职级晋升的公平、公正和公开，进而鼓励员工辛勤劳动、努力学习知识技能，不断提高自身素质和能力。

第六条　本制度适用于公司董事长以下所有员工。

第七条　办公室和人力资源部负责制定员工职业发展和晋升管理制度；相关部门负责人（部门经理、店长、主任）、副总经理负责对员工晋升的审核；人力资源部负责员工晋升的考核和培训；总经理负责根据总经理办公会议的决议对员工晋升进行审批。

二、岗位职级和职业发展管理

第一节　　岗位职级设路

第八条　根据公司实际，将公司所有岗位分成管理序列、营销序列和通用序列，共设路三大序列十五级（对照关系见附表一）；并实行三大序列并行、可相互转换的员工职级序列管理体系。

管理序列指承担经营、管理职责的各级岗位，主要是区域经理、部门副经理（副主任）、部门经理（主任）、副总监、总监、副总经理、总经理等岗位，也包括门店中承担管理职责的店长助理、副店长、店长。管理序列岗位设见习期，见习期长短根据拟任职人员具体情况和工作绩效确定，一般不低于三个月，见习期内，给予适当岗位补贴，工资暂不予调整。

门店营销序列指在门店从事管理、营销、技能岗（如：分割师、面包师、卤菜师等）、商品销售工作的店长助理、副店长、店长、资深店长、营业员等岗位。

通用序列指财务、办公室、营运、质管、品管、配送中心、企划、人力资源、网络信息等部门的专员、文员岗位，具体可分为三类：财务类包括财务、审计；行政人事类包括人力资源部、办公室；业务支持类包括品管、质管、运营、信息、销售、配送中心、企划等部门。

第九条　各序列岗位分别设置不同级别等级，员工可以通过工作绩效和工作表现在本岗位进行级别升降。

第十条　各序列不同岗位都有一个级别浮动范围，该岗位任何级别的浮动都必须在该范围内，其中，管理岗位副职的级别必须低于该岗位的最高级，原则上应至少低 1-2 个级。

第二节　　职业发展管理

第十一条 员工职业发展路径包括纵向的职级晋升和横向的跨序列拓展。通过纵、横向的发展，丰富员工职业发展通道，使员工获得更多的发展机会。

（一）、纵向发展主要指传统的职位晋升道路，即行政管理职务级别晋升的公司内部职级晋升路径。在管理类岗位出现职位空缺的前提下，工作勤奋、表现出色、能力出众的员工将获得优先晋升和发展机会，公司执行竞争上岗、择优录用的制度。

公司鼓励员工努力工作，并提升自己的能力水平，在上级职位出现空缺或员工个人能力获得较大提升时，公司考虑员工的发展意愿，结合员工本人能力特点和公司对人才的需求状况，帮助员工规划个人职业发展方向。管理人员沿管理序列的提升，意味着员工享有更多的参与制定决策的权力，同时也需承担更多的责任；营销和通用序列的提升，意味着员工具有更强的独立性，更高的能力，同时拥有更多从事专业活动的资源。

营销序列岗位员工纵向发展通道为：试用期员工—营业员—店长助理—店长—资深店长、区域经理、运营经理—部门副经理—部门经理—副总监—总监—副总经理—总经理；

通用序列岗位员工纵向发展通道为：试用期员工—专员—部门副经理—部门经理—副总监—总监—副总经理—总经理。

（二）、横向发展指员工除了在本岗位序列内按照岗位层级的要求晋升外，考虑到员工的不同发展意愿，公司也提供不同序列之间跨序列拓展的平台和机会，主要以内部调配和招聘方式体现。绩效符合公司要求，并积极要求上进的员工，给予岗位调整。

第十二条　人力资源部(人事行政部）负责建立员工职业发展档案，并负责保管与及时更新；职业发展档案包括员工职业发展规划表、员工培训需求、每次的考核、培训记录等，作为

对员工职业生涯规划调整的依据。各部门经理为本部门员工职业发展辅导人，如果员工转换部门或工作岗位，则新部门经理为辅导人。

第十三条　实行新员工与部门经理谈话制度。新员工入公司后三个月内，由所在部门（门店）负责人与新员工谈话，主题是帮助新员工根据自己的情况，如职业兴趣、资质、技能、个人背景分析考虑个人发展方向，大致明确职业发展意向。由人力资源部跟踪督促新员工谈话制度执行情况。

第十四条　员工根据个人发展的不同阶段及岗位变更情况选定不同的发展策略，调整能力需求，以适应岗位工作及未来发展的需要。

三、职级晋升管理

第一节　　晋升管理

第十五条　员工职级晋升是指公司内部职务的任免、升迁（降级）和岗位级别的升高、降低。

第十六条　职级晋升原则：

(1) 符合公司发展战略和人力资源发展规划；

(2) 德能和业绩并重的原则。晋升需全面考虑员工在工作中取得的成绩、个人素质、能力以及对公司的忠诚度；

(3) 逐级晋升与越级晋升相结合的原则。员工一般逐级晋升，为公司做出突出贡献或有特殊才干者，可以越级晋升；

(4) 纵向晋升与横向晋升相结合的原则。员工可以沿一条通道晋升，也可以随着发展方向的变化而调整晋升通道；

(5) 能升能降的原则。根据绩效考核结果，员工职务和级别可升可降；

(6) 内部优先原则。职位空缺时，首先考虑内部人员，在没有合适人选时，考虑外部招聘。

(7) 考试考核原则。员工的晋升需要通过必要的考试，并必须经考核合格，考核不合格的，不予晋升。

第十七条　员工职级晋升分为晋职、晋级、降职、降级。

晋职和降职指传统的职务晋升和降低，即行政管理职务的晋升和降低。

晋级和降级指在同一工作岗位内级别的升高和降低。

员工晋职由公司根据职位空缺情况决定，无职位空缺，不得予以晋职；员工晋级根据年度

考核结果，每两年评定一次，有特殊贡献、表现特别优异的，根据具体情况由公司领导决定。

第十八条　员工职级晋升的形式分为定期或不定期。

定期指公司根据经营情况，结合员工考核结果，每二年对符合晋级条件的员工按制度在本岗位晋升级别。

不定期指在年度工作中，对公司有特殊贡献，表现优异的员工，根据具体情况予以晋职、晋级。试用期员工，在试用期间，工作表现优秀者，由试用部门推荐，可以提前进行晋升。

第十九条　职级晋升实行能上能下，能进能出的动态管理，员工岗位等级的晋升和降级主要根据员工年度绩效考评结果确定，能力和工作业绩突出的员工将优先获得晋职晋级的机会；不称职或出现重大责任事故、有违纪违规行为的员工将被降职使用或降低级别。

员工在本序列本岗位上晋升或降低级别，对应的薪酬也会做出调整，同岗位职级的调整主要取决于员工的绩效水平以及个人能力的提高。

第二十条　年度绩效考核连续两年达到称职以上的员工、可在本人所在职业发展序列中晋升一级；年度绩效考核连续三年达到优秀的员工，可在本人所在职业发展序列中晋升两级；年度绩效考核连续两年为基本称职或其中一年为优秀，另一年为基本称职的员工，不予晋级；对于年度绩效考核为不称职的员工，在本人所在职业发展序列中降一个等级。

第二十一条　年度绩效考核连续三年为基本称职或连续两年为不称职的员工，建议培训和转岗，或者在原岗位留用，但职级等级降低二级，并相应调整工资等级；经培训仍不符合上岗条件的，待岗学习，待岗学习期间不予发工资。

第二十二条　员工通过国家相应的资格或评级考试获取证书后，可以酌情予以晋级的鼓励。

第二十三条　员工岗位级别晋升到该岗位最高级别时，宜通过转岗到更高职务岗位，不能转岗到更高职务岗位的，按其所在岗位中的最大级差工资给予一级浮动岗位工资激励（期限 2 年），期满后，根据连续两个考核年度的考核结果，参照本规定执行；员工岗位级别降低到该岗位最低级别时，宜通过转岗到下级职务岗位试用，试用期满，根据所在岗位确定级别，不能转岗到更低职务岗位的，按其所在岗位中的最低级别对应的最低工资标准，再按该岗位最大工资级差予以降低一级工资标准，或待岗学习后，参照新进人员试用，试用期满，根据岗位和表现重新确定级别。

第二十四条　根据工作需要，通过考察、考核和公司领导研究，晋升职务的员工，按规定予以职级晋升；连续三年年度绩效考评结果为优秀等级，且业绩特别突出、群众公认的员工，及对公司有重大贡献的员工，经所在单位领导班子集体研究，并报公司领导审批，可提前晋级。

对拟提前晋级员工的资格认定，由人力资源部提请公司总经理办公会议定。

第二十五条　原则上员工的晋职晋级最多一年一次，因职务晋升或提前晋级等原因已获得岗位等级晋升的，自晋升之日起，重新计算考核年限。

降级降职员工自批准之日起，重新计算考核年限，须在本岗位连续工作满十二个月以上，方能提出晋升申请。

第二十六条　员工因违纪或工作失误给公司造成经济损失或不良社会影响的，应予降职降级处理。对情节严重的，按免职或辞退处理，构成违法的，提请有关机关依法处理。

经济损失和不良社会影响程度的认定由公司总经理办公会议定，降职降级处理由公司总经理办公会决定。

第二十七条　员工岗位等级的晋升工作由人力资源部组织实施，每年一次，在员工年度绩效考评工作结束后一个月内组织实施到位；员工的晋职晋级由人力资源部按相关制度办理。

第二十八条　员工职级晋升执行时间以最终批准时间为准。

第二节　　晋升条件

第二十九条　员工职级晋升主要考虑员工的工作绩效、能力，并综合考虑员工学历、职称以及工作经验。

(1) 员工职级晋升的基本条件：

(2) 具备良好的职业道德、积极主动的工作态度和较高职位的技能；

(3) 相关工作经验和资历达到拟晋升职务所规定的工作阅历要求，个人工作能力优秀；

(4) 入职满 12 个月以上，表现及操行良好，工作绩效显著，连续两年考核为称职以上；

(5) 完成职位所需的有关训练课程，取得相关资格证和学历，对有关职务工作内容充分了解，具备与职务要求相关的综合能力；

(6) 具有较好的适应性和潜力。

第三十条　员工晋升需满足以下条件：

(1) 考评期当年度连续请假（含各种类型、下同）不超过 10 天，当年累计请假不超过 20 天；

(2) 考评期内无违规和较严重的失误行为（以公司的各种通报为准）；

(3) 考评期内必须有 8 个月（含）以上完成销售或经营管理指标。

第三十一条　员工晋升时，同时满足以下条件的具备职务晋升资格：

(1) 在部门内担任低一级职务满一年，或在公司内不同部门担任低一级职务满两年；

(2) 近三年内的年度考核均为称职以上，且没受过处分；

(3) 具备拟任岗位任职条件：自身基本条件符合岗位说明书列明的任职资格条件；

(4) 具备拟任岗位所需能力：经考核，符合拟任岗位所需要的综合素质与能力要求。

第三十二条　员工晋升考察，还应综合考虑员工的道德素质，适应性以及培养潜力。

第三十三条　管理序列员工晋升标准

拟晋升的管理序列员工，必须具有团队精神和服从意识，工作责任心强，有积极的工作态度，有亲和力和较强的管理、沟通、协调能力，敢于承担责任，能承受较大工作压力，为公司做出杰出贡献，业绩完成卓越。

管理序列员工具体晋升标准（附表二）。

第三十四条　门店营销序列员工晋升标准（附表三）。

第三十五条　通用序列员工晋升标准（附表四：通用序列财务部员工晋升标准，附表五：通用序列营运部员工晋升标准，附表六：通用序列质管部员工晋升标准，附表七：通用序列品管部员工晋升标准，附表八：通用序列销售部员工晋升标准，附表九：通用序列配送中心员工晋升标准，附表十：通用序列办公室员工晋升标准，附表十一：通用序列人力资源部员工晋升标准，附表十二：通用序列信息部员工晋升标准，附表十三：通用序列企划部员工晋升标准）。

第三节　　特别规定

第三十六条　公司建立荣誉奖励体系，突出“用人，激励”机制，完善员工非职务晋升的职业生涯发展。

(1) 长期服务奖，对司龄七年以上且年度考核称职以上的员工，司龄每增加一年，公司给予奖牌、奖品和奖金等奖励，以鼓励员工长期为公司服务。

(2) 年度卓越奖，对年度考核等级为优秀的单位和优秀员工给予奖牌、奖品和奖金等奖励。

(3) 年度功勋奖，对本年度为公司做出特、重大贡献的员工个人给予奖励表彰。

(4) 公司于每个年度末举办荣誉表彰会，对获奖员工和单位给予奖励和表彰。

第三十七条　有下列情形的，可晋升一个级别：

(1) 全年五次及以上被评为优秀员工或受公司奖励；

(2) 经常及时举报或制止危害公司的事件，避免较大损失；

(3) 带头节约公司各项资源，并卓有成效；

(4) 善于及时发现隐患，并予以妥善处理，避免公司遭受损；

(5) 能够认真自觉执行制度和操作规范，经常对经营、管理工作提出改进建议，有显著贡献；

第三十八条　有下列情形的，不予晋升：

(1) 一年内，违反公司制度 3 次以上或有 3 个月未按期完成工作任务；

(2) 工作消极、失职、散布消极言论或负面信息，能积极改正，未造成损失；

(3) 不积极参加并完成公司安排的临时活动和交办工作；

(4) 一年内，迟到、早退次数超过总次数 5%或以上；

(5) 近六个月内有旷工行为；

(6) 一年内，病、事假天数累计超过 30 天（含）以上者，工伤除外；

(7) 违反《员工手册及公司管理制度》及其它规章制度，被处以书面警告及以上处罚在案；

(8) 有其他应不予晋升的情形。

第三十九条　有下列情形的，予以降低一个级别：

(1) 被顾客直接有效投诉；

(2) 严重违反工作纪律，单次不够直接降级，一年内被通报二次及以上；

(3) 未严格执行相关制度和操作规范，造成事故，尚未造成损失；

(4) 违反公司规章制度，一年内累计满 5 次及以上；

(5) 连续 3 个月未完成工作目标任务或业绩持续下降；

(6) 工作消极不力或失职，被有关部门通报，给公司造成损失或声誉损害；

(7) 有其他应予以降级的情形。

第四十条　有下列情形的，降低 2 个级别：

(1) 违反法律法规或规章制度，给公司造成重大损失或声誉损害；

(2) 打架斗殴、参与赌博或有其他违法行为，被有关国家机关处理；

(3) 连续旷工 3 日或累计旷工 5 日及以上；

(4) 工作不力或失职，被有关部门处罚或通报，给公司造成重大损失；

(5) 在公司或门店、分拣车间、库房内酗酒滋事，妨害秩序；

(6) 向外泄漏公司业务机密者；

(7) 对上级不满，不通过正当渠道陈述事实、说明真相、提出建议，而任意谩骂；

(8) 有其他应予以降级的情形。

第四十一条　有下列情形，予以降职、免职或开除：

(1) 未经许可，擅自在外兼职或参与同公司业务有关的经营活动；

(2) 胁迫上级或同事，蓄意违抗合理调度，或打骂侮辱上级或同事；

(3) 利用公司名义，在外招谣撞骗者；

(4) 利用职权循私舞弊者；

(5) 未严格执行相关制度和操作规范，造成事故，使公司蒙受损失者；

(6) 偷窃或故意损坏公司财物者；

(7) 上班时间赌博或在公司内赌博，有损公司声誉者；

(8) 在公司内打人或互相打骂者；

(9) 散播有损公司名誉的谣言，而妨害工作秩序；

(10) 因故意或过失的行为而引起灾害或造成损失；

(11) 有煽动怠工或罢工具体事实者；

(12) 触犯刑律，经判有期徒刑确定者；

(13) 有其他应予以降职、免职或开除的情形。

第四节　　晋升程序

第四十二条　员工的定期晋级由本人提出申请，部门负责人审核，有关部门调查评审（上级、同级和下级三级评审），最后报总经理办公会审批。

第四十三条　员工的晋职和不定期晋级一律由部门管理层提出申请，并附有详实的突出事迹材料（证明所满足的晋级条件），不接受员工个人申请。

第四十四条　符合晋升条件的各职类序列员工按以下程序进行晋升：

(1) 员工本人在规定的时间内向人力资源部和本单位负责人提出晋升申请；

(2) 员工所在部门（门店、项目点、事业部）复核后，根据员工的实际情况向人力资源部推荐；

(3) 人力资源部在每年绩效考核后对本年内提出申请的员工进行复查，确认其是否符合晋升条件；

(4) 人力资源部根据年度人力资源规划，对提出申请以及未提出申请的符合晋升条件的员工进行综合评价、排序，确定本年度拟进行晋升的人员名单；

(5) 人力资源部将拟晋升人员名单提交相关单位负责人、相应范围内公示，征集各方面意见，并对名单进行调整和修订；

(6) 人力资源部将调整修订后的人员名单以及处理意见报总经理办公会审议；

(7) 总经理办公会审议通过后，由人力资源部制定并下发文件公布最终结果，同时调整相关员工的岗位级别和薪酬。

第四章　　定级

第四十五条　所有员工被公司录用后，均将根据工作岗位、个人工作经历、技能、学历、

职称、原单位职务与职级、相关岗位和相关行业经验等因素，确定其初始职级。

相关岗位指具有本岗位工作经历，比较熟练地掌握本岗位工作流程、职责、规范与达成任务标准；

相关行业指具有食品、生鲜行业工作经历，熟悉行业经营特点，了解本岗位工作的基本特点、操作流程。

第四十六条　管理序列员工在见习期满后，由公司总经理办公会，提出定级初审意见，报董事长审批；门店营销、通用序列员工试用期满，符合转正条件的，入职为正式员工，原则上满周年后给予定级，但是否给予定级，取决于员工表现。员工转正后，未定级的，为初级员工。对于工作满周年后仍未能定级的员工，由员工所在部门（门店、事业部、项目点）负责人组织员工面谈，并对员工做好解释工作。

第四十七条　新员工定级根据其资历、经验确定其岗位职级：

(1) 应届毕业生：应届本科生根据工作表现和能力初始定级在 1--2 级，应届专科生根据工作表现和能力初始定级为 1 级。有相应工作经验的应届生，根据实际情况可以上浮一级。

(2) 经验型人才：可根据学历、工作经验、技能能力、原单位职级等方面情况确定岗位职级和工资。

(3) 特需人才：特需人才指公司急需或特别优秀的专业技术人员及管理人员。特需人才的定级实行特别审批程序，由用人部门及人力资源部申报公司领导审核，报总经理或董事长批准，特别重要岗位人才的引进需经董事会批准。

第四十八条　本制度发布之日起，已入职的正式员工按现岗位、工作年限、能力、业绩和工作表现参照各序列员工晋升标准定级。

第五章　　人才储备管理

第四十九条 为加强人才储备和培养，公司建立人才储备管理机制，储备人才的培养和管理由人力资源部负责。

储备人才是指具备相应的业务能力、管理能力、工作经验等，有潜力晋升为管理人员或食品安全师、食品安全员、检测检验员、烹饪师、营养师等专业技术人才的员工，按照现有店助（含）以上管理人员数量的 40—50%培养和管理。

第五十条　储备人才的资格条件：

(1) 大学专科（含）以上文化程度，身体健康；

(2) 良好的个人素养和职业操守，为人正直、诚实，作风严谨；

(3) 较强的业务能力和一定的管理能力；

(4) 较强的事业心、责任感和进取心，善于学习，工作积极；

(5) 年龄在 45 岁以下；

(6) 工作业绩突出或年度考核成绩在优秀以上。

第五十一条　储备人才由各部门（门店、项目点、事业部）民主推荐（含负责人推荐），经人力资源部考察，报公司总经理办公会确定。

对储备人才主要从“德、能、勤、绩”等方面进行考察，重点考察阶段工作实绩。

第五十二条 储备人才的培养

(1) 通过外部人才招聘和内部推荐，积累并逐步建立公司人才信息库，为公司人力资源开发提供基础保障。

(2) 公司鼓励员工通过学习、培训及参加国家资格认证考试，扩大储备人才队伍，加强人才培养。

(3) 通过绩效考核工作，发现潜质较好的人才，进行岗位轮换，适当开展在岗锻炼和在岗考察。

(4) 公司对关键岗位和管理职务实行 AB 制（替补制），加强人才梯队建设，保证管理队伍的稳定和健全。

第五十三条 建立储备人才档案，主要包括：后备干部推荐材料、考核材料、培养意向及培训情况、奖惩情况等。

储备人才档案由人力资源部门保管和管理，作为储备人才的员工在公司内工作调动的，档案随同移交。

第六章　　领导者优化

第五十四条　用科学的方法进行分析，发现需要提升的管理者，是帮助管理人员提升素质、能力和水平的必要手段，是对管理队伍进行优化、提高管理水平的必要措施。

第五十五条　收集资料，并进行分析，有下列情形之一的，可以视为需要优化帮助的管理者：

(1) 年度绩效考核成绩为“不可接受”的；

(2) 连续两次季度绩效考核为“不可接受”，同时，年度绩效考核为“需要改进”的；

(3) 连续两年年度绩效考核为“基本达到要求”的。

第五十六条　由人力资源部准备资料，组织对需要优化帮助的管理者进行座谈、讨论与分析，报总经办。

第五十七条　管理者表现不佳的原因有很多，透过事前资料搜集、座谈、分析，以及会议中充分的讨论后，拟定相应的处理方法报董事长批准。

(1) 降级使用：对于能力不够的管理者予以降级；

(2) 轮换：对于能力不适合现职的给予职位轮换；

(3) 留职察看（转入观察期）：由于客观或者主观原因，无法完成公司绩效考核，并且具有潜力的领导者转入观察期，确定在短期内(3-6 个月)必须达到的具体或量化目标，有明显改进的，鼓励并告知他们，无明显改进的，采取适当措施处理；

(4) 解雇：解雇无改进可能的管理者。

第七章　　附则

第五十八条　本制度未尽事项，参照公司有关制度执行，人事晋升、职级晋升等其他制度与本制度不相符的，以本制度为准。

第五十九条　本制度由公司人力资源部和办公室负责解释。

第六十条　本制度自下发之日起执行。

第二十四章 薪酬管理制度

第一章 总 则

第一条 薪酬管理是企业管理的重要内容，建立合理的薪酬管理体系，是企业经营与发展的需要，是应对外部竞争和内部激励的有效手段。为适应现代企业发展的要求，结合公司经营理念和管理模式，遵照国家有关劳动人事管理政策和公司其它有关规章制度，特制定本制度。

第二条 薪酬管理原则

本薪酬管理制度必须贯彻按劳分配、奖勤罚懒、效率优先兼顾公平、公正的基本原则以及根据激励、高效、简单、实用原则，在薪酬分配管理中要综合考虑社会物价水平、公司支付能力以及员工所在岗位在公司的相对价值、员工贡献大小等因素。

第三条 薪酬增长机制

1、薪酬总额增长与人工成本控制

薪酬增长要建立与企业经济效益、劳动生产率与劳动力市场相应的薪酬增长机制。

薪酬总额的确定要与人工成本的控制紧密相联，加强以人工成本利润率、人工成本率和劳动分配率为主要监控指标的投入产出效益分析，建立人工成本约束机制，有效控制人工成本增长，使企业保持较强的竞争力。

2、员工个体增长机制

对员工个人工资增长幅度的确定在根据市场价位和员工个人劳动贡献、个人能力的展现来确定，对企业生产经营与发展急需的高级紧缺人才，市场价位又较高的，增薪幅度要大；对本企业工资水平高于市场价位的简单劳动的岗位，增薪幅度要小，甚至不增薪。对贡献大的员工，增薪幅度要大；对贡献小的员工，不增薪或减薪。

第四条 根据聘任、管理、考评、薪酬分配一体化的原则，直接聘请的员工的薪酬分配统一由企业人力资源部管理，并实行统一的等级工资制度。

第五条 适用范围

适用于本企业正式聘用的员工；

第六条 职能分工

1、薪酬与考核委员会

根据公司的战略发展规划，提出本制度的制订与修正原则，以及本公司收入分配的原则方案和薪酬方案及薪酬调整方案；组织讨论并批准本制度的实施。

薪酬与考核委员会组成：董事长、总经理、财务部经理、人力资源部经理及公司领导批准的其他人员。

2、人力资源部

负责组织本制度的修订和实施过程中的解释，负责本制度的执行和监督；

根据本企业各部门上报的考勤、考核资料，计算工资与奖金；

负责审议各部门提出的员工薪酬调整议案；

第二章　薪酬结构

第一条　薪酬构成、薪酬分类及适用范围

1、薪酬构成

企业薪酬设计按人力资源的不同类别，实行分类管理，着重体现岗位（或职位）价值和个人贡献。鼓励员工长期为企业服务，共同致力于企业的不断成长和可持续性发展，同时共享企业发展所带来的成果。企业薪酬包括：

基础工资：保障劳动者基本生活的部分，是维持劳动者劳动力再生产所必需的。

岗位职级工资：根据岗位职责、工作强度、工作条件等评价要素确定；

绩效工资：职能部门人员根据月度绩效考核成绩进行管理考核发放。业务部门人员根据业绩目标任务书发放。

技能工资：根据不同岗位所拥有的技能能力核定的工资标准，可以是经验、技能证书等来确定；

工龄工资：根据员工为企业服务年限确定；

学历/职称工资：根据员工取得的国家认可的学历证书/职称确定；

提成工资：销售人员销售业务提成；

奖金/分红：根据公司奖金分红方案以及年终/临时激励设定的单项奖金；

津贴/补贴：包括加班津贴、通讯补贴、车辆补贴等；

福利：包括基本养老保险、基本医疗保险、失业保险、工伤保险、职工生育保险等。这部分公司为员工提供的福利也是公司提供给员工的薪酬，不计入员工当月薪酬中，而由公司直接上缴。

第二条　薪酬管理标准

1、基本工资、岗位职级工资

每个岗位都有一个浮动的职等职级范围，职务与职等职级相对挂钩。即不同单位同等职务的岗位职等职级可不一样，同一单位同个岗位不同担任者的职等职级也可不一样。

2、绩效工资

业绩考核工资，以业务考核工资为基数，按利润指标完成率确定。相关数据由搬家/物流/家政等负责部门负责采集、计算，每月六日前以部门经理、运营总监（执行总经理或总经理）签字的书面表格形式报人力资源部薪酬专员。

管理考核工资，按《管理月度绩效考核表》考核，每月六日前以部门经理签字的书面表格形式报人力资源部薪酬专员，再经人资部经理、总经理/董事长批准后发放。

3、工龄工资

3.1 工龄工资是对员工长期为企业服务所给予的一种经济补偿。

3.2 其计算方法为从员工正式进入企业之日起计算，连续工作每满一年，可得工龄工资 10 元——200/月不等；工龄工资实行累进计算，满 10 年后不再增加。每月 5 日（含）之前入职的，当月开始计算工龄，5 日之后入职的，次月开始计算工龄。

A、工龄工资自 2016 年 1 月 1 日（股份公司成立）起算。

B、由一线员工提升为业务员的，其工龄工资自一线员工入职时起算。同时使用本条 A 款。

C、复职员工，即曾在公司工作，离职一段时间后，又回公司工作的，自本方案实施后，工龄工资从最新入职时间起算。本办法实施之日以前复职的员工，根据其离职时间确定其工龄。离职时间不满六个月的，其工龄累加计算；离职时间超过六个月的，其工龄自最新入职之日起计算。同时使用本条 A、B 款。

D、工龄工资计算年限上限暂定为１０年。

4、学历工资

4.1 学历工资根据员工的学历确定。学历以国家承认的毕业证书为准，一个人同时拥有多个学历时，取其最高等级相对应的资历工资。学历的确定以毕业证书和“中国高等教育学生信息网”学历查询结果为依据，查不到的不予承认。

4.2 学历/职称工资标准如下：

学历	学历工资标准
中专学历	100 元/月
大专学历	150 元/月

本科学历（全日制）	250 元/月
研究生学历（全日制）	300 元/月
博士以上（全日制）	500 元/月

5、提成工资

本公司业务部门提交销售提成方案,上报本公司薪酬与考核委员会审批，审批后交本公司人力资源部、财务管理部备案。

6、津贴/补贴

6.1 加班津贴

（1）公司因工作上的需要，而要求员工于法定休假日继续完成勤务时，则应依照员工加班时间，采用计时制方式计算应支付的加班津贴，计算标准按相关规定执行；

（2）除法定要求支付加班工资的日期加班应支付加班工资外，其余任何人、任何部门不得以任何理由申报、审批、发放加班津贴。确因工作需要安排加班，在适当的时候安排补休。（特殊情况除外）

（3）因工作能力欠缺不能按时保质保量完成本职工作内容的员工，未经审批不予支付加班津贴或安排补休。

6.2、其他岗位津贴对

一些特殊岗位，因工作需要而需增设交通、电话等津贴的，由本部门负责人提出，经本公司人力资源部审核，报总经理/董事长批准后方可发放。

7、福利

福利是在基本工资和绩效工资以外，为解决员工后顾之忧所提供的一种保障。公司为符合要求的员工提供基本养老保险、基本医疗保险、失业保险、工伤保险、生育保险等。

第三章 薪酬定薪、兑现

第一条 薪酬定级

1、 薪酬定级基本原则

1.1 每个职位的薪资等级应根据公司职务/岗位说明书，综合考虑相关工作经历、学历、

职称、劳动技能、责任轻重及潜在发展因素而最终确定。

1.2　薪资等级的确定主要依据是职位等级，职位等级越高，相对价值越大，薪级越高。

1.3　薪酬按职位分，每个职位所对应的是一个薪级区间，见《工资等级表》。

1.4　由高一级职务兼任低一级职务或同时符合两种或两种以上薪酬条件时，享受高一级薪酬标准。

2、 薪酬定级程序

薪酬定级时应综合考虑岗位定级标准和学历定级标准，以岗位定级标准作为确定薪酬的主要标准。对员工的薪酬定级，应在确定其职位等级基础上，综合考虑其岗位胜任能力、工作绩效、工作态度及其潜在发展因素。

2.1　新员工薪酬定级

新进员工试用期根据不同岗位要求或工作经验，一般为 1-6 个月，试用期满且考核合格后，按以下规定评定其薪酬等级：根据《试用期考核试题》和《试用期考察表》考核得分，结合职位薪资起薪标准，并综合考虑其他因素确定其薪资等级，特殊情况按流程报总经理裁定。

2.2　职位异动时的薪酬定级

a、同一职等间发生职位异动时，按其所在新岗位确定薪酬。

b、从现职等晋升至高职等时，按新岗位所在职等中的最低薪酬级别定级，若新岗位所在职等的最低薪酬比原岗位薪酬低，则按就高不就低的原则，确定比原薪酬高一级别的薪酬为其新岗位薪酬级别。

c、从现职等降至低职等时，按降职后的岗位确定其薪酬等级。

d、从现职等晋升至高职等时，可有 1~6 个月试用期，试用期间薪酬与原职等相同。试用期满后由所在部门上一级领导提请人力资源部填写《调岗调薪表》，经审批流程后执行。（高管及总部职能部门负责人调薪由人力资源部经理填写《调岗调薪表》。）

2.3　晋级时的薪酬定级

a、原　　则

◆ 考评原则：晋级员工应经过正规、科学、合理的绩效考评。

◆ 封顶原则：某职位的最终薪级是该职位所在职等中的最高薪级。

◆ 超常晋级：特殊情况下，可不按正常规定晋级。

b、超常晋级应满足以下条件之一：

◆ 为公司作出特殊贡献。

◆ 连续三年被评为优秀员工。

c、晋级流程

由所在部门上一级领导提请人力资源部填写《调岗调薪表》，按审批流程批准后，从下一月开始执行。

2.4　降级时的薪酬定级

员工因不胜任工作而发生调职的，薪酬按新任岗位最接近的薪酬级别确定；员工经换岗培训后任职新岗位后经考核仍不能胜任新岗位的，公司将予以辞退处理。

第二条 薪酬兑现

1、员工薪酬按照公司《部门绩效管理考核表》进行考核后给予兑现。

2、员工岗位调整，新岗位薪酬标准从《调岗申请审批表》上到岗时间为准，每月最后一日前未交完成《调岗申请审批表》审批流程的，将不予调薪。到门店事业部、配送事业部、项目部和市场部人员等拿业绩提成的员工，可根据特殊情况，按审批流程提出申请）

3、员工晋升任命书发布之日起，一个月后按新职位薪酬标准发放。

3、员工转正在每月 15 日(含 15 日)前的，转正薪资从当月计发；员工转正在每月 15 日后的，转正薪资按半个月计发；转正在每月 25 日(含)后的，转正薪资从次月计发。

4、 薪酬在每月的 15 日至月底发放，遇节假日或公休日可顺延。

5、 发放形式：所有薪酬均通过合作授权银行，以银行转账的形式发放。

第四章 薪资调整

第一条　个人薪资调整

1、个人薪资调整主要指员工薪酬级别和所得的调整，在下列情况下进行调整：

（1）岗位调换。在岗级不同的岗位调动，薪随岗变。

（2）职务晋升。责任变化，岗动薪变，按新岗级计薪。

（3）工龄增加。连续工龄增加，增加的工龄津贴。

（4）绩效变化。业绩表现突出或业绩下降，进行调整。

（5）特殊调整。

2、无变动的个人薪资等级调整：

部门或个人申请调薪的，必须通过相关考核，按照薪酬等级调整审批程序，经各级管理人员审批后调整。

3、岗位变化的个人薪资调整：

调整事因	薪等	薪级
职位晋升	对应晋升后所在岗位的薪等	重新评估，一般为该薪等的较低薪级，但必须确保薪资总额不低于晋升前的水平。有试用期的，按岗位所在职等试用期执行。管理办法按照新进人员定薪执行。
职位平调	薪等不变	依新的职位重新评估薪级
职位降级	对应降级后所在岗位的薪等	重新评估，但必须确保薪资总额不高于调整前的水平

4、薪资调整后的计算方式：每月 15 日以后生效的，当月按原等级计算，15 日之前生效的，当月按新等级计算。

第二条　全公司普调

1、薪资普调：指公司根据国家政策和物价水平等宏观因素的变化、行业及地区竞争状况、公司发展战略变化以及公司整体绩效情况而进行的调整，包括薪酬水平调整和薪酬结构调整。

根据经营状况和薪酬战略，薪酬整体调整决策和调整幅度由董事长提出，报董事会批准。

2、有下列情况者，无资格参与薪资普调：

（1）病假、事假、工伤假、产假等累计超过一个月者；

（2）旷工一天及以上者；

（3）该年度受到重大处罚或记过一次以上者；

（4）加薪实施日前离职者。

第五章　薪酬发放

第一条　薪酬发放

1、薪资计算

（1）薪资计算项目

A、月薪酬=（基础工资+岗位职级工资+技能工资+绩效工资+工龄工资+学历工资+津贴）-（各项个人应缴保险费+个人所得税+其它扣除项目）。

B、月薪酬=（基础工资+提成工资+工龄工资+学历工资+津贴）-（各项个人应缴保险费+个人所得税+其它扣除项目）。

（2）考勤管理

薪资计算的考勤期间为自然月，在每月的前 3 个工作日，由各部门负责人审核统计本部门当月考勤数据并签字交于人力资源部薪酬专员。

（3）提成工资的计算

每月的前 5 日为各部门计算提成工资的时间，必须在 6 日将计算好的提成工资表提交到人力资源部，超时未报的由部门领导承担一切责任。

员工请事假时工资计算，以岗位工资与绩效之和作为计算基数。

员工社会保险缴纳、病休、工伤计算，以基础工资作为计算基数。基础工资低于当地社会保险最低缴纳标准的，按社会保险最低缴纳标准执行。

2、各种休假的支付标准

（1）病假工资的计发

病假工资按照长沙市最低标准工资按天发放，以提交二甲以上医院开据的请假条为准。

（2）事假工资的计发

事假以月考勤报表为准，按所休事假天数扣除相应日工资。

3、其它休假各类工资的计发

参照国家关于休假期间员工应该享受的相关福利待遇，并结合企业实际情况，由人力资源部制定相应的薪酬管理细则，报批后实施。

（1）婚假：婚假期间按全日薪；

（2）丧假：丧假期间按全日薪；

（3）产假：按照国家生育津贴金额发放；

（4）工伤假：按照国家有关工伤管理相关规定支付相应的伤残津贴和补助。

第四条　下列各款项须直接从工资中扣除：

1、员工个人工资所得税；

2、应由员工个人缴纳的社会统筹保险费用；

3、与公司订有协议应从个人工资中扣除的款项；

4、员工违纪罚款及应个人故意或过失行为给公司造成损失的；

5、法律、法规规定的以及公司规章制度规定的应从工资中扣除的其他款项及费用；

第五条　工资计算期间中途聘用人员，当月工资的计算公式如下：

实发工资=月工资标准*实际工作天数/当月自然天数

第六条　一次性结清工资

员工有下列情形应由员工本人向本公司人力资源部提出书面申请，经批准后与第二月发薪日一次性结清工资。

1、依法解除或终止劳动合同时；

2、公司认可的其他事由。

第六章　附则

第一条　员工对薪资产生异议时可以提出书面申请，行使薪资请求权，但自发生之月起叁个月内未行使则视为弃权。

第二条　本制度规定的薪资为税前薪资。

第三条　本规定是公司人力资源管理制度的组成部分，由人力资源部负责人解释。

第四条　本规定从 2024 年 2 月 1 日起开始实行，自本制度实行之日起原有有关工资管理的制度或规定停止使用。

第五条　公司如需根据本制度制定本单位实施细则时，需要提交公司人力资源部，并由公司人力资源部提交本公司薪酬与考核委员会审议，经审批后方可实施。

第六条　如有其他制度与本制度相抵触，以薪酬与考核委员会裁定结果为准。

第二十五章 附则

一、适用范围：本制度适用于公司所有员工；

二、制定部门：公司总经办、人事行政部、财务部；

三、本制度自发布之日起生效；

四、本制度最终解释权归公司所有。

02 企管篇

确认信

请阅读本员工手册，填写以下内容并将其交还给人力资源部门来归档。

员工姓名：_____ 身份证号码：_____ 电话：_____

我确认已收到一本大农科技股份有限公司的员工手册。本人在人力资源部工作人员的指导下认真学习了《员工手册》中的各项规章制度。人力资源部的工作人员对上述规章制度进行了详尽的解释,本人对上述规章制度有了系统、深刻的了解,本人对各项内容无异议,我了解并遵守本手册中由大农科技股份有限公司颁布的并可能修改的规定和政策。如违反本员工手册任何规定,我愿意接受公司的处理。

同时,公司在告知我本人以上制度外,还告知我通过公司内部网站、工作群、电子邮件、公司公告栏发布的制度规定或对以上制度的修订、补充等,也是公司公示告知相关制度的重要渠道,本人保证经常进行留意学习,随时留意公司公布的信息,一经发布亦视为向我公示告知,我承诺及时阅读并将严格遵守。

本人签字：

年 月 日

大农科技股份有限公司人力资源

第一章 员工职责

欲做一个完美之人，你必须全身心投入生活。

——《大农科技》

1. 热爱祖国，遵守国家的法律、法规、坚决执行大农科技股份有限公司（以下简称“大农科技”）的各项规章制度。
2. 维护大农科技的利益，爱护大农科技荣誉，勇于同损害大农科技利益的言论和行为做斗争。
3. 不断创新，探索新思路和新方法，积极主动、创造性地开展工作。
4. 积极学习理论知识、专业知识和科学文化，不断提高思想水平、文化素质和工作能力。
5. 服从上级命令、听从指挥，团结同事，按质按量完成上级赋予的各项任务。
6. 精通本职业务，熟练掌握工作和生产技能。积极负责地做好本职工作。严格保守国家和企业的秘密，遵守安全规定，防止事故。
7. 厉行节约，爱护公物。
8. 积极参加公司组织的各种集体活动。积极参加有益身心健康的各种文体活动。

第二章 员工宣誓

你对生活奉献多少，你就会从生活中得到多少。

——《大农科技》

第一节 宣誓的意义与要求

1. 大农科技企管员工宣誓，是对自己肩负的职责和使命的郑重承诺和保证。任何加入、升职、调岗、任职、就职大农科技企管团队之后，必须进行本项宣誓。
2. 宣誓的誓词是：
3. 我是大农科技企管层，我宣誓：
4. 热爱祖国。热爱大农科技
5. 敬业，团队，创新。
6. 时刻维护大农科技的利益。
7. 为大农科技的持续发展而奋斗。
8. 领誓人：XXX
9. 宣誓人：XXX
10. 宣誓时间，安排在新假如企管层的人员培训结业仪式上，员工宣誓由公司领导、部门直属领导或总部领导主持实施。
11. 宣誓必须庄重严肃，着装整齐。宣誓地点必须悬挂国旗和大农科技旗。公司或部门领导应当对宣誓人进行企业宗旨、企精神以及企业目标等方面的教育。

第二节 宣誓程序

1. 宣誓大会开始。
2. 奏唱《中华人民共和国国歌》
3. 宣读誓词（宣誓人立正，右手握拳上举，由预先指定的一名宣誓人在队前逐句领读誓词，其他人高声复诵）。
4. 领导讲话。
5. 奏唱大农科技之歌。
6. 宣誓大会结束。

第三章 内部关系

第一节 同事关系

1. 公司员工不论职位高低，在人格上一律平等，相互之间是同事和同志关系。
2. 同事之间应保持良好积极的心态，相互合作，尊重他人的知识、技能经验，经常交心通气，防止自以为是。
3. 员工应对本职工作负完全责任，不揽功诿过，不怨尤人。
4. 诚恳聆听同事的意见，不讲同事的坏话，不论他人长短，有意见应当面坦率提出。
5. 员工之间要互相爱护、互相帮助，对同事在工作和生活方面给予自己的帮助要表示谢意。
6. 同事之间不得拉帮派、搞小团体，应广结善缘，培养良好的人际关系。

第二节 上下级关系

1. 公司员工依行政职务构成领导和部属、上级和下级以及同级的关系，在行政职务上构成隶属关系时，行政职务高的是领导又是上级，行政职务低的是部属又是下级，在行政职务上未构成隶属关系时，行政职务高的是上极，行政职务低的是下级。
2. 领导负责从全局角度制定符合企业方针政策的工作安排，这就是工作计划，领导有权对部属布置工作或下达任务。任务通常逐级下达，特殊情况下也可以越级下达。越级下达任务时，下达任务的领导应当将所下达的任务知会受令者的直接领导。
3. 部属对领导布置的工作任务必须坚决执行，并将执行情况及时报告领导。如果认为领导下达和任务有不妥之处，应该大胆、勇敢地、如实的向领导或上级陈述自己的看法，并提出建议，但在领导未改变决心或调整自己的决策时，仍须坚决执行。
4. 下级或部属认为上级或领导的决定有错误，但是自己的陈述和建议未能得到上级的支持和理解时，可改变方式或在适当的时间和场合再次提出，以便与上级达成共识，也可直接向更上一级领导反映情况，直到问题解决为止。
5. 完成任务之后，部属必须及时主动地向领导汇报结果，重大事项必须做出书面报告，报告要实事来是，坏消息也要坦白报告，并接受善后处理指示。
6. 下级必须积极主动、创造性地工作，诚恳接受上级和同事对自己工作的忠告，杜绝拍马屁、背后议论或当面顶撞等不良风气。
7. 领导必须公平、公正地对待每一位部属，做到唯才是用，赏罚分明。必须充分肯定部属的工作成果，做到把功劳和荣誉让给下级。把困难和责任留给自己。

8. 领导应该爱护和尊重员工。领导应高尚的人格修养、卓越的领导才能、精深的专业知识和杰出的智慧赢得部属对自己的信赖和尊敬，尽可能少用高压手段。领导应该知道如何去激励员工，应该在各方面以身作则，成为同事、下属、员工的榜样。
9. 领导应给部属创造良好的工作条件和晋升机会，应及时发现部属工作中的问题并提出忠告和建议，当部属受到不公平的批评时，领导应该为他辩护；部属出现错误时，领导要为他们提供改正错误的机会。
10. 领导必须以身作则，凡要求部属做到的，自己首先要严格做到，必须公私分明，尽可能避免聘用熟人、朋友做部属，不得允许直系亲属在同一部门工作，不得为个人目的在组织中拉帮结派。
11. 上下级之间、同事之间产生看法和意见时，应及时和坦诚告诉对方，通过沟通达到理解，避免误会。
12. 领导必须定期召开部门沟通会，认真听取并尽量采纳部属的合理化建议，确保下级的投诉渠道畅通，如果错误地批评了部属，必须坦率地道歉。

第四章 礼节

只有懂得尊重自己，才能懂得尊重他人。

——《大农科技》

第一节 企业内部礼节

1. 为体现企业内部的团结友爱和互相尊重，员工必须讲礼貌。礼貌是企业员工的文化、修养和综合素质的表现。是否讲礼貌是衡量企业文明程度的重要标志，也是衡量员工道德和教养水准的尺度。
2. 礼节是礼貌在语言、行为仪态等方面的具体体现。礼节指人们在日常生活中表示问候、致意、尊敬、善意、祝福和友好的惯用形式和行为。
3. 员工应保持积极向上的心态，保持微笑。微笑是自信的象征。
4. 员工敬礼分为鞠躬礼、点头礼和注目礼。鞠躬礼的要领是：上体保持正直，面带微笑，腰部自然向前弯曲，使上身同直立双腿的角度成 30 度左右，持续 2~3 秒，而后挺直上身。鞠躬礼用于早会或其他正式场合。点头礼的要领是：面带微笑，面向受礼者，头部微向下点，而后抬起，点头礼与问候语同时用于非正式场合，注目礼用于不便行鞠躬礼和点头礼的场合。要领是：面向受礼者成立正姿势，同时注视受礼者，并且目迎目送。
5. 受礼者接受鞠躬礼、点头礼和注目礼之后应当还礼。
6. 员工不敬礼的时机和场合：
   ① 在实验室、分拣车间、厨房等处进行工作。
   ② 正在车间进行生产劳动、分拣工作。
   ③ 乘坐公共交通工具时。
   ④ 在坐岗上、厨房、配送岗的正在工作时等地方。
   ⑤ 其他不便敬礼的场合。
7. 握手也是一种礼节，是对对方表示关心和亲热的方式，握手用右手，应友好目视对方，进行与环境相适应的问候（如：“您好”，“近来还好吗？”等）。握手用力适度，不可使对方感到不适。需要握手，上级先对下级伸出手，年长者先对年青者伸出手；主人先对客人伸出手，男员工与女员工握手时，注意不要完全握住对方的手。
8. 问候语主要包括“早上好”、“您好”、“下午好”和“晚上好”等。顺序是：下级先问候上级，男员工先问候女员工，主人先问候客人，资浅员工先问候资深员工。

9. 礼貌用语。下列场合应该先说“麻烦、还请、请、是否可以”，而后提出需要别人做的具体事情。

① 需要有关单位（部门）配合或协助本单位（部门）的工作时。

② 保安人员在检查证件或执行公务时。

③ 寻求同事的帮助时。

④ 其他需要别人提供服务或提供帮助的时候。

10. 表示歉意，说“对不起”的时机包括：

① 开会迟到，让同事等候。

② 拨错了电话。

③ 做了伤害同事感情的事情，如失约等。

④ 临时交代他人大量的工作，而且要求马上完成。

⑤ 把同事的物品搞坏或弄脏。

⑥ 快速行走时撞到别人。

⑦ 其他冒犯别人的情况。

11. 每天第一次遇到直接领导时，应主动问候和敬礼，领导应还礼。员工到办公室进见领导时，应当先敲门，得到允许之后方可进入。

12. 在办公室谈话时，如果站立一方的职务高于自己或同自己的职务相当，必须起立与之交谈，如果对方的职务低于自己的职务，可以不必起立，公司领导进入办公室与员工谈问题时，有关员工应当自行起立。

13. 与人站立交谈时姿态要端正，态度在诚恳，应该挺胸收腹，不塌肩挺肚或倚墙靠柜，应该眼睛平视，保持自然微笑，注意言简意赅和通俗易懂，注意倾听对方的回话。应该保持适当距离，不要凑上前说话。不要嚼口香糖、槟榔、抽烟和做小动作。

14. 在办公室和车间的坐姿要端正，不跷脚、摇腿，不得将脚放在桌椅上。

第二节 对外礼节

1. 时刻牢记：在大农科技，我代表 XX 部门：在中国企业界，我代表大农科技：外国人面前，我代表中国员工，不做有损国格、有损企业和有损人格的事。

2. 介绍的一般规则是，先介绍下级给上级；先介绍资历浅的员工给资历深的员工；先介绍年轻的员工给年长的员工；先介绍男客人给女客人；先介绍公司同事给客户；先介绍非官方

人士给官方人士：先介绍本国客人给外国客人。

3. 拜访客人时，事前与对方商定拜访事宜、时间、地点。严格守时，与客人交谈时，语气要亲切，言辞要得体，态度要落落大方，使用文明语言。结束拜访时应该向对方道谢。
4. 公司员工在厂区内行走，上下楼梯或在写字楼和车间通道行走时，如果遇到公司领导或部门经理陪同客人来访，不论认识与否，必须点头示意，或做让路手势，主动给领导和客人让路。
5. 推门（特别是弹簧门）进入室内的，要留心后面是否有人。如果有人，要等他（她）用手扶住门之后再松手，防止门自动关闭时碰上后面的人。
6. 接待来客时如果被访人不在场，应告诉客人被访问人返回的时间，并将其领到接待室，拿出公司报刊客人阅读。
7. 递名片和接名片时应该站立，并且用双手。通常由地位较低的人先递，接过名片之后，要仔细看好，记住对方的姓名。如果不认识名片上的字可以直接问对方。不宜过早地对完全陌生或偶然认识的人递出名片。参加会议时，应在会前或会后换名片，不将自己的名片强行递给他人。
8. 不轻易接馈赠礼物，学会礼貌地拒绝赠礼，因公业务往来中收到的礼品，要交送公司人力资源部或监事会登记入库。

第三季 电话礼节

1. 电话铃响三次以内必须接听电话，语气要热忱亲切，不要生硬，语速要适中，语言要简单明了，不拖泥带水。
2. 接到电话先说“早上好”、“下午好”或“您好”，而后报公司或部门名称，再说“请问您找哪位”，转分机时说：“请稍等”。
3. 受话人不在时，应礼貌地告诉对方不在，并问“我可以帮助您吗？”或“要不要留话？”必要时，可记下通话时间、事宜以及对方电话号码并及电话内容不在自己的工作范围，应转有关人员接听。
4. 接听电话时有客人来访，应视情况先请求通话人的谅解，接待客人之后再与对方继续通话，或先请求客人谅解，通话完毕之后再接待客人。
5. 接打打错的电话，要礼貌提醒对方。
6. 与他人交谈时，如果手机铃响且必须应答，应先请求对方原谅，而后离开谈话的地方去通

话。避免自己使用手机给对方带来不便。

7. 使用移动电话时，尽量避开人多的场合。不要在餐厅等公共场所对着手机大喊大叫，在需要安静的公共场所，如会场、会议期间、影剧院、报告厅、展览馆、博物馆等，应关闭移动电话，防止影响别人。

第四节 乘坐交通工具的礼节

1. 乘坐公司安排的交通大巴或中巴时，上车的顺序是，部属先上，领导后上；男员工先上，女员工后上；级别低的员工先上，级别高的员工后上。先上车的员工应该从后排座位起，将前排较好的座位空出，让给后上车的员工坐，下车的顺序是，坐在前排靠近车门的员工先下，坐在后排远离车门的员工后下。
2. 乘坐轿车时，部属、男员工或级别低的员工应主动为领导、女员工或级别高的员工开车门，并请他们先挑选车内比舒服的位置就座。
3. 乘电梯时，部属、男员工或级别低的员工应主动让领导、女员工或级别高的员工先上电梯。领导、女员工站在电梯的同侧，部属、男员工站在电梯的外侧，站立在操作面板附近的员工应主动为大家操作电梯。在电梯内，请凝视别人，尽量少说话。出电梯时，靠近电梯门口的员工先出电梯，站在电梯内侧的员工后出电梯。

第五节 出席音乐会的礼节

1. 音乐厅是一个高层次的艺术演出场地和社交场所，出席音乐会是一件生活盛事，必须有一优雅和安静的环境。员工必须自觉遵守欣赏音乐的国际惯例和规则。必须穿戴整齐，仪容举止大方，以礼待人。不得大声喧哗。谈笑，不得携带饮料及食品入场，共同保持良好的气氛。音乐厅内严禁吸烟。
2. 出席音乐会要避免迟到。万一迟到，必须等一曲演奏完毕之后方可进入音乐厅。
3. 交响作品除了单乐章作品外，通常由四个乐章组成，交响组曲则由多个乐章组成。协奏组曲通常只有三个乐章。各个乐章或乐段之间，具有作曲家不可分割的情感表达和哲理思维，乐曲的停顿和间歇，也同旋律、节奏、和声等音乐表现手段一样，是情感和思维的表现形式之一。整个作品所有的乐章或乐段演完之后，方可鼓掌。
4. 公司员工不得携带身高 1.2 米以下儿童进入音乐厅欣赏音乐会（儿童普及专场除外）。为了营造一个安静的欣赏环境，进场之后必须关闭手提电话或关闭手机；不得使用闪光灯拍

照；演出中不随意走动；不高声说话；尽量控制和掩盖自己的咳嗽声；防止物品落地声、纸页及塑料袋的翻动声等。

第五章 仪容举止

内心喜悦，面部就微笑。

——《大农科技》

第一节 着装

1. 员工的着装直接体现员工的人品及教养，反映员工的精神面貌，也反映企业的管理水平和文化风貌。因此，员工上班时必须按照公司规定着装，保持仪容严整，星期一至星期五着公司制式服装或工装（正、副总经理除外），佩带领带，星期六按规定着便装。
2. 在配送、分拣车间工作的职员，经常下车间的职员可根据工作环境酌情不系领带。
3. 经理（含）以上职员必须备齐 5 套西装或工装，其中 2 套为公司制式工装，另外 3 套为 2 套深色西装和 1 套浅色工装，在适当场合穿着。
4. 副经理级（含）以下职员必须备齐 4 套西装或工装，其中 2 套为公司制式装，上班时穿着，另外 2 套为 1 套深色西装和 1 套浅色西装，在适当的场合穿着。女职员可参照标准安排购置服装。
5. 季节换装的时间和着装要求，由人力资源部根据气候情况和公司的要求统一做出规定。新购置的西装必须拆除袖口的标签之后方可穿用。
6. 服装应当保持整洁、无皱、无异味，领口袖口保持干净，纽扣、拉链无脱落。领带无斑点和皱褶。
7. 衬衣和内衣裤每二天必须换洗一次，气候炎热时必须每天换洗一次，袜子每天必须换洗一次，防止产生异味，西装外套累计穿用二周至三周必须洗涤一次，意外变脏时要及时更换和清洗。
8. 穿公司制式西装，必须穿黑色皮鞋和深颜色袜子，衬衣的颜色必须与西装和谐，穿普通西装上衣时，应搭配相应的西装长裤，不得穿休闲裤。穿工装时必须整洁、干净。
9. 在工作区不得披衣、敞怀、挽袖、卷裤腿。着短袖和长袖衬衣时，下摆应扎于裤内。西装内着毛衣、绒衣等内衣时，下摆不得外露。
10. 星期六为公司规定的便装日，在工作区内着便装必须端庄得体，不得过分华丽，不得穿无领、无袖、低领或紧身服，女员工不得穿超短裙，裙长不得短于膝盖以上 4 寸处，上班时佩戴首饰不得超过一条项链、一只戒指和一副耳环。不得佩戴过分夸张的手表和首饰时，首先要注意生产安全。

11. 保持鞋袜干净，无破损现象，女职员工作时间不得穿破损、脱丝和起褶皱的丝袜，应在办公桌抽屉内常备一双新丝袜，以便需要时及时更换。
12. 上班时间，在写字楼和车间不得穿拖鞋，不得赤脚，不得光脚穿皮鞋。

第二节 仪容

1. 员工的仪容必须干净整洁，服装、鞋袜和全身不得有异味。
2. 员工每三天必须洗头一次，炎热季节可适当增加洗头次数，保持无头皮屑和无异味，男员工必须每个月理发一次，不得留长发和胡须。
3. 女职员的发型，提倡按照星级酒店女职员发型标准要求，必须简洁大方，梳理整齐，前不盖眼，后不过肩，留长发的女职员在上班前应将头发束起，不超过肩，不得留怪异发型，女工人上班时间必须将长发扎入工作帽内，确保安全。
4. 员工染发只许染与本人原发色一致的颜色。
5. 不得留长指甲。
6. 每天必须刷牙二次，每次刷牙不少于三分钟。餐后必须漱口，保持牙齿及牙缝间洁净，保持口腔无异味。
7. 在珠江三角洲地区工作的员工，春、夏、秋、冬季必须每天洗澡一次，冬季每二天必须洗澡一次。在此方地区工作的员工，夏季必须每于洗澡一次，冬季必须每周洗澡二次，保持身体清洁，无体汗味。
8. 男女职员可适当选用淡雅香水。

第三节 举止

1. 员工必须举止端正，谈吐文明，精神振作，姿态良好。
2. 员工不得酗酒、赌博和打架斗殴。
3. 社会上的书刊杂志、音像制品等包含有不健康的内容。作为大农科技的企管员工对文化艺术的接触应该有所选择，不阅读和观看宣传暴力、色情、反政府、反党、宣传西方文化、崇洋媚外、分裂祖国等不健康内容的书刊和音像制品，对于爱情故事和爱情歌曲可以适度欣赏，但是不提倡沉湎于涣散人们思想和消磨人们意志的靡靡之音和作品之中。
4. 提倡多接触健康向上、令人精神振奋和高品位的文化艺术，保持积极向上的心态，克服消极悲观的心理。

5. 不在公司大门、门店、办公场所外方圆 100 米的范围之内聚众抽烟、三五成群扯谈。不到不健康的场所娱乐消费。
6. 员工外出旅游、购物、就餐、住店时，必须遵守公共秩序和交通规则，自觉维护企业的荣誉，遵守社会公德。接人待物要彬彬有礼，说话要和气，要体现大农科技企管层的良好修养和形象，在外用餐和住宿时，必须尊重服务人员的劳动，爱护宾馆、酒店和公共场所的财产与设施。
7. 不在街头嬉笑打闹和喧哗，不携带违禁物品。

第六章 日常准则

勤奋工作，遵守法律，其乐无穷。

——《大农科技》

第一节 工作秩序

1. 企业中每一个员工都是一个整体，员工必须遵守正常的工作秩序，培养良好的工作习惯，才能保证企业正常运作。
2. 员工必须遵守办公（生产）时间，按时上下班，不得迟到、早退。因病、因事不能按时上下班时，必须请假。工作时间如需外出或离开办公室，必须向领导请求或向同事说明去向。
3. 驻外办事处经理因事外出时，必须向办公室同事说明所去的确切地方。
4. 上班时间，办公室（车间）应当保持肃静，低声说话。个人通讯工具应处于静音状态，优先使用有线电话，低声通话。不得大声喧哗、闲聊、办私事。办公设施、用具、文件等严格按“5S”管理要求放置有序、妥善保管秘密载体，保持工作环境整齐、清洁。
5. 工作时间应正确使用礼貌称呼，领导对部属，上级对下级可称呼其姓和职务，也可直呼其名。同事之间，对职务明确的同事，在其姓名加职务；对有技术职称的同事，可在其姓后加技术职称；男同事可称“X 先生，X 工”，女同事可称“X 小姐，X 工”；办公场所不得使用绰号。
6. 培养良好有序的工作作风。认真制定工作计划，养成记笔记的习惯，随时记下有益于工作的想法和思路。
7. 不得擅自带客人到办公室和车间进行参观。

第二节 出席会议

1. 出席早会或集会、会议，必须按指定的时间和顺序入场，按指定的位置就位，遵守会场秩序，不迟到和早退，散会时，依次退场。
2. 总经理主持召开的公司正式会议，按以下程序进行：

   ① 主持答入场之后，由总经办经理“起立”，与会人员全体起立。

   ② 总经办经理向主持人报告人员到会情况。

   ③ 主持人检查与会人员的精神面貌和仪容仪表。

④ 主持人检查完毕之后，喊“请坐”。在家坐下。正式开会。

3. 开会时坐姿必须端正，要聚精会神，认真听讲，积极思考，必要时作笔记。会议发言时准确阐述自己观点，言简意赅，不独占发言时间。

第三节 保密

1. 公司的编制体制，人力资源，商务情报，客户（含供应商）资料，财务报告和数据，技术文件和图纸，工资奖金，经营管理政策，以及员工的个人隐私等，都属应该保密的范畴。
2. 所有员工必遵守以下保密守则：
   ① 不该说的秘密不说。
   ② 不该问的秘密不问。
   ③ 不该看的秘密不看
   ④ 不该带的秘密不带
   ⑤ 不在私人书信中涉及秘密
3. 涉及公司内部情况的文稿、报告、备忘录、传真信函等材料，未经上级审阅、授权或签名不得随便寄出。

第四节 个人证件管理

1. 员工证由人力资源部统一印刷、发放。员工不得使用与实际身份不相符的证件。
2. 员工证应当随身携带并按规定佩戴，妥善保管，严禁转借、复制、伪造、涂改、防止丢失和损坏
3. 员工在职务、工作单位发生变化时，必须上交原证件，换发新证件。员工离开公司时，必须交回员工证。
4. 遗失证件，应当及时报告本部门和人力资源部。经审查准后方可补发。

第五节 就餐秩序

1. 所有员工必须培养良好的卫生习惯,做到饭前便后洗手,不吃(喝)不洁净的食物(水),不暴饮暴食。
2. 按照先后顺序排队打卡,取食,不拥挤,不插队,取食时避免说话和咀嚼避免餐盘中的食品掉落到餐台上,防止弄脏自动餐台和公用餐具。

3. 根据自己的饭量从自助餐台上取食,节约粮食,禁止浪费。
4. 早餐、午餐不饭酒,晚餐饭酒要适度，有应酬的饮酒要适度。
5. 与客人一同就餐的,重在思想交流和相互沟通,可以适当敬酒,但是不要劝酒、过度饮酒。
6. 需要打哈欠、打喷嚏、咳嗽的时候,要用手绢或纸巾捂住,转过身去，擦干净之后,要对临座的人表示歉意，需要擤擤涕时,尽可能离开餐桌。
7. 不在众人面前用手搔痒、挖鼻孔、掏耳朵或者剪指甲,使用牙签时要用纸巾或餐巾遮住。
8. 餐具要轻拿轻放,使用餐具时,尽量不要发出响声，就餐时不要大声喧哗,以免影响别人就餐,就餐时注意掌握节奏,不要旁若无人,狼吞虎咽.喝汤或吃面条时,避免嘴里发出较大响声，尽量避免体内发出的响声。

第六节 宿舍秩序

1. 爱护宿舍公物,物品摆放整齐。
2. 每个员工都有责任保持室内室外的卫生,防止疾病的发生和蔓延，洗刷后,清理卫生间水渍,关好水笼头。
3. 员工宿舍应每周至少清扫一次,由各宿舍舍长负责落实。地板必要时每天打扫一次。保持宿舍清洁整齐,空气新鲜,无污迹,无烟头,无积尘,无蜘蛛网。
4. 各宿舍配发家具、电器的每三个月清洗一次,由人力资源部、资产管理部负责检查落实。
5. 员工个人使用的床单、被套等床上用品,每个月至少清洗一次,蚊帐每季度至少清洗一次。
6. 不乱倒垃圾，不随地吐痰和便溺,不乱扔果皮、烟头、纸屑等废物,保持室内和公共场所的清洁卫生。
7. 严格遵守作息制度,不得在宿舍大声喧哗,熄灯后不得做影响他人休息的事情。
8. 在宿舍接待客人,时间不得超过一小时,不得留宿非公司员工、门店员工，不得大声说话,以免影响他人休息。
9. 不得在走廊、墙壁、门窗和厕所里乱写乱画。
10. 不打麻将,不在宿舍进行不健康的活动。
11. 不得擅自留家属等外来人员住宿。
12. 不得在宿舍违规使用电器。

第七章 环境保护

无论做什么,都要凭爱心去做

——《大农科技》

1. 环境保护是当今全球性重要问题之一,也是我国在可持续发展过程中面临的一项重大挑战，环境与发展的问题如果处理不好,就会制约我国社会经济的健康发展,也会给公司生存和发展带来不利的影响。
2. 全体员工必须从自己做起,从现在做起,致力于保护和改善我们赖以生存和发展的环境，大力建设绿色文明,倡导绿色消费,共同努力保护好我们的青山、碧水、蓝天。
3. 爱护和保护办公区内的花草树木,不攀折花木,不把烟头等扔进花盆。
4. 自觉爱护公共绿地和公共场所的花草树木,不做破坏和污染周围环境的事情。
5. 不污染我们赖以生存的江、河、湖、海。
6. 不向大气中排放国家规定禁止排放的气体。
7. 不用或少用难以解除的一次性塑料袋,特别是门店，提倡使用菜篮子。
8. 提倡不用或少用一次性筷子,保护我们的森林资源。
9. 爱护动物,保护鸟类,禁止食用国家规定保护的动物和植物。
10. 提倡使用环保电池,对废旧电池要妥善处理,防止其污染环境。
11. 创造条件,逐步实行垃圾分类和回收利用。

第八章 卫生保健

不可污染居住的土地

——《大农科技》

1. 保持车间、办公室内外的卫生和整洁。
2. 保持办公区内部和周围(包括房顶、排水沟、围墙里外)能够看到或看不到的各个地方的卫生和整洁。
3. 公司通过内部文件、广播、板报等各种形式对员工宣传卫生防病知识。
4. 公司每年要求员工定期进行体格检查并提供健康证，无健康证的任何人不得在任何岗位任职。
5. 公司定期对所属员工进行预防接种。
6. 发现传染病患者,必须隔离并对被污染的环境和物品进行消毒。
7. 员工必须锻炼身体,增强体质.每天至少用一小时进行体育锻炼。

第九章 禁止事项

要服从一切规章制度,领导人要惩恶扬善

——《大农科技》

第一节 严格禁止事项

1. 严禁侵占、破坏公司财物,严禁贪污、受贿。
2. 严禁侵占他人财物。
3. 严禁以暴力威胁恐吓同事或上级。
4. 严禁斗欧或欧打他人。
5. 严禁偷盗、赌博、卖淫、嫖娼、吸毒。
6. 严禁上班干私活或利用公物下班干私活。
7. 严禁弄虚作假、严禁隐藏质量差错。
8. 严禁泄露公司绝密事项,严禁泄露个人收入。
9. 严禁议论有损于公司的事情。
10. 严禁其他明显损害公司利益和严重违反社会公德的行为。

第二节 坚决禁止事项

1. 禁止观看、传播淫秽书刊和音像制品。
2. 禁止玩忽职守、知情不报、包庇他人。
3. 禁止偷打长途电话。
4. 禁止浪费原材料、能源和人力资源。
5. 禁止破坏环境。
6. 禁止委托或代人打卡。
7. 禁止泄露公司机密和秘密。
8. 禁止蓄意压制和埋没人才。
9. 禁止蓄意贬低或抬高部属的表现。
10. 禁止其他违反社会公德和严重违反工作准则的行为。
11. 禁止擅自离岗、串岗或上班打瞌睡。
12. 禁止在公共办公内任何地方吸烟。

第三节 不允许做的事情

1. 不许说脏话,不许取笑同事或辱骂同事。
2. 不许在工作休息场所和公共场所大声喧哗、嘻闹。
3. 不许打打闹闹,不许推推搡搡。
4. 不许酗酒。
5. 不许浪费粮食。
6. 不许擅自移动办公、生产设施。
7. 不许破坏个人卫生和环境卫生，不许随地吐痰,不乱丢烟头、纸屑和其他杂物。
8. 不许插队打卡,插队就餐。
9. 不允许其他任何违反公司有关规定的行为。

第十章 附则

一个人的一生都应该在反省中度过

——《大农科技》

1. 本规范由人力资源部负责实施监督执行情况。
2. 本规范自发布之日起施行，以前发布的有关文件和规定如果与规范发生冲突,以本规范为准。
3. 根据公司形势的发展和变化,本规范将适时进行调整和修订。

03 食安篇

确认信

请阅读本员工手册，填写以下内容并将其交还给人力资源部门来归档。

员工姓名：_____ 身份证号码：_____ 电话：_____

我确认已收到一本大农科技股份有限公司的员工手册。本人在人力资源部工作人员的指导下认真学习了《员工手册》中的各项规章制度。人力资源部的工作人员对上述规章制度进行了详尽的解释,本人对上述规章制度有了系统、深刻的了解,本人对各项内容无异议,我了解并遵守本手册中由大农科技股份有限公司颁布的并可能修改的规定和政策。如违反本员工手册任何规定,我愿意接受公司的处理。

同时,公司在告知我本人以上制度外,还告知我通过公司内部网站、工作群、电子邮件、公司公告栏发布的制度规定或对以上制度的修订、补充等,也是公司公示告知相关制度的重要渠道,本人保证经常进行留意学习,随时留意公司公布的信息,一经发布亦视为向我公示告知,我承诺及时阅读并将严格遵守。

本人签字：

年 月 日

大农科技股份有限公司人力资源

第一章 食品安全管理制度

（一）食品安全体系管理制度

第一部分　总　　则

为了加强对商品质量的监督与管理，明确各层次、各环节商品质量管理的责任，防止假冒伪劣商品的流入，维护企业的信誉和利益，保护消费者的合法权益，根据《产品质量法》、《消费者权益保护法》和《反不正当竞争法》的有关规定，并结合本企业业务经营管理要求，特制定本管理办法。

第二部分　商品质量管理体系及相关职责

公司的商品质量管理建立“主管经理（业务副总）——营销管理部（质管人员）——各业务部门三级管理体系，具体管理职责划分如下：

1、主管经理：负责商品质量管理的全面领导和指导工作。

2、质管人员：

①　负责贯彻执行国家质量法律、法规，并制订商品质量管理办法检验标准及考核办法，并组织各部门、各岗位学习、培训。

②　负责与市、区技术监督局，市、区卫生局及防疫站、市进口商品检疫局、市动植物检疫局和各级质检中心、质检站等各主管部门联系，咨询并反馈政策法规信息，并负责接待、协助有关主管部门对本公司质量的监督、检查及指导工作。按要求报验材料及商品，协调关系及处理问题。

③　负责审核签约中商品质量条款内容并对商品质量资信材料及销售手续证明进行审核、登记、备案。

④　负责商品质量管理的的日常监督检查及考核工作。

3、采购人员：

①　负责索取、报验商品质量及销售手续证明材料，并按规范要求在合同或协议中签订商品管理条款。

②　负责与收货人员共同对所到货商品质量按规范要求进行检收。

③　负责日常商品质量自查工作。

④　负责按要求联系供货厂商处理解存在的商品质量问题。

4、收货人员、理货人员：

① 负责对所到货商品质量按规范要求进行检查验收。

② 负责日常商品质量自查工作并随时反馈商品质量问题信息。

5、客服人员：负责处理、解决消费者投诉的商品质量问题。

第三部分 商品质量管理原则

1、实行领导负责制和各部门、各岗位负责制的层层落实责任的管理原则。

2、实行信证审查、签约审核、到货验收、送货检查等各个环节全面监督检查的管理原则。

3、涉及商品质量问题，公司对客户、消费者实行“先行负责制”的管理原则。

4、实行“谁供货、谁负责、谁进货、谁负责”的原则管理原则。

5、公司对供货厂商实行“质量保证制”的管理原则。

6、业务经营中出现严惩商品质量问题，对所涉及商品乃至厂商实行“质量否决制”对所涉及责任部门，责任人及供货厂商实行“加重处罚制”的管理原则。

7、实行各层次、各环节商品质量日常监督检查的管理原则。

8、实行发现商品质量问题即时处理解决管理原则。

第四部分 商品的索证、验证、认证管理

1、采购的商品如果属于国家规定实行生产许可证制度的，应索要“生产许可证”同时在产品及外包装和说明书上，标明生产许可证标记和编号。

2、采购的商品如果属于国家规定必须实行卫生检验标准，要索要“卫生许可证”。

3、采购的商品如果属于国家规定实施安全认证，应索要“安全认证”标志。

4、从外省市采购的定型包装食品，须有防疫部门发放的《委托检验合格证》。

5、采购进口商品应分别按照有质检部门具体规定实施索证、验证。

6、对涉及进口食品、化妆品类商品，必须具备以下条件：

① 检验检疫机构签发的《进出口食品标签审核证书》或《进出口化妆品标签审核书》。

② 每一销售包装须贴有 CIQ 检验检疫标志。

③ 该批货物的检验检疫卫生证书或入境检疫证明。

7、对涉及进口家用电器类商品，须由出入境检验检疫局合格签发的《入境商品检验情况通知单》并加贴 CCIB 安全标志。

8、化妆品卫生检验标志，从中间商或代理商采购的化妆品应向供货商索取当地商检局签

发的《卫生证书》或《进口商品检验通知单》以及税单、准销证。

9、采购国内、外名优商品实施认证证书及代理授权证书等手续审查。属“名优”、“绿色”、“专利”商品应索要国家省市及技术监督部门颁发的认证证书或标志、质检报告、商品注册申请专利证书。属“国外名牌”应查明其商品的真正产地除进行资信审查外，还应索要海关税单，商检部门检测报告，商标认证，授权代理证明等。

10、中文标识具体要求：包括产地、名称、厂名、厂址、净含量、规格、等级、所含成份、生产日期、保质保存期、失效期、警示说明标志、使用方法。进口商品必须有生产国中文说明书。

11、对于饮品、饮料、副食品、粮油制品、滋补保健品、药品、洗涤化妆品、一次性卫生用品、儿童玩具、健身器具、家用电器等可能对人体健康和生命安全产生危害的商品，必须逐品种索取报验有关主管部门检测核发的质量检测报告。

12、对于服装、针织品、皮鞋皮具等标挂纯毛、纯羊绒、纯真丝、纯棉、纯真皮等保真标志的商品，必须逐品种索取报验有关经主管部门检测核发的质量成分鉴定检测报告。

13、对于黄金首饰、珠宝首饰等须保真销售的商品，必须逐品种索取报验经有关鉴定部门出具的鉴定检测报告或证书。

第五部分　商品质量日常管理及质量问题解决

在正式履行签约前，由公司合同管理人员审核供货厂商资信材料的同时，须严格审查所供商品质量和销售手续证明，对于必须实行质量及成分检测鉴定的商品，须由公司商品质量管理人员对质检报告进行复验，确定其商品质量和销售手续证明合法、齐全、有效；缺少合法、有效证明材料的，不予核准签约。对于补货或新增商品采购前，须同样查验，对于超过有效期的，须责成采购人员重新索取报验新的证明材料，对审查合格的证明材料，由公司合同管理人员登记、备案。

公司管理人员在审核合同或协议时，须着重审核合同或协议中商品质量条款内容的规范性、合理性和约束性，对该项内容缺乏或不符合规范要求的，不予核准签约。

1、商品到货时，采购人员和收货人员、库管人员及理货人员须根据各类商品质量及验收标准，对精密贵重商品实行 100%查验。对一般商品实行 5%随机抽验，重点检查商品包装及商品本身有无破损变形、异味及其感官质量和外观质量，同时，对商品包装上的各种必需的标识，生产批号、生产日期、保质期、有效期等标注进行检验，对于不符合质量标准或存在质量问题的商品应予以分拣并单独存放，不得进入货场并须根据验收中发现问题的程度，扩大检验比例，

同时，将质量检验结果标注商品验收单上，对于存在质量问题的商品，由采购人员负责予以解决。

2、对于到货时未开箱验收的商品，理货人员在其拆箱加工或上货时，应按上述同样要求对商品质量进行逐一检查，发现存在质量问题的，应立即分拣返库，不得销售，并即刻通知相关采购人员予以解决。

3、在日常销售中，采购人员和理货人员均须按随时对销售货位的商品质量状况进行检看，对于发现包装破损、标识不规范、感观变质以及临近或超过保质期的存在质量问题的商品须即刻撤下柜架，返库另存，并由采购人员予以解决。

4、商品售出后，因商品质量问题发生顾客投诉，由服务人员负责接待受理，采购人员有义务配合服务人员对商品质量状况做出鉴定，必要时，由公司商品质量管理人员负责，组织采购人员或供货厂商携商品交有关主管部门予以鉴定，确属商品质量问题的，必须实行“先行负责制”按国家有关规定和公司的商品退换管理办法及标准和商品质量赔偿管理办法及标准，办理商品退换或赔偿。

5、在日常销售中，公司商品质量管理人员须按日对货场内销售货位的商品质量状况进行监督检查。日检查次数不得少于 2 次，月品种检查次数不少于三次，并建立商品质量检查记录，对于上级主管部门检查或公司检查中发现的问题须即时予以解决，采购人员和收货人员、理货员相关人员须按公司主管人员提出的整改意见即时予以落实。

6、对于各环节出现存在质量问题的商品，属本市进货的，须由采购人员联系供货厂商在 5 日内予以调换或退货，属外部进货的，须由采购人员联系供货厂商在 15 日内予以解决或退货，对于商品质量，无论经销或代销及联营，供货厂商必须无条件予以保证，给公司造损失的，必须予以赔偿，否则，将对于出现严重商品质量问题损害公司的信誉或利益的供货厂商予以经济处罚，止付货款，中止销售，撤出供应商资格、除名乃至起诉索赔。

7、公司质管人员在日常监督检查的基础上，按月对公司商品质量管理工作进行总结分析。

8、公司须定期和不定期对采购人员、收货人员、理货人员、服务人员就国家有关政策法规及商品质量标准要求进行培训,并联系有关主管部门的领导及专业人员来店进行法规知识的讲授及现场指导宣传活动。同时,聘请消费者协会有关人员及消费者代表建立社会监督。

第六部分　商品质量管理考核工作

商品质量管理工作为业务经营管理的一项重要内容并纳入业务经营考核范畴。

1、对于出现以下问题的，将对责任人予以考核性扣罚：

（1）未按规定要求索证、验证、报审的。

（2）未按规定要求在合同或协议中签订质量条款的。

（3）未按规定要求在到货、送货时检验商品质量的。

（4）未按规定要求及时解决商品质量问题的。

（5）未按规定要求进行日常监督检查的。

2、对于出现以下问题的，将对责任人予以行政处分乃至追究经济赔偿和法律责任。

（1）食品贮存和销售散装食品标签标注管理制度

第一条 为保证食品安全，规范食品标签标注，防止质量欺诈，保护企业和消费者合法权益，根据《中华人民共和国食品安全法》、《食品标识管理规定》等法律法规规章，制定本制度。

第二条 公司经营场所各部门、负责人应当具落实有与所经营的食品品种、数量相适应的食品贮存场所，保持该场所环境整洁，并与有毒、有害场所以及其他污染源保持规定的距离。

第三条 公司经营场所各部门、负责人应当做到贮存、运输和装卸食品的容器、工具和设备安全、无害，保持清洁，防止食品污染，并符合保证食品安全所需的温度等特殊要求，不得将食品与有毒、有害物品一同运输。

第四条 公司经营场所各部门、负责人贮存散装食品，应当在贮存位置标明食品的名称、生产日期、保质期、生产者名称及联系方式等内容。

第五条 公司经营场所各部门、负责人销售散装食品，应当在散装食品的容器、外包装、货架、储物架、储物筐、货箱、包装袋上标明食品的名称、生产日期、保质期、生产经营者名称及联系方式等内容。

第六条 预包装食品的包装上应当有标签。标签应当标明下列事项：

（一）名称、规格、净含量、生产日期；

（二）成分或者配料表；

（三）生产者的名称、地址、联系方式；

（四）保质期；

（五）产品标准代号；

（六）贮存条件；

（七）所使用的食品添加剂在国家标准中的通用名称；

（八）生产许可证编号；

（九）法律、法规或者食品安全标准规定必须标明的其他事项。

专供婴幼儿和其他特定人群的主辅食品，其标签还应当标明主要营养成分及其含量。

第七条 食品添加剂应当有标签、说明书和包装。标签、说明书应当载明下列事项，并在标签上载明“食品添加剂”字样：

（一）名称、规格、净含量、生产日期；

（二）成分或者配料表；

（三）生产者的名称、地址、联系方式；

（四）保质期；

（五）产品标准代号；

（六）贮存条件；

（七）食品添加剂的使用范围、用量、使用方法；

（八）生产许可证编号；

（九）法律、法规或者食品安全标准规定必须标明的其他事项。

第八条 食品经营者应当按照食品标签的警示标志、警示说明或者注意事项的要求，销售预包装食品。

（2）不合格商品退换货、消除制度

第一条 为保证食品安全，保障人民群众身体健康和生命安全，依据《中华人民共和国食品安全法》、《国务院关于加强食品等产品安全监管管理的特别规定》等法律法规，制定本制度。

第二条 本制度所称的不符合食品安全标准食品包括：

(一) 用非食品原料生产的食品或者添加食品添加剂以外的化学物质和其他可能危害人体健康物质的食品，或者用回收食品作为原料生产的食品；

(二) 致病性微生物、农药残留、兽药残留、重金属、污染物质以及其他危害人体健康的物质含量超过食品安全标准限量的食品；

(三) 营养成分不符合食品安全标准的专供婴幼儿和其他特定人群的主辅食品；

(四) 腐败变质、油脂酸败、霉变生虫、污秽不洁、混有异物、掺假掺杂或者感官性状异常的食品；

(五) 病死、毒死或者死因不明的禽、畜、兽、水产动物肉类及其制品；

(六) 未经动物卫生监督机构检疫或者检疫不合格的肉类，或者未经检验或者检验不合格的肉类制品；

(七) 被包装材料、容器、运输工具等污染的食品；

(八) 超过保质期的食品；

(九) 无标签的预包装食品；

(十) 国家为防病等特殊需要明令禁止生产经营的食品；

(十一) 其他不符合食品安全标准或者要求的食品。

第三条 发现所销售的食品属本制度第二条所列的食品，应停止销售，并采取下列措施：

（一）立即清点不合格食品并登记造册；

（二）将标识不合格食品撤出经营场所，封存并立即退回供货方；

（三）将质量不合格食品追回和销毁，对有毒有害、腐烂变质的食品应交由公司质量部门并立即向公司汇报或者通知有关部门进行无害化处理或销毁；

（四）可能造成安全卫生危害的，立即向当地市场监督管理部门或相关的质检、卫生行政管理部门报告；

（五）各营业场所及负责人对不合格食品的召回信息应当选择能够覆盖销售范围的新闻媒体予以公告也可以选择公司官方公众号、微信群、电话通知或在营业场所内公示，通知消费者退货。

第四条 对因标签、标识或者说明书不符合食品安全标准而被召回的食品，公司各营业场所负责人在采取补救措施且能保证食品安全的情况下可以继续销售；销售时应当向消费者明示补救措施。

第五条 坚决杜绝未按照规定采取召回、退换货措施、在责令召退回后仍不召退退回或者名义上召退回实际改头换面继续销售的行为。

（二）质量控制管理办法

（1）卫生管理制度

1、卫生检查包括公司所属的各营业场所卫生检查和食品卫生检查。

2、卫生检查由公司总经理全面负责，各营业场所负责人牵头实施并督促具体落实。

3、卫生检查的内容：

（1）各营业场所区域的公共卫生、门店窗口的卫生、附属设施及区域的卫生；

（2）各营业场所工作人员的个人卫生；

（3）原材料的卫生、半成品的卫生、成品的卫生；

（4）所属员工及工作人员对各项卫生制度的执行情况。

4、卫生检查的方法为：各营业场所负责人每天安排布置，场所经理每天进行巡视并做好卫生检查记录，公司总经理不定期检查。

5、检查出问题，立即解决，按照门店相关规定、制度进行处罚。

6、卫生检查的目的是使门店保持干净、整洁，确保食品安全卫生，顾客光顾时放心、舒心。

7、每周星期二对前一周的卫生检查情况进行通报。

（2）质量考核制度

1、目的

使质量管理考核有据可依，通过考核提高人员的质量意识，及时改进存在的问题。

2、适用范围

本考核办法适用于与质量管理体系有关人员的考核。

3、职责

- 质量管理考核要严格依照质量管理制度的规定，由质量管理领导小组具体负责实施。
- 各部门负责人负责各自部门工作人员的日常监督打分。
- 各部门负责人于每月底将各自机构的监督打分记录报质量管理领导小组。
- 对于出现违反质量管理制度重大情况的，要立即报告总经理。
- 质量管理领导小组成员的考核由总经理负责。
- 对在提高产品质量改进服务态度方面，要积极履行各部门职责。

4、考核标准

考核采用百分制，分“优秀”、“良好”、“及格”、“不及格”，具体分数规定为：

优秀：90 分以上（含 90 分）

良好：80~89 分

及格：70~79 分

不及格：70 分以下（不含 70 分）

5、考核内容

总经理

1）认真贯彻执行国家有关产品质量的方针、政策，树立“质量第一”思想，抓好全公司员工的质量意识教育，对企业产品质量负全责。（20 分）

2）组织研究和制定提高产品质量的发展规划，制定年度方针与目标规划，定期检查各部门方针执行情况，正确处理产、采、销量和质量之间的关系，确保公司质量管理体系有效运行，努力实现公司的质量方针和质量目标。（25 分）

3）定期召开质量分析例会，掌握质量信息，及时处理重大质量问题，并组织有关部门进行原因分析，制定并实施纠正/预防措施，防止不合格的再发生。（20 分）

4）各级岗位责任制、各项管理制度、纪律执行情况，表彰和奖励在质量管理工作中做出成绩的集体和个人，对不重视质量并造成重大事故的应予以处罚。（20 分）

5）主持管理评审，确保质量管理体系运行所必要的资源配备。定期了解质量管理部门工作汇报和听取顾客建议，不断改进质量管理体系，增强顾客满意（15 分）

生产（各营业场所负责人）经理

1）在本部门贯彻质量方针，实现本部门质量目标（20 分）

2）合理组织所属负责区域、场所一切的生产、技术工作，不断提高技术人员的技术工作质量和技术业务水平，从而保证产品质量（15 分）

3）维护基础设施、工作环境、生产（分拣）工作的正常，对公司、责任区域所组织编制的长远和近期的技术发展和技术改造规划的质量负责。（15 分）

4）编制生产指导性文件（分拣、采购、配送的规程、安全操作规程等），并对其有效性实施监督，组织领导产品、客户档案、质量情况、标准化资料的管理工作。（20 分）

5）负责领导所属营业场所的进货检验、过程检验、最终检验的管理工作，对不合格品进行评审、处置，对检验的质量负责。（20 分）

6）按时对所属负责营业场所的监视和设备设施进行周期检定，确保监视和设施设备结果的准确性。（10 分）

食品安全小组组长

1）在本部门贯彻质量方针，实现本部门的质量目标。（20 分）

2）对人力资源进行管理，组织与领导公司的培训工作，不断增强全员的质量意识。（20 分）

3）负责质量管理体系文件和质量记录的管理和控制，组织质量管理体系的评审，制定纠

正和预防措施并组织实施。（15 分）

4）及时收集产品质量信息，并对信息进行分析。（10 分）

5）发生质量问题应及时向领导汇报，并责成责任部门采取纠正和预防措施，防止不合格的重复发生。（20 分）

6）定期检查公司所执行的有关国家法律、法规以及各种标准的时效性，以便及时修订文件。（15 分）

采购经理

1）在本部门贯彻质量方针，实现本部门的质量目标。（20 分）

2）负责全公司采购管理工作，组织领导对供方进行调查与评价，负责采购物资的名称、数量、型号、规格及质量要求加以识别与管理。（60 分）

3）协助生产做好采购不合格品的处置。（20 分）

营销副总

1）负责识别顾客的要求与期望，对产品有关的要求进行评审，并负责与顾客的沟通工作。及时了解顾客的要求与期望，做好本公司产品销售工作及售后服务管理工作。（20 分）

2）定期开展顾客满意程度调查工作，加强与顾客的沟通，协助分析、研究和解决顾客的投诉。（20 分）

3）负责了解市场上产品的相关信息，为改进产品提供依据。（20 分）

生产部经理

1）在公司所属的营业场所严格贯彻质量方针，实现所属营业场所的质量目标。（20 分）

2）熟练掌握生产经营所需的技术要求，精心组织生产经营活动，保质保量完成任务。（20 分）

3）负责公司所属的营业场所环境管理，对原料、半成品、成品、不合格品，要标识清楚，分类存放。（15 分）

4）负责公司所属的营业场所原辅材料、半成品、成品在搬运、储存、包装、防护中的管理。（15 分）

5）负责公司所属的营业场所设施和监视测量（计重）装置的日常维护工作，使其处于完好状态。（15 分）

6）出现质量问题要及时汇报，按规定要求对不合格品进行处置，负责有关纠正和预防措施的制定和实施，不合格产品不得转入下道工序。（15）

品控部经理

1）行使检验职权，严把质量关，确保产品质量。（25 分）

2）负责对进货过程，和最终产品进行检验，及时组织对不合格品进行评审和处置。（25 分）

3）及时反馈产品的质量问题，督促职工提高产品质量。（20 分）

4）坚守岗位，做好检验记录。（15 分）

5）努力学习业务，不断提高业务水平。（15 分）

员工

1）生产经营前必须提前到现场，对设备、产品质量、安全等情况进行了解。做好交接班和生产经营的准备工作。（15 分）

2）坚守工作岗位、遵守操作规程和操作规程，认真执行检验制度，确保产品质量。（25 分）

3）生产场地整洁，物资、商品分类摆放整齐有序，标识清晰，合理使用监测仪器、设施设备，做好维护保养工作。（20 分）

4）严格遵守安全生产制度，防护用品穿戴齐全，正确使用各种电器、设施，确保人身安全，遇到紧急情况及时处理报告。（20 分）

5）认真填写各种原始记录，确保正确无误。（20 分）

考核结果

对于考核在 70 分以下的人员，应组织进行学习，并制定纠正和预防措施，报质量管理领导小组，由组长做出意见，交档案室保存，作为下次考核的一项内容。两次考核都不及格的人员，要考虑其是否具有岗位胜任能力，对不能胜任的人员考虑进行工作变动。

对于考核仅为及格的人员，应写出改进措施和计划，交档案室保存，作为下次考核的一项内容。

质量管理考核原则上每半年考核一次，若在生产过程中，出现较大质量问题，应增加考核频次。考核工作由质量负责人组织人员进行。考核人员不对自己和本部门进行考核。

（3）产品安全管理制度

a.食品安全电子监管制度

为贯彻落实政府在食品安全电子监管方面的相关规定，同时进一步提升公司内部的食品安全管理，公司根据自身情况制定了《食品安全电子监管制度》，具体如下：

一、安装电子监管软件，配备专门操作人员。公司的所有门店及经营场所都将按政府相关文件规定安装食品安全的电子监管软件，以配合政府部门的工作；同时公司在每家门店依据门店具体情况配置一到两名电子监管软件的操作专人，同时对所有操作人员进行统一培训，以确保操作的准确性和高效性。

二、基础数据录入规范。公司要求所有政府规定的相关基础数据必须及时准确地录入系统，具体包括：所有供货商、客户等主体数据必须录入工商注册号、名称、负责人等信息，有组织机构代码证的需录入组织机构代码；食品、食品添加剂必须按照其标签正确录入名称、规格、单位、保质期、商标等信息，有条形码的需录入条形码等。

三、实行批次管理。公司将按相关规定对所有食品类商品实行批次化管理，将其生产日期全部录入到食品安全监管系统。同时，公司特别要求乳制品的批次应优先录入，在进货和配送环节都要求将批次及时录入到系统。

四、全面制定进（销）货台账，履行进货查验义务。公司要求所有门店都建立准确的进（销）货台账，并在进货后一周内上传至电子监管系统，上传率要求达到100%。同时公司总部每月都将对所有门店进行抽查，抽查内容主要包括门店台账项目是否齐全、内容是否准确以及台账上传是否及时等。对于台账正确率在95%以下的门店，公司将派专人对该门店的软件操作人员进行“一对一”的培训与指导，同时将不定期对该门店进行抽查，以确保其台账的准确率。而对于台账准确率在100%的门店，公司将进行适当的奖励。

五、索证索票齐全。公司将按食品安全法规定索取供货商资质证明以及产品合格证、检测报告等食品合格证明，并在进货后一周内上传至电子监管系统。公司要求所有操作人员在索证后必须及时上传相关信息，以三个工作日为限，超过此期限即认定为操作人员的失误，同时公司总部将随时对门店的索证上传情况及其他一些软件使用情况进行抽查。凡是发现操作人员有两次及以上失误的，或是有其他操作不规范的情况出现，就立即对相关操作人员进行培训直到其能进行准确熟练地操作。

b.食品安全质量可追溯制度

为更好的保障消费者的合法权益，及时追溯不合格包装食品及百货的来源，防止同类问题商品的扩散、重复出现，特制订食品、副食品及百货质量可追溯制度。

协议追溯

食品、副食品及百货采购配送中心应与食品、副食品及百货的供货者签订进货渠道及质量安全承诺书，以合同方式存档。

证件追溯

按照索证索票管理要求，食品、副食品及百货采购配送中心和门店要确定专人负责食品、副食品及百货进场订单、索证索票和检测报告。管理人员索证索票按照“核对、收票、统一制作台帐”的流程操作。

台帐追溯

我公司的食品、副食品及百货采购管理人员，每天对配送的食品、副食品及百货进行可追溯台帐记录，并将台帐发送到门店或各配送部，以保障食品、产品质量安全及可追溯性。

质量追溯

我公司配送中心、门店要对到货食品、副食品及百货进行二次抽检中，发现有疑似质量问题的食品、副食品及百货时，应及时告知食品、副食品及百货采购管理人员确认，并启动召退换、销毁流程。

（4）产品质量安全制度

a.商品准入台帐登记制度

为规范本公司进（销）货管理，根据商品准入工程的有关规定，制定本制度。

一、本制度所称台帐制是指对属于商品准入范围的商品，统一登记进（销）货台帐，以加强进（销）货管理的制度。

二、记好“两本帐”，即进货台帐和销售台帐。通过进销台帐，保证商品的来路清、渠道正、货物真，去向明。

三、进（销）货台帐必须登记的内容。对商品进货日期、进货数量、进货来源、商品规格、标识、销售去向、采购人员等栏目内容必须进行强制登记。

四、对属于准入范围的商品，其每一批商品的进货情况都必须进行登记。

五、登记台帐必须装订成册，并建立电子档案以备存查及接受工商行政管理部门的日常监督。

六、本制度由公司分管质量的副总负责实施。

b.商品进出货验收台账登记制度

日常仓库管理制度

1）仓库保管员必须合理设置各类物资和商品的明细账簿和台账；财务部门与仓库所建账簿及顺序编号必须互相统一，相互一致。退货商品应分别建账反映。

2）必须严格按仓库管理规程进行日常操作，仓库保管员对当日发生的业务必须及时逐笔登记入帐，做到日清日结，确保物料进出及结存数据的正确无误。及时登记手工明细账并与电脑系统中的数据进行核对，确保两者的一致性。

3）做好各类物料和商品的日常核查工作，仓库保管员必须对各类库存商品定期进行检查盘点，并做到账、物、卡三者一致。

4）、采购部必须根椐门店销售及仓库库存情况合理确定采购数量，并严格控制各类商品的库存量；仓库保管员必须定期进行各类库存商品的分类整理，要按月编制报表，报送部门领导及财务人员。

c.入库管理仓库管理制度

1）、商品进仓时，仓库管理员必须凭仓库管理制度按采购计划单、送货单、检验合格单办理入库手续，拒绝不合格或手续不齐全的商品入库。

2）、入库时，仓库管理员必须查点商品的数量、规格型号、合格证件等项目，如发现商品数量、质量、单据等不齐全时，不得办理入库手续。未经办理入库手续的物资一律作待检物资处理，放在待检区域内，经检验不合格的物资一律退回，放在暂放区域，同时必须通知采购经办人员及时处理。

3）、一切商品的购入都必须用增植税专用发票方可入库报销，同时要注意审查发票的正确性和有效性。

4）、收货单的填开必须正确完整，供应商名称应填写全称并与送货单位一致。

5）、因质量等原因而发生的退回产品，必须由营运部相关人员填写退回商品处理单，办妥手续后方可办理入库手续。

出库管理

各类商品的发出，原则上采用先进先出法。拣配员和仓管员应核对商品的名称、规格、数量、质量状况，核对正确后方可发货；信息员应开具送货单，经驾驶员签字，登记入卡、入帐。

d.临近保质期食品管理制度

为进一步加强流通环节食品安全监管，规范公司对临近保质期食品的经营管理，有效防止和控制食品安全隐患，保障消费者知情权及人民群众身体健康和生命安全，制定本制度。

第一条 本制度所称临近保质期，是指距食品包装物上标明的最后保质日期的期限。临近保质期食品，是在临近保质期内但尚未超过保质期的食品。保质期指预包装食品在标签指明的

贮存条件下，保持品质的期限。

根据食品保质期的不同，参考行业惯例，对食品临近保质期界定如下：

（一）保质期在一年以上的（含一年，下同），临近保质期为 45 天；

（二）保质期在半年以上不足一年的，临近保质期为 30 天；

（三）保质期在 90 天以上不足半年的，临近保质期为 20 天；

（四）保质期在 30 天以上不足 90 天的，临近保质期为 10 天；

（五）保质期在 10 天以上不足 30 天的，临近保质期为 2 天；

（六）保质期在 10 天以下的，临近保质期为 1 天。

公司可与供货商自行商议临保期，但不得低于上述期限。

国家有关标准允许不标明保质期的食品，不设临近保质期。

第二条　公司在经营场所醒目位置向公众公示食品临近保质期标准，接受公众监督。

第三条　公司在经营场所的醒目位置提醒消费者注意查看食品生产日期、保质期和有效日期。提醒的方式可根据经营场所的规模确定，但要足以引起消费者注意。

第四条　公司设置临近保质期食品专区或专柜，并在醒目位置标明“临近保质期食品销售专区”或“临近保质期食品销售专柜”字样。设置专区或专柜应根据食品特性，并区分散装食品与预包装食品。

未设临近保质期食品销售专区或专柜的，待售的临近保质期食品上应有统一的“临近保质期食品”标签。

第五条　与其他商品一起捆绑搭售的食品临近保质期时，必须标明“临近保质期食品”。捆绑搭售时，不得隐藏该食品的生产日期和保质期。

第六条　现场制售食品的原料、成品以及散装食品应每批次标明入库日期和保质期限，出库销售应先进先出。

第七条　公司建立完善临近保质期食品管理保障机制。

（一）落实专门的临近保质期食品管理人员，并加强对员工临近保质期食品管理制度的培训。

（二）建立营业场所临近保质期食品定时、定人、包片的日常清查制度。定期检查库存和待销售食品，发现食品临近保质期时，应及时转至临近保质期食品专区或专柜，或统一粘贴“临近保质期食品”标签。

（三）公司每天对临近保质期限食品进行检查，对尚未售出的到期食品，应立即下架，停

止销售，及时销毁，不得退回供货商或者生产者，并建立销毁记录台账。销毁记录台账保存期限不得少于一年。公司销毁超过保质期食品，应确保该过期食品外包装一并销毁。销毁记录台账应如实记录超过保质期的食品的名称、规格、数量、生产批号（或生产日期）、销毁时间和地点、销毁方式方法、承毁人、监销人等内容，或者保留可供追查的影像资料等。

（四）制订临近保质期食品退货规则。公司如与供货商有临近保质期食品退货约定，应及时办理退货手续。退货记录内容包括退货商品名称、规格、数量、退货时间等，并由双方签字盖章（含电子签章）。退货记录应建档备查。

（五）制订合理的激励机制，鼓励消费者共同参与对临近保质期食品的管理。

（5）食品留样管理制度

食品追溯机制、留样等

1、范围

本标准规定了公司食品类物质(包括生产食品所用的原辅材料、食品添加剂、食品相关产品及食品）的留样管理要求。

本标准适用于公司及分子公司、配送中心、门店食品类物质留样管理。

2.、规范性引用文件

下列文件中的条款通过本标准的引用而成为本标准的条款。凡是注日期的引用文件，其随后所有的修改单（不包括勘误的内容）或修订版均不适用于本标准，然而，鼓励根据本标准达成协议的各方研究是否可使用这些文件的最新版本。凡是不注日期的引用文件，其最新版本均适用于本标准。

3、职责

品管部门或质量负责人指定专人负责留样样品的管理。

4、内容

4.1 留样对象

为实现食品质量安全追溯，同时考察产品贮藏过程中的质量状况，公司对部分采购食品类物资进行留样。

4.2 样品的留样比例

4.2.1 原料的留样比例(同一供应商同批次供应的同一种产品)

每批次进行随机抽检:不足 1 箱的每次抽 2 个样板(每个样板不小于 2 袋)2-15 箱，随机抽取

2 箱。16-25 箱，随机抽取 3 箱。26-90 箱，随机抽取 5 箱。90-150 箱，随机抽取 8 箱。超过 150 箱，按照 5%抽取。

4.2.2 留样规定:

每批产品留样时必须要无菌操作，防止采样时污染食品，留样的容器或材料、取样工具和留样的人员手必须经消毒。原辅物料采用密实袋进行留样，成品其完整包装直接留样。

质检员依留样比例对产品进行留样，一个样品一个容器，并标上名称、数量、批号、留样日期、保质期。于化验室冰箱暂存放置。并由质检员观察，质检员依标准对其进行外观、气味、色泽等项目观察，观察后记录于检验记录上。

每批次的食品均需留样且留样期间需在保质期内。产品的留样观察有效期为 **48 小时,成品留样观察有效期为产品的保质期(0+3 天或 0+5 天),**在保质期内每个样品每天都必须进行观察。产品过保质期后由品管部对原物料及成品及时报废。

如发现物料或成品有品质异常，品管部发出《不合格品反馈单》,依《不合格品管理程序》执行。

4.2.3 相关文件及记录

《原辅材料检验记录》

《成品留样观察记录表》

《不合格品反馈单》

4.3 供应商评价用样品，样品长期保存至取消供应商资格。

4.4 根据食品风险评估意见和各部门留样需求，由品管部门按要求开展临时性或长期性留样管理。

4.5 留样管理

4.5.1 留样样品抽样执行《抽样、送样管理制度》

4.5.2 留样样品应做好**样品标识、标签备注、留样时间、留样量、留样人员、审核人员**等，方便管理，并登记好《留样记录表》留样样品用于质量分析检测时应经质量负责人同意，未经批准严禁外借、销售或用于其它用途。

4.6 食品留样存放机制

1.为确保食品安全，必须由专人负责留样。

2.留样容器必须专用，洗刷干净经消毒后方可使用。

3.留样专用冰箱必须洁净，定期保洁消毒，留样食品摆放整齐，餐次分开。

4.每批次留样的食品，按规定不得少于 200 克。

5.留样食品取样后，应立即存放在经清洗消毒后的专用留样盒内，以免被污染。

6.留样食品，在其外部贴上标签，标明留样日期、时间、品名、批次、留样人（负责人）。

7.留样食品须在冷藏条件下保存 48 小时，进餐后如无异常即可处理留样的食品;如有异常，应立即封存，送食品卫生部门检验。

8.食品留样冰箱为专用冰箱，严禁存放与留样食品无关物品或食品。

专用留样冰箱内：

1、每个产品必须作好留样记录、标签备注:留样时间、产品名称、留样量、留样人员、审核人员,便于检查;

2、留样产品必须保留 48 小时,时间到满后方可倒掉;

3、留样冰箱为专用设备,留样冰箱内严禁存放与留样食品

4、留样的采集和保管必须有专人负责，配备经消毒的专用取样工用具和样品存放的专用冷藏箱。

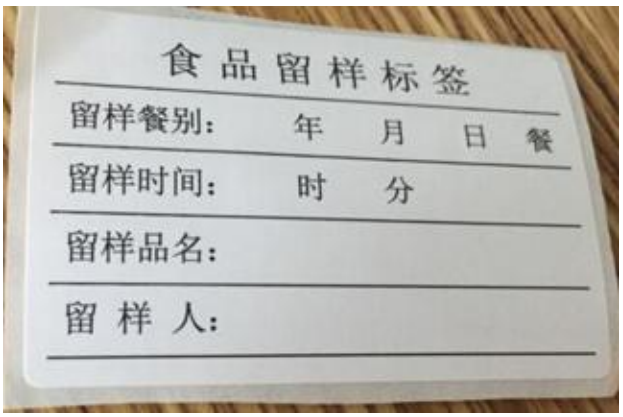
5、留样的样品应采集在操作过程中或加工终止时的样品。不得特殊制作。

不同食品品种分别用不同容器盛装留样．防止样品之间污染;留样容器应专用并经消毒确保清洁、样品应密闭保存在留样容器里。集中配送的样品，以保证样品的代表性，每个品种留样量不少于 100g，最好达到 250g。

6、留样样品，采集完成后应及时存放在 5℃左右的冷藏条件下，保存 48 小时以上．不得冷冻保存。

7、留样食品做好留样记录和样品标记，每批次样品都留存一份，必须标注品名、加工时间、加工人员、留样时间(xx 月 xx 日 xx 时)放入专用柜中，如业主单位发生食品中毒或疑似食物中毒事故，我单位立刻将该批次货物送检测单位检测或及时提供留样样品配合卫生监督机构进行调查处理工作，不得有留样样品而不提供或提供不真实的留样。如发现是我单位原因，我单位承担事故完全责任。

样品标签参考图：



（6）不合格产品下柜、召回制度

为了加强本公司食品等产品安全管理,规范不合格产品退出市场管理,树立本公司诚信、负责的形象，加强与监督管理部门的协调、配合，保障消费者人身健康和生命安全，依据《国务院关于加强食品等产品安全监督管理的特别规定》、《中华人民共和国食品安全法》、《中华人民共和国产品质量法》等法律规定，制定本制度。

本制度所称产品除食品外，还包括食用农产品、药品等与人身健康和生命安全有关的产品。

所谓产品下柜、召回，是指生产销售的产品存在安全隐患，可能对人身健康和生命安全造成损害的，或者不符合产品质量标准的，并已经进入流通、消费领域，为避免不合格产品危及人身安全及财产损失，本公司及时将缺陷产品从流通、消费领域收回，予以处理或者销毁，并承担相关费用的制度。

下列产品必须严格遵守本制度召回：

（一）存在安全隐患，可能对人身健康和生命安全造成损害的产品；

（二）存在设计缺陷或制造缺陷，影响正常使用，危及人身安全及财产损失的产品。

（三）检验、检疫不合格的，或依法应当检验、检疫而未经检验、检疫的产品；

（四）超过安全使用期限或者保质日期的产品；

（五）掺杂、掺假，以假充真、以次充好，偷工减料，假冒他人的注册商标等违法产品；

（六）与监督管理部门抽检核定质量不合格产品同批次的产品；

（七）被监督管理部门责令召回、或本公司认为需要召回的产品。

（八）法律法规规定其他应当召回的产品。

发现所销售的产品属本制度所列的不合格产品，或接到产品企业、供货商、下级销售商通知的，应立即启动不合格产品召回程序。

产品召回程序包括下列步骤:

① 立即停止销售该产品；

② 立即通知生产企业或者供货商、下级销售商立即停止销售；

③ 立即通知消费者停止使用；

④ 立即向工商行政管理部门及有关监督管理部门报告；

⑤ 及时向社会公布有关信息，信息公布应能够覆盖销售范围；

⑥ 为消费者办理退货退款手续，召回不合格产品；

⑦ 召回的产品按规定销毁或无害化处理。

⑧ 产品召回应自觉接受工商行政管理部门及有关监督管理部门的指导和监督，产品召回情况应及时、完整、真实地报告工商行政管理部门及有关监督管理部门。

⑨ 不合格产品退货和召回的费用，按照《供货合同》的有关约定办理，或者由供应商和销售商协商，原则上由对产品质量不合格负责的公司承担。

⑩ 实施召回的不合格产品应当定点存放，存放场所应当有明显标志，召回产品的批号和数量必须准确记录。产品召回后，应当对该产品质量不合格的原因进行分析并整改。

⑪ 本公司的所有人员应自觉遵守本制度，对违反本制度的一律从严追究其责任。

（7）临近保质期食品管理制度

为进一步加强流通环节食品安全监管，规范公司对临近保质期食品的经营管理，有效防止和控制食品安全隐患，保障消费者知情权及人民群众身体健康和生命安全，根据《浙江省实施〈中华人民共和国食品安全法〉办法》及浙江省工商局《关于贯彻落实〈浙江省实施中华人民共和国食品安全法办法〉若干问题的意见》相关规定，制定本制度。

第一条 本制度所称临近保质期，是指距食品包装物上标明的最后保质日期的期限。临近保质期食品，是在临近保质期内但尚未超过保质期的食品。保质期指预包装食品在标签指明的贮存条件下，保持品质的期限。

根据食品保质期的不同，参考行业惯例，对食品临近保质期界定如下：

（一）保质期在一年以上的（含一年，下同），临近保质期为 45 天；

（二）保质期在半年以上不足一年的，临近保质期为 30 天；

（三）保质期在 90 天以上不足半年的，临近保质期为 20 天；

（四）保质期在 30 天以上不足 90 天的，临近保质期为 10 天；

（五）保质期在 10 天以上不足 30 天的，临近保质期为 2 天；

（六）保质期在 10 天以下的，临近保质期为 1 天。

公司可与供货商自行商议临保期，但不得低于上述期限。

国家有关标准允许不标明保质期的食品，不设临近保质期。

第二条　公司在经营场所醒目位置向公众公示食品临近保质期标准，接受公众监督。

第三条　公司在经营场所的醒目位置提醒消费者注意查看食品生产日期、保质期和有效日期。提醒的方式可根据经营场所的规模确定，但要足以引起消费者注意。

第四条　公司设置临近保质期食品专区或专柜，并在醒目位置标明“临近保质期食品销售专区”或“临近保质期食品销售专柜”字样。设置专区或专柜应根据食品特性，并区分散装食品与预包装食品。

未设临近保质期食品销售专区或专柜的，待售的临近保质期食品上应有统一的“临近保质期食品”标签。

第五条　与其他商品一起捆绑搭售的食品临近保质期时，必须标明“临近保质期食品”。捆绑搭售时，不得隐藏该食品的生产日期和保质期。

第六条　现场制售食品的原料、成品以及散装食品应每批次标明入库日期和保质期限，出库销售应先进先出。

第七条　公司建立完善临近保质期食品管理保障机制。

（一）落实专门的临近保质期食品管理人员，并加强对员工临近保质期食品管理制度的培训。

（二）建立营业场所临近保质期食品定时、定人、包片的日常清查制度。定期检查库存和待销售食品，发现食品临近保质期时，应及时转至临近保质期食品专区或专柜，或统一粘贴“临近保质期食品”标签。

（三）公司每天对临近保质期限食品进行检查，对尚未售出的到期食品，应立即下架，停止销售，及时销毁，不得退回供货商或者生产者，并建立销毁记录台账。销毁记录台账保存期限不得少于一年。公司销毁超过保质期食品，应确保该过期食品外包装一并销毁。销毁记录台账应如实记录超过保质期的食品的名称、规格、数量、生产批号（或生产日期）、销毁时间和地点、销毁方式方法、承毁人、监销人等内容，或者保留可供追查的影像资料等。

（四）制订临近保质期食品退货规则。公司如与供货商有临近保质期食品退货约定，应及时办理退货手续。退货记录内容包括退货商品名称、规格、数量、退货时间等，并由双方签字盖章（含电子签章）。退货记录应建档备查。

（五）制订合理的激励机制，鼓励消费者共同参与对临近保质期食品的管理。

（8）消费者投诉处理管理制度

总则

目的：为保证消费者合法权益，树立良好的企业形象和品牌形象，不断提高和完善公司的产品质量，结合公司实际情况，制定本规定。

定义：消费者投诉是指消费者在购买我公司产品过程中因服务态度恶劣，或者购买产品后因使用公司产品出现各种异常情况而进行的投诉及信息反馈。

管理部门：营运部负责消费者投诉的具体处理。

管理原则

尊重消费者选择解决途径的协商和解原则。

符合《消费者权益保护法》等相关法律规定。

合法、合情、合理、平等自愿的公平友好原则。

投诉分类

根据投诉内容，消费者投诉分为服务质量投诉、产品质量投诉。

服务质量投诉：消费者(经销商)购买产品过程中，因公司销售人员服务态度恶劣等情况而发生的投诉，由销售部负责处理。

产品质量投诉：消费者购买产品后，在保质期限内出现产品变质、包装破损或内容物异常等情况而发生的投诉，由营运部具体处理和解答。

投诉处理

服务质量投诉

所受理的服务质量投诉，如与经销商、零售商有关的，市场负责人应及时进行协调和沟通，妥善处理，必要时由营运部负责落实。

所受理的服务质量投诉，如与市场业务人员、临时促销人员等我司人员有关的，受理投诉的人员应立即向被投诉人了解情况，并妥善处理。处理完毕后，应将具体情况通报营运部，营运部对直接责任人提出处理意见。

产品质量投诉

在接到产品质量问题的投诉后，应告知消费者注意保留购物凭证，并第一时间通知市场负责人。

市场负责人应立即与消费者取得联系，尽量安排在原购买公司进行换货。因特殊原因不能换货的，可给予退货处理。

如消费者投诉至当地消费者协会，可在消费者协会的协调下，双方达成较公平的解决方案。

对于质量安全事件，店长应直接与消费者沟通，协调处理方案，避免事态恶化。人资行政部负责进行跟踪和处理方法的指导。

处理程序

了解和核实消费者具体情况

产品情况：消费者使用的产品名称、规格、生产批号，并确定产品真假。

购买及使用情况：消费者购买产品的时间、地点、使用过程和方法。

不良情况：不良反应产生的时间、症状，发生后的处理方法等。

消费者姓名、联系电话、地址和邮编等基本联系方式。

稳定消费者情绪，明确公司服务原则。

对消费者进行合理解释，并进行产品知识方面的引导。

对于症状较严重的消费者，应及时陪同其去当地县级以上医院就诊。对于已经治疗的，应了解其详细就医过程及疗效。避免症状的进一步加重。

处理

公司成立安全事故处理小组：及时向供应商反馈上述信息，责成质检部门对其当批次产品进行复检，如并将检验结果通知营运部如发现重大食品安全隐患应及时通知质监部门。并启动不安全食品召回制度。

（9）食品经营管理操作规范及流程

为了保证食品安全，根据《食品安全法》等法律法规的相关规定，制定本工作流程：

一、食品采购

1、制定食品采购计划。确定采购食品的品种、品牌、数量等相关计划安排。

2、选择供货商。要认真查验供货商的主体资格证明，保证食品的来源合法。

3、签订供货合同。与供货商签订供货合同，明确双方的权利义务，特别是出现食品质量问题时的双方的责任和义务。

4、索取食品的相关资料。向供货商索取食品的相关许可证、QS 认证证书、商标证明、进货发票等证明材料，采用扫描、拍照、数据交换、电子表格等科技手段建立供货商档案备查。

5、对食品进行查验。具备条件时设立食品检测室，对供货商提供的食品进行检测并做好

具体记录。经查验不合格的食品，通知供货商做退货处置。

6、每一批次的进货情况具体记录进货台帐，账目保管期限为二年。

二、食品储存

1、设立食品储存仓库。专门用于存放查验合格的食品。

2、详细记录食品入库信息。食品入库要详细记录商品的名称、商标、生产商、进货日期、生产日期、保质期、进货数量、供货商名称、联系电话等信息。

3、按照食品储藏的要求进行存放。食品要离墙离地，按入库的先后次序、生产日期、分类、分架、生熟分开、摆放整齐、挂牌存放。严禁存放变质、有臭味、污染不洁或超过保存期的食品。 食品安全管理制度

4、贮存直接入口的散装食品，应当采用封闭容器。在贮存位置表明食品的名称、生产日期、保质期、生产者名称及联系方式等内容。

5、食品出库要详细记录商品流向。批发销售的情况应建立销售台帐，详细记录购买方的信息，以备查验，账目保存期限为二年。

6、天天对库存食品进行查验。发现食品有腐烂、变质、超过保质期等情况，要立即进行清理。

7、每周对仓库卫生检查一次。确保库房通风良好、干净整洁，符合食品储存要求。

8、变质食品设立专门的仓库或容器进行保管。不得同合格的食品混放在一起，以免造成污染。

三、食品运输

1、运输食品时运输工具和容器要清洁卫生，并生熟分开，运输中要防蝇、防尘、防食品污染。

2、在装卸所采购的食品时要讲究卫生，不得将食品直接与空中接触。

3、直接入口的散装食品，应当采用密闭容器装运。不得把直接入口的食品堆放在空中或与需要加工的食品原料和加工半成品混放在一起，防止直接入口的食品受到污染。

四、食品销售

1、每天对商家销售的食品进行查验。销售人员要按照食品标签标示的警示标志、警示说明或者注重事项的要求销售预包装食品，确保食品质量合格和食品安全。

2、对即将到达保质期的食品，集中进行摆放，并作出明确的标示。

3、用于食品销售的容器、销售工具必须符合卫生要求。

4、销售散装食品，应当在散装食品的容器、外包装上标明食品的名称、生产日期、保质期、生产经营者名称及联系方式等内容。

5、销售散装、裸装食品必须有防蝇防尘设施，防止食品被二次污染。

6、批发销售的情况应建立销售台帐备查，账目保管期限为二年。

五、不合格食品退市

1、食品安全管理人员在食品经营中发现经营的食品不符合食品安全标准，或接到执法部门、生产企业的召回通知，应当立即停止营业，下架封存，做好登记，并及时通知政府监管部门。

2、通知相关生产经营者或供货商，并记录停止经营和通知情况。

3、在经营场所向消费者公示召回食品的名称、批号等信息，并安排专人处置消费者退货事宜。

4、被召回食品，食品安全管理人员应当进行无害化处置并予以封存，做好记录，严禁再次流入市场。

5、不合格食品的处置。与供货商有合同约定的，按照约定执行。政府监管部门有明确要求的，按照政府部门的通知要求进行处置。

（10）员工培训及管理

培训

进入公司之前由人资行政部培训考核，进入岗位之后由部门负责培训考核。

1、培训政策

（1）学习新技能并培训他人是绝对有必要性的。以便：

■ 融入和丰富企业的文化；

■ 分享经验和技能；

■ 加强我们在各个部门与职位上的专业性。

（2）在接受任何岗位前，应先得到培训。

（3）培训应当结合岗位的要求，并有利于员工个人的发展和职位晋升。

（4）管理层对培训的质量负责，参与培训计划和制定、实施、跟踪、监督。

2、培训课程

企业为每一个员工都设计了培训过程，逐步通过三个阶段来完成：公司岗前培训、岗位实操培训和专业知识培训。

3、培训记录

员工的培训记录由门店跟踪负责。

各部门培训后需做记录存档备查。

员工管理

1、理货员的工作职责

（1）、理货员有对商品进行验收和为顾客提供完善服务的工作职责。

（2）、对商品编码进行标价和标价签管理的工作职责。

（3）、有对商品进行分类，并按商品陈列方法和原则进行商品陈列（包括补货、缺货登记）的工作职责。

（4）、有对顾客的咨询导购提供服务的工作职责。

（5）、有对仓库内卫生进行保洁及商品防损管理的工作职责。

① 废弃纸箱及时处理，严禁放入过道。

② 保管好本部门的工作用具、清洁用具，放于指定位置，打码枪和条形码必须保管好。严禁放于顾客随手拿到的地方。

1) 熟练掌握本岗位所经营商品的性能、用途、使用方法。
2) 经常性记录所经营商品的缺货情况，制定补货计划。
3) 对商品和货架每周必须进行一次清洁，地面用具必须实行每天清洁一次。
4) 搞好市场调查，掌握消费者需求和竞争门店有关信息，及时上报主管，关注新产品销售动态。
5) 商品陈列必须根据季节性商品、促销商品、畅销商品、毛利率高低特性．采用有效合理的陈列方法和根据多种商品陈列的原则进行陈列。
6) 及时关注更换促销商品信息及标价签。

第二章 应急处理方案

（一）突发火灾、被水淹没应急预案

（1）火灾事故应急预案

1) 发现火情的第一目击人应大声呼喊，立即切断事发地电源，利用附近的灭火器材采取有效措施进行先期处置，并向及时配送中心应急小组报告。
2) 配送中心应急小组接到报告后，应立即向应急领导小组报告，并赶赴现场组织指挥应急处置，本着“先救人后救火”的原则组织抢救被困人员，并视火情采取相应灭火措施。火情继续扩大的，迅速拨打 119 报警，出现人员受伤的，拨打 120 救助。
3) 火情发展可能危及职工生命安全时，配送中心应急小组应及时组织楼内人员撤离，切断办公楼总电源，关闭防火卷帘门，并严格控制无关人员进入办公楼，维护现场秩序。
4) 配送中心应急小组应及时组织疏散车辆，保持消防通道畅通，指定专人到路口引导消防车进入现场。
5) 应急处置工作结束后,配送中心应急小组应组织善后处理及事故调查工作，并在调查结束后一日内将事故起因、人员伤亡、财产损失、处置过程及结果等书面报告应急领导小组办公室。

（2）洪涝灾害、被水淹没应急预案

1) 发现水情，仓库负责人应立即切断总电源，并迅速向仓库应急领导小组组长报告。
2) 仓库应急领导小组应及时做出相应计划，迅速赶到现场，对于存放冲压件等需要防水物资快速做出调整计划，以保证快速转移
3) 情况紧急，危及人员全命安全时，应急小组应组织人员迅速撤离安全地带并第一时间通知办公室人员，以便作出新的调整计划。
4) 灾情结束，仓库应急领导小组组织人员清理现场，核实损失情况，在灾情结束后 1 天内以书面情况上报到办公室。

（3）停水、停电情况下的应急预备方案

为了应对突然发生的临时停水、停电可能出现的紧急情况，及时有效地进行控制和处理，

最大限度地减少经济损失与安全事故及其它影响，特制定本预案。

1) 项目组长和仓储物流配送中心负责人要及时了解供电局、自来水公司对客户单位所在区域的供水、供电计划（具体内容可以查询供电局以及自来水公司官方网站，也可以通过电话咨询），对于已经公布的停水、停电事件做到提前获知、提早布置，减少因为停水、停电造成经济损失。

2) 配送车辆应配备紧急照明设备，并按规定对紧急照明设备进行维护保养。在突发停电的情况下，可采取紧急照明设备进行保障作业。

3) 配送车辆应随车携带 20L 生活用水，一旦遇到停水情况发生但有需要用水作业时，采用生活用水进行保障作业。

4) 在停水、停电事件发生后，若单位内不能进行物资配送作业，则马上上报公司领导，在公司调度安排下，到指定地点等通知。在接到客户单位送货通知后市内 1 小时、其他地市根据实际情况预测到达时间并及时告知客户单位，晕则是不得超过 4 小时送达。

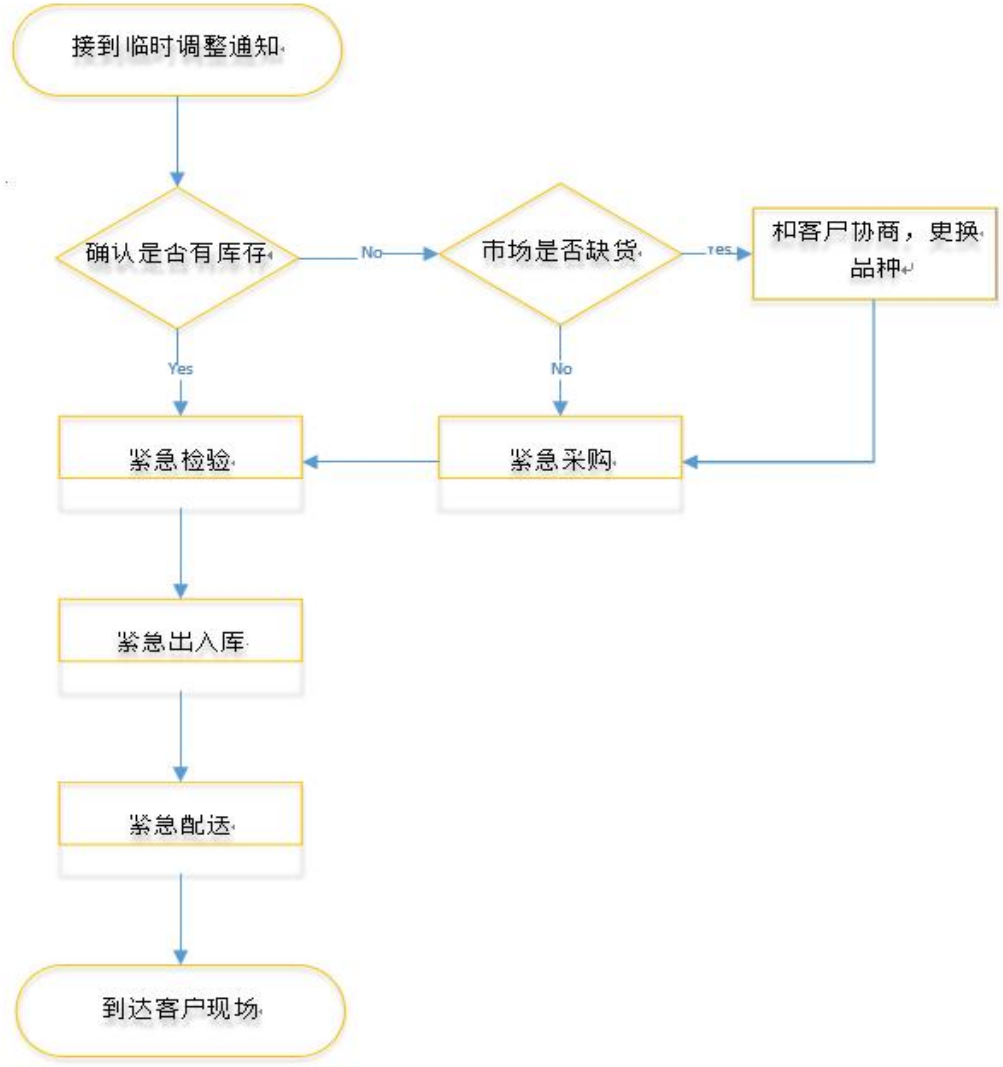
（二）仓储、运具不达标致使食材变得不合格，缺货补货应急方案

（1）临时调整应急措施

1、对于临时补货、换货等应急事项，我单位设专人跟进，确保在 3 小时内给客户送达。

2、对于临时补货品种，如果遇到市场上缺货，或者质量不好的，我单位第一时间通知客户，并提供可代替品种名称、价格等给予参考选择，确保客户满意。

临时调整应急措施



（2）其他特殊情况下应急供应措施

a.配送商品的完整性应对措施

仓储面积

要保证每次送货都能全部足额的满足要求，首先就得需要有足够的库存。

安全库存管理

每个商品在软件系统里都会设置一个安全库存，安全库存是根据商品的销量、库存量、厂

家到货的路途时间等来进行设置，一旦低于安全库存系统就会提醒，采购人员参考系统提醒并结合实际来向厂家下单采购，保证不断货不缺货。

厂家配合

因我公司与各个厂家都签有合作协议或者采购合同、供应商协议，拥有厂家特殊渠道销售授权书，合作期间不得涨价，一旦出现原材料短缺或是其他因素，厂家都会提前告知，我公司根据厂家提供的信息会提前进行备货。一旦出现不可预知的突发情况，厂家会协助到其他经销商处调货以满足我公司所需。

b.供货后清单商品数量缺少响应

若发生商品数量缺少的问题，我司保证在送货时，额外增加 5%的商品放入仓库，以备不时之需。我司可保证单次供货商品齐全率。我公司长期进行不少于 2 个月的商品单独储备，防止缺断货现象发生。

供货期间，若遇采购方加单、补货情况，我方将启用应急保障门店，并承诺在 1 小时内将加单物资送达指定地点。

c.发现订单商品停产应急处理

供货期间，如商品停产了，如遇生产厂家停产或不可抗力等因素确需调整的，由我方先向供应方申请，并提供相应证明，甲方/供应方将组织相关部门进行调研，如属实则由双方协商进行解决。

供货清单内的商品在服务期内原则上不得更换，且必须保证能采购到清单内的所有商品。

在不可抗力的情况下生产厂家商品停产，我司秉承更好的为采购人/客户服务态度，会从新提供同档次的或高于停产商品的产品，包含商品质量、品牌、价格、供货、配送、应急、售后做出完整的方案供采购人选择，从而减少因商品停产而造成的不良影响。

d.装卸过程中商品损耗处理

使货物完整无差损地运到目的地，是提高货运质量的重中之重。货物装卸过程中，严格遵守我司制定的货物装卸规章制度。如发生商品破裂，包装损坏，我司第一时间进行无条件更换，及时做好沟通，做好替换。

工作前认真检查所用工具是否完好可靠。不准超负荷使用。装卸时应做到轻装轻放，重不压轻，大不压小，堆放平稳，捆扎牢固。人工搬运、装卸物件应视物件轻重配备人员。杠棒、

跳板、绳索等工具必须完好可靠。多人搬运同一物件时，要有专人指挥，并保持一定间隔，一律顺肩，步调一致。堆放物件不可歪斜，高度要适当。对易滑动件要用木块垫塞。不准将物件堆放在安全通道内。用机动车辆搬货物时，不得超载、超高、超长、超宽。如遇必须超高、宽、长装运时，应按交通安全管理规定。要有可靠措施和明显标志。

（三）自然灾害、极端天气应急预案

（1）雷击灾害应急预案

(1) 接到雷击天气预警，配送中心应急小组应通过 OA、电话等方式及时发布预警，通知各部门切断电源和网线，并根据政府相关部门要求采取预防措施。必要时组织员工撤离到安全区域。

(2) 配送中心场所发生雷击灾害，配送中心应急小组应立即报告应急领导小组，并迅速安排切断场所电源，断开网线，组织楼内人员安全、有序撤离到安全区，积极抢救受伤人员和财产。

(3) 配送中心应急小组应保护灾害现场，并随时向应急领导小组报告处置进展。灾害严重的，应急领导小组按规定报告应急指挥部和地方政府。

(4) 应急处置工作结束后，配送中心应急小组应组织善后处理及相关调查工作，在调查结束后一日内将灾害情况、处置过程及结果报告应急领导小组办公室。灾害严重的，应急领导小组应将灾害情况及处置结果报告应急指挥部和地方政府。

（2）台风、暴雨洪涝灾害应急预案

（1）当接到气象部门较大汛情、台风（热带风暴）警报通知后，配送中心各部门启动应急预案，根据汛情、台风（热带风暴）趋势，组织、安排人员值班，并及时向配送中心应急小组提供汛情、台风（热带风暴）动向和对我市烟草系统影响的有关情况。

（2）当接到市政府或气象部门重大汛情、台风（强热带风暴）预计未来 24 小时在我市登陆紧急警报通知后，配送中心应急小组领导进岗工作，听取应急领导小组办公室关于汛情、台风可能登陆地点、时间、台风等级、降雨量及各项抗台防汛准备工作情况汇报，同时向应急领导小组汇报各项抗台防汛准备工作和措施。

（3）配送中心应急小组听取汇报后立即组织、指挥各部门人员，对配送中心场所各重点

部位实行 24 小时值班。同时迅速召回一线工作员工，停止一切经营、市场管理活动，确保人员、车辆及物资安全。

（4）时刻关注台风信息的发布，动员全体配送职工全力以赴做好抗台防汛抢险工作。保持通讯、网络信息系统畅通，及时做好上情下达，下情上报工作。

（5）由配送中心综合部具体负责落实有关防台防汛物资,如雨具、电筒、应急灯或蜡烛、沙包等，在每年 6 月底前完成。检查工作由公司安保部门、配送中心应急小组在汛来临之前，专门组织人员对配送中心场所、配送中心仓库一些易倒灌、易漏水、易漏电的危险部位作认真检查，采取加固、修理、防漏等有效措施。

（6）在台风频发的 7-10 月期间，为确保国家财产安全，公司配送中心要做好防汛防潮防漏水的准备工作，把卷烟堆放在安全位置。因台风造成电源或线路中断，应及时关闭电源开关，启用应急灯、电筒或蜡烛照明，在使用蜡烛照明时应注意防火安全，应放在铁盒或碗内，不能直接放在木板上或与易燃物过近的地方，不准在卷烟仓库内使用蜡烛照明；因台风造成停电或信息网络中断，信息中心人员应坚守岗位，确保计算机房里的设备、设施安全，并做好数据备份工作。各部门必须在洪水来临前确定本部门电源拉闸的最低警戒线；因台风造成道路中断，支援人员无法到达指定地点，应立即向指挥中心或当地政府汇报汛情，争取得到当地政府部门支援。

（7）应急处置结束后,配送中心应急小组应组织事故调查和善后处理工作，并在调查结束后一日内将事故原因、处置过程及结果书面报告市局导小组应将事故情况及处置结果报告应急指挥部和地方政府。

（四）突发车辆故障、交通事故等应急方案

（1）配送车辆物流交通应急预案

a.平时能遇到的突发事件

1、交通事故

2、车辆自身故障

3、自然灾害

4、突发公共卫生事件。如：新冠肺炎、非典、禽流感等。

b.应急救援组织机构、人员及职责

总指挥：负责预案一切事务

组长：负责组织、指挥救援安全工作

副组长：负责保险工作、负责后勤工作

组员：负责应急救援制度落实、实施

c.应急救援报告程序

在目前的运输工作中，遇到突发事件或政府救援指挥时，第一时间内，让值班人员把政府指令的时间、地点、等具体情况通知救援组长，组长指挥救援。

遇到交通事故或车辆故障，有司机及随行人员用手或就近电话应急小组长，准确报告事故时间、地点、车辆人员损伤情况，同时拨打 122 报警。如有人员受伤及时拨打 120 救助，应急小组长通知小组成员及负责保险理赔方人员，修理工等相关人员迅速到场。

d.应急预案启动程序

遇到大型突发公共卫生事件，如自然灾害、非典、禽流感等紧急事件时，都是由当地政府指挥，当车队接到上级应急救援指令时，由组长想救援小组成员发出救援指令，视事件情况指挥组织车辆及人员，实施救援时跟上级沟通，听从上级部门的指挥和调派。

接到在运输过程中的交通事故，车辆事故报告时，组长通知副组长，保险人员、修理工及救援人员到现场，启动一般应急预案。

e.预案分级响应条件

因车队有着一套严谨的管理制度，所以运输车辆都处在良好的运行状态，不论是运输还是救援，都能随时调动所有车辆。

车队司机是经实际考核和面试后录用的，具备驾驶员资格证与从业资格证（需要的），熟悉运作流程，上岗前均已经过企业内部安全管理，操作技能和工作流程培训，业务熟练。

车队司机和装卸人员，手机保持 24 小时开机，公司同意安排综合宿舍，吃住均在向公司宝贝的地方，接到指令 10 分钟内均能准时到位。所以接到上级应急救援命令或正常的运输任务时，都能随时调动所有车辆和人员，完成上级指派的任务。

应急小组长接到运输过程中的突发事件时，视情况拍救援人员前去现场处理事件，救援人员随时向组长回报差两处理情况，组长根据实际情况，调动备用车辆，完成事故车辆的运输任务。

f.应急预案的关闭程序

当应急救援任务完成后，现场救援人员向组长汇报，组长总结材料向上级主管部门报告。交通事故救援现场处理完成后，作好记录整理有关材料，保险员报案后处理好后续理赔、修理等事项。待一切事情处理结束，经组长确认后，应急程序关闭。进入正常的运输状态，值班人员坚守岗位。

g.应急培训计划

定期组织相关从业人员学习突发事件处理程序，学习遇到突发事件如何报告、报警，及如何向上级领导回报情况，并讲明需要什么样的帮助，需要哪些相关人员到场。

运营部建立有定期例会制度，每周周一运营部全体人员召开例会，总结一周来运营过程中出现的问题和解决办法。新的道路交通状况和限行规定，道路运输企业所规定的“三知、三会、三方、三常”也是例会的主要学习内容。

在日常工作中，我们要求各位司装人员，把每天的运输任务都当作一次应急救援，学会在集体行车时所要注意的事项，如行车路线、行车速度、行车距离等集体行车知识。每天检查车辆出场、进场，车辆停放顺序。每周从项目为单位组织学习单位所制定各项故障制度。

h.安全驾驶的基础要求

1、严格遵守交通法规，树立交通道德意识，保持良好的胜利、心里状态，时时处处把安全行车，文明行车放在第一位。

2、熟练掌握驾驶技能是保证行车安全的重要条件，只有这样才能在遇到紧急的交通状况时，迅速做出正确判断，凭借过硬的驾驶技术，采取得当有效的措施，从而保障行车安全。

3、车辆状况的好坏，各个部件都涉及行车安全，因此要保证车辆在道路正常行驶，就要注意平时对车辆的精心维护和保养。

4、不断丰富安全驾驶知识，总结行车经验，提高自身安全驾驶能力，掌握在不同天气及遇到紧急情况十的操作技能。

i.安全驾驶措施

根据道路的特点，采取相应措施

1、高速公路

我国高速公路较多，进入高速路前，首先检查轮胎气压，气压过低或过高都记忆发生爆胎事故。在高速公路上行车，不能因路况好而放松警惕，严格按规定速度在规定车道内行驶，车辆因故障需要紧急停车时，一定要停在应急车道内，打开危险警报灯，在车后 150 米处树立警告标志，人员全部下车，转移到右侧应急车道外车，严禁在行车道内停车。

2、城市快速道路

在城市快速路行车，由于各种佳通设施齐全,标线醒目视线良好，为安全行车提供了良好条件，但也容易引起驾驶员麻痹，超速行驶。遇有紧急情况时采取措施不利，造成严重后果。城市快速路与高速路不同的时进出口间距短，不能从内侧车道或中间车道直接并到出口，主辅路有绿化隔离时，出入口处最易发生事故，要谨慎驾驶。

3、环路

环路的特点是车多，上下坡多，出入口多，在环路上行驶，要熟悉路况，注意交通标志明确去往目的地的入口和出口。提前进入所对应的车道，行驶中控制好车速，保持好车距。进出环路主路要做到，让主路内车辆先行。环路应急车道只有在车辆发生事故，故障或交警示意停车时指示停车。车内人员应撤离到主路外。其他情况禁止停车，更不能借应急车道行车。

4、立交桥

行至立交桥，在进入桥区前应看清、看懂设在桥区前的只是标志，进入桥区后安置是标志的路线行使，在驶出桥区时还要注意避让机动车行人。立交桥端头、匝道口、下坡路段最容易发生事故或引起拥堵，要求驾驶员在立交桥区应控制好车速，尽量不要并线，进出立交桥注意礼让。

5、窄路和胡同

窄路和胡同在我们国家的道路中比较多件，其特点是三多（人多，车多，死角盲区多）、通行能力差，因此行车时要集中精力，不可麻痹大。会车时减速靠右，礼让三先（先慢、先让、先停），避免出现三点一线的危险情况，转变时要适当鸣笛示意。在没有停车泊位的情况下，不要在窄路或胡同内停车，必须保证消防通道的畅通。

6、坡路

在坡路行车，必须注意观察路面的宽窄及坡度的陡缓，操作时要手脚协调，适时换挡，全理制动，以保障安全。

上坡时，起步要平稳，防治车辆倒溜，行使中根据坡度的陡缓选用档位，坡度越陡，使发动机保持余力。连续上坡容易造成发动机温度过高，必要时可停车休息。

行经下坡道路时，应运用发动机控制车速。通过较长而陡的下坡路，应断续制动。在下坡道路上临时停车时，应使发动机熄火，拉近手制动器，将变速杆挂入倒挡。

7、其他路段

1）车辆通过傍山险路等危险路段，应低速行使，双手把稳方向盘，谨慎行驶。

2）车辆进入隧道，适当减速行驶，并开前照灯。

3）车辆涉水应低档平稳通过。因车辆涉水时，制动盘鼓可能受到水的浸泡，制动效能降低。出水后，驾驶人应该在条件好的路段上，使用制动器，排干水分，以保证制动。

4）车辆行至泥泞路段，应尽量选择坚实的路面行驶，防止产生滑溜，避免放声事故。行驶中要选择适当档位，发动机保持足够动力，避免中途换挡宇停车，尽量少打方向盘，保持匀速直线行使，偶有车轮空转打滑应挖取泥浆铺上沙石草木。

5）车辆通过较大坑洼或较宽小沟槽时，应减速驶入，挂低速挡通过。

8、行车的基本要求

1）不超载。由于道路设计与建设是按照正常装载与乘坐要求进行的，不能适应超载车辆的使用需求。同事车辆承载并未留有过多的制动余力。因此，对于超载车辆而言，既是没有其他违法行为，每一处坡道、弯道、窄道，路口等都是事故隐患，驾驶人在陌生的道路上行驶时，超载最容易发生事故。

2）不超速。任何一条道路都规定了设计时速，但设计时速不等于安全时速，因此，人和一条道路上都应该按照限速标志行驶。特别是行驶在弯道盲区、坡路盲区、障碍盲区，应降低车速，以应变突发情况。

3）不抢行。道路交通设置明确的表示了不同车种、不同流向的路权，即出行权，先行权、占用权。标志标线表示的是空间路权，交通信号灯表示的时时间路权，驾驶员应严格遵守标志标线和信号灯规定，在取得通行权后，判断自己是否有先行权，否则就会发生抢行，导致违法行为和事故。

j.恶劣天气安全常识

1、风天

测向风较大时，注意把稳方向盘，控制好车辆的行进方向，避免跑轮；顺风时，非机动车数度较快，不要争道抢行；逆风时，靠边停车时注意避让。

2、雨天

雨天行车，道路湿滑，车轮与地面的附着力下降，可视范围小，行人与非机动车动态失常，应降低行驶速度，避免紧急转向和紧急制动，以防侧滑翻车。连雨天气，路基长时间被冲刷，会出现疏松和堤坡坍塌现象，因而应选择公路中间坚实的路面行驶。遇大暴雨和特大暴雨时，应选择安全地点停车，并开启双闪示意来往车辆。

3、雾天行车

雾天行车能见度的低，应开启前照灯、示廓灯、后位灯、雾灯和危险报警闪光灯，不得使用远光灯。要根据视距远近，适当控制车速，严禁超车，与其他车辆和行人保持安全距离。如在高速路上遇大雾，应按规定开启灯光，降低车速，勤鸣笛，从最近的出口驶出高速路。

4、雪天行车

由于轮胎与地面的附着系数小，容易产生滑移。为安全，应做到：

1）保持中速或低速行驶，避免猛打方向盘，禁止猛抬离合器和急踏加速踏板。

2）与前车的安全距离一般保持在 50 米，遇到情况需要减速时，应利用发动机的牵制力，换低速档控制车速。

3）会车时，应靠右慢慢通过，应加大与骑车人的安全间距，以防止骑车人横滑摔倒。

4）必要时在轮胎上安装防滑链，尤其在山路行车更为必要，以增强附着性能。

5）撒有融雪剂的路面，在路面干燥一周内不要开快车。融雪剂干燥会使路面打滑，应保持中速行驶。

k.夜间行车安全常识

1、夜间灯光亮度有限，视力下降，视野变窄，能见度差，因此灯光必须齐全，有效，并严格按规定使用，行至交叉路口时，可用便远光灯示意其他车辆和行人注意。如遇到对方持续使用远光灯，驾驶员营靠边停车，关闭大灯，使用小灯。待其通过后，再继续行驶。如全车灯光突然熄灭，应当立即靠边停车，待修复后在行驶。

2、夜间行驶坡路，应注意观察车辆灯光变化，保证车辆安全。当灯光照射距离由远变近是时，表明汽车已驶进上坡道，当灯光由近变远时，表明汽车已驶入下坡道。

I.危险情况的处理办法

1、行驶中忽然遇到前方危险情况时，应采取紧急制动，在最短的距离内停车。紧急制动时，双手紧握方向盘，果断抬起加速踏板，用力启动制动踏板。

2、行驶中轮胎爆胎，不要急踩制动，容易发生侧滑。应把稳方向，平稳停车。

3、行驶中遇强行超车，占据自己车道时，尽可能让出车到，让其先行。

行车要求

（一）驾驶车辆的一般要求

1、礼貌行车，安全礼让，不争道抢行不开斗气车，不无故慢行。

2、遵守公共道德，文明驾驶。

3、保持车况良好，车容整洁

（二）与重大活动合交通管制的行车要求

由于当地国家领导人、来访外国国家元首，政府首脑等重要首长，贵宾在公路上出行时，召开重要会议，举办重大活动时，要注意以下几点：

1、服从交通警察指挥，礼让警车及其护卫队，不穿插，不超越，不追随，确保管制路线的安全畅通。

2、避让车队时，注意临车道的动态变化，避免发生事故。

3、在管制线路行驶时，不是如交通警察已经腾清的车道，不随便停车，不随意调头。

（2）配送时发生突发事件时具体措施

a.配送车辆故障应急服务预案

1） 配送员一旦发现车辆故障后，送货员或驾驶员应及时向所属部门负责报告，并及时向配送部应急小组报告。

2） 配送部应急小组接到报告后，确保配送部储备一辆以上配送车辆，及两名以上驾驶员。及时安排增援车辆、装卸人员和相应救援设备，立即赶往故障地点。

3） 调度员在送货车调用时，要确保整个配送体系的顺畅运作。待增援车到达故障现场后，应做好与故障车进行货物的车与车对接工作，货物对接时应保持高度警惕确保安全。

4） 若造成送货时间推迟的，配送部应急小组必须及时告知营销中心应急小组，并由营销中心应急小组安排客户经理向客户做好延迟送货的解释工作。

5） 应急处置结束后，配送部应急小组应将配送车辆故障发生的经过、处置措施、相关故障处理记录在调查结束后一日内书面报告应急领导小组办公室。

b.配送车辆交通事故（事件）应急预案

1） 发生机动车辆事故（事件），驾驶人员或随车人员应采取有效措施进行先期处置，并立即配送部应急小组及车队长，同时向政府有关部门报警，通知保险公司。配送部应急小组按照《机动车辆事件（事故）应急预案》进行应急处置；

2） 情况严重的，配送部应急小组应向应急领导小组报告。出现人员伤亡或重大财产损失的，应急领导小组应按规定报告应急指挥部和地方政府相关部门。

c.配送时遇交通事故及自然灾害应急措施

配送过程中发生交通事故，当事人应立即进行自救，并报警。电话：122（交警）、119（消防）、120（急救），应简明讲清事故地点、伤亡、损失等情况，以及事故对周围环境的危害程度，保护现场，抢救伤员，保护货物财产并通报运输经营者与保险公司。机动车辆在行驶中造成人员伤亡或财产损失以及性质严重、产生重大影响的机动车辆事故，由应急领导小组启动本预案。

（1）事故现场措施

①.事故初期措施

发生机动车辆事故，驾驶员应立即停车，保护现场；发生人员伤亡的，首先抢救受伤人员。

②.事故报告

发生机动车辆事故后，当事人应立即报告交警、保险部门和本单位应急领导小组办公室，同时，按程序在 20 分钟内报告多经公司应急领导小组办公室。

机动车辆事故报告内容：

发生事故的时间、地点、联系电话、报告人；

事故的简要经过、伤亡人数、财产损失的初步估计； 事故原因、性质的初步判断；

事故抢救处理情况和采取的措施。

事故现场保护

当事人和责任单位在第一时间内进入事故现场人员必须负责保护事故现场。

对事故对方当事人逃逸的举报事项发生事故、对方当事人逃逸的，本单位当事人及随车人员应记清对方车型和车牌号向交警部门举报。

（2）应急处理程序

重大机动车辆事故的处置：

组长或组长指定的现场总指挥及时赶赴事故现场，迅速主持应急处置工作，召集相关成员，制定处置措施，并随时向领导小组通报情况。配合上级应急部门开展应急处置。

人员伤亡事故的处置：

发生机动车辆事故造成人员伤亡的，驾驶员或随车人员应立即拨打 120 急救中心电话，积极组织抢救伤员，保护现场，现场移动的物品，应设明显标识。

一般机动车辆事故的处置：

发生一般机动车辆事故，如果没有人员伤亡但有较大财产损失，则必须报警，在交警部门和保险公司人员到位勘查现场后，由交警指挥撤离现场，恢复交通。

轻微机动车辆事故的处置：

发生轻微机动车辆事故，如没有人员伤亡，仅造成轻微财产损失，当事人双方对事故成因无争议的，在记录事故时间、地点、当事人双方姓名、联系方式、机动车牌号、驾驶证号、保险证号、碰撞部位并共同签名，经责任单位主管负责人同意后，方可撤离现场，恢复交通。如有争议，必须报警。

机动车辆自燃事故的处置：

机动车辆发生自燃事故后，驾驶员应立即将车辆靠边停放，关闭发动机，迅速取出灭火器或衣物，按照正确的使用方法进行灭火；火势凶猛，一时无法扑灭，有可能造成车辆爆炸的严

重后果时，应设定警戒线，疏散周围群众远离现场。同时报告消 防、保险部门，保护现场。

盗窃事故的应急处置：

运输过程中或抵达目的地后发现现金或货物被盗，驾驶员或随车人员应就近向当地公安机关报案，同时报告本单位领导；在公安人员到来之前保护好现场，公安机关现场勘查结束后，清点核对被盗现金或货物数目，协助公安机关调查取证工作。

抢劫事故的应急处置：

运输过程中发生抢劫事件时，驾驶员及随车人员应保持冷静，避免过激行为，伺机发出呼救信号或拨打 110 报警电话，在确保人身安全情况下，尽量拖延时间争取救援。若抢劫行为已经发生，有人员伤亡应立即救助伤者，同时保护好犯罪现场，配合公安部门做好现场勘查工作，积极提供犯罪嫌疑人特征线索协助破案。

（3）善后处置

应急处置结束后，车辆应急领导小组应立即组织人员清理事故现场，清点人员伤亡和财产损失情况，调查事故发生原因，查找安全隐患、总结经验教训、提出整改措施，防止同类事故或连环事故发生，安抚伤员，稳定人心，迅速恢复正常状态。对伤亡人员，要按照国家有关政策规定做好善后工作。

若发生食材泄露至附近水域造成污染，尽早告知消防官兵带好除油过滤装置。

发生一次死亡事故应在 30 分钟之内报告当地交通主管部门。

现场事故处理完成后，当事人将情况反应给配送中心，以便配送中心组织协调各个方面做好重新配送方案，保证供给。

后期工作：开展食品安全事故原因分析、责任追究；

配合监管部门做好涉案食品处理，落实整改措施；

总结分析应急处置经验教训，提出改进应急处置工作的建议。

自然灾害应急措施：

1、做好应急运输保障工作，在发生自然灾害、突发性事件时，要服从县级以上人民政府或者交通主管部门的统一调度、指挥。

2、报告：遇有自然灾害、突发性事件发生，应立即在最短时间内逐级向交通主管部门报告（在异地遇有自然灾害、突发性事件的应同时向当地人民政府和交通主管部门报告）。

3、车辆：投入应急运输车辆使用年限不超过 5 年，并经检测合格的在用车；车辆运行单

程在500公里以上必须配备2名驾驶员，每位驾驶员连续驾驶时间不得超过3小时。

4、人员：参运人员年龄在25至55岁之间，符合道路运输经营条件的驾驶人员，且技术过硬、作风正派、身体健康。

5、接受应急运输任务后，运输车辆、人员必须整合待命，在规定时间内到达指定地点集合，且必须由道路运输经营者亲自带队。

6、执行应急运输任务时，运输车辆及参运驾驶人员要遵守应急预案的有关规定，服从交通主管部门的统一调度、指挥，遇事主动请示、汇报，协调解决好各项工作事务。

7、配送中心做好道路运输保障工作，确定多条道路运输方案，应对突发性自然灾害保证货物供给。

（五）采购人变更配送量应急措施

（1）调配货源采购配送

当客户单位发生临时突发性特殊采购、急件采购，项目负责人将客户单位要货信息传递商品部，我公司商品部将立即通过我公司信息化服务软件，首先从配送的仓储进行组织货源，同时下达至公司仓储基地，调配货源，第一时间了解突发性特殊采购、急件采购的货源状况。仓储基地根据要货数量及时下单安排物流部进行货源的装车配送，在 1 小时内将要货数量按时送客户单位指定地点。

（2）当地采购配送

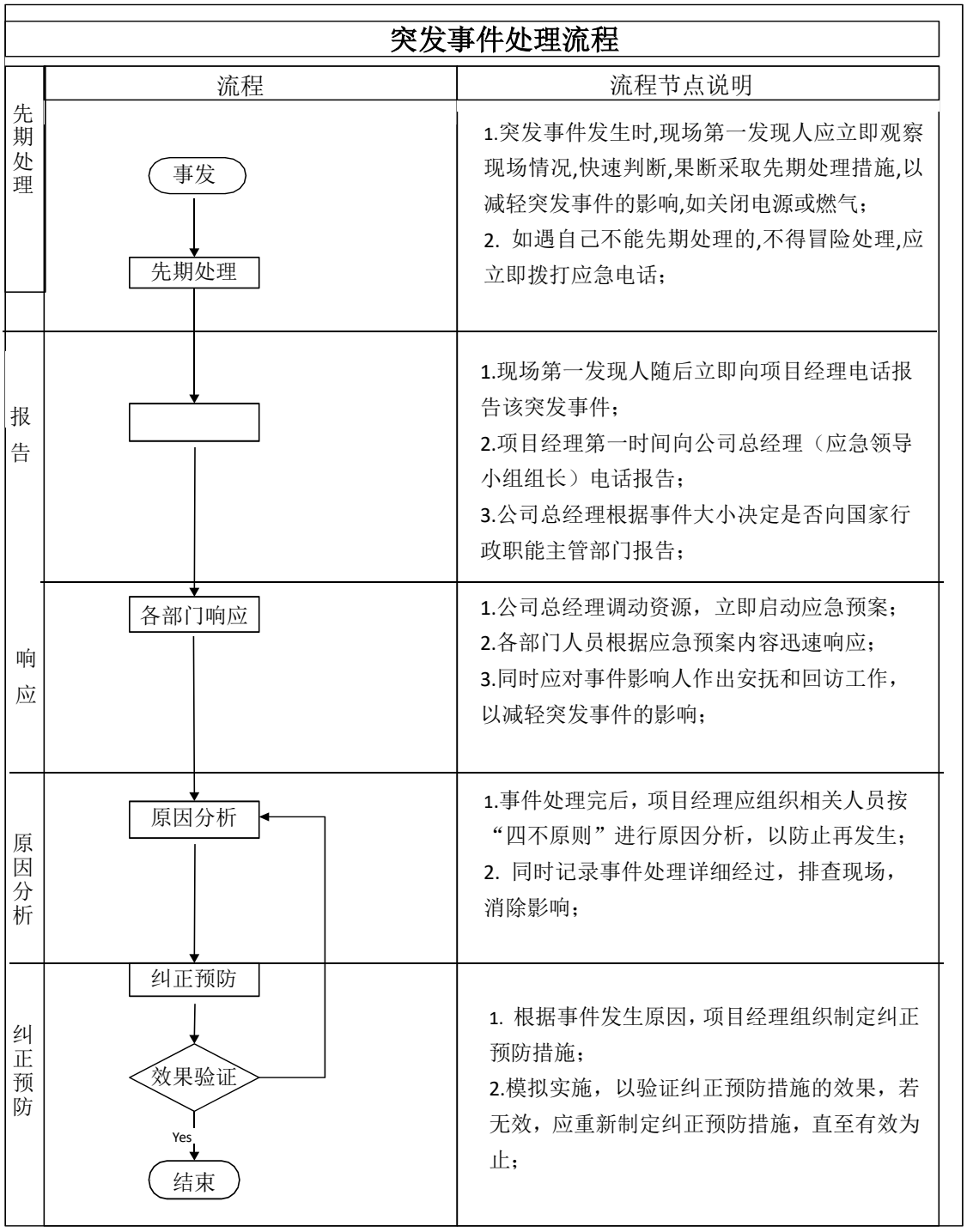
临时性突发采购、急件采购往往是业主单位比较急的配送任务，如发生突发性特殊采购、急件采购，我公司没有该品类货物时，项目负责人及应急小组将在客户单位所在地区的大型超市优先采购，第一时间解决业主单位的要货需求，使其业主单位正常管理不受影响。

（3）替代品采购配送

在客户下单商品缺货或质量出现问题，或者临时突发性特殊采购、急件采购、大宗采购时，我们将第一时间通知客户，商量解决办法，得到用户认可后，采购不高于原来价格的产品进行替代或者应客户需求替换。

（六）食品安全应急预案及措施

（1）应急流程



（2）食品安全事故应急预案

为有效预防、积极应对、及时控制食品安全事故，高效组织应急救援工作，最大限度减轻食品安全事故的危害，保证被监管人员的身体健康与生命安全，维护社会稳定和客户单位内正常的生活、工作秩序，结合我公司的具体情况，特制定本预案。

a.总则

1、编制目的

建立健全应对食品安全事故运行机制，有效预防、积极应对食品安全事故，高效组织应急处置工作，最大限度地减少食品安全事故的危害，保障被监管人员健康与生命安全，维护客户单位内正常的生活秩序。

2、编制依据

依据《中华人民共和国突发事件应对法》、《中华人民共和国食品安全法》、《中华人民共和国农产品质量安全法》、《中华人民共和国食品安全法实施条例》、《突发公共卫生事件应急条例》和《国家突发公共事件总体应急预案》，制定本预案。

3、事故分级

食品安全事故，指食物中毒、食源性疾病、食品污染等源于食品，对人体健康有危害或者可能有危害的事故。食品安全事故共分四级，即特别重大食品安全事故、重大食品安全事故、较大食品安全事故和一般食品安全事故。事故等级的评估核定，按卫生行政部门会同有关部门的调查核定为准。

4、事故处置原则

以人为本，减少危害。把保障被监管人员公众健康和生命安全作为应急处置的首要任务，最大限度减少食品安全事故造成的人员伤亡和健康损害。

统一领导，分级负责。按照“统一领导、综合协调、分类管理、分级负责”的应急管理体制，建立快速反应、协同应对的食品安全事故应急机制。

科学评估，依法处置。有效使用食品安全风险监测、评估和预警等科学手段；充分发挥专业队伍的作用，提高应对食品安全事故的水平和能力。

居安思危，预防为主。坚持预防与应急相结合，常态与非常态相结合，做好应急准备，落实各项防范措施，防患于未然。建立健全日常管理制度，加强食品安全风险监测、评估和预警；加强宣教培训，提高公众自我防范和应对食品安全事故的意识和能力。

b.组织机构及职责

成立食品安全事故应急救援领导小组，下设应急救援办公室，由项目负责人任救援办公室主任，负责日常工作。并设现场控制小组、救援小组、后勤小组、调查小组、善后小组。

1、应急机制启动

食品安全事故发生后，由卫生行政部门依法组织对事故进行分析评估，核定事故级别。并由应急救援领导小组统一组织开展事故的应急处置工作。

2、工作组设置及职责

事故调查组

由项目负责人牵头，会同公安、司法、卫生等相关部门负责调查事故发生原因，评估事故影响，尽快查明致病原因，作出调查结论，提出事故防范意见；首先立即停止食用可疑食品；收集当日（餐）就餐人员信息（包括就餐人员名单、住址、去向、联系电话等）。立即封存原有的加工现场、食品留样样本、食用过的所有剩余食物及食品加工有关原料、辅料等；立即封存加工现场的工具及用具；禁止擅自销毁和破坏现场，追回已售出的可疑食品。对涉嫌犯罪的，上报公安机关立案侦办，查清事实，依法追究刑事责任；对公司监管部门及相关工作人员的失职、渎职等行为进行调查。

医疗救治组

立即拨打急救电话，组织人员将食源性疾患病人、食物中毒病人或疑似食物中毒人员及时送往就近医疗机构进行救治。与就诊医疗机构联系，并派专人到医院守护病人，及时解决有关问题。做好相关善后工作，防止事态扩大和不稳定事件发生。由项目负责人负责，结合事故调查组的调查情况，制定最佳救治方案，第一时间对健康受到危害的人员进行医疗救治。

新闻宣传组

食品安全事故发生（发现）后，事故现场有关人员应当立即报告客户单位相关领导，并立即向市卫生局、市场局、食品药品监督管理局及有关部门报告并启动应急处置预案。报告内容包括发生食品安全事故的时间、地点、单位、中毒人数（或发病人数）、住院人数、救治医疗机构和死亡人数、病人主要症状、可能发生的原因和已采取的应急措施等。不得瞒报、迟报、谎报或者授意他人瞒报、迟报、谎报，不阻碍他人报告。并做到按相关部门规定的时间报告事故处置动态情况。由公司宣传部负责人牵头，会同新闻、卫生等部门组织事故处置宣传报道和舆论引导，并配合相关部门做好信息发布工作。

善后小组

由项目负责人负责，会同公司、公关部门组成善后工作小组，负责对事故进行分析评估，

处理伤亡人员的保险赔偿，清理现场恢复生产，安抚人员的情绪。事件处理完毕后，善后小组要组织各部门认真总结，自觉查找工作中存在的不足，加强管理，汲取教训，杜绝类似事件的再次发生，同时向客户单位作出书面报告。

c.预警监测

（1）加强食品安全知识教育，开展食品安全的日常监测。做到早发现、早预防、早整治、早解决。

（2）定期对本公司所供应的食品进行抽样调查，避免发生食品安全问题。

（3）进行日常巡查，重点检查消防栓、灭火器、仓库通道情况，如发现问题，仔细观察分析，找出原因，及时解决，并汇报部门负责人。

d.事故响应

（1）接到报告后，本部门工作人员必须尽快赶赴现场，参加现场救助工作。

（2）接应救护车，指引救护人员及时对伤员进行处理或送于医院救治。

（3）如发生食物中毒事件应即停止食用可疑食物，尽快脱离接触可疑污染物。

（4） 发生事故后，在 2 小时内报告相关管理部门，积极配合有关部门开展应急救援工作，贯彻落实各项应急措施。

e.应急救援过程的人员、物资保障

（1）应急通讯。配送部应在仓库等重要部位醒目位置公布报警电话。物流配送中心应急领导小组有关人员 24 小时开通移动电话，所有配送人员工作期间一律开通移动电话。

（2）应急物品保障。配送部负责配备安全帽、手套、防毒面具、防身工具等必要的应急救援物品，指定专人保管和维护。

f.善后处置

（1）应急结束后，妥善安置和慰问受害和受影响人员，清理污染物，尽快消除事故影响，恢复正常，保证社会安定。

（2）对导致事故起因的相关责任人进行严肃处理追究。

（3）发生事故次日，及时总结经验教训、并在内部发出通知、杜绝再次发生类似事故。

（3）食材安全事故应急措施

食物中毒应急措施

（4）食物中毒应急预案

1） 食物中毒的临床表现。食物中毒通常会引起腹痛、恶心、呕吐、腹泻等，一般餐后少则半小时、多则 48 小时就可发病。患者除有上述急性胃肠炎症状外，还有神经系统症状，如头痛、怕冷、发热、乏力、瞳孔散大、视力模糊、吞咽及呼吸困难等，中毒严重者可因腹泻造

成脱水性休克或因衰竭而死亡。我国对食物中毒制定了详细诊断标准，主要是以病人潜伏期和中毒的特有表现为依据。最明显的特征有：中毒病人在相近的时间内均食用过某种共同的中毒食品，未食用者不中毒：在停止食用中毒食品后,发病很快停止： 潜伏期较短，发病急剧，病程亦较短：所有中毒病人的临床表现基本上相似：一般无人与人之间的直接性传染。

2） 发现大规模食物中毒或疑似食物中毒事故，发现人员立即向场所负责人、项目经理、公司领导层汇报，确认核实后向配送部应急小组和应急领导小组及市疾病防控中心报告。

3） 应保留造成食物中毒或者可能导致食物中毒的食品及其原料、工具、设备和现场，配合相关部门进行调查。

4） 配送部门应急小组接到报警后，应立即组织、指挥相关人员奔赴事发现场救助食物中毒人员，并及时听取现场处理人员关于事故性质、发生地点、时间及各项救援工作安排情况的汇报。同时向应急领导小组汇报事故情况，请求支援。

5） 发生食物中毒事件，在场人员报警后,要立即进行自救或互救，可用筷子或手指刺激咽部帮助催吐，尽快排出毒物，同时制止在场所有人员就餐。

6） 救援组赶到现场后，负责组织、指挥食物中毒事件的应急处置措施。现场救援组人员应冷静分析中毒原因，针对引起中毒的食物以及吃下去的时间长短，及时采取如下三点应急措施：

a、催吐。如果进食的时间在 1 至 2 小时前，可使用催吐的方法。立即取食盐 20 克，加开水 200 毫升，冷却后一次喝下。如果无效，可多喝几次，迅速促使呕吐。亦可用鲜生姜 100 克，捣碎取汁用 200 毫升温水冲服。如果吃下去的是变质的食物，则可服用十滴水来促使迅速呕吐。

b、导泻。如果病人进食受污染的食物时间已超过 2 至 3 小时，但精神仍较好,则可服用泻药，促使受污染的食物尽快排出体外。一般用大黄 30 克一次煎服，老年患者可选用元明粉 20 克，用开水冲服，即可缓泻。体质较好的老年人，也可采用番泻叶 15 克，一次煎服或用开水冲服，也能达到导泻的目的。

c、解毒。如果是吃了变质的鱼、虾、蟹等引起的食物中毒，可取食醋 100 毫升,加水 200 毫升，稀释后一次服下。此外，还可采用紫苏 30 克、生甘草 10 克一次煎服。若是误食了变质的防腐剂或饮料，最好的急救方法是用鲜牛奶或其他含蛋白质的饮料灌服。救援过程中要给病人以良好的护理，尽量使其安静，避免精神紧张：注意休息，防止受凉，同时补充足量的淡盐开水。

7） 救护组、后勤保障组负责根据现场实际情况，请求、接待社会救援部门帮助,负责救援车辆调度，准备好急救药品等物资。拨打 120 急救电话，应讲清楚单位街道、门牌号等详细地址；事故性质（最好能讲清引起食物中毒原因）；涉及范围；伤亡人数；目前救援情况；拨打电话人姓名、所在单位和电话号码；然后派专人在路口等候急救车的到来，指引急救车到现场的道路，以便迅速、准确到达事发现场。

8） 待事故处理完毕后，对食品、餐具及食品用工具进行无害化处理或销毁。根据不同的中毒食品，对中毒场所采取相应的消毒处理，以免扩大中毒范围。

9） 应急处置结束后，配送部应急小组应组织事故调查，并在调查结束后一日内书面报告应急领导小组办公室。

（5）食物中毒应急处理方案

类型	处理流程	操作具体骤	注意事项
现场食物中毒	初步了解	接到顾客或被保障单位食物中毒投诉，现场主管要立即向其了解中毒人数和症状、时间，了解当餐食用的菜品及上餐次食用的菜品。	
	上报经理	立即上报配送经理，配送经理做出进一步确认。	说明了解的初步情况
	通知客户方及医护人员	如果是顾客投诉应立即通知被保障单位及其医护人员，说明情况，由医护人员做初步诊断急救。	员工病情严重及时拨打120 急救
	医院急救	协助被保障单位将中毒者送往医院救治。	住院期间组织员工做好病号饭，做好服务工作。
	上报区域总监	上报区域总监，说明情况。	

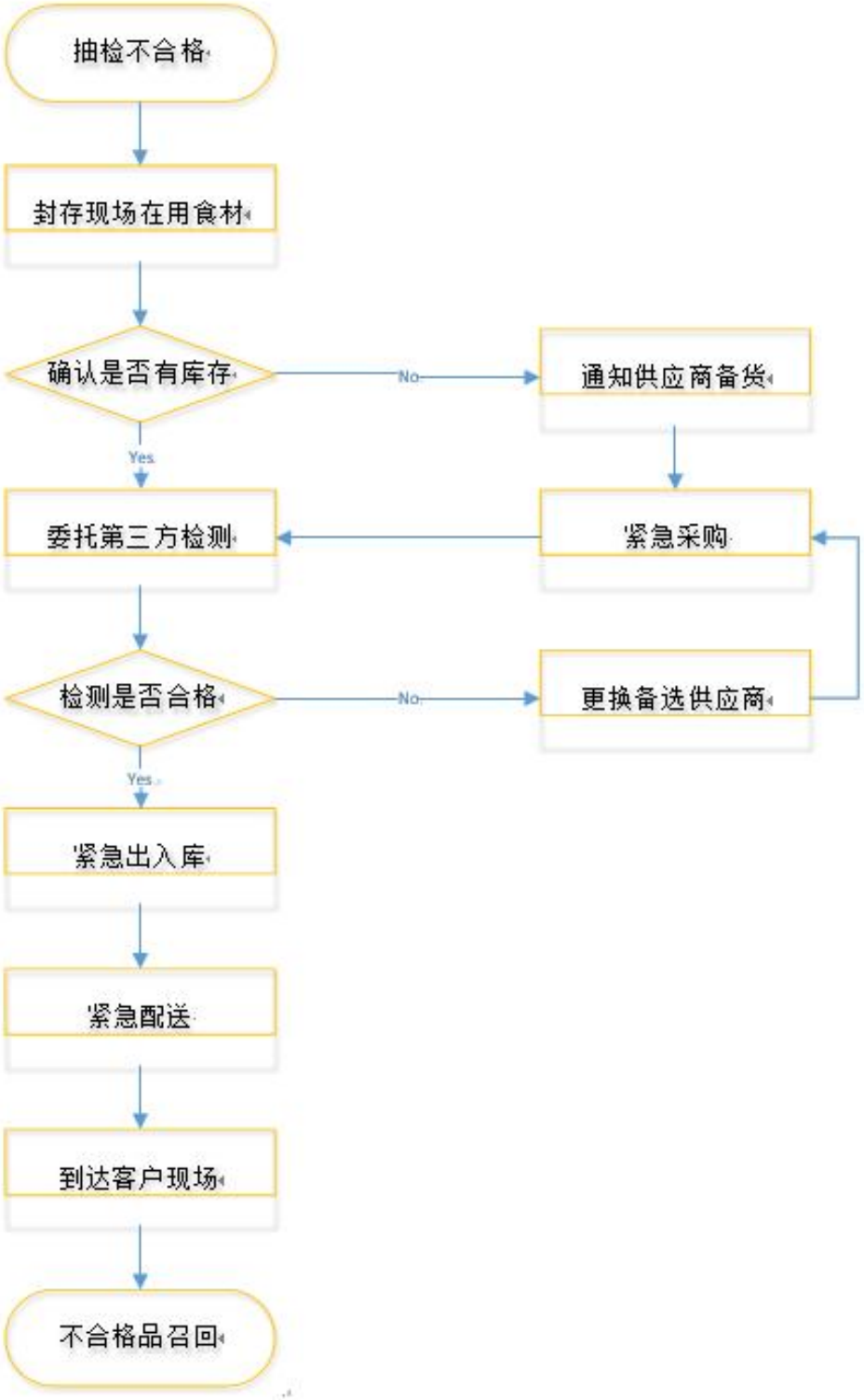
	上报食安中心	上报公司食安中心，请求协助调查确认此次事故原因。	
	保护现场	组织人员保护现场，等待公司食安人员， 以便调查。	
	封存食品	封存问题产品、半成品、食材原料及中毒人员呕吐物。	

类型	处理流程	操作具体步骤	注意事项
现场食物中毒	食品检测	由公司食安人员与被保障单位一起将顾客使用的菜品及食材半成品、原材料、留样送到卫生部门检测，查找原因。	
	确认原因	如确定此次事故属于配送原因，配送经理应及时向公司汇报情况，并与顾客协商解决方案。如确定此事故不属于配送原因，应及时与顾客及被保障单位联系，并将检测书面结果送到顾客与被保障单位手中。	
	分析总结	①属于配送原因，配送根据中毒原因立即组织员工对厨房进行排查，采取根治措施防止再次发生食物中毒事故。 ②不属于配送原因也要居安思危，严格监督食品加工各个环节，加强对员工事故培训，防患于未然。 ③事故解决后，配送经理要将《食物中毒事故处理报告》上报公司总部。	,
	食品检测	由公司食安人员与被保障单位一起将顾客使用的菜品及食材半成品、原材料、留样送到卫生部门检测，查找原因。	

类型	处理流程	操作具体步骤	注意事项
场外食物中毒	了解情况	①配送经理接到顾客或被保障单位食物中毒的投诉，要立即向其了解中毒人数和症状、时间，了解当餐食用的菜品及上餐次食用的菜品。 ②要求顾客或被保障单位出示卫生部门诊断书，配送经理要亲自过目诊断书的内容。	了解情况
	上报	上报上一级负责人，说明情况。	
	上报食安中心	上报公司食安中心，请求协助调查确认此次事故原因。	
	食品检测	由公司食安人员与被保障单位一起将顾客当天食用的菜品留样送到卫生部门检测， 查找原因。	
	确认原因	如确定此次事故属于配送原因，配送经理应及时向公司汇报情况，并与顾客协商解决方案。如确定此事故不属于配送原因，应及时与顾客及被保障单位联系，并将检测书面结果送到顾客与被保 障单位手中。	在未明确责任前，组织员工为中毒顾客作好病号饭，作好服务工作。
	分析总结	①属于配送原因，配送根据中毒原因，立即组织员工对厨房进行排查，采取根治措施，防止再次发生食物中毒事故。 ②不属于配送原因也要居安思危，严格监督食品加工各个环节，加强对员工事故培训，防患于未然。 ③事故解决后，配送经理要将《食物中毒事故处理报告》上报集团公司。	

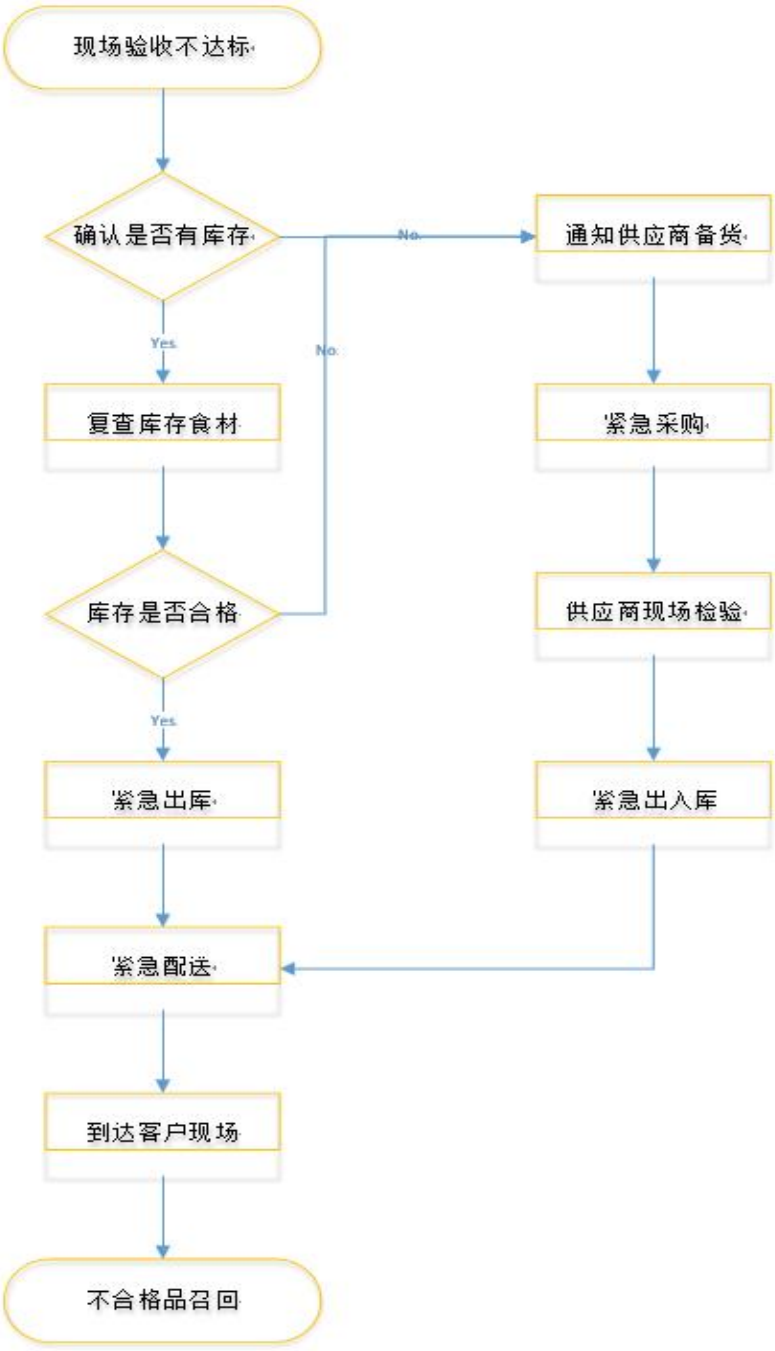
（6）抽检不合格应急措施

抽检不合格应急措施



（7）现场验收不达标应急措施

现场验收不达标应急措施



（8）传染性疾病事故应急预案

传染性疾病主要是指 SARA、疟疾、禽流感、霍乱、登革热、鼠疫等流行性强、致命性强疾病。其中一 SARS、禽流感为最可能复发疾病。

a.传染性疾病事故应急小组责任及组织机构图

1.1 项目经理是传染性疾病事故应急小组第一负责人，负责事故的救援指挥工作。

1.2 安全总监是传染性疾病事故应急救援第一执行人，负责救援组织工作和事故调查工作。

1.3 现场经理是传染性疾病事故应急小组第二负责人，负责事故救援组织工作的配合工作和事故调查的配合工作。

1.4 建立传染性疾病事故应急组织机构

b.应急机制小组

本工程应急机制小组分二级，第一级直接对接现场，有项目经理部领导成员组成，这也是事件发生第一反应小组，也是事件的控制中心。第二级间接对接现场，由公司领导成员组成，它支持、服务于第一级应急小组工作，为第一级应急小组提供财政支持，社会关系求助，对第一应急小组工作提供建议和决策参考。

事件发生后启动应急机制，同时上报市办和市政府。全天 24 小时进入应急状态。事后处理报告提交集团总部、业主、政府部门 48 小时后，应急状态解除。

c.应急救援队伍

根据事件发生对象，组成事件响应救援队伍。一级救援队伍来源于项目经理部各主要部门，有项目的安监部、工程部、机电部、技质部、综合办公室、医务室等；二级救援队伍来源于集团各主要部门，有公司的安监部、行政管理部、财务部、医院等；两级之间相互配合、相互支持，由一级救援队伍处理事件的发生初始阶段；由二级救援队伍解决事件的调解、安抚、后期调查、上报政府部门、补偿等工作。

d.防禽流感措施

4.1 管理传染源

①对受感染动物应立即销毁对疫源地进行封锁，彻底消毒。

②患者隔离治疗，转运时应戴口罩。

4.2 消除传染源

①早发现：早发现禽流感病禽和病人

②早报告：早向卫生防疫部门报告禽流感病禽和病人

③早隔离：病人要至少隔离至热退后两天，病禽要封闭或封锁

④早治疗：要早治疗病人，早杀灭病禽。

4.3 切断传播途径

①解除患者或患者分泌物后应洗手

②处理患者血液或分泌物时应戴手套

③被患者血液或分泌物污染的医疗器械应消毒

④发生传染病时，应尽量减少与禽类接触，借畜禽类时应戴上手套和口罩，穿上防护衣。

⑤戴口罩：禽流感病人、接触者必须戴口罩

⑥换气：办公室加强通风换气，保持室内空气流通，应每天开窗换气两次，每次至少 10 分钟，或使用抽气扇保持空气流通。

⑦远离易感场所：少去或不去人群密集的场所，驱使戴口罩。

⑧消毒：被病毒污染的物体表面消毒（按消毒规定进行），禽流感病毒对高温、紫外线和常用消毒剂都敏感。

⑨保持办公室、工人休息室地面、墙面清洁，确保排水道排水顺畅。

⑩吃禽肉要煮熟、煮透，避免食用未经煮熟的鸡、鸭。

⑪勤洗手，避免用手直接接触自己的眼睛、鼻、口。

e.非典、甲流等传染病肆行情况下的应急预备方案

为了最大限度地降低非典、甲流等传染病带来的危害，确保公司与客户单位内相关人员的身体健康、生命安全，减少客户单位和我方的损失，特制定本预案。

1、立即向业主相关人员了解传染病的来源及感染人群情况，了解客户单位的工作动态及计划安排，需要我司配合的话按业主的需要提供物资和人员协助。

2、在传染病肆行的情况下，做好配送人员的安全保障工作。物资运送前，对运输车辆进行消毒处理，配送人员随身穿戴保护服装。在进入客户单位前仔细检查车辆及运送物资情况，保证车辆和运送物资没有其他污染源和违反客户单位安全管理规定的设施；配送货物过程中，减少运送人员和其他人员的直接接触，减少车辆休息次数，避免车辆沾染其他污染源或病菌。在车辆离开客户单位后，直接行驶回公司指定地点，并进行二次消毒。相关人员也应进行消毒

保护。

3 做好物资供应的备货工作，减少出入客户单位的次数，及时和客户单位相关人员沟通，了解传染病的控制信息。

4 随车携带消毒设备，对可能发生的传染点进行消毒处理。对疑似传染物品进行隔离，并带出客户单位，按卫生防疫部门的要求进行处置。

5 定期进行员工体检，对患有疾病的员工进行调岗并及时上报客户单位项目负责人。调配的人员必须符合单位的安全管理规定，相关资料报单位备案。

第三章 采购管理制度

（一）采购查验管理制度

为了使公司对的质量实施有效控制，确保采购物资的质量符合规定要求，价格合理、交货及时，特制定本制度。

1、适用范围

适用于所需的商品采购

2、工作程序

（1）采购应及时收集填制供应商档案表，内容包括：供应商的名称、产量、供货能力、质量保证能力和供货情况等方面的资料，由主管人员汇总分门别类建立档案。

供应商的档案，包括：

a.法人资料、资质、资信等；

b.产品质量状况；

c.价格与交货期；

d.历史业绩等。

（2）对合格供应商的控制

a.质检员对供应商每次供货时进行抽样检验；

b.供应商每次供货如产品质量不合格按本公司《不合格品控制程序》执行， 如交货期，交货数量等没按合同进行时，可由采购员对供应商提出警告， 严重时发出暂撤消供应商关系的通知。

（3)采购资料

对主要原材料的采购由采购部门根据订货合同对原材料的需求量要求和库 存情况制定采购计划，注明品名、规格、数量、采购依据等报总经理批准。在《合格供应商名单》上选择供应商，并与之取得联系，拟制采购合同， 《采购合同》

的拟制必须符合国家《合同法》有关规定。

(4)采购产品的验证

原辅材料必须符合相应的国家标准、行业标准、地方标准、及相关法律、法规和规章的规定。实行生产许可证的坚决采购有 SC 标志的产品，质量检验科严格按照标准要求进行验收，

不合格的拒收，合格的办理手续入库。

原辅材料验收：从合格供应商采购的原辅材料，供应商应提供有关证明材料，采购产品进厂后质检部进行验收的同时还需对供应商名称、货证是否相符等相关资料进行核对。具体控制如下：

a.采购产品验收：在按照《原辅料标准及检验和试验方法》《各种原辅料供应商需提供的证明材料清单》进行验收的同时，还要按照下述规定进行严格控制， 并做好相关检验、验证内容的记录。采购产品进厂时要严格控制其验收检验过程，供应商必须提供其营业执照、卫生许可证、生产许可证（如在发证范围）和出厂检验合格证明；如供应商未提供或证明内容与规定不符时，应视情况对其采购产品拒收或单独存放，待证明材料重新提供后再进行核对，符合要求的即可办理入库手续；来自非合格供应商的货物拒收；到期未提供官方合格证明资料或与要求内容不符，应停止其合格供应商资格 直到提供资料齐全为止； 连续 3 次发生偏差的供应商应停止其合格供应商资格；运输车辆是否卫生；外包装是否有破损、有油污等；验证货证是否相符，货证不符的拒收或单独存放并做好标识；

标识是否清楚、正确，标识不清楚的单独存放；采购部每年对合格供应商进行一次复评。

b.原辅料的贮存：原辅料应在专用库房中分类贮存。

（5）采购产品的质量跟踪

采购部门定期或不定期对正式供货方进行质量跟踪并填写《质量跟踪报告》，对质量下降的供应商由采购部门及时反映给供应商，并限期整改。到期无改进的供应商，报总经理批准取消其供货资格。

验收记录应及时、准确、完整、有效，并按规定归档、保存。验收记录保存期限不得少于二年。

（二）进货索证索票制度

（1）严格审验供应商（包括经销商或者直接供货的生产者）的许可证和食品检验合格的证明文件。

（2）对购入的食品，索取并仔细查验供货商的营业执照、生产许可证或者流通许可证、通过有关质量认证食品的相关质量认证证书、进口食品的报关证明、卫生证书、国家规定应当经过检验检疫合格证明。上述相关证明文件应当在有效期内并在首次购入该种食品时验及即将过期时索验。

（3）购入食品时，索取购货商出具的正式销售发票；或者按照国家相关规定索取有供货商盖章或者签名的销售凭证，并留具真实地址和联系方式；并做好验收台账和销售台账，台账应当记明食品名称、规格、生产日期（批次）、数量、单价、金额、销货日期等内容。

（4）索取和查验营业执照（身份证明）、生产许可证、流通许可证、质量认证证书、商标证明、检验检疫合格证明、质量检疫合格报告和销售发票（凭证）应当按供货商名称或者食品种类整理建档备案，相关档案应当妥善保管，保管期限自该种食品购入之日起不少于二年。

（三）商品进货查验记录制度

新品进货查验制度

为确保商品的质量，也为减少新品重复检查，商品首次进货，采购员必须填制《新品审批单》，经采购部门业务员商讨同意引进该新品后，连同商品（样品）送营运综合管理部三信员检验，并索取有关必需证件（详见新品进场的检验规则）,经检验合格后方可进货，供应商送入仓库的货必需检验的样品保持一致，新品进行销售后，应视情况对商品进行抽查，若发现问题及时上报。

在售商品进货查验制度

每次购入商品必须按照质量标准、检验外观质量和包装质量，商品标识标签行抽查，同时严格进行保质期管理有关制度，并如实记录食品的名称、规格、质量、生产批号、保质期、供货者名称及联系方式、进货日期等内容。

采取帐薄登记、单据粘贴建档等多种方式建立进货台账。食品进货台账应当妥善保存，保存期限自该种食品购入之日起不少于二年。

商品安全管理人员定期查验进货台账和检查食品的保存于质量状况，对即将到保质期的食品，应当在进货台账中作出醒目标注，并将食品陈列至临保商品区域；对超过保质期货这腐败、标志、质量部合格等食品，应当立即停止销售，扯下柜台销售，食品的处理情况应当在销毁台账中如实记录。

第四章 配送管理制度

（一）配送人员保障制度

在实际进行物资配送工作时，每趟车最多安排三人，专职司机一人，每辆送货车辆至少安排 1—2 名卸货工作人员（其中卸货人员也具有驾驶执照）。出车卸货人员负责配送过程中规划行驶时间及休息时间，并及时检查车辆情况，负责与公司的联络等；通过多人的合作，把物资快速、安全的送达指定地点，并由服务配送人员进行相关检查、装卸等工作。

（二）配送人员的卫生管理制度

1.从业人员每年必须进行健康检查。并进行健康检查和饮食卫生专业知识培训，取得健康证明后方可参加工作。凡有痢疾、伤寒、病毒性肝炎等消化道疾病（包括病原携带者），活动性肺结核，化脓性或者渗出性皮肤病以及其他有碍食品卫生的疾病患者，严禁从事配送及管理工作。

2.从业人员应有良好的个人卫生习惯。工作前、处理食品原料及便后，必须用肥皂及流动清水洗手；接触直接入口食品之前，应洗手消毒。

（三）加强仓库及检测配送管理制度

仓库及检测配送管理为常规管理工作的重要内容，高度重视各个环节服务工作。实行项目管理员负责制，并确定一职工分管，配备专职仓库管理员。

（1）物资的验收入库

1、物资到货后，库管员依据经审批过的请购单上所列的名称、规格、数量进行核对、清点，经使用部门或请购人员（检验人员）对质量检验合格后，方可入库。

2、对入库物资核对 、清点后，库管员及时填写入库单，经检验人员、采购人员签字后，库管员持一联做帐，采购人员持一联做请款报销凭证，仓库主管科室持一联备查。

3、库管员要严格把关，有以下情况时可拒绝验收或入库。

a)未经领导批准的采购。

b)与合同计划或请购单不相符的采购物资。

c)质量不合格、不符合使用要求的物资。

d)其他与要求不符合的采购物资。

4、因使用急需或其他原因不能形成入库的物资，库管员要到现场核对验收，并经检验人员对质量检验合格后及时补填入库单。

（2）物资的领发

1、库管员凭领料人出具的经部门领导审批过的领料单如实领发，若领料单上部门领导未签字、字据不清或被涂改的，库管员有权拒绝发放物资。

2、同规格物资库管员根据进货时间必须遵守“先进先出”的原则领发物资。

3、领料人员所需物资无库存，库管员应及时通知使用者；仓库常备物资低于经核定的库存量，库管员按常规使用量及时填写请购单，经部门领导核准，局领导审批后交采购人员及时采购。

4、任何人不办理领料手续不得以任何名义从库内拿走物资，不得在货架或货位中乱翻乱动，库管员有权制止和纠正其行为。

5、以旧换新的物资一律交旧领新。

（3）物资退库

1、由于各种原因导致领用的物资退库，应及时并办理退库手续（红字领用单），红字领用单须经退库经办人员签字确认。

2、废旧物资退库，库管员根据“废品损失报告单”进行查验后，入库并做好记录和标识。

（4）仓库台账管理制度

1、建立台账，台账内容包含物料代码、物料名称、物料规格型号、计量单位、期初库存数量、入库数量、出库数量、结存数量及备注等，单个物料的计量口径要一致；

2、台账分类，台账的物料分类有很多方式，有按用途分类的，如办公用品、工程维修用品等；有按材质分的，如金属、非金属等等；

3、每天根据出入库情况及时、准确地在登记台账；

（5）物资保管

1、物资摆放要有固定的地点和区域，以便于寻找，消除因混放而造成的差错；物品摆放地点要科学合理。例如，根据物品使用的频率，经常使用的东西应放在易取位置，偶尔使用或不常使用的东西则应放得远些（如集中放在仓库某处）；

2、盘点分日常盘点、定期盘点、不定期盘点和抽查盘点。

2.1、日常盘点是库管员对常用或每日有变动的物资要随时盘点，若发现误差须及时找出原因并更正；

2.2、不定期盘点是指根据实际需要组织的不定期盘点，不定期盘点的范围一般是局部盘点，必要时也可进行全部盘点；

2.3、定期盘点是指每月末、季末和年末进行的盘点，定期盘点的范围是全面盘点；

2.4、盘点报告，不定期盘点和定期盘点应出具盘点报告（另附表）。

（6）库房管理规定

1.库房物品存放必须按分类、品种、规格、型号分别建立帐卡。

2.严格管理账单资料，所有账册、账单要填写整洁、清楚、计算准确，不得随意涂改。

3.严格执行出入库手续，物资出库必须填写出库单。

4.库房物资未经允许不得外借，特殊情况须由局领导批准，并办理外借手续。

5.每月需对库房进行盘点、整理，对帐实不符及时上报，不得隐瞒。

6.库房管理要做到清洁整齐、码放安全、防火防盗。

7.库房内严禁吸烟，禁上明火，禁止无关工作人员入内。

8.因管理不善造成物品丢失、损坏，物品管理人员应承担不低于物品价值 20%的经济损失。

（四）配送车辆管理制度

为了更好的完善公司的内部管理，明确司机职责、提高司机的工作责任心，特定如下制度:

一、车辆与司机的管理制度

1、车辆由公司指派人员负责管理，公司根据司机和年度工作表现，从司机产值、完全行车、维修费用、服务态度、客户意见等各方面综合考虑，对表现好的司机给予奖励，对表现差的司机按公司有关制度进行处罚。

2、车辆由公司指定驾驶员驾驶，其他人员未经批准不得驾驶，专车司机不能将车辆借给他人和其他单位使用，造成后果由司机本人承担全部责任。

3、车辆除运输外，未经批准不得随便驶离指定停车点，不得私自开车回家或办私事;任务完成将车辆停放在指定停车点，不准启动发动机在车内睡觉、吃饭或吃零食等。

4、在工作期间着装整齐，佩戴工牌，穿拖鞋、不穿工服、不佩戴工牌等影响公司形象的。

5、司机必须严格遵守公安、交通部门所颁发的交通管理条例和规定，严格按机动车驾驶操作规程行车，严禁将车辆交给无驾驶证人员驾驶，造成后果由司机本人全部承担。

6、司机在上班时间内不能饮酒，严禁饮酒、酒后、醉酒驾驶，因酒后驾车被交通部门查处的，司机承担全部责任。

7、未经批准驾驶员在工作期间私自载拉非工作人员，造成人员人身伤害或事故的，由驾驶员承担全部责任;

8、车辆在非工作线路上或区域外(起点和终点之外的区域)行驶的，发生交通事故的，驾驶员承担全部责任。

二、车辆管理制度

1、公司驾驶员必须遵守《中华人民共和国道路交通管理条例》及有关交通安全管理的规章制度，安全驾驶，同时遵守本公司其它相关的规章制度。

2、驾驶员应爱惜公司车辆，平时要注意车辆的保养，经常检查车辆的主要机件。

3、驾驶人员应每天擦拭清洗自己所开车辆，以保持车辆的清洁(包括车内、车外和引擎的清洗)。每月大洗车辆两次，费用由公司承担。

4、出车前，要例行检查车辆的水、电、油及其它性能是否正常，发现不正常时，要立即加补或调走，出车回来，要检查存油量，发现存油不足时，立即加油，不得出车前临时加油。

5、驾驶员发现车辆有故障时要立即检修，不会检修的，立即上报并提出具体的维修意见。未经批准，私自将车辆送厂维修，费用公司不予报销，有司机个人承担。

6、驾驶员对自己所开车辆的各种证件的有效性应经常检查，出车时确保证件齐全。

7、驾驶员因违章或证件不全被罚的，费用公司不予报销，违章造成事故的，有当事司机承担责任和后果。

8、驾驶员对主管领导临时工作安排应无条件服从执行，不准借故拖延或拒不出车;对工作安排有意见的，事后可向有关领导反映。

三、车辆维修制度

1、车辆发生事故，无论问题大小，必须以书面形式及时上报事故报告，事故责任确认后，再进行维修。

2、对于维修或更换的部件，驾驶员应带回公司，核对维修配件。

3、对维修的车辆，驾驶员要亲自调试合格后方可在厂家的维修单上签字认可。

四、车辆加油制度

1、公司实行定点加油、加气、充电。

2、公司配送车辆配备加气卡，驾驶员负责保管，随时定点加气，物流部月终统计。车辆用油先到生产部开具加油票后到定点加油站加油。

04 生鲜篇

确认信

请阅读本员工手册，填写以下内容并将其交还给人力资源部门来归档。

员工姓名：_____ 身份证号码：_____ 电话：_____

我确认已收到一本大农科技股份有限公司的员工手册。本人在人力资源部工作人员的指导下认真学习了《员工手册》中的各项规章制度。人力资源部的工作人员对上述规章制度进行了详尽的解释,本人对上述规章制度有了系统、深刻的了解,本人对各项内容无异议,我了解并遵守本手册中由大农科技股份有限公司颁布的并可能修改的规定和政策。如违反本员工手册任何规定,我愿意接受公司的处理。

同时,公司在告知我本人以上制度外,还告知我通过公司内部网站、工作群、电子邮件、公司公告栏发布的制度规定或对以上制度的修订、补充等,也是公司公示告知相关制度的重要渠道,本人保证经常进行留意学习,随时留意公司公布的信息,一经发布亦视为向我公示告知,我承诺及时阅读并将严格遵守。

本人签字：

年 月 日

大农科技股份有限公司人力资源

前言

各位亲爱的同事：

衷心地欢迎您加入大农科技股份有限公司的大家庭，我们成为“一家人”！我们以您能成为我们其中的一员而深感自豪，并盼望您与我们长期共事，为达到我们共同目标，实现您心中的理想而努力奋斗。

为了使您尽快地融入我们的工作氛围，我们编写了这本《员工手册》。真诚地希望您能仔细阅读，严格遵循本手册的规定与制度，勤奋工作、不断进取；同时，手册的具体内容也将很好地帮助您尽快地适应新的工作环境，指导您与公司之间、同事之间的关系，从而使您尽快与公司融为一体。我们欣赏具备高度的创新精神和工作责任感的高素质员工。我们衷心希望并不懈努力为全体成员提供广阔的工作前景、发展空间，以及公平有竞争力的薪酬待遇和培训发展的机会。

我们相信，每一位员工严格遵守行为准则和公司的各项规章制度，是保证公司得以高效运作的重要保证。让我们共同创建一个和谐快乐的工作环境。为我们共同的事业迈向灿烂的明天。

本手册在编写过程中广泛征求了各部门和各同事的建议，参考了其他大型企业的手册、制度，从而使其更加符合我们公司当前的实际情况及未来的发展。随着公司的发展，人力资源部将适时修改和补充新的内容，公司将会及时通知您。

如果您需要得到除本手册外更多的帮助，请直接咨询人力资源部或查阅相关制度。

第一章 总则

一、大农科技股份有限公司为树立公司整体形象，执行规范、统一的公司规章制度，健全劳动用工等管理制度,特依据《中华人民共和国民法典》、《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国劳动合同法》等相关法律法规，结合我们公司的规章制度及具体实际制定本手册。每一位员工在开始工作之前必须认真阅读并全面了解本手册，并在工作中切实遵守本手册的有关条款。

二、 适用范围：本手册适用于大农科技股份有限公司全体劳动合同制职员，即公司以劳动合同形式聘用的全部从业人员均受本手册规约规制。

三、 本《员工手册》，在公司根据业务发展需要做出修订与补充时，修订补充条款将以包括但不限于工作群、电子邮件、通知、员工公告栏刊登或培训等方式告知所有员工。公司通过上述途径对员工的告知均视为完成了对员工最新版的《员工手册》的告知与培训，最新版的《员工手册》对员工具有同等约束力。

四、《员工手册》是除公司与员工所签署的劳动合同及协议之外，对公司规章制度的进一步补充，与劳动合同具有同等的法律效力。公司可以根据自身发展和经营管理的需要对手册中的内容进行回顾，不时地增加、删除或修改本手册中所述的规定和流程。如有必要，公司也可以另行颁布细则对本手册的个别制度条款加以具体说明或修订；若今后颁布的细则与本手册内容不一致，以细则中的规定为准。凡是有关员工手册和规章制度的修订或更新，公司将会通过但不限于内部网络平台、电子邮件通知、工作群、开会培训、书面通知等方式进行公示和告知。

五、人力资源部为编辑和更新本手册费时费力，故本手册是公司的财产，仅供公司员工个人使用和参考。若无公司法定代表人和总经理以上管理人员的事先书面批准，本手册不得在公司外部流通。鉴于，本手册内容包含未予公开的保密信息，仅限于公司内部传阅。公司的任何员工不准向未获公司授权的任何人士透露本手册的任何信息，并应采用所有合理的手段保持该信息的秘密性和安全性。员工离职时必须立即将本手册归还公司。

六、员工必须遵守《员工手册》所列的各项规定。本手册仅描述了公司主要政策的主要内容，并未涵盖公司所有的规章、制度、劳动纪律和政策，公司依法制定或修订的其他规章制度，再向员工公示或告知后，员工仍需遵守。关于本手册中的个别制度，员工有权利同时也有义务参阅详见具体的相关文件，员工可向公司人力资源部或行政部查询，同时员工对上述制度文件

仍应同样严格遵守执行。

七、 请员工在阅读本手册后，在手册最后的确认页上签字，以表示员工了解了公司的政策规定，并承诺遵守本手册的所有规定。请员工将签过字的确认页交还给公司的人事部门归档。

八、 本手册将作为员工劳动合同的附件。公司会将员工签署的该手册做为执行劳动合同的依据。

第二章 大农科技股份有限公司文化价值观

一、使命与愿景

我们的使命是爱农、助农、扶农，实现科技兴农，为农业服务100年，融合利用先进的农业科技，提升农业生产效率，改善农产品品质，为全球农业可持续发展做出贡献。我们的愿景是成为全球农业科技的领导者、服务者、创新者，在农业的生产、种植、加工、配送、团餐、社区终端的全链条引领农业进入智能化、高效化的新时代。

二、核心价值观

1. 创新：我们致力于研发前沿的农业科技，不断推动农业科技创新，以满足不断变化的市场需求。

2. 质量：我们始终坚持高质量标准，确保我们的产品和服务对客户来说是安全、可靠和有价值的。

3. 合作：我们相信团队的力量，通过与全球合作伙伴的紧密合作，共同推动融合农业的发展。

4. 责任：我们深知自己对环境、社会、用工、科技和经济的责任，致力于在发展中实现可持续发展。

5. 诚信：我们坚持诚实守信，以透明、公平的方式与所有利益相关者进行交流和深化合作，共享市场。

三、行为准则

1. 尊重：我们尊重每一个人的观点、想法和贡献，鼓励开放、包容的讨论氛围。

2. 勤奋：我们相信天道酬勤，始终保持积极进取的态度，追求卓越的业绩。

3. 担当：我们勇于承担责任，敢于面对挑战，不断提升自己和团队的能力。

4. 感恩：我们感恩所有支持我们的人和事，愿意回馈社会，传递正能量。

四、工作氛围

我们的工作氛围是积极向上、充满活力的。我们鼓励员工发挥自己的创造力和想象力，提供广阔的发展空间和机会。同时，我们也注重员工的身心健康，提供舒适的工作环境和丰厚的

福利待遇。不定期的委培、定向输送、组织发现有能力的人员进行学习深造，为团队成员的职业生涯提供可竞争的优势空间。

第三章 人力资源部管理制度

3.1 员工聘用规定

3.1.1 人员招聘及录用政策：人力资源部根据公司的人力资源需求计划实施人力资源招聘工作，招聘可通过外部与内部相结合的方式进行。各部门提出人力资源需求计划时必须写明所需职位的工作职责、对候选人的要求、汇报对象。

3.1.2 招聘原则

- 公开招聘，择优录用。
- 同等条件，内部优先。
- 为保证所有工作岗位都能够高效运作，公司对有亲属关系的员工聘用有以下规定：

公司不提倡具有亲属关系（亲属关系指：夫妻、父母、岳父母、公婆、子女、外/祖父母、外/孙儿女、兄弟姐妹、堂兄弟姐妹等）、情侣关系的员工在利益相关的部门或岗位工作，如上下级、同部门(同组)、供应商、客户等；如发生此种情况，相互有亲属关系、情侣关系的员工应主动及时向人力资源部提供书面汇报，公司有权利对相关人员进行岗位调整，否则公司有权视情况严重程度按违纪行为处理。

员工在聘用后才发展成为亲属关系的（如结婚等），当事人双方不能同在有直接工作报告关系的部门任职。当事人双方之一也不宜担任直接的业务、薪酬管理等敏感性强的职位。员工对该种情形具有报告义务，即自发展成为亲属关系之日起 15 日内，须向公司履行书面报告义务，公司可以根据工作需要，调动当事人双方之一的工作岗位。员工不汇报或隐瞒相关信息的，视为严重违纪行为，公司可给予解除劳动合同处理。

3.1.3 录用条件

- 品格诚实：应聘人员在入职前做出如下承诺：需将真实的个人信息告知公司，包括但不限于身份证明、学历证明及工作经历等，确保提交材料的真实性。如果员工历史上存在营私舞弊、严重失职行为或受过行政或刑事处分，或与原单位存在劳动/财务纠纷、尚未办清离职手续者，或因违纪被辞退、开除等情况，均需事先详细向公司做出书面说明。同时，应聘者违反以上承诺的，视为欺诈，公司有权不予录用或随时解除其劳动合同，并不支付任何补偿金。

- 能力合格：员工需具备应聘岗位所要求的教育背景、工作经验、专业能力和辅助能力（如熟练使用电脑、外语能力等）及其它相关要求。
- 其他：上述没有涉及到，但职位要求中涉及的相关事项。公司会优先录用符合公司要求的候选人。如候选人采用隐瞒或编造重要履历、提供虚假学历证书等情况而获得录用的，一经查实，视为欺诈，将立即解除劳动合同。

3.1.4 入职办理

3.1.4.1 已按公司要求提供真实有效的身份证原件及复印件、学历证书及学位证书原件及复印件、原单位离职证明原件、薪资证明原件、资格证书原件及复印件、2 张一寸照片、按城市要求的银行卡正面复印件 1 份，以及其他所需相关证明文件。

3.1.4.2 员工应自入职之日起十天内向公司递交办理社会保险和住房公积金的有效凭证或相关信息,如因迟延递交或提供虚假材料而造成社会保险无法缴纳或延迟缴纳的任何后果（包括但不限于公司因此遭受的行政处罚）,员工应自行承担相应责任。

3.1.4.3 员工如在加入公司之前拥有发明、专利、著作或专门技术，以及根据法律规定或者约定对他人所负的保守商业秘密义务和竞业限制义务, 应在面谈时向公司书面说明。若员工未告知或告知不实的，由员工自行承担相应的法律责任并赔偿公司因此遭受的损失。公司亦可按员工违反本员工守则之约定解除与员工的劳动关系。

3.1.4.4 公司将根据员工入职前填写的资料中的个人基本信息为每一位员工建立人事档案资料。如个人信息有变化，员工应在 5 个工作日内书面通知人力资源部。因员工未及时通知公司其个人基本信息的变化而造成个人不能享受相关福利、接收信息或造成公司损失的，一切后果由员工自行承担。员工个人基本信息包括但不限于以下内容：

- 婚姻状况和新生子女；
- 现居住地址或通讯地址、联系电话的变动；
- 紧急情况联系人姓名、联系电话的变动；
- 国籍/户籍的改变；
- 新获得的教育/专业资格；
- 身份证信息的改变、更换；
- 员工向公司指定的本人工资账户和报销账户的变动。（如与这些账户有关的银行卡发生遗失、注销、更换情况发生时，员工有义务立即通知公司人力资源部和财务部指定人员。）

3.1.4.5 入职当天，员工填写《入职登记表》，为员工采集指纹、安排工位和办公用品、签收《员工手册》、开设邮箱及各电子化办公系统、发送《新员工导读》邮件并告知其他注意事项；于入职首月内签订劳动合同。

3.1.4.6 本人向公司出示、陈述和提交的任何有关本人情况的说明、资料都是真实、有效的。因本人的不实陈述、资料给公司造成的损害，由本人承担。

3.1.4.7 人力资源部安排签订《劳动合同》、和《保密和竞业禁止协议》的等文件。

3.1.5 试用期

3.1.5.1 新进员工试用期期限按劳动合同法的规定，与员工签订 3 年期劳动合同，其中包含的试用期不得长于 6 个月。

3.1.5.2 遵从各部门的试用期考核标准或制度、试用期评审会进行评估，评估合格，即可转正成为正式员工。

3.1.5.3 对于试用期评估不合格的员工，视为不符合公司录用条件，公司将按照法定程序解除劳动关系。

3.1.5.4 在试用期内，公司可以与被证明不符合录用条件的员工解除劳动关系。有下列情形之一的，均被视为不符合录用条件：

- 不符合相关法律法规及政策规定的可以录用劳动者的条件的；
- 试用期内的工作表现不符合岗位描述要求的；
- 试用期内考核不合格的；
- 无法完成公司分配的试用期工作目标的；
- 入职后 30 天内，未按公司要求提供入职资料、办理入职手续的；如入职后迟迟不提交公司所需的相关个人资料的、入职后一直不接受签订劳动合同的等；
- 在向公司求职过程中提供虚假个人履历、信息或相关证明的；
- 在订立劳动合同过程中有欺骗、隐瞒或其它不诚实行为的；
- 入职一个月内，社保未转移至公司的；
- 患有传染性、精神性、不可治愈性以及其他严重疾病；或体检结果不符合公司该岗位要求的；
- 与原用人单位未依法解除、终止劳动合同或劳动关系的；

- 与第三方同时存在劳动、人事关系，但在入职时未做出书面声明或提交的证明、承诺等虚假、不实的；
- 与原用人单位存在竞业限制约定且在限制范围之内的；
- 试用期有违纪行为并达到一般过失或以上级别的（依据《员工手册》确定）；
- 试用期期间请事假超过 5 天（含）以上者；
- 试用期未达成工作目标或经考核未通过的；
- 公司规章制度规定或双方约定的的其他试用期录用条件。

律师提示：《劳动合同法》第二十一条　用人单位在试用期解除劳动合同的，应当向劳动者说明理由。第三十九条　劳动者有下列情形之一的，用人单位可以解除劳动合同：（一）在试用期间被证明不符合录用条件的；实践中，用人单所以劳动者“在试用期间被证明不符合录用条件”为由行使解除权之前，必须做好两方面工作：一是用人单位对岗位的录用条件必须有明确具体的描述或规定；二是用人单位对员工在试用期内的表现必须客观地记录和评价。上述两方面工作，是用人单位证明劳动者不符合录用条件的依据。因此，建议贵司在员工入职培训时进行书面记录并交本人签字确认。

另外，贵司要注意试用期辞退员工的时间。依据劳动部《关于如何确定试用期内不符合录用条件可以解除劳动合同的请示的复函》的规定，对试用期内不符合录用条件的劳动者，用人单位必须在试用期内以此为由与之解除劳动合同。超过试用期的，用人单位不得以“劳动者在试用期内不符合录用条件”为由与之解除劳动合同。

3.1.6 职位变动

3.1.6.1 公司若有职务空缺，会尽可能优先考虑公司内部适合人选，任何职位都会有员工发展的空间。公司内部调动，必须经过调出部门和调入部门主管以及人力资源部主管的同意。

3.1.6.2 员工的工作岗位和职责应由公司根据生产经营、业务发展和工作需要决定。根据工作需要及员工工作表现、个人工作能力、健康状况，公司可以调整员工的工作岗位、职责和地点。

3.1.6.3 员工是否被提升或调职将取决于公司的需要、员工的工作表现、工作能力、相关的知识和经验以及本人的愿望。

3.1.6.4 在公司经营发展的过程中，组织机构的变动是难免的，员工应服从公司的正常工

作调动。

3.1.6.5 如员工不胜任现工作，公司可以安排调岗。

律师提示：对于员工不胜任工作的界定，贵司最好要有明确的岗位职责说明和考核标准。

3.1.6.6 公司采用变岗变薪制度，岗位变动可能引起薪资变化。公司会在员工考虑岗位变动时与员工沟通和确认可能的薪资变化。

3.1.6.7 职位变动，是指本公司以及关系企业，包括：

- 公司法定代表人同时也担任其法定代表人的公司或企业；
- 公司对其有投资的公司或企业；
- 其对公司有投资的公司或企业。
- 公司股东或隐名股东对其有投资的公司或企业。
- 其他由公司或公司股东通过间接持股而控制的公司或企业。

3.1.7 服务年限

3.1.7.1 员工的服务年限自劳动合同签订之日起计算。

3.1.7.2 经公司核准，于本公司以及关系企业之间进行职位变动的员工，其服务年限可累计计算。

3.1.8 重新录用

3.1.8.1 主动离职或因公司业务调整而被减员的员工，如符合空缺职位的要求，经面试评估，可以考虑重新聘用。

3.2 劳动关系规定

3.2.1 劳动合同的签订

3.2.1.1 根据《中华人民共和国劳动法》和其它相关法律法规规定，公司必须与员工签订劳动合同。新员工入职当天必须签订《劳动合同》及相关协议。

3.2.1.2 劳动合同是公司与员工在协商一致，平等自愿的基础上签订的，具有法律效力。

3.2.1.3 员工必须仔细阅读，并严格遵守合同的各项规定。

3.2.2 劳动合同期限

3.2.2.1 新进员工的劳动合同期限由员工与公司签订的《劳动合同》约定。

3.2.2.2 因公司提供出资培训，公司有权与员工另行商定服务期，并签订相关服务期协议，作为劳动合同的附件。该服务期协议与劳动合同具有相同法律效力。

3.2.3 劳动合同续签

3.2.3.1 劳动合同期满前，人力资源部将至少提前 30 日征询员工及部门主管的续签意见。

3.2.3.2 经双方协商一致，办理劳动合同续签手续。如遇特殊情况，根据国家法律法规定及公司相关规定执行。

3.2.4 劳动合同变更

3.2.4.1 合同期内，经双方协商一致，可以变更劳动合同的内容；变更的内容与原劳动合同具有同等法律效力；如变更的内容与原劳动合同内容有冲突的，以变更的为准。

3.2.4.2 公司有权根据经营需要对其规章制度、劳动纪律、员工守则等进行修正，若员工某一行为处于持续状态，则修正后生效的条款对该行为具有溯及力。

3.3 考勤管理规定

公司根据员工在公司的工作岗位、工作性质以及自身经营需要，实行三种工时工作制：标准工时工作制、不定时工时工作制和综合计算工时工作制。员工所适用的工时制度依照岗位类别和劳动合同之约定执行。

3.3.1 工作时间

3.3.1.1 实行标准工时的员工，每周工作不超过 40 小时，每周一至周五。工作时间为上午 9:00 至下午 18:00，其中 12:00 至 13:00 为午餐时间(特殊约定的除外)。

3.3.1.2 因公司为生鲜行业，可能会存在地区或业务特性的差异，各分公司或部门如需调整上下班工作时间的，经部门主管核准后，报总部人力资源部备案，人力资源有最终解释权。

3.3.2 考勤登记

3.3.2.1 公司实行考勤机打卡、移动软件打卡的考勤管理制度；人力资源部、行政部有权对员工的异常考勤进行询问并如实记录。

3.3.2.2 员工上下班必须本人打卡。因公外出未打卡者，需按照外出登记流程进行记录；

未打卡又无法证明本人出勤者，按旷工处理。

3.3.2.3 工作日需直接外出办公、无法准时至公司打卡者，需提前一天与直接主管备案；特殊情况无法提前通知的，最迟于当天外出回来后，即办相应手续，否则亦分别根据具体情况按旷工处理。

3.3.2.4 委托他人打卡或代替他人打卡者经查实后，委托者与代替者均按本手册中“奖惩规定”给予相应的处理。

3.3.2.5 公司对执行不定时工时制度的高管人员不进行日常考勤管理，但高管人员到公司也应当在考勤系统上签到和签退，如遇外出应当填写外出单。

3.3.3 加班

3.3.3.1 正常情况下，公司鼓励员工在每天 8 小时工作时间内完成本职工作，不鼓励加班。如需加班需履行加班审批手续，为了便于管理和节约能耗，未经审核进行加班的，公司有权进行处罚。

3.3.3.2 申请加班时，须事先提出申请，并得到向上两级主管及人力资源部确认后方可生效。任何未经书面批准的行为，公司不予以认可，不予支付加班费。

3.3.3.3 员工有以下情形之一的，不视为加班：

- 员工因未能及时完成工作任务而自行延长工作时间的；
- 加班申请单未到行政部备案，或未在加班结束后 1 个工作日内如实提报加班日志至行政部的；
- 为提高专业技能和素质，参加各类培训或学习活动的；
- 实行不定时工时制的人员在工作日、休息日安排工作的；
- 违反加班管理规定，未按加班管理规定程序办理书面加班时间确认手续的；
- 工资结构中已包含了加班工资，加班工资不再重复支付；
- 休息日加班已经给予同等时间调休的；
- 因违反公司劳动纪律，出现迟到、早退或离岗等原因造成不能完成当日工作需延长工作时间的；
- 因工作散漫、拖沓等原因而不能完成工作需要延长工作时间的；
- 员工在休息日或法定节假日参加政治、文化活动及非公司指定培训的；
- 在公司规定休息时间内，未经公司安排，员工自愿延长工作时间的；

- 因工作性质需要轮班或值班而需要在公休日工作，但平均每周工作时间不超过 40 小时且符合公司规章制度的；
- 其他不应属于加班的情形。

3.3.4 迟到、早退及上班时间外出

3.3.4.1 迟到指无故在规定的上班时间之后到达公司；早退指无故在规定的下班时间之前离开公司。

3.3.4.2 上班时间外出分为因公外出和私自外出；工作时间未经领导批准离开工作岗位者，为擅离职守。按本手册中“奖惩规定”给予相应的处理。因公外出时需向直接主管说明事由及去向，按照因公外出登记流程进行记录，并得到认可后方可外出。

3.3.4.3 迟到、早退超过 30 分钟(含)的，如在上、下班时间前与上级进行沟通的，按照事假进行处理，且同时记录一次迟到、早退记录。如未在上、下班时间前与上级进行沟通的，则按照 3.3.5 条款所述的旷工进行处理。

3.3.4.4 每月考勤记录将发送给各部门负责人，并抄送至跨级上级，部门可根据部门工作性质，对迟到、早退做出批评教育、部门过错及处罚。

3.3.4.5 出现迟到、早退现象的，按本手册中“奖惩规定”给予相应的处理；即当月内该现象达到 3 次，则记 A 类过错 1 次。

3.3.4.6 试用期内迟到及/或早退累计达三次，视为不符合试用期录用条件及严重违纪行为，公司有权立即解除劳动合同并不支付任何经济补偿。

3.3.5 旷工

3.3.5.1 旷工指无故不上班或请示未获批准擅自离开公司的行为。

3.3.5.2 以下情况将被视为旷工，按本手册中“奖惩规定”给予相应的处理：如超过 30 分钟未达 4 小时的为旷工半天，达 4 小时的为旷工一天。

- 员工未经批准而擅自休假者、无故不上班者。
- 拒不接受领导分配的工作或擅自离开工作岗位者。
- 提供虚假证明或伪造、变造、涂改休假证明后骗取批准休假的。
- 外出归来未办理相应请假手续。
- 二周以上的病假，若员工不能去指定医院检查，拒绝接受公司书面形式告之的指定上班时

间者。

- 利用病、事假从事第二职业的；
- 公司依法调整员工工作岗位，员工未按照公司要求时间到新岗位报到上班的；
- 不服从调配或辞职未经批准或未办理（含拒绝办理）辞职及离职交接手续而不到岗者，按旷工处理；
- 由他人代为打卡或替他人打卡累计三次者，视为旷工一天；
- 公司规定的其他视为旷工的情形。
- 旷工当日不享受当日工资，旷工达三天（含）以上者属严重违纪行为，公司有权与员工解除劳动合同。

3.3.6 请假规定

3.3.6.1 不论何种假期，员工请假必须按要求提前填写《请假申请单》(电子版)并附上相关证明，经直接上级核准后报人力资源部门备案核准后才予以生效。

3.3.6.2 如遇突发情况确需请假但又无法事先提出申请的，应在当天 10:00 前电话通知直接上级，并在休假结束后当天补办请假手续。

3.3.6.3 如需连续请假三天(含)以上，应提前五个工作日申请。

3.3.6.4 病、事假请假最小单位为半小时，不足半小时按半小时计算；其他类型请假最小单位均为半天，不足半天按半天计算。

3.3.6.5 请假必须经直接上级核准；三天(含)以上假期，需经跨级上级同时核准，但最低级别的员工也需该事业部总经理批准，非事业部员工需公司总经理批准。

3.3.7 假期

3.3.7.1 法定节假日

公司执行国家规定的法定节假日，具体放假日期以当年国务院公布为准。

3.3.7.2 年休假

3.3.7.2.1 根据在公司的服务时间，员工可享受带薪年假，具体天数如下：

员工累积工作已满 1 年不满 10 年的，年休假 3 天；已满 10 年不满 20 年的，年休假 5 天；已满 20 年的，年休假 10 天。

在公司工作每多 2 年的，福利年假增加 1 天，如当年未休，则福利年假作废。

年假累计上述两条，最多不超多 15 天。

3.3.7.2.2 人力资源部于每年年初根据员工的服务时间和年假标准核算员工当年度应休的年假天数：

3.3.7.2.3 年假不可预支，年度内按照实际服务日历日进行年假折算；为保障员工劳逸结合，公司原则上不提倡年休假的跨年度使用。如确因生产工作需要，当年度可享受的年休假，员工未及时进行申请、且公司也未进行统筹安排的，员工需于当年度内，书面提出年休假跨年使用申请或跨年度保留申请的，经签字审批后，方可生效；若员工离职，当年度应休年假天数将根据实际服务日历折算（折算方式同上）。

公司确因工作需要，当年不能安排职工享受法定年假的，对员工应休未休的法定年假天数，按照其日工资收入的 300%支付未休法定年假工资报酬（其中包含公司支付员工正常工作期间的工资收入）。

3.3.7.2.4 员工有下列情形之一的，不享受当年的年假：

- 累积工作满一年不满十年的员工，当年度请病假累积一个月以上的。累积工作满十年不满二十年职工，当年度请病假累积二个月以上的。

  累计工作满二十年以上的职工，当年度请病假累积三个月以上的。
- 请事假累计 20 天以上的。

3.3.7.2.5 员工转正后可以申请休年假；员工休年假需配合部门的工作和业务安排，并经直接上级同意。 公司安排职工休年休假，但是员工因本人原因不休年休假的，公司只支付其正常工作期间的工资收入。

3.3.7.2.6 年假的享受方式有下列两种：

- 由员工申请，公司批准。
- 公司可根据业务情况安排员工休年假。

3.3.7.3 婚假

3.3.7.3.1 国内地区，依法办理结婚登记的夫妻，凭结婚证原件经公司书面批准后，可享受五天婚假。员工再婚与初婚一样均享受五天婚假待遇；因业务发展需要，有其他地区员工的参照当地的法定婚假规定执行。

3.3.7.3.2 婚假应在结婚登记日起 1 年内一次性连续休完（含法定节假日及双休日），进

入公司时已经办理结婚登记者，不再享有婚假。

3.3.7.3.3 如因户口不在工作地而需返回户口所在地办理结婚登记手续的员工，可提前享受婚假，但须书面申请并经人力资源部批准后方可享受。休假开始日距结婚登记日最长不能超过30日历日。

3.3.7.4 产检假

3.3.7.4.1 符合生育规定怀孕的女员工，可享有孕期产检假。申请产检假时需提供医院相关证明复印件。

3.3.7.4.2 怀孕期间上班的女员工按医疗机构的要求进行孕期检查的自怀孕第14周起至28周每个月检查1次；28 周至36周每2周检查1次，从第36周起，每周检查1次，每次检查享受产检假半天。

3.3.7.5 产假

3.3.7.5.1 女员工因生产，公司给予其生产前后的休假。符合国家法律法规规定生育的女员工给予98天产假，另可享受生育奖励假30天，共计可享128天产假。根据国家政策生育二孩的同样享受此待遇。难产的，增加产假15天；生育多胞胎的，每多生育1个婴儿，增加产假15天。

申请产假需提供医院的相关证明。

3.3.7.5.2 产假期间工资按国家规定发放。

3.3.7.5.3 陪产假：符合法律法规规定生育的夫妻，男方享受配偶陪产假15天（女方产假期间一次性使用，含法定节假日及双休日）。

以上政策如与地方法律法规不符者，以当地政策规定为准。

3.3.7.6 哺乳假

3.3.7.6.1 女员工从生育当日起，直至婴儿一周岁，称为哺乳期。

3.3.7.6.2 对哺乳未满一周岁婴儿的女员工，在每天的劳动时间内，安排一小时哺乳时间；女员工生育多胞胎的，每多哺乳一个婴儿每天增加一小时哺乳时间。

哺乳假仅在正常出勤日使用，当日未使用者，不可累计至其他工作日使用。

哺乳假未休不补，对超过法定每天的哺乳时间的应履行请假手续，按事假累计计算，未请

假的视为旷工。

哺乳期结束后，以上未休完的假（含产假、哺乳假等）公司不予任何补偿。

3.3.7.7 计划生育假：

3.3.7.7.1 符合计划生育条例规定的女员工自然流产或做节育手术，可依据医院诊断证明申请相应的计划生育假。

3.3.7.7.2 女员怀孕未满 4 个月流产的，依据医院证明可享受产假 15 天；怀孕满 4 个月以上流产的，享受 42 天产假。

3.3.7.8 女员工违反国家计划生育政策生育的，视为严重违纪行为，公司有权立即解除劳动合同并不支付任何经济补偿。

3.3.7.9 丧假

3.3.7.9.1 员工的配偶、子女（养子女）、父母（养父母）、（外）祖父母、及配偶父母、（外）祖父母不幸去世，可申请带薪丧假 3 天(工作日)。

3.3.7.9.2 非直系亲属（本人及配偶的嫡亲兄弟姐妹），带薪丧假为 1 天(工作日)。

3.3.7.9.3 需提供相关部门出具的死亡证明复印件。

3.3.7.10 病假

3.3.7.10.1 新员工加入公司工作满三年之后可以享受全薪病假待遇；员工每年的全薪病假为五天，全薪病假需提供正规医院诊断证明。

3.3.7.10.2 病假需要提供正规医院诊断证明，否则按事假处理；病假按照以当年度本市最低工资为基数 70%发放，如遇特殊情况，需执行其他标准的，经公司领导书面审批后，按审批后确定的标准执行。

（有特殊规定的地区按照当地规定执行），最小计时单位为半小时。）

3.3.7.10.3 员工患病或非因工负伤，在规定的医疗期满后不能从事原工作，也不能从事由用人单位另行安排的工作的，公司可以解除劳动合同；

医疗期期限：

- 实际工作年限 10 年以下的，在本单位工作年限 5 年以下的为 1 个月；5 年以上的为 2 个月。

- 实际工作年限 10 年以上的，在本单位工作年限 5 年以下的为 2 个月；5 年以上 10 年以下的为 3 个月；10 年以上 15 年以下的为 4 个月；15 年以上 20 年以下的为 5 个月；20 年以上的为 6 个月。

对医疗期满后经公司书面通知拒不配合做医疗鉴定或继续提供病休材料者，视为医疗期满后不能从事原工作，也不能从事由用人单位另行安排的工作，公司有权依法与其解除劳动合同。

病假期间，员工不得从事有收入的活动，一经发现按严重违纪处理。

3.3.7.10.4 病假需提交正规医院病假单，方可按照病假处理，否则按照事假处理；如未提前与直接上级申请，则按照 3.3.5 条款的旷工处理。

3.3.7.10.5 如 2 周以上的病假，公司有权要求请假人出具三甲医院正规证明及病例；若员工不能去三甲医院检查、提供有效病假证明，则公司有权以书面形式告之员工须在公司指定时间上班，否则按旷工处理。

3.3.7.10.5 任何虚报、伪造病假证明等行为，一经查实，将按本手册中“奖惩规定”给予相应的处理。

3.3.7.11 事假

3.3.7.11.1 公司不鼓励员工休事假，但在已休完当年年假且经部门负责人事先书面认可的特殊情况下，员工方可申请事假。任何原因申请的事假，如未被批准而实行则视为旷工。

3.3.7.11.2 员工事假期间工资按天扣除，不发放薪资。

3.3.7.11.3 员工休假完返回公司上班的，应及时销假；员工提前完成休假返回公司上班的，其签到时间可以视为出勤时间，假期天数按实际休假天数计算。

3.3.7.12 工伤假

3.3.7.12.1 员工因工负伤，经劳动行政部门认定属工伤范围的，凭工伤认定书及医疗证明，可休工伤假。

3.3.7.12.2 工伤期医疗待遇和假期待遇，按国家工伤保险条例的相关规定执行。

3.3.7.13 公假，凡符合下述规定的，凭有效证明给予带薪公假：

- 兵役报名需要。
- 司法作证需要。

- 选举需要。
- 其他依政府法令应给予公假的。

3.4 薪酬福利规定

3.4.1 薪酬政策

为了确保公司的持续发展，公司将为员工提供在行业内对外具有竞争性、对内具有公平性的薪酬福利结构。同时，公司还将定期收集和分析目标市场的相关薪酬资料，确保其具有持续的竞争力。

3.4.2 薪酬组成

薪酬包括现金收入和非现金收入；其中现金收入包括基本工资、奖金等；非现金收入包括社会保险及公积金、公司内部福利等。3.4.2.1 基本工资

3.4.2.1.1 公司根据不同工作岗位的评估来确定岗位职级，确定基本工资标准，评估内容包括工作职责、所需知识、能力、工作经验等。

3.4.2.1.2 根据公司的经营状况及人才市场情况，周期性进行对公司薪酬水平的回顾，需要时进行参照一定幅度进行调整。

3.4.2.2 奖金

3.4.2.2.1 为激励员工不断提升业绩，公司根据不同部门或岗位性质设立了相应的奖金考核方案；在员工入职、转岗时会由人力资源部门将相应方案纸质公布给员工，并由员工进行签收。

3.4.2.2.2 如果员工在考核期间发生 B 类过错、C 类过错，公司将有权予以取消员工享受奖金的资格。

3.4.2.3 社会保险及公积金

3.4.2.3.1 自员工入职起，公司参照当年国家及各地政府的规定为员工缴纳社会保险及公积金，个人缴纳部分由公司在每月工资发放时代扣代缴，如因本人不愿意购买的，由人力资源部、部门领导签字，但由此带来风险的由谁主管、谁审批谁负责。

员工需入职时一并将档案与保险关系从原单位转移至本公司，否则由此造成的一切损失由员工本人承担。

3.4.2.4 公司内部福利

公司会尽力创造一个“尽心工作，尽情娱乐”的工作氛围，在日常工作激励、节日、员工生日、员工周年纪念、年会等您在大农科技股份有限公司的工作时刻，公司会组织相应活动，提供精神上、物质上的福利项目。

3.4.3 薪资支付

3.4.3.1 公司将于劳动合同中约定的发薪日，薪酬发放日为每月的 15 日至 31 日发放上月的薪酬与工资、奖励、补贴等，将员工的上月工资支付到员工的银行帐户上。

3.4.3.2 如员工离开公司，由于员工不履行离职手续而导致工资迟发，责任自负。

3.4.3.3 公司将为员工提供银行账户，员工工资将通过自动转账的方式转入员工银行账户。公司发放的每月基本薪资中已经包括国家及地方政府规定的各项津贴、补助等。公司根据国家相关规定代扣代缴员工个人所得税及社会保险费和住房公积金中的个人应缴部分代扣代缴款项金额将依政府有关法令修订、个人薪资调整等变动而作相应调整；代扣代缴款项金额将依政府有关法令修订、个人薪资调整等变动而作相应调整；

3.4.3.4 公司每年会根据其经营状况，参照中国及公司所在当地物价变化指数及市场情况，结合员工的岗位和职务级别的变化、工作性质的改变以及其工作表现和业绩，决定是否调整其工资以及调整的幅度。

3.4.3.4 根据国家相关税法，公司为员工代扣代缴个人所得税。

3.4.4 假期工资

3.4.4.1 年假工资：员工在年假期间内享受全额薪资。

3.4.4.2 病假工资：病假按照以当年度本市最低工资为基数的 70%发放（有特殊规定的地区按照当地规定执行）。

3.4.4.3 事假工资：事假需扣除当日全额薪资。

3.4.4.4 婚丧假、孕期检查假、产假、哺乳假、计划生育假、公假：员工在上述规定假期内工资按照国家相关法律规定发放。

3.4.5 薪资保密

为保障您和其他员工的工资收入隐私权，公司实行薪金保密政策，知情人员及员工本人不

得泄露工资数额或以非正当渠道获知他人工资，员工也不可传播他人有关薪金情况。如需了解本人薪金情况或对本人薪金有任何的异议，员工均可向人力资源部或所属部门经理查询或核对。

“打探薪资”属于违反公司高压线的行为，将按照 C 类过错，属于严重违反公司的规章制度的行为，公司将按照《中华人名共和国劳动合同法》第三十九条解除与该员工的劳动合同。

3.5 培训与发展规定

3.5.1 培训目的

为提升员工的综合能力，公司给员工提供了充分的学习机会和发展空间，制定了用于吸引、保留、鼓励及激发员工多种工作能力的培训体系及个人发展计划，以创建高素质、高创造力、高凝聚力的工作团队，从而实现企业战略目标。

3.5.2 培训内容

公司将根据工作需要，适时地进行新员工入职培训、员工素质培训、员工岗位技能培训以及管理人员培训，以提高员工的专业及业务知识和技能，帮助各级员工提高岗位胜任能力。

3.5.2.1 新员工培训

新员工入职，公司会周期组织当月入职新员工进行相关培训。

3.5.2.2 各部门技能提升培训

各部门会周期性进行工作分享、专项培训，以提升员工的专业能力。

3.5.2.3 管理人员培训

公司在注重员工培养，对于内部成长、内部储备的管理人员，会给予系统性培训，以及半级成长实战机会。

3.5.2.4 基础办公技能培训

公司对于办公基础技能、相关专业知识会进行周期性分享、培训，以提升员工的综合技能。

3.5.3 培训政策

3.5.3.1 公司鼓励各级员工优先参加公司内部开发的各类培训课程。在内部培训资源无法满足培训需求时，公司将适量寻求外部教育和培训资源的支持。

3.5.3.2 因工作及员工发展需要，经直接主管、上一级主管批准后，由人力资源部审核，如有特殊情况或超出上述人员财务审批权限的情况需经分管副总、总经理、副总裁、CEO、董

事会最终批准，会输送员工参加外部举办的专业培训或继续教育课程；所学课程与本职专业直接有关、能取得结业证书者，费用由公司承担，同时视情况与公司签订一定期限的培训服务协议。

3.6 绩效考核规定

3.6.1 考核目的

公司的成功和持续竞争力完全取决于员工的创造性和业绩。公司遵循客观、公平、严谨的考核标准，对员工的绩效达成、能力、态度及适任性进行综合评估。其目的是通过科学有效的管理体系，帮助员工达成工作目标，并促进直接主管与员工就目标实现状况和职业行为进行持续有效的沟通、反馈与指导。同时，绩效考核与员工的培训发展和薪酬福利系统有机结合，以激励员工的高效表现。

3.6.2 考核方式

3.6.2.1 互联网管理体系的考核

互联网管理体系考核的员工根据所获得的工作绩效结果享受相应的绩效奖金，在薪资发放日前办理离职手续的员工不享受绩效奖金。

3.6.2.2 业务体系的考核

3.6.2.1.1 业务体系员工均会有适用于本岗位的奖金考核方案，业务人员根据此方案进行考核、产生升降级、获得奖金或进入工作改进计划。

3.6.2.1.2 业务体系员工奖金考核方案常规是以年度为周期进行回顾、优化、调整；不排除季度内由于市场、团队、产品的影响，进行年度中调整；奖金考核方案产生调整时，会由人力资源部、业务部门管理者共同分享方案，并由业务员工签收方案。

3.6.2.3 职能体系的考核

3.6.2.2.1 职能体系员工会遵从 360°价值观评估、工作关键指标评估及工作展望的综合结果，以此获得考核奖金、职级升降级、奖励表彰或进入工作改进计划。

3.6.2.2.2 职能体系员工如遇矩阵式汇报关系，则由业务负责人（如区域总经理、分公司总经理、事业部总经理）、职能部门负责人（如人力资源副总裁、财务 CFO、品牌总经理）共同

考核后报总经理审核。

3.6.3 绩效追踪及管理

3.6.3.1 公司将根据考核的结果，激励高效表现，以推动组织效率的不断优化。

3.6.3.2 对考核结果不达标者，公司将通过培训或调整工作岗位以帮助员工胜任岗位要求，经培训或调整工作岗位仍不能胜任工作岗位的，公司有权根据《中华人民共和国劳动合同法》的相关要求与员工解除劳动合同。

3.7 奖惩规定

3.7.1 奖励

3.7.1.1 奖励原因

我们希望每一位员工都为公司的业务成功做出贡献，这贡献之中是包括员工的行为要与公司的原则保持一致以及在行动中具有良好的判断力。为此，公司提供培训、反馈及教育以帮助员工达到要求，且我们会即时为这样的贡献奖励、宣扬。

- 对公司经营管理或各项业务提出合理建议，公司采纳后效益显著。
- 工作业绩出色、有突出贡献。
- 努力学习，业务技能显著提高。
- 突出显现出公司价值观，获得优异评价。
- 为公司推荐优秀人才并被公司正式录用（仅限于公司公告颁布招聘需求）。
- 为公司培养、培训人才。
- 业务或理论研究方面有重大成果，为公司增添荣誉或产生重大经济效益和社会效益。
- 在保护国家、集体和公司财产物资或他人生命安全等方面做出突出贡献。
- 符合公司其他制度中规定的奖励条件。

公司的奖励项目包括但不限于下述各项：

A、B、C 类过错

在处理员工行为问题上，我们是以纠正而非惩罚为主要目的。除了对于严重案例外，我们的目的是为员工提供机会以改正不被接受的行为。

3.7.2.1 下面将列举出一些将会受到纪律处分的过错行为，但并不代表只有以下行为才会受到处分，我们的目的不是制定一个硬性的、无所不包的条例，因为员工过错行为的情况不尽相同，范围很广，每一种情况都应该根据具体个人、具体情况逐一进行具体分析，而最终裁决用来改正错误行为的处分措施可能比例子所提示的要轻或要重。

3.7.2.2 公司设立 A、B、C 三个档次的过错，累计 12 个月内 2 个 A 类过错升级为 1 个 B 类过错，累计 12 个月内 2 个 B 类过错升级为 1 个 C 类过错。

3.7.2.3 每一次 A、B、C 类过错都将会被记录于公司员工档案内，不排除会影响员工的升级、晋升、调薪等；且如本手册第 3.4.2.2.2 条款所述，如果员工发生 B 类过错、C 类过错，公司将有权予以取消员工享受奖金的资格。

3.7.2.4 A 类过错：轻微违纪

3.7.2.4.1 A 类过错是由于疏忽或过失等而造成的过错，若不及时改正，可能对公司利益造成损害的；员工有 A 类过错时，除员工上级、人力资源部与员工本人签署过错通知书、沟通指正外，会以邮件形式发送过错通知至所属分公司同事以作过错公示。

3.7.2.4.2 A 类过错包括但不限于下述事项：

- 如本手册 3.3.4.2 条款所述，上班时间外出分为因公外出和私自外出；工作时间未经领导批准离开工作岗位者，擅离职守；
- 如本手册 3.3.4.5 条款所述，出现迟到、早退现象的，当月内该现象达到 3 次；
- 如本手册 3.3.5.2 条款所述，旷工达 1 天的情形；
- 遗失公司文件、物品；
- 拾遗不报，据为己有；
- 毁坏公物；
- 做出影响工作环境卫生的行为（如：有乱扔垃圾、随地吐痰、丢烟头、烟灰、纸屑等影响卫生的行为）；
- 无故不参加公司组织的各项活动的；
- 未执行或疏忽本职工作，但尚未给公司造成任何不良影响或损失的；
- 不服从主管合理的工作安排或指导，但尚未给公司造成任何不良影响或损失的；

- 上班时间串岗, 打私人电话聊天，浏览与工作无关的网站或做与工作无关的事情（如读小说、听随身听、睡觉、刷抖音、聊天等）；
- 小休或者用餐时间超过公司要求的时间；
- 在禁止吸烟区的地带吸烟；
- 当班时未能把发生或将要发生的问题或不正常情况向直接主管汇报，不按规定程序、办法做好交接班；
- 工作粗心大意, 工作效率和服务态度不能达到公司要求;
- 不能在指/规定时间内完成工作；
- 上班不按照规定穿着符合商务规范的衣着，或没有正确佩戴工卡，包括并不限于没有使用公司规定的工卡绳或工卡套、任意在工卡进行涂改；
- 违反公司各项管理制度，情节轻微的；
- 不履行公司规定的各种申请、申报程序及手续的；
- 未经允许私带外来人员到公司参观；
- 在会议或业务工作中不积极合作，影响会议或业务工作的进程；
- 任何其他由于疏忽或过失等造成的过错，若不及时改正，可能对公司利益造成损害的，与上述行为性质、后果相似的行为。

3.7.2.5 B 类过错：一般违纪

3.7.2.5.1 B 类过错是指员工的行为可能对公司的利益造成损害（不仅限于金钱或实物方面的损失），并可能危害公司产品、财务、个人财产、员工个人、其他员工或社会。员工有 B 类过错时，除员工上级、人力资源部与员工本人签署过错通知书、沟通指正外，会以张贴公告栏、邮件、工作群、互联网通讯工具等形式发送过错通知至所属区域以作过错公示。

3.7.2.5.2 B 类过错包括但不限于下述事项：

- 如本手册 3.3.5.2 条款所述，旷工达 2 天的情形；
- 不遵守公司操作标准或程序，违反标准操作程序或擅自变更工作方法，造成不良影响或损失；
- 未执行或疏忽本职工作，造成不良影响或损失；
- 消极怠工，不按时按质按量完成工作任务；
- 对其他员工或部门工作不配合, 不协作；

- 对公司其他员工或其他公司有关人士无礼、粗鲁、狂暴，出言不逊或辱骂同事、来访者或客户，或者在工作场所吵架；
- 受到客户或者候选人对其服务的投诉（包括但不局限于： 电话投诉、 口头投诉、 书面投诉）；
- 无正当理由不服从没有违反劳动合同的工作分配或调动；
- 不服从主管合理的工作安排、工作指导、公司制度、公司资源管理，拒绝工作、消极怠工、损害公司资源、不认真完成所从事工作的行为，给公司工作或经营造成不良影响或损失；
- 不尊重其他员工的人格，违背他人的意愿，故意做出或者发出性的行为或者挑逗，使对方的身体、心理产生不适、不快，遭到其他员工向直接主管/上一级主管投诉的；
- 上级管理人员对于违纪行为的下属不作及时处理，对公司产生不良影响的；
- 使用工作岗位设施，为自己或他人提供方便；
- 未经允许在公司公告栏或其他地方张贴、更改、取走、撕毁任何物品的；
- 超越工作职责范围，擅自作主或对与本职无关事宜擅自作答，但尚未造成不良影响或损失的；
- 除公司庆祝活动外，在公司内喝酒，即使在公司外喝酒但需继续工作，仍属违纪行为。尤其是销售人员，即使是与客户一起，在工作时间内仍禁止喝酒；
- 未经过网络管理员及相关授权主管的批准，擅自改动个人电脑及其它 IT 设备的网络地址；
- 在公司电脑上使用与工作无关的软件或打游戏；在办公室登陆与工作无关的网站、玩任何形式的电脑（网络）游戏、上网聊天、观看电影及下载与工作无关的文件等。
- 不准擅自使用他人的电脑；不准通过他人的电脑从事违反公司规定的活动；
- 严禁发送、转发有危害社会安全的言论或政治性评论文章的邮件；
- 严禁通过电子邮件（使用公司内部地址或外部地址）发送（或转发）不利于沟通、不利于团结、不利于解决问题等一切内容失实的邮件；更不能利用电子邮件四处散发旨在破坏他人名誉、带有人身攻击等一切不利于公司团结、正常工作的邮件；
- 违反消防禁令或安全规则（包括但不限于擅自或指使他人挪用、损坏消防或灭火器材），但尚未产生事故隐患或损失的；
- 因失职或本人过错，造成公司人员伤害或财物损失，价值在人民币 5000 元以下的（含 5000 元）；

- 累计 12 个月内 2 个 A 类过错升级为 1 个 B 类过错；

任何其他可能对公司利益造成损害，并可能危害公司产品、财务、个人财产、员工个人、其他员工或社会，与上述行为性质、后果相似的行为。

3.7.2.6 C 类过错：严重违纪

3.7.2.6.1 C 类过错是指员工的行为可能或已经对公司声誉、品牌、产品、财产、个人财产、员工个人或其他员工、社会造成严重伤害/损害。员工有 C 类过错时，除员工上级、人力资源部与员工本人签署过错通知书、沟通指正外，会以在公告栏张贴、邮件、工作群等互联网通讯工具形式发送过错通知至全国各分公司全体员工以作过错公示。

3.7.2.6.2 C 类过错属于严重违反公司的规章制度的行为，公司将按照《中华人名共和国劳动合同法》第三十九条解除与该员工的劳动合同，并不予支付任何补偿金。

3.7.2.6.2 C 类过错包括但不限于下述事项：

- 如本手册 3.3.5.2 条款所述，旷工达 3 天及以上的情形；
- 如本手册 3.3.2.4 条款所述，委托他人打卡或代替他人打卡者经查实后；按照高压线弄虚作假处理；
- 如本手册 3.3.7.10.5 条款所述，任何虚报、伪造病假证明等行为；按照高压线弄虚作假处理；
- 不遵守公司操作标准或程序，违反标准操作程序或擅自变更工作方法；谋取个人利益，或造成对公司或客户的严重不良影响、损失；
- 擅自攫取或出售公司财物、产品、服务；
- 受到客户或者候选人对其服务的投诉或法律诉讼（包括但不局限于： 电话投诉、 口头投诉、 书面投诉、 法律诉讼），经公司确认，情节严重，极大影响了公司声誉、客户体验的情形；
- 在申请职位、应聘期间、工作期间弄虚作假，有欺骗行为；如伪造数据或材料（包括但不限于提供个人虚假信息或隐瞒个人信息、不真实反映实际情况、填写业务记录、模仿他人签名或盖章等类似情况）；
- 公司因工作需要，要求员工提供专业资格证书或相关资料，员工不予提供的；
- 有偷窃、涂改或伪造下列物品或文件之一的：公司印章、档案、资料、各种原始凭证、原始记录或重要文件；

- 欺骗同事或公司的不诚实行为，弄虚作假骗取公司或他人财物（包括虚报费用、篡改或伪造资料或信息、提供虚假资料、记录、单据、票据或发票等类似情况）；
- 通过虚假欺骗手段从公司得到报酬或其它补贴；
- 在工作中，对员工或客户进行性骚扰或态度蛮横无理、恶语相向的；
- 任何形式、数量的偷窃或破坏公司或其他员工的财物；
- 利用职权营私舞弊，任何形式的贪污或偷窃、挪用公款、借款拒还的行为；
- 在工作时间内，又为公司以外的雇主工作；
- 员工未经公司同意，另行设立其他公司、机构或任何其他经营实体的；利用公司资源为本人或他人另设公司或获取利益的；
- 违反公司利益冲突政策，包括但不限于收受供应商、客户的礼物、服务或贿赂，未经授权在公司外兼职，在外开设与公司同类型服务竞争的公司或机构，不能及时向公司披露可能的利益冲突等；
- 泄露公司机密信息，包括公司电脑系统的各种登录密码，公司的市场计划、客户信息、候选人信息、经营情况、技术、管理信息等；
- 利用公司名义招摇撞骗者；
- 危害公司或他人安全；
- 携带危险物品、或行凶器械、或一切其他违禁品进入工作场所，给公司和他人造成损害或带来危险隐患者；
- 在公司内无理取闹，或聚众闹事，或打架斗殴，影响工作秩序或社会秩序；同时打人致伤者必须负担受伤者的一切费用和损失；
- 威胁或骚扰或辱骂或人身攻击其他同事或与公司有业务往来的客户或供应商以及工作人员（包括书面的或口头的）；
- 玩忽职守或违反规定的行为，可能造成事故，使人身、财产遭受严重损失；
- 传播有损公司的谣言或张贴散发煽动性文字或图片破坏劳资关系或影响工作秩序的；
- 未经允许擅自向传播媒介或外界透露有关公司情况，或在公共场合有诋毁公司言论，致使公司蒙受名誉、其他直接或间接损失者；
- 组织、策划、参与怠工、非法罢工或非法组织的；
- 故意破坏经管的重要文件或物品，或故意泄露技术、商业秘密致使公司蒙受损失；
- 被依法追究刑事责任或者被公安机关处以治安拘留的；

- 因失职或本人过错，造成公司人员伤害或财物损失，价值超过人民币 5000 元的；
- 累计 12 个月内 2 个 B 类过错升级为 1 个 C 类过错；
- 任何其他行为可能或已对公司产品、财产、个人财产、员工个人或其他员工、社会造成严重伤害/损害。与上述行为性质、后果相似的行为。

3.7.2.7 关于过错的说明

3.7.2.7.1 以上提及的种种过失仅作为指导性参考, 所列条文并非完备, 员工如有过失行为而未列在此各类过失中, 公司经管理层开会讨论后有权决定其过失种类，且在各类过失中， 有权区别其严重程度做出相应处理。

3.7.2.7.2 实施处罚前的处理：公司对员工实施惩罚之前，在公司确认、调查员工违纪事实的期间内，公司可以责令员工暂时停止工作、听候处理。

3.7.2.7.3 员工上级对所属员工有工作管理的责任和义务，所属员工受到公司惩罚时，视为员工上级具有失职行为，负有连带过错，公司可根据比员工过错级别低一级进行处理；如直接上级是即时发现制止、主动举报员工的过错行为，则可做其他处理。

3.7.2.7.4 公司可根据国家法令、政策和实际情况的变化， 随时补充或更改以上规定，并将更改后的规定以书面形式成为本规定的组成部分。

3.7.2.8 经济处罚规定

3.7.2.8.1 因违章违纪或个人过失造成公司或同事经济损失的，除按章处罚外，当事人将根据承担的责任，按照资产的折旧价或维修价进行相应的经济赔偿。

3.7.2.8.2 因员工的过错行为造成公司经济损失的，公司有权向责任人追偿。

3.7.2.8.3 因员工使用不当、未妥善保管丢失、破坏等原因造成资产损坏，则由员工按照折旧价进行赔偿，折旧价由公司财务部门核算。

3.7.2.8.4 公司有权要求员工现金赔偿或从员工的工资中扣除赔偿款。

3.7.2.9 关于过错的调查、审批、申诉

3.7.2.9.1 调查

做出纪律处分决定前，必须进行全面细致的调查。调查的客观性最为重要，在调查进行之

中不可先入为主怀有成见。

公司接到违纪嫌疑的报告后，直接经理或公司领导应进行调查以收集证据。相关员工有义务配合公司的有关调查。在调查中，当事人以前的行为记录应被考虑在内。调查包括与当事人、共同经历人、其他间接经历人、当事人的同事等相关人员谈话，这些谈话应被记录并签名。

调查记录（包括当事人及与会各方署名的有关会议记录）、共同经历人的证明材料等应附于解除劳动关系表后以支持所作处理意见。

3.7.2.9.2 审批

员工的直接经理、公司人力资源、公司领导等。所有审批的决定的批准程序符合相关法律法规、符合公司相关考核方案。审批程序常规需在十个工作日内公布。

3.7.2.9.3 上诉复核

员工在处分决定作出后的十个工作日内以书面形式或邮件形式向人力资源部、直接上级提出，说明要求上诉复核的理由。

3.8 沟通与申诉规定

为确保劳动关系的公平，员工有权就关于工作，劳动条件及与其他员工关系等事宜提出建议，沟通及申诉，并有权利得到公司的解释。

沟通与申诉，建议员工首先选择与直接上级以口头形式讨论提出该等事项，如果结果并不令人满意，员工可以按照建议程序进行逐级申诉：直接上级　跨级上级　人力资源部　总经理(区域总经理、分公司总经理、事业部总经理)　集团总经理　副总裁　CEO/总裁　董事长　审查委员会　董事会　股东大会。

沟通与申诉建议流程是本着问题解决有效性最高的原则建议的，并非一定要求如此，员工也可以视沟通与申诉事项，自行选择下述流程中的任一环节。

3.9 离职管理规定

3.9.1 合同终止与解除

3.9.1.1 公司和员工均可根据《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国劳动合同法》相关法律法规及劳动合同中约定的条款提出终止或解除劳动合同。

3.9.1.2 试用期合同解除

试用期内员工提出解除劳动合同的，需至少提前三天以书面告知公司，可以解除劳动合同；如果员工在试用期被证明不符合录用条件的，公司可以与其解除劳动合同。

3.9.1.3 劳动合同期内解除

3.9.1.3.1 在合同期限内：员工和公司都可根据劳动合同有关规定提出终止或解除劳动合同。公司及员工无论哪方提出解除合同，如果所在地有须提前 30 天以书面形式通知对方或以通知来代替提前解除的通知期规定的，按所在地规定执行。

3.9.1.3.2 公司有权根据员工的工作业绩、违反公司规章制度或因劳动合同法规定的其它情况的出现，按照劳动合同法的相关规定与员工提前解除劳动合同，有无经济补偿及补偿标准按有关法律、法规相关规定办理。

3.9.1.4 劳动合同期满终止

3.9.1.4.1 合同期满，员工不再续签劳动合同者，需于合同期满前三十日提交书面通知。

3.9.1.4.2 合同期满，公司决定不再与员工续签劳动合同者，依劳动法规定，提前书面通知员工。

3.9.1.5 离职交接

3.9.1.5.1 凡终止或者解除劳动合同的员工在离开公司前，必须依公司规定完成工作交接，具体流程参照《员工离职交接单》及 OA 审批流程。

3.9.1.5.2 如无特别约定，则试用期员工自提出离职申请后须进行 3 天工作交接，非试用期员工自提出离职申请后须进行 30 天工作交接，公司也将于员工完成交接期后予以结算薪资、办理离职手续、开具离职证明。

3.9.1.5.3 离职交接期间，除福利假期、节日外，公司有权不接受、不审批员工事假的申请；如员工的病假、事假时长超过了离职交接期的 50%的，并由此造成未能妥善完成离职工作交接的，公司有权要求与员工协商顺延离职交接，并在离职交接完毕时结算薪资、办理离职手续、开具离职证明。

3.9.1.5.4 如恶意不进行离职交接，给公司带来工作延误，造成损失的，公司有权通过法律途径追究相关责任和损失。同时由此给员工个人造成的所有经济损失由其个人承担。

3.9.1.5.5 注意事项

- 若与公司签订了外训协议书、保密协议，需按协议之规定承担相应责任。

- 员工在任职期间由于重大失误或经济问题等原因，给公司造成损失的，公司有权要求员工赔偿公司因此而遭受的损失。
- 员工应按公司的要求和指定人员在三至三十日天内办理工作交接手续，包括但不限于离职交接、返还财物、清结债权债务、转出社会保险关系、住房公积金及人事档案等。若员工因未按时办理离职手续而导致的一切后果，由员工自负。若员工在办理离职手续时有物品丢失或损坏情况，员工同意依据公司相关规定中的物品价值一次性支付给公司。
- 员工向公司有关部门交接财物；
- 员工须清偿所欠公司的款项；依法、依约交付赔偿金或违约金等；
- 员工应将其使用的与公司业务相关的文件、资料等和/或记载着公司相关业务信息的光盘、磁盘、USB 移动存储器、手机、手机号、工作微信公号、移交客户信息、告知客户交接信息和其他媒介物归还公司；
- 员工须向公司提供档案和社会保险关系转移去向；
- 其他公司要求员工处理的事项。
- 员工办理完毕离职手续之后，公司须自员工提供了档案和社会保险关系转移去向之日起 15 日内，及时为员工办理档案与社会保险关系的转移手续并出具解除或终止劳动关系的证明；
- 员工应在规定的期限内向公司办理工作交接手续；在员工依据上述的规定完成离职手续之后，若公司需要支付员工补偿的，公司将在上述交接手续完成后支付。同时，在延期办理该手续期间，员工与公司之间并不存在劳动关系（包括任何事实劳动关系），员工与公司之间的法律关系（如有）应依据《民法》以及《合同法》的相关规定予以处理。

3.10 商业保密、竞业禁止与知识产权

3.10.1 员工在加入公司前，应保障不会违反与第三人的任何商业保密、竞业限制义务，不将任何涉及第三方的商业秘密带入公司，也不会侵犯或导致公司侵犯任何第三方的专利、著作权、专有技术、商业秘密或其他权益。如公司因聘用员工而引发的任何商业保密、竞业禁止责任、赔偿与相关一切责任由员工承担。

3.10.2 员工应了解公司是有商业秘密保护和竞业限制规定的，员工须严格保守公司的商业秘密，执行公司竞业限制的规定；如有违反，公司保留追诉员工责任及要求赔偿。

3.10.3 商业保密、竞业禁止条款详见《劳动合同书》的附件一《保护商业秘密合同书》、《竞业禁止合同书》。如员工在办理入职时，拒绝签署此两份《劳动合同书》附件的话，公司

有权终止与员工的录用协议，公司并不承担责任。

3.10.4 知识产权

3.10.4.1 知识产权归属

3.10.4.1.1 公司的知识产权包括但不仅限于专利、商业秘密、商标、著作权和其他专有信息，是公司最有价值的资产之一。公司的政策是采用合法可靠的方式管理、保护和行使公司所拥有知识产权的权利。员工的责任是明确公司的知识产权，确保发明创造、受著作权保护的材料、商标、商业秘密和其他任何公司所拥有的知识产权获得适当的法律保护。除了保护公司的知识产权以外，员工还应尊重他人有效的知识产权，不购买或使用侵犯他人知识产权的商品。若因员工自行购买相关侵权产品在工作中使用而导致公司需承担责任的，相关责任均由该员工承担。

3.10.4.1.2 员工在劳动关系存续期间创造或开发的所有知识产权，包括但不限于软件、硬件、技术说明、报告、手册及有关文件，应当属于公司的财产。员工应遵守公司相关的规章制度，签署所有文件并完成其他任何所需手续将上述知识产权确认为公司所拥有，或转让给公司独家拥有。

3.10.4.1.3 员工有义务保护公司所有的知识产权，尤其是商业秘密和其他专有信息的机密性。未经咨询公司法律顾问并获得许可，不得向外界披露公司知识产权，尤其是商业秘密和其他专有信息。在允许第三方使用公司的知识产权之前，员工必须咨询公司法律顾问并获得明确许可。在员工合同终止或解除时或应公司知识产权的要求，员工应立即向公司交回同公司的业务有关并由员工持有的所有公司资料，包括但不仅限于图表、图纸、备忘录、客户名单、配方、财务资料、市场信息与所有帐册、文件、计划书、记录以及记录在任何载体中的有关信息。员工同意无论在职或离职后皆不使用公司的知识产权尤其是商业秘密和专有信息与公司竞争或损害公司利益，并同意离职后不在未经公司书面许可的情况下为任何目的使用公司的知识产权。

3.10.4.1.4 员工如违反公司有关知识产权保护的政策，将可能使员工本人承担一定经济赔偿、民事责任甚至刑事处罚。

3.10.4.2 知识产权的保护

3.10.4.2.1 员工不得以任何方式利用公司知识产权获得个人利益或损害公司的利益。

3.10.4.2.2 员工不得在任职期间内私自复制公司知识产权。

3.10.4.2.3 员工不得做或答应、允许别人做任何可能威胁或损害公司知识产权和利益的行为。

3.10.4.2.4 员工不得受其他员工或第三方影响而不当或错误地利用公司知识产权。

3.10.4.2.5 员工应按公司要求全力以赴帮助公司保护知识产权及相关权益。

第四章 财务部管理制度

4.1 印章管理制度

4.1.1 公司印章包括：公章、法人章、合同章、财务专用章、发票专用章等。

4.1.2 印章的刻制：公司公章、法人章、合同章、财务专用章、发票专用章等印章除根据有关规定由公司统一刻制，并按照有关规定进行备案。

4.1.3 印章的保管，公司的公章、法人章、合同章、财务专用章、发票专用章等由专门管理人员进行保管，保管人员严格按用印程序用印。公司公章由总/裁/经理办或人事部保管。法人章、合同章、财务专用章、发票专用章由财务部门保管。

4.1.4 印章的销毁：印章损坏无法正常使用的，由印章保管部门负责销毁原印章并重新刻制。新刻制的印章应预留印模后启用。销毁印章应由二人以上在场，制作销毁记录并签字，报公司备案。

4.1.5 印章的丢失：印章丢失后，由印章保管部门及时向印章刻制审批部门和公安机关报告，并声明作废，重新刻制印章。

4.1.6 印章的使用范围

公司公章：用于各类公文函件、报表、对外信件、招投标以及按照公文处理办法必须使用公章的文件等。

合同章：各类合同等文件。

发票专用章、财务专用章按照有关规定和本公司财务管理办法的有关规定使用。

法人章：用于签发支票和各类证明文书。

4.1.7 印章的使用流程

4.1.7.1 公司各类公文函件、报表用印，分别按公文处理程序、信息统计程序执行。

✧ 公文用印流程：拟文部门拟稿→法务审稿→部门负责人核签→填写用印登记表→印章管理

人员核对后用印

✧ 报表用印流程：制作报表→部门负责人审核签名盖章→填写用印登记表→印章管理人员核对后用印

4.1.7.2 所有事务用印，包括办理各种证件用印，实行用印申请和登记制度。申请用印者必须事先申请，经所在部门负责人批准后报送公司负责人，公司负责人批准后，印章管理人员方可给予用印，否则不予受理。

各种证件用印流程：用印申请→本部门负责人批准→公司总经办批准→填写用印登记表→印章管理人员核对后用印

4.1.7.3 业务合同盖章流程。

非销售合同用印流程：用印申请→本部门负责人批准→ 公司总经办/CEO/董事长审核批准→填写用印登记表→印章管理人员核对后用印

4.1.8 印章外出借用

印章原则上不许带出公司，确因工作需要将印章带出使用的，应事先邮件申请备案，载明事项，公司总经理批准后由两人以上共同携带使用。

4.1.9 印章管理人员必须妥善保管印章，如有遗失，必须及时向公司总经办报告。

4.1.10 任何人员必须严格依照本办法规定程序使用印章，未经本办法规定的程序，不得擅自使用。

4.1.11 对违反本办法，伪造、变造、未经批准私自刻制印章或使用伪造、变造印章构成犯罪的，公司视情节和后果给予责任人警告、解除劳动合同、移交公安司法机关查处、并追究相关负责人和印章管理人的管理责任。

4.2 发票管理制度

4.2.1 增值税发票管理制度

4.2.1.1 开具增值税发票的管理制度

增值税发票管理制度的制定是为了加强增值税发票管理的严肃性，避免税务风险。

4.2.1.2 增值税普票的开具流程

4.2.1.2.1 销售开具增值税普通发票应提供以下信息上传至系统

- 营业执照复印件
- 带有对方单位 LOGO 标识的电子邮件确认函，确认函必须包括：对方单位开户行名称、银行账号、税务登记证号、对方企业办公地址以及联系电话
- 财务人员确认开票请求信息后开具增值税发票
- 销售到财务登记领取发票
- 特殊情况如客户需要提前开具发票请款的，区域内的由大区经理审批，跨区域的由总经办审批方可提前开出；提前开通服务的情况也遵照此执行，财务部收到相关审批之后，方可开出相应发票

4.2.1.3 增值税专用发票的开具流程

4.2.1.3.1 增值税专用发票的开具，销售人员应上传以下资料:

- 营业执照复印件
- 一般纳税人资格证明（带有一般纳税人认定章的税务登记证或者一般纳税人认定书）
- 带有对方单位 LOGO 标识的电子邮件确认函，确认函必须包括以下内容
- 对方单位开户行名称，银行账号
- 税务登记证号
- 对方企业办公地址以及联系电话

4.2.1.3.2 财务人员确认开票请求信息后开具增值税发票

4.2.1.3.3 销售到财务登记领取发票

4.2.1.3.4 特殊情况如客户需要提前开具发票请款的，区域内的由大区经理审批，跨区域的由 VP 审批方可提前开出；提前开通服务的情况也遵照此执行，财务部收到相关审批之后，方可开出相应发票

4.2.1.4 客户非第一次开具发票的，在第二次开票时，销售应主动同对方单位核实开票信息是否有变动，变动信息要重新提交资料

4.2.2 增值税发票的管理与登记

4.2.2.1 增值税发票视同现金管理，开具增值税发票必须登记，销售领取登记签字后，方可将发票交予销售。

4.2.2.2 销售快递发票给客户，应保存了快递资料和清单，及时通知客户发票寄出。

4.2.2.3 如发生退款事项，销售应先将前期开具的发票收回后，再申请退款流程。

4.2.2.4 增值税发票应定期盘存，要做到账实相符。

4.2.3 发票作废与冲红

销售在开出发票之后，不得随意作废与冲红，如果销售在与客户沟通不善导致发票名称与打款名称不符的，销售要承担相应的处罚：

- 如果在当月开出发票当月收回，导致发票作废的，销售要承担处罚 500 元/张
- 如果发票开出之后，同批次发票已经在国税登记认证或者发票跨月度，导致发票必须要冲红的，销售要承担发票处罚 1000 元/张；

4.2.4 发票丢失

4.2.4.1 按国家税法要求登报注销相应发票，并到主管税务机关登记备案；

4.2.4.2 如果为企业和第三方（如快递等）造成的损失，需承担发票丢失产生费用；

4.2.4.3 如果为我方销售人员疏忽造成的损失，销售人员要承担相应的全部费用；

4.2.5 代付款协议的说明以及规定

4.2.5.1 当合同签订单位同付款单位不一致时，销售必须向财务提供代付款证明；

4.2.5.2 付款方必须同发票开具方一致，否则财务不予开票。

4.2.6 代付款证明的标准格式，详见企业知识库

4.2.7 销售回款的确认

4.2.7.1 网上汇款确认时间：网银汇款以每月最后一天 24:00 分之前到账为准

4.2.7.2 支票的确认时间：支票回款为以每月最后一个工作日 18:00 前交到财务的支票为本月回款。

4.2.7.3 现金收入的确认时间：每月最后一个工作日 18:00 前交到财务的回款确认为本月回

款。

4.3 支票使用规定

4.3.1 收到的支票应注意：

4.3.1.1 金额大写是否顶格写，金额的数目是否正确，同时不能出现错别字，只能用黑色碳素笔，签字笔填写，不能涂改，涂改则无效；

4.3.1.2 支票的正面是否有该公司的财务章，法人章，印章是否清晰、完整；

4.3.1.3 右下方方框内是否有一串数字（密码）。

4.3.2 签发的支票应注意：填写完整的收款单位名称，禁止空头支票。

4.3.3 支票的有效期为 10 天，领到后应尽快使用。

4.3.4 支票领取人如丢失支票，应立即报告财务以采取措施避免经济损失。

4.3.5 本规定对公司所有员工均产生效力，对于任何违反的行为公司将追究其法律责任。

4.4 费用支出与报销制度

为保证公司财务工作有序进行，现制订此制度，公司所有员工应严格按规定执行。

4.4.1 单据提交注意事项

- 填写费用报销单内容完整，并把附属的单据和发票用胶水粘好；
- 主管领导审批通过了，填好姓名、部门，将发票交财务部；
- 当月发生的费用，当月申请报销。

4.4.2 主要的流程

4.4.3.2 一般性采购和固定资产采购申请流程

当地行政，HR, 提交→直接经理→分总→区总(2000) →全国 (行政， IT， 如果无则跳过) →各部门 (5000) →总经办/CEO/CFO 会签(>5000)

4.4.3.3 行政费用：行政提交→全国行政主管→分总→当地 HR →区总(2000) →HR (20000) →总经办/CEO/CFO 会签

4.4.3.4 付款流程: 如果行政,一般性采购以及固定资产采购审批流程通过且费用没有偏差，则不需要再次审批,直接进入财务审批付款流程。

4.4.4 几个关于费用标准的说明：

4.4.4.1 团建

单次团建需要在一次申请，不能拆分成若干流程发起申请和审批。实报实销，达标团队每月每人可以获得 50 元的团建费用预算，团队可以决定是否将数月团建预算合并使用.此标准涵盖所有类型团建激励，由在场最高级别的同事支付，并且在流程中写参与人名单。超额部分不予报销。

4.4.4.2 客情

达标区域/项目经理/事业部/区总邓每月可以获得小于回款 1%的客情费标准，实报实销，下月前一次性报销，用于客户宴请，合规性娱乐，小礼品，并且在流程中写参与人名单。超额部分不予报销。

4.4.4.3 差旅

- 单次差旅需要在一个申请，不能拆分成若干流程发起申请和审批。
- 外地交通方式选择，如果有高铁可以到达，选择高铁二等座（除非飞机票价格比火车票价格便宜），飞机票应该选择最低价且低于 7 折，如果没有选择最低价，则需要在明细栏说明理由。只有城市/项目经理及以上的级别才能选择 7 折以上的机票。
- 市内交通尽量选择公共交通，如果采用租车，出租车则需要明细栏说明理由。选择自驾公司以 1 元/每公里进行补贴，请提油票，并说明来往距离。
- 出差原则性不建议跨周末，如有特殊理由，请说明原因。
- 出差原则上应该选择大农科技股份有限公司协议酒店住宿（具体酒店可联系当地行政）。如当地无协议酒店或由于某种原因不能预订，选择酒店住宿标准为一线城市（北京，上海，广州，深圳）350 元，其余二线城市 250 元，如有超标不予报销。
- 出差期间，每人每天享受 60 元/天的餐费标准，实报实销。如有团队聚餐，则应该列入团建标准，由在场最高级别的同事支付。

4.5 合同管理办法

财务部管理的合同范围包括与货币资金收付有关的销售合同和付款合同。非收付合同不在财务合同管理范畴之内（如广告置换合同）。

各部门收付合同除送交财务登记保存外，应做好合同的备档和登记工作。

4.5.1 销售合同的管理

4.5.1.1 销售合同的盖章

合同盖章需登记。销售人员申请财务人员合同盖章时，应做好合同盖章登记工作，不按要求登记的，财务有权拒绝盖章。

合同的内容条款是否合理不在财务的审核范围之内，财务仅对销售合同签订单位和发起单位以及付款单位发票开具单位是否一致，签订金额是否一致负责。

销售经理、总监应对合同内容和金额的真实性、合理性负责。

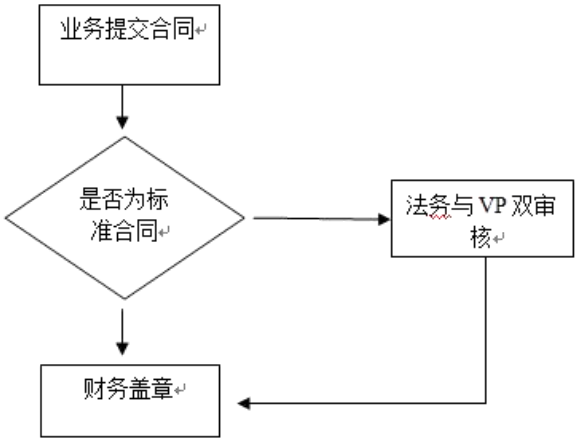
律师对合同的合法性负责。

4.5.1.1.1 标准合同（带条码合同）

- 标准合同的审批权限（带条码合同）：标准合同财务统一打印，销售合同需销售经理签字后，财务方可盖章。财务仅对销售合同签订单位同发起单位以及付款单位发票开具单位是否一致，签订金额是否一致负责。
- 标准合同的盖章流程：销售（线上）发起合同→销售经理审批→销售总监审批→销售合同盖章登记→财务盖章→双方盖章后交财务存档。

4.5.1.1.2 非标准合同（不带条码合同），非标准合同（线下合同）是指除标准合同外合同。

- 非标准合同的审批权限：非标准合同需法务与总经办确认同意签署后，财务方可盖章。
- 非标准合同的盖章流程：销售提交合同→销售经理批准→律师审核→总经办审批确认（签字/邮件）→销售合同盖章登记→财务盖章→双方盖章后交财务存档。



4.5.1.2 销售合同的保管以及借阅

4.5.1.2.1 合同的保管整理

- 合同保管是财务合同管理员的职责
- 销售负责及时将销售合同交回财务存档
- 财务部合同管理人员应及时做好销售合同的归集和整理，应按合同时间、类别进行管理，登记和保存，以便查询。如当月业务员未能及时到财务部归档双方盖章的合同，则本月该笔提成暂不发放，在次月提成前如果还不能回传合同，该销售提成罚没。

4.5.1.2.2 合同的借阅

- 一般性借阅
- 销售人员需借阅合同时应由财务部合同管理员负责查找。
- 销售合同未经批准不得带离财务办公室，未经允许，不得复印。

4.5.1.2.3 特殊借阅

- 销售人员因特殊需要，需将销售合同外借的，需 VP 批准后方可外借，审批邮件应及时抄送财务合同管理员。
- 合同管理员应对外借合同做好登记工作。
- 外借合同应及时返还。

4.5.2 付款合同的管理

4.5.2.1 付款合同的盖章；付款合同需: 利润中心/成本中心——VP/CEO 签字后，财务方可盖章。

4.5.2.2 付款类合同的保管整理

- 付款合同盖章后，业务部门应及时合同送交财务部合同管理员处，送交需双方确认。
- 财务部合同管理人员应及时做好销售合同的归集和整理，应按合同时间，合同类别进行管理，登记和保存，以便于日后查询。

4.5.2.3 付款合同的借阅

- 业务部门需借阅销售合同的，由财务合同管理员代为查找，未经允许，不得擅自翻阅。

- 因特殊事项需外借的，需 VP 审批同意，在财务部登记，外借的合同应及时送还。

第五章 行政部管理制度

5.1 办公着装规定

5.1.1 公司每一位员工都应保持外表整洁、言谈高雅、举止大方、仪表端庄。

5.1.2 工作时间员工应按公司要求统一穿着正装或商务休闲装，不得穿短裤、背心、拖鞋等过于休闲的服装；不穿低胸、超短、透明等暴露的衣裙。

5.1.3 对于有客户拜访、招聘等公务活动的员工应着正装。

5.1.4 工作时间不佩带过量或过于夸张的饰物，不奇装异服，不喷浓烈气味的香水。

5.1.5 头发应保持干净整洁，发型、发色应相宜。

5.1.6 保持头发、口腔、全身的清洁，无异味。

5.1.7 行政中心社办公室和人力资源部负责不定期对员工进行着装检查。在检查中，发现不合格者，每发现一次从其绩效工资或奖金中减发人民币 200 元，并在全公司范围内给予通报批评。

5.1.8 部门员工因着装不符合规定而被处罚时，将对部门负责人给予通报批评，并从其绩效工资或奖金中减发人民币 100 元。

5.2 日常行政办公管理

5.2.1 快递管理

5.2.1.1 公司常用快递寄送按价格及时间分为普通快递和特殊快递两种，如非紧急重要事项，公司要求统一使用普通快递。

5.2.1.2 如需使用特殊快递寄送，需邮件给直属上级领导审批，同时抄送行政部申请。

5.2.1.3 行政部原则上不接收到付快递。

5.2.1.4 公司禁止员工利用公司快递资源寄送工作之外的资料及物品。

5.2.2 办公用品领用制度

5.2.2.1 员工每周一、三、五下午可到行政部或前台领取笔、本等常用办公用品并办理领用登记。

5.2.2.2 办公用品按需领取，禁止浪费。

5.2.2.3 如需领用非常规办公用品，需邮件给部门总监审批，同时抄送行政部申请采购。

5.2.2.4 员工离职时需要将除笔、本等易耗品之外的办公用品交还行政部。

5.2.3 名片管理

5.2.3.1 员工转正后可申请印制名片。

5.2.3.2 如需印制名片，需邮件给直属上级领导审批，同时抄送行政部申请制作。

5.2.3.3 公司员工名片为统一制作模板、公司印制，严禁私自印制。

5.2.4 员工胸卡管理

5.2.4.1 员工进入办公区胸前需佩戴有效的大农科技股份有限公司员工带有唯一识别的芯片胸卡。

5.2.4.2 胸卡上印有员工编号，由行政部统一分配，为该员工在大农科技股份有限公司唯一标识号码。

5.2.4.3 员工胸卡全套标配为大农科技股份有限公司 LOGO 挂绳+卡套+员工卡片。

5.2.4.4 如胸卡破损或遗失请及时到行政部办理补领手续，如每年度超过两次补领，需由员工自行承担制作工本费用 300 元。

5.2.4.5 员工离职时需要将胸卡交回行政部。

5.2.5 门禁卡管理

5.2.5.1 员工入职后由行政部负责发放门禁卡，员工出入公司必须佩带门禁卡（如有）。

5.2.5.2 员工需妥善报保存门禁卡，如不慎遗失请及时到行政部申报并办理补领手续，如每年度超过两次补领，需由员工自行承担制作工本费用。

5.2.5.3 员工离职时需要将门禁卡交回行政部。

5.2.5.4 无门禁卡管理的分公司无此项目。

5.2.6 打印复印管理

5.2.6.1 公司配置一体机具备扫描至邮箱功能，为节约纸张及耗材，员工尽量使用此功能处理文件。

5.2.6.2 如有工作打印需求，需将文档邮件发送至前台，由前台人员协助黑白打印。

5.2.6.3 如非必要工作，不允许使用彩色打印及复印功能。

5.2.6.4 公司禁止员工利用公司资源打印或复印工作之外的文件资料。

5.2.6.5 如设备配置不一致的分公司、办事处、中心邓，本着成本节约的原则进行管理。

5.2.7 会议室预定管理

5.2.7.1 使用会议室需提前至少半天到会议室行政部门预约表中进行预定，详细填写使用部门、人员、时间等信息。

5.2.7.2 严格遵守会议室预约及使用时间。

5.2.7.3 不可私自涂改或擦除其他部门的预定信息。

5.2.7.4 使用会议室期间请爱惜会议室设备，保持会议室的整洁。

5.2.7.5 会议室使用完毕需及时清理卫生，桌椅摆放整齐，整理所有设备，关闭电源及会议室门窗。

5.2.7.6 不可以在会议室内用餐。

5.3 办公环境与安全管理

5.3.1 办公环境维护细则

5.3.1.1 前台接待区是公司品牌形象的直接体现，员工应维护其礼貌、周到、有序的工作气氛，尽可能缩短在前台逗留时间，严禁在前台接待区聚众、大声喧哗和说笑。

5.3.1.2 员工严禁在办公区域高声喧哗，员工之间交谈可通过电话或会议室等场所进行。

5.3.1.3 整洁的办公环境对工作十分重要，员工应自觉维护公司的环境卫生和办公秩序，节约用水用电，离开工位超过三十分钟请关闭电脑显示器。

5.3.1.4 员工有责任保持桌面及个人办公区整洁，所有桌椅妥善摆放。不滥用工作空间过多放置个人物品，以维护公司有序的办公环境。

办公桌要求：无灰尘、无杂物；文件归类摆放；严禁摆放私人物品。

办公椅要求：无灰尘、无杂物；严禁悬挂衣服围巾等衣物；离开座位请将办公椅归位。

5.3.1.5 公司公共区域、大办公室全面禁烟，禁止在大办公室办公区及公司洗手间内吸烟，特别是营业部、门店的不得边工作边吸烟。

5.3.1.6 工作时间员工禁止饮酒；工作时间请将手机调为静音，禁止在办公区域内接听任何与工作无关的电话。

5.3.1.7 工作时间禁止在办公室玩游戏、浏览无关网站、书籍杂志、长时间拨打私人电话或

做与本职工作无关的事情。

5.3.1.8 垃圾需要严格遵守分类投放原则，办公区垃圾桶只能投放不会造成地面污染的包装类、纸张类等垃圾；茶水等冲泡残渣请倒入洗手间内滤水桶；不会造成管道堵塞的液体类可倒入洗手池内；剩饭剩菜等食物残羹需倒入货梯间垃圾桶内。

5.3.1.9 禁止将与工作无关的物品（包括但不限于私人信件、包裹、网购产品等）寄往公司，严禁前台代理签收任何与公司、工作无关的物品。

5.3.1.10 自觉保持办公区域的清洁卫生，不乱扔果皮纸屑，不随地吐痰。

5.3.1.11 文明使用洗手间，及时冲水，保持地面、台面、镜面干燥，不向水池乱倒杂物。

5.3.1.12 爱护公共设施设备，随手关水、关电，不违规作业。

5.3.1.13 文件柜内的文件、资料应摆放整齐，随时关闭柜锁，办公室内百叶窗应整齐悬挂，不得出现一高一低或叶片凌乱等现象。同时文件柜必须上锁，公司不负责员工任何损失的赔偿。

5.3.1.14 员工必须使用公司的文件箱锁，不得私自换锁或加锁，员工不得私自调换文件柜；员工不得在文件柜内放置易燃、易爆危险品、利器等物品；员工遗失文件柜钥匙应立即呈报人力资源部，再做补配手续。 如文件柜有所损失，员工负责赔偿。

5.3.1.15 注意事项：

- 爱护公司一切财产，包括设备、设施、办公用品、家具、车辆等；
- 公司所有的公物不得蓄意破坏、作为私用、藏用。未经允许，员工不得把公司物品带出公司。
- 人力资源部负责不定期对公司办公环境和办公秩序进行检查，发现问题及时解决并进行记录，检查情况在公司通报，记入部门考核和个人考核中，并作为升职、调级、确定员工是否胜任工作或有关奖金发放的考核内容之一。
-

5.3.2 安全管理

5.3.2.1 员工出入办公区必须随手关门，保障办公区财物安全。

5.3.2.2 员工须在前台接待区或会议室接待来访人员，如需进入办公区，必须由公司内部相关人员随行。

5.3.2.3 禁止私自配有公司大门钥匙或将公司大门密码锁告知第三人或与公司无关人员，如需临时使用须遵守公司借用制度，到行政部门办理登记备案手续。

5.3.2.4 保障公司机密不外泄，机密文档需妥善保管，员工离开座位应确保文件资料处于安

全状态。

5.3.2.5 每天工作结束时必须关闭相关设备及门窗，包括电脑设备、空调控制器、照明、电源插座、办公设施等。

5.3.2.6 当发现办公桌椅、灯管或空调等办公设备出现故障，办公区域及洗手间出现损毁情况，请及时通知行政部相关人员报修。如人为原因造成的损失，相关员工须负赔偿责任。

5.4 办公设备管理

5.4.1 办公设备借用

5.4.1.1 员工因工作需要借用公司办公设备需到行政部办理借用及归还手续，详细填写使用部门、借用人、用途及归还时间等内容。

5.4.1.2 使用完毕须立即将所借用设备归还行政部，以免延误其他部门工作借用。

5.4.1.3 借用人员不可将所借用物品及设备随意转借或长时间留用。

5.4.2 办公设备使用保护

5.4.2.1 员工须正确使用、爱护公司公共办公设施，严禁野蛮操作。

5.4.2.2 员工对操作规则不明确的办公设备请及时咨询行政或 IT 部门相关人员。

5.4.2.3 当发现办公设备出现故障时请及时通知行政部相关人员维修处理。

5.4.2.4 员工对所借用办公设备须妥善使用和保存，如人为损坏或丢失须按照财务部门计算的折旧金额进行赔偿。

5.5 办公家具管理

5.5.1 行政部负责为每位员工制作固定资产档案卡，配套所使用的办公家具编码，员工在职使用期间不可随意更换，离职时须归还与入职时领取的相同编码的办公家具及钥匙。

5.5.2 员工有责任维护个人所属办公家具安全及整洁，如发现故障请及时到行政部门报修。如人为造成的损毁须按照财务部门计算的折旧金额进行赔偿。

5.6 利益

5.6.1 员工在经营管理活动中，不准索取或者收受业务关联单位的利益，否则将构成受贿。

5.6.2 只有在对方馈赠的礼物价值较小（按公认标准），接受后不会影响正确处理与对方

的业务关系，而拒绝会被视为失礼的情况下，才可以公开的场合下接受，但在接收后需在一个工作日内上报公司或者跨级上报并确认备案。

5.6.3 员工在与业务关联单位的交往中，应坚持合法、正当的职业道德准则，反对以贿赂及其它不道德的手段取得利益。未经公司书面批准，也不得在有可能存在利益冲突的业务关联单位安排亲属、接受劳务或技术服务。

5.6.4 员工不得利用内幕消息，在损害公司利益或者处于比公司以外人士较为有利的情况下谋取个人利益。

5.6.5 员工不得挪用公款谋取个人利益或为他人谋取利益，员工也不得用公款购买各种俱乐部会员卡或者供自己从事个人消费。

5.7 佣金和回扣

5.7.1 员工对外业务联系活动中，凡遇业务关联单位按规定合法地给回扣、佣金的，一律上缴公司作为营业外收入或冲减成本（公司将视员工表现给予奖励）；个人隐匿或据为己有的，视为严重违纪，公司可解除劳动合同；情节特别严重者提请司法机关处理。

5.8 交际应酬

5.8.1 公司对外的交际应酬活动，应本着礼貌大方、简朴务实的原则，不得铺张浪费，严禁涉入违法及不良行为。

5.8.2 员工在不能清楚判断自己的行为是否违反本准则时，可按以下方法处理：

- 以该行为能否毫无保留地在公司公开谈论，为简便的判断标准；
- 向部门主管或者行政中心提出咨询。

接受咨询的部门应给予及时、明确的指导并为当事人保密。

5.8.3 员工的一切职务行为，都必须以维护公司利益，对社会负责为目的。任何私人理由都不应成为其职务行为的动机。

5.8.4 因违反职业道德、存在过错或违反相关工作流程及规定，给公司造成经济损失者，公司将依法追索经济赔偿；情节严重，公司怀疑其涉嫌犯罪的，将提请司法机关追究其刑事责任。

5.9 注意

- 员工除本职日常业务外，未经公司法人代表书面授权或事先批准，不能从事下列活动：
- 以公司名义考察、谈判、签约；
- 以公司名义提供担保、证明；
- 以公司名义对新闻媒介发表意见、消息；
- 代表公司出席公众活动；
- 其他可能侵犯公司权益或对公司不利的言行。

第六章　信息技术部管理制度

6.1 计算机硬件管理规定

1. 公司的所有计算机及外围设备是公司的固定资产，根据实际工作需要配备给各部门人员使用，计算机的使用人即为该设备的责任人，使用部门为责任部门。若用户使用的设备发生人为损坏、设备遗失等，需要按具体规章制度执行赔偿。
2. 服务器和主机必须放置于通风、防尘、防水、防静电、防磁、防辐射、防鼠、移动方便的位置，切忌近火源、水源、化学物品及多灰尘的地方。
3. 信息技术部会同资产管理部对公司所有计算机设备等 IT 固定资产进行统一编号，建立计算机硬件明细台帐。IT 固定资产领用需签字确认，粘贴 IT 固定资产标签，信息技术部将对 IT 固定资产进行定期盘点。
4. IT 资产的添置、更换、升级：需由 HR 或各部门根据实际工作需要提出申请，信息技术部确定具体配置后，提交至主管领导进行审批和采购。
5. 员工如需领取 IT 耗材（如鼠标、键盘、耳麦、网线等），需到信息技术部填写 IT 物品领用单并签字确认，信息技术部会定期整理盘点领用情况。
6. 即使在办公室，长时间离开笔记本电脑时也应存放在上锁的柜子中。在办公室之外，比如机场、飞机、咖啡厅等，需要了解周围的环境并谨慎使用，防止丢失，如因个人原因造成电脑的损坏和丢失，由员工个人承担责任。
7. 每天下班或长时间离开办公桌时，应关闭所使用的计算机、显示器和相关设备并切断电源，节约用电。
8. 员工离职时需将公司配发的IT设备交还信息技术部，IT将检查电脑的软硬件配置是否正常。如发生人为损坏或遗失，需按照具体规章子都执行赔偿。
9. 硬件故障：各部门使用人员发现硬件故障时，应及时向信息技术部说明情况，由信息技术部进行确定并及时处理，各部门人员不得擅自拆装更换硬件设备。
10. 电脑的废弃：原则上电脑需使用三年以上，确认硬件故障造成无法正常使用，且没有维修和升级价值，可以填写 IT 设备报废申请表申请报废。IT 需确保电脑内所有数据已完全清除，电脑内无可以再利用的部件。由信息技术部负责人审核，财务确认后可以进行报废或出售处理。

6.2 计算机软件管理规定

1. 软件的采购和使用：各分公司各部门人员所使用的软件，由总部信息技术部统一采购、保管，并登记管理。不得私自在工作机上安装非公司提供的软件和程序，禁止安装来历不明的软件。
2. 公司的计算机必须安装使用公司提供的企业版防病毒软件，禁止使用其他单机版防病毒软件。
3. 防病毒软件的使用：禁止关闭和卸载电脑中的防病毒软件，信息技术部会设置定期更新病毒库，定期扫描查杀电脑内的病毒，发现病毒后，请立即向信息技术部本地 IT 报告。发现连最新的病毒库也不能查杀的病毒时，分公司 IT 需立即总部信息技术负责人紧急报告。
4. 公司所有软件均由 IT 统一版本、统一升级，员工个人升级软件版本造成的文件格式不兼容问题一律由该员工负责。
5. 软件故障：各部门使用人员发现软件故障时，应及时向 IT 部说明情况，由 IT 部进行确定并及时处理。
6. 信息技术部有权对公司所有电脑软件使用情况进行督查和监控。

6.3 公司网络使用管理规定

1. 未经 IT 批准，禁止在公司内私搭乱接网线，禁止在公司网络内私自安装路由器、交换机、无线设备等网络设备。所有公司内部网络设备均由 IT 负责维护和管理，禁止私自修改配置或调整硬件。
2. 公司内网 IP 地址为公司资源，电脑在公司网络内将自动获得 IP 地址，为防止地址冲突，在未得到 IT 确认情况下，不得自行修改 IP 地址。
3. 员工应正确使用公司提供的网络资源，自觉保护内部网络环境，严禁使用任何手段攻击，入侵，欺骗公司内部网络及服务器，造成公司的损失，个人将承担全部责任。
4. 员工只被允许正确使用互联网，访问与工作相关的内容和网站。任何时间公司员工不得使用公司电脑浏览和传播淫秽、色情、暴力、违反国家安全的网站或内容。触犯国家相关法律法规，将移送国家相关机构处理，由本人承担一切责任。
5. 不要从未经身份验证的网站下载文件，在打开或执行文件之前要复制到硬盘，以确保防病毒系统能够正确地扫描。

6. 工作时间（包括加班）公司员工不得浏览与工作无关的网站，不得下载与工作无关的文件，包括 mp3、播放器、影音文件、游戏等
7. 禁止从网络下载木马以及运行黑客软件，以免带来严重的网络病毒的蔓延和漏洞攻击，禁止私自下载免费软件，以避免后门程序加载，对于可疑邮件应立即进行删除，不要打开或者回复不能确认发件人的邮件。如果你收到的电子邮件或其他文件存在病毒警告，不要发送给内外部的其它任何人，转发给信息技术部，信息技术部会对其进行必要的调查。
8. 禁止使用电子邮件、自媒体账号、即时通信工具发送任何具有威胁性、骚扰、辱骂、令人难堪、有辱人格、低俗的、种族歧视、性别歧视，或任何与公司政策相悖的消息。不要发送任何侵犯版权法的邮件。
9. 出于安全和网络维护目的，公司内部获得授权的个人可随时监控设备、系统和网络流量。

6.4 应用系统使用管理规定

1. 根据公司规定，正确使用公司提供的所提供的 IT 应用系统（如包括但不限于：办公系统、OA 系统、NC 系统、呼叫中心系统、敬得友圈即时通信系统、BBS 等），如使用中遇到故障或操作问题，请联系本地 IT 或者发邮件至总部相应的故障受理邮箱。
2. 严禁使用任何工具或手段，损害和干扰公司的 IT 应用系统的正常工作，造成的任何损失个人承担。
3. 员工在第一次登陆公司系统时，务必修改默认密码。员工有责任保管好自己的密码，防止泄露。因员工账号泄露造成的一切损失，由员工自行承担。
4. 所有密码都要定期更改。一般情况下，每 90 天更改一次密码，至少与之前两次的密码不相同。密码至少 8 个字符，具有数字、字母、符号组合。设置密码时，应该避免使用与个人信息有关的常用词语，如姓名，生日，卡牌或电话号码，当怀疑密码被危及时应立即更改。

6.5 通讯系统使用管理规定

1. 信息技术部收到人事部的入职通知后，创建电子邮件账户，并添加到标准的邮件群组中。
2. 申请添加到特殊群组或增加群组邮件的发送权限，需要发送邮件给相关领导审批并抄送 IT，领导审批后由 IT 人员添加。
3. 发送邮件时确保标题清晰，易于理解，所有邮件必须使用公司统一的模板签名。

4. 除非必要不要向公司外部发送敏感或机密信息。如果需要发送，经过同意应该使用密码或者其它替代方式分离发送信息。
5. 立即删除不明人员发来的有或没有可疑附件的邮件，不要响应自动发送的邮件。避免发送超过 10M 附件的邮件，可能会危及网络和降低 IT 系统效率，使用压缩软件压缩附件大小。
6. 不要发送带有扩展名为.exe .scr .vbs .pif 的附件的邮件，可能会被邮件系统认为是病毒邮件拦截，如一定要发送请使用压缩软件变更格式后发送。
7. 呼叫中心系统会记录电话坐席的通话时间及电话录音。
8. 除非特殊申请，对于呼叫中心录音数据备份期限为 6 个月。可向信息技术部申请恢复数据。
9. 严禁因私人事情用公司座机拨打电话，禁止同事之间用电话闲聊。不得利用公司电话拨打高额资费声讯电话或办理个人充值业务，一旦发现，将追踪赔偿给公司造成的损失并罚款。

6.6 信息安全管理

1. 确保所有访客有适当的身份验证并且在访问期间有人全程陪同，尤其是机房等受限制区域，询问办公区域走动的陌生人员（除非有授权人员陪同），员工在办公室任何时间必须佩戴 ID 识别卡。
2. 在离开办公桌期间，比如午餐时间、下班前等，含有机密信息的文件纸张应放入带锁抽屉或柜子中。含有机密信息的大容量存储设备，例如 CD-ROM、DVD 和 USB 驱动器不使用时必须锁在柜子或抽屉里。含有机密信息的打印文件应立即从打印机或传真机中取走。
3. 所有的工作电脑闲置超过 15 分钟后需自动锁屏，且必须使用密码才可以解锁。
4. 员工的工作机应将数据保存在非系统盘上，如因保存位置不当造成的数据丢失，由员工自行承担责任。
5. 公司会根据实际业务需要搭建文件共享服务器，发布共享文件夹，并进行数据备份。
6. 禁止将含有淫秽、色情、暴力的文字、图片、音频、视频等文件存放于工作所用电脑或公司文件服务器。如违反上述规定，公司将追究责任并严肃处理，由个人承担一切责任。

第七章 附则

7.1 本员工手册自 2024 年 2 月 17 日起生效，本手册生效后，公司其他规章制度及各类规定与本手册的规定有抵触的，均以本手册规定为准。

7.2 本员工手册全体员工人手一册，员工在签订劳动合同时，应同时阅读、学习并签收本员工手册。员工一经签收，即视为接受并遵守执行本员工手册。

7.3 本手册的解释权归公司所有。公司保留决定调整、撤回和修改本手册的权利。若其中的政策、程序或福利发生变化，公司会以书面的形式通知员工。本员工手册由人事部门负责解释。公司可能在法律允许的范围内对本员工手册的内容进行适当的调整。所调整的内容将通过邮件、公告等方式进行公布。

7.4 今后任何修订或增补的最终决议将作为本手册的附则，与本手册具有同等法律效力。

7.5 员工手册是公司的财产，员工应在结束聘用关系时交回人事部门，否则应赔偿人民币 200 元。本员工手册仅限于员工本人使用，未经允许不得外借、复制。

7.6 本员工手册自公布之日起生效。此前存在的公司制度与本员工手册之规定相冲突的，以本员工手册的规定为准。

05 店长篇

确认信

请阅读本员工手册，填写以下内容并将其交还给人力资源部门来归档。

员工姓名：_____ 身份证号码：_____ 电话：_____

我确认已收到一本大农科技股份有限公司的员工手册。本人在人力资源部工作人员的指导下认真学习了《员工手册》中的各项规章制度。人力资源部的工作人员对上述规章制度进行了详尽的解释,本人对上述规章制度有了系统、深刻的了解,本人对各项内容无异议,我了解并遵守本手册中由大农科技股份有限公司颁布的并可能修改的规定和政策。如违反本员工手册任何规定,我愿意接受公司的处理。

同时,公司在告知我本人以上制度外,还告知我通过公司内部网站、工作群、电子邮件、公司公告栏发布的制度规定或对以上制度的修订、补充等,也是公司公示告知相关制度的重要渠道,本人保证经常进行留意学习,随时留意公司公布的信息,一经发布亦视为向我公示告知,我承诺及时阅读并将严格遵守。

本人签字：

年 月 日

大农科技股份有限公司人力资源

第一章 前言

1.1 适用范围：

本手册供公司在生鲜岗位人员学习工作职责之参考

1.2 目的：

学习者将通过本手册初步建立门店生鲜的概念，了解生鲜概况，对快速进入工作角色是一个有效的帮助。

1.3 益处：

缩短培训时间，统一专业术语，便于沟通

通过正确有效的工作方法，带来更多利润，进一步对生鲜部门有全面了解。

第二章 生鲜总则

生鲜部门的职能是吸引客流，通过新生鲜品带动其它食品、非食品的销售，从而为公司的可持续发展产生数据，创造数据，生产数据，因此需要生鲜部门稳固老顾客，不断吸引新顾客，吸引客流做出贡献，为公司的可持续发展生出良好的数据底座。

2.1 生鲜部门特点

2.1.1 生鲜原则

A)生鲜品有六大原则，也是生鲜经营的目标所在，籍此基础以达到相应的毛利和销售额。

a.新鲜：销售的商品必须通过质量检查，从收货、储存、操作处理至陈列，始终都要保持生鲜的质量，基地产品无检测的公司检疫负责人必须进行严格抽检，以“鲜”为使命。

b.干净：所有的商品、员工、工作区域、加工设备，销售用柜、台都必须时刻保持干净。以“净”为工作准则。

c.优良服务：员工热爱本职，能提供快速、准确、礼貌、文明的服务，给顾客以微笑，还顾客以忠诚。

d.可口：提供丰富的生鲜与商品，符合本区域的特点，满足主要顾客群之需要。

e.合理的价格：价格必须比竞争对手相比较，价格同质量相符合，且能被消费者所接受。

f.品种丰富：根据不同季节，不同产地的特点提供具有特色的各种商品以满足顾客之需要。

B)生鲜工作的特点：包括生鲜商品的特点和部门运作的特点；生鲜商品的特点是保质期短、周转速度快、卫生水准高、品质要求高、品种齐全、竞争力强、季节性强等。作为经营型的工作，生鲜部门的运作特点包括顾客服务多样化、操作设备多、各环节流程多、每月需要盘点库存核算部门毛利等。

a. 保质期短

(1) 保质期是指有使用期限制的商品或物品的使用时间。任何商品的保质日期尤其是食品类商品的保质日期都会受到消费者及社会相关监督机构的关注，如果公司在销售过程中出现商品保质期过期问题，不仅会给公司带来直接的经济损失，而且还会影响到公司的声誉。

(2) 生鲜商品的保质期短，为了避免售卖过期商品，部门同事需要有计划地检查商品的保质期是否已过期，检查商品的保存温度是否符合要求。在检查商品的保质期时需要核对生产日期，以判断是否过期。尤其的初制农产品，以当日清为鲜的标准认定。

b. 周转速度快

生鲜商品的保质期短，所以只有加快商品的周转速度才能降低损耗。因此部门同事需要准确地制定生产计划和订货计划，在营业过程中快速补货、快速区域整理，时刻维持商品的吸引力，快速为顾客服务，从而加快商品的周转，周转以八小时为优。

c. 卫生水准高

大部分生鲜商品是散装食品，在生产、加工过程中容易被污染，容易产生食品安全隐患。部门同事需要严格执行食品安全的标准，为顾客提供放心的食品和干净整齐的环境。

d. 品质要求高

品质是顾客选择生鲜商品的重要考虑因素，包括食品的色、香、味、新鲜度、卖相、规格等。部门同事需要为顾客提供高品质的生鲜，以提高顾客的购买信心，赢得顾客的口碑。

e. 品种齐全

生鲜是顾客每天需要吃的食品，为了让顾客一站式能买到齐全的、多样化的品类，需要部门同事订购齐全的商品提供给顾客。

f. 竞争力强

生鲜商品是价格敏感的商品，价格波动和价格是否有竞争力都会影响顾客选择公司、门店、购买商品的决定。部门需要不断推出物超所值的商品吸引客流。

g. 季节性强

生鲜的经营具有非常强的季节性，部门需要对季节和市场信息很敏感，及时订货、陈列、促销，快速引导顾客购买季节性商品，成为季节性商品的引导者，走在市场的前面。

2.2 生鲜的运作特点

2.2.1 顾客服务多样化

A. 生鲜商品的种类很多，顾客了解商品知识的信息不是很充分。部门同事需要了解各类商品的特征，在营业过程中关注顾客的需求，为顾客介绍商品知识和生鲜的特点，满足顾客差异化的需求，从而更好地为顾客服务。

B. 大部分生鲜商品是需要称重出售的，部门同事需要正确使用包装材料，准确使用收银设备、系统、条码机器，为顾客提供优质的服务。

2.2.2 操作设备多、生产流程多

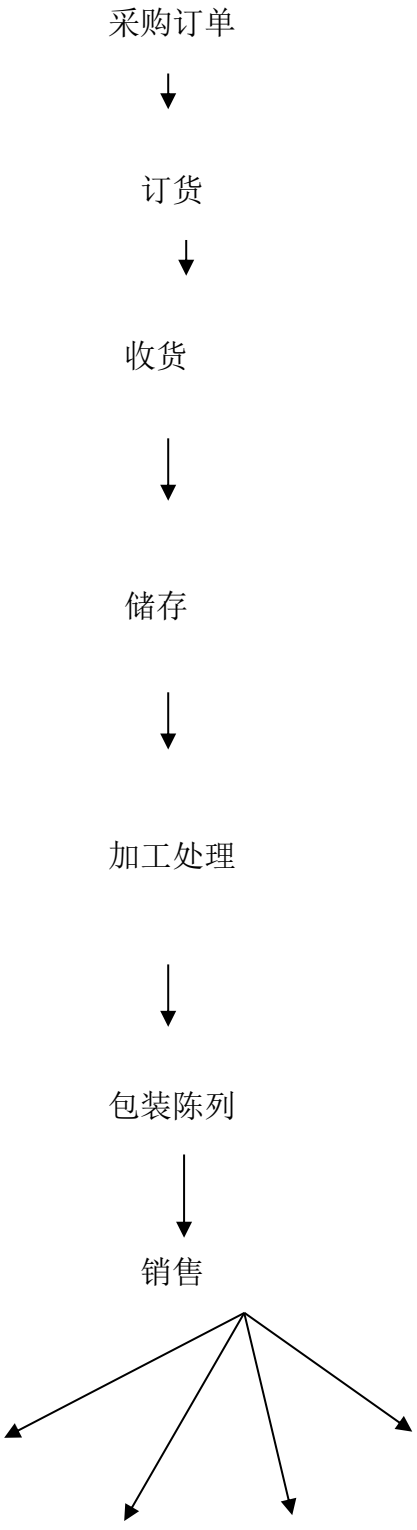
生鲜用到的设备多，部门同事需要严格执行设备的操作程序，避免发生安全事故；各流程

多，部门同事需要掌握部门的生鲜的各个流程，不断提高技艺水平。

2.2.3 每周需要盘点库存核算部门毛利

生鲜事业部通过定期的盘点，准确掌握生鲜各门店的库存、销售、损耗及毛利情况，并及时做出分析与调整，进一步提高库存周转率。

2.3 网点/门店生鲜品工作程序



退货　　顾客购买　　内部转用　　损耗

2.4　生鲜标准

2.4.1　选择员工的原则

A)有责任感、自发、自觉工作性强

B)对自我、公司、社会有纪律的约束

C)有技术、技能，能吃苦耐劳，努力工作，乐于进步

D)良好的人际关系，热情、主动的服务意识

E)能处理好工作和家庭的时间关系

2.4.2　商品标准

A)选择保质期内的商品，以“鲜”为使命

B)商品品质优良才能销售，牢记“鲜”、“净”准则

C)价格签和商品外箱、外包装上清楚标明

D)商品必须分类别储存在冷库或保鲜库/柜

2.4.3　清洁标准

A)商品从收货至销售始终是清洁的，“净”是准则

B)员工的个人清洁要达标

C)销售区域、设备用具、储存及操作区的清洁

D)使用食品和药物管理部门认可的化学清洁品、清洁工具

2.4.4　程序标准

A)操作过程标准化，使用配方标准化

B)建立标准的管理制度

C)合理的商品销售和采购计划

2.4.5　利润标准

A)以增加毛利、减少损耗为经营核心要点

B)每个门店、网点都建立合理的利润指标

C) 每周总结生鲜品的执行情况（采购、销售、损耗控制）

2.5 采购计划

2.5.1 采购计划的建立

A)由生鲜各门店店长或助理店长完成，资深店长或主管生鲜的运营主管审核

B)应在充分了解商品品项的销售情况下制定销售计划

C)考虑商品的季节性、节假日、促销陈列方式、价格变动情况、天气等因素

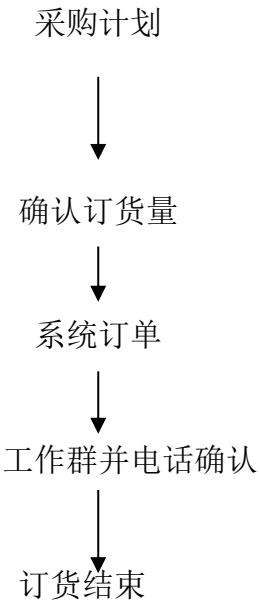
D)以不断提高营业额、增加毛利为目标来设定采购计划

E)每周及每日的计划，均可参考过去销售数据，制定一个合理的基准

2.5.2 采购计划的实施

结合前期的销售状态及库存状态，将订购数量反映在系统订单上，店长、主管可查询历史

2.6 生鲜部下订单流程



2.7 生鲜收货

2.7.1 生鲜商品的收货原则：

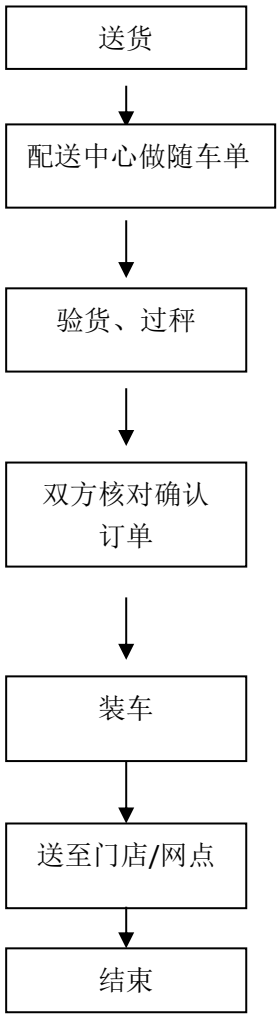
A)商品质量符合标准，特别是新鲜度，完整度

B)商品数量与订单相符

C)商品收货简便

D)收货区域卫生清洁

2.7.2 生鲜收货流程



2.7.3　生鲜收货验质：

生鲜收货操作由收货负责人员按收货流程执行，生鲜商品质量及验货则由门店、网点负责人或其指定人员负责。请特别注意

A)优先收验生鲜货物，特别是蔬果类、肉类的鲜度，现场决定是否退换货。

B)检查外包装（纸箱）

C)检查生产日期和保质期

D)检查验货商品等级、数量、重量是否与订单相符

E)通过商品的外观、颜色、气味等判断品质是否优良

F)是否有相关的随车配送票据，是否符合卫生检疫标准

不符合标准：

冷冻食品：软化、解冻破损、破碎、变形商品结霜、结块

冷藏食品：气味异常，有腐坏之味　颜色不正，有粘液

2.7.4　生鲜收货过磅/秤：

A)如商品装在容器、筐子里，过磅/秤时要将其重量扣除，以净重为准

B)称重重量以门店收货人现场秤重之数据为准，供应商或采购员及送货员需要在现场确认

C)全数过重后，供应商或采购员、收货员签名确认无误，方可由收货录入员做电脑录入。

2.8　生鲜退货与换货

2.8.1　生鲜退货：（退货组包括收货员、送货人、部门人员、财务人员）

确认退货品项、数量

↓

填退货单

↓

供应商/送货人

↓

货随单出库至退货地

↓

双方核实单货一致

↓

退给供应商

↓

更改库存

↓

退货结束

2.8.2 生鲜换货：以一换一的方式

确定换货品项、数量

↓

提出换货申请

↓

填换货申请单

↓

单与货拉至收货点

↓

核实后同厂商换货

↓

换货结束

2.9 生鲜储存

2.9.1 生鲜收货后，尽量减少暴露在常温下的时间，要求在收货与进入库之间的时间不能超过十分钟。冷冻品要及时入冷库，冷藏品要及时入冷藏库，冰鲜产品要迅速敷冰贩卖。

2.9.2 需要加工处理的，要迅速进入操作间，加工后运到楼/台/柜面销售。

2.9.3 生鲜的储存要严格遵守先进先出的原则，库存上要明示保质期及进货日期。

2.9.4 生鲜品的储存主要在冷库完成，所以控制冷库的正常温度、除霜温度及维持生鲜库的清洁卫生是至关重要的。

2.10 生鲜加工

2.10.1 生鲜品加工

A)注意清洁、卫生、安全

B)生、熟分开，肉与蔬果分开操作

C)工具、设备性能良好，随时可以使用

D)包装标准化

E)生产/加工/分拣过程强调质量

F)生产/加工/分拣的数量与销售数量一致，生产与销售相协调

H)生产加工和分拣人员训练有素

2.10.2 生鲜品的加工步骤

A)原　　料：原料必须是高质量，经过筛选和检查

B)设　　备：工具与设备分开管理，明确区分

C)生产加工：符合安全标准、卫生标准、产销相符的标准

D)人　　力：合理安排班次，与生产经营任务相配合

E)包　　装：建立标准化包装，且包装符合卫生标准

2.11　生鲜陈列及服务

2.11.1　楼/台/柜面商品的陈列原则

A) 分类原则：

楼/台/柜面商品的陈列首先按品种分类，其次按颜色、形状分类。达到视觉清晰美观整洁的效果。

B) 标识原则：

楼/台/柜面商品的陈列与价格位置一一对应，避免只有商品陈列而没有价格标示，或者只有价格标示而没有商品在陈列。标示的品名与陈列的商品一致。标识的价格、销售单位要正确无误。

C) 高品质原则：

楼/台/柜面商品应是品质好的、顾客可以接受的商品，避免存在有个别品质差的商品降低顾客的购买欲望。铭记“鲜”、“净”准则。

D)降低损耗原则：

a. 生鲜在陈列时需要考虑不同商品的特性，选择正确的工具、方法、陈列设计;

b. 陈列面积与销量成正比;

c. 观察商品周转速度，灵活调节商品的陈列方式，确保每种商品的陈列的时间小于(该品种在当前温度、湿度下，当前品质状态维持的)生命期。

E) 丰满量原则：

每天从营业开始至下午/傍晚高峰期结束前需要保持陈列 100%丰满；从下午/傍晚高峰期结束后至营业结束需要根据客流量和商品需求量灵活调整丰满率，确保商品陈列呈现足够的数量/堆头/摆放方式来吸引顾客。

F) 先进先出原则：

先进先出是指距离保质期限近的商品先陈列销售，如果生产日期不明确时（如蔬果、热线肉类），先到的货先售卖。生鲜的周转期短、品质变化快，坚持这一原则至关重要。

G) 季节性原则：

生鲜的经营具有非常强的季节性，不同的季节有相应的商品上市，商品的陈列应因时而变。

H) 其它标准：

a. 营运需要严格执行陈列要求和促销标识。在生鲜和易变质商品，所有陈列时候图、商品必须陈列，而且部门应该对所有在陈列图上但销售不太好的商品做特卖陈列促销。同时部门可以通过适当减少这些销售不太好的商品的订货量或订货数量来控制丢弃率。

b. 由于生鲜部门的特殊性（易受天气影响及销售情况出现当天销断货而缺货的现象等），在这种情况下，生鲜的陈列须灵活处理，如用其他生鲜商品暂时填补出现缺货的商品，以保持陈列丰满等。但缺货的商品一旦到货，应立即恢复原陈列。

c.商品陈列要求安全稳固，避免商品被压伤、压扁或容易掉下地；

d. 为了让顾客对生鲜门店产生新鲜感，每天有不同的主题，商品陈列位置需要经常变化。

2.11.2 后仓商品陈列标准

A) 门店后仓管理应做好规划，按分类摆放。不能出现不同区域存放同种商品或原料。商品的陈列必须整齐有序的，确保店员取货顺畅、方便。门店员工都知道商品的储存地点，以致员工可以准确地将商品摆放在规划好的位置，同时员工可以快速、准确地在规划好的位置找到商品。（后仓是指店内的保鲜库、冷库、柜、货架底部或用来备货的区域等）。

B) 在后仓需要设立专门区域，并明显地标示该区域，用于陈列准备丢弃或待退换货的商品。蛋、奶制品及留置商品需采取防泄露、防变质措施，该区域的商品需要每天处理完毕。

C) 如果食品的原装箱已明显地标注产品名称、生产日期和限售日期，不需要张贴产品入库标

签。没有明显标注限售日期的原装箱保生鲜品、非原装箱的保生鲜品都需要在箱的左上角张贴产品入库标签，标注产品名称、入库日期、限售日期、入库人。

D) 同种商品或原料应做好先进先出，即距离保质期限近的商品应陈列在距离保质期限远的商品的前面，如果生产日期不明确时（如蔬果），先到的货陈列在前面。

E) 所有后仓商品的陈列需要离墙至少 20cm，离地至少 15cm 或摆放在卡板上。

F) 所有后仓商品应注意安全，陈列稳固整齐，并且低于自动喷淋喷头、灯管和冻库的蒸发器 0.5 米以下，不能堵塞风机口。

H) 所有后仓商品应是密封的，不是裸露的。在货架上的商品需要拉好面位，与货架边缘对齐。

I) 后仓商品不能存在有腐烂的、变质食品，一旦发现变质食品应做丢弃处理。

J) 喷雾壶，在蔬果部部门应准备装有冰水混合物的喷雾壶，保持绿色叶菜的新鲜。为方便使用，需要将这些喷雾壶放在柜/台/架下面。使用频率为每小时一次。所有喷壶应被正确标识，保持干净清洁。

K)海鲜等冰鲜商品，需要覆冰的商品覆冰率需达到 70-80%。

2.11.3 生鲜员工服务标准

为了提高柜/秤台员工的服务质量，避免称重错误，同时更好的提高销售。

3＋1 服务： 秤台员工在计价服务时要求 3+1 服务：(微笑、问候顾客)+(服务、称重)+道谢+递购物篮/袋。

A)3 是指：

a. 微笑、问候顾客是指员工需要跟顾客打招呼，形式不限，目的是热情地、诚恳地招呼顾客。例如：您好、早上好、晚上好等。

b.服务、称重是指员工需要耐心地为顾客挑选商品后或从顾客手中轻轻地接过商品后称重；称重后需要报品名和价格，避免计错价。

c.道谢是指员工轻轻地将商品送还给顾客时，同时向顾客表达感谢。

B) 1 是指：

给没有使用购物车、篮/袋的顾客递一个购物篮/袋。

2.11.4 商品陈列检查原则

- 标 签：价格签（或价格牌）与商品相符，价格正确

- 保质期：所有商品应有保质期，在保质期内销售
- 美　观：陈列美观，促销品项货量充足，无破损、拆包商品
- 清　洁：货架、冷柜清洁

2.11.5　商品陈列计划

- 依商品销量的大小决定陈列面积
- 同类商品须相邻陈列
- 补货要遵守先进先出的原则
- 每两星期由店助或店长建议，资深店长或运营主管确认做排面调整工作

2.12　生鲜盘点

2.12.1　　生鲜盘点准则

A)生鲜各门店、网点提供的任何财务数据要求真实、准确而全面，绝对不允许私自篡改财务数据。因为虚假的财务数据会导致盘点结果的错误，导致盘点分析后的判断错误、并最终导致公司不能准确了解各营运网点的业绩表现。

B)在盘点过程中，生鲜部门负责盘点商品数量；财务部负责核算采购成本、库存金额和盘点结果；技术部负责监督盘点程序的严格执行来保证盘点数据的真实性，调查任何可能的私自篡改财务数据的行为。

2.12.2　盘点区域：楼面销售区域及库存区域

2.12.3　盘点日期：由总部营运部每年伊始制定本年度各月份盘点日期，每月盘点四次（根据公司年历）。各门店在每年初，会收到来自于总部，根据上一年度的盘点毛利表现制定的即有店的盘点时间表。为了更好的维护部门的营运标准和有更多的同事可以为顾客服务但是如果门店的毛利发生变化，总部营运部需要跟进监督，按照程序要求及时调整盘点的次数，从而增加显示毛利盘点回顾的次数，以便做出生鲜毛利改进和改善。

2.12.4　　盘点人员

A) 每次盘点，生鲜事业部要安排足够的、经过培训的盘点人员参加本部门的盘点，同时财务部、技术部需要安排足够人手协助生鲜盘点，不够人手的求助人力资源部。

B) 月末盘点时，各店长由店长或授权店助主持，生鲜运营主管和生鲜店长必须参加。

C)其他盘点时，各网点/店由店长或授权店助负责，资深店长必须参加。

2.12.5　生鲜盘点业绩目标

A)毛利率：每年度初采购颁布生鲜各部门年度毛利预算，营运部根据各店实际情况每月或季度进行调整。

B)报损率：根据具体门店具体衡量，但不得超过 3%的警戒线。

C)库存天数：

肉品	蔬果	熟食	面包
2 天	2—4 天	2 天	7 天

2.12.6　盘点公式

A) 盘点毛利率=（本期销售额—本期已售成本）/本期销售额 X100%

本期已售成本=期初库存金额+本期采购金额—期末库存金额

a. 本期已售成本代表销售所有商品需付出的成本，包括商品进货成本、账面报损和自然耗。

b. 采购成本=商品进货成本。

B) 盘点报损率=（本期报损额/本期销售额）X100%

C)库存天数=期末库存/（期间销售成本/期间天数）

2.12.7 盘点前的准备工作：

A) 首先生鲜事业部在下午四点下发生鲜盘点计数表到各网点/店。

B) 每次盘点前安排员工对不同区域的商品进行归类整理、散货归位、以便点数，这些区域包括：冷藏库、冷冻库、后仓、货架、销售区及促销区。

C) 区域整理需要将非盘点区域中需要盘点的商品移到盘点区域，避免漏盘。

D)执行盘点前区域整理会使盘点更快、更准、更全面地完成，可以避免重复点数、漏点数，还可以避免混乱的、模棱两可的判断，因此盘点前的区域整理对每次盘点至关重要。

E)根据上级提供的盘点商品清单（即盘点计数表）核实商品是否正确列在相应的表格内是否有盘点商品遗漏现象，并就本次盘点核算库存的数量录入电脑/系统。

F)准备好盘点用的文具、表格、磅称。

G)做人力安排表，合理调配班次和工具。

2.12.8　盘点步骤：

A) 盘点当日的生鲜收货，16：00 点之前要录入系统，16：00 点以后不接受生鲜收货，如遇特殊情况需在 16：00 后收货的，则盘点当日不录入电脑，同时在货物上明确注明“未录入

不盘点”必须有负责人签字确认.

B) 17：00 点店面人员检查店面商品品种是否齐全且陈列丰满是否丰满、出清商品是否到位，确保出清商品及时处理完毕，保证盘点顺利进行.

D) 准备盘点表和上级交来打印的盘点计数表，于 19：00 点安排人力盘点库存，部门主管及同事必须监督库存盘点。

D) 盘点时做到先盘库房，后盘楼面，点数的顺序应做到由上到下、由左至右、由前到后，不可跳跃点数。

E) 营业结束后，首先进行零星物品的收回工作。

F) 楼面主管安排人员盘点在售卖区的商品数量。

G)点数和记录一般需要两个门店同事共同完成，即一人点数或称重，另一人记录，点数是以盘点计数表上的规格为单位进行点数称重商品的数量精确到小数点后 1 位。当商品的盘点规格是 kg 时，重量是指净重，既需要扣除皮重。

H) 每种商品在点数后应准确的在《盘点计数表》中登记库存数量。盘点人员再点数时需要保持清醒的状态，知道那些已经点数、那些还没点数，避免漏盘。点数需要认真、细心，称重或清点数量时要求准确无误。

I) 商品全部点数完毕并记录到《盘点计数表》上后，盘点员工在盘点人处签字确认，并找到同事进行商品抽查。

J) 根据盘点计数表对至少 10%的商品进行抽查，如果在抽查过程中发现点数的出错率较高时，需要扩大抽查比例。

K) 防损的抽查有两种：一是根据盘点计数表所列商品数量核对实物，二是根据实物来核对盘点计数表所列商品数量。所有抽查过的商品需要财务在盘点计数表中对应的商品旁签名。

L) 核对抽查商品的实际数量、规格、库存与盘点计数表的库存数量、规格是否一致。如果不一致，将抽查例外直接标注在盘点计数表上，并将错误汇总到财务抽查差异报告总中，并有盘点员工的签字。

M) 对财务抽查例外的定义：单一商品盘点成本金额差异超过人民币 20 元

N) 财务抽查结束后将库存盘点和楼面销售区域盘点的结果相加，填写盘点计数表到前收银台录入。

O) 负责人打印盘点差异报表，并核对盘点差异数据

P) 财务和生鲜事业部负责人在确认部门所有的盘点核查工作完成之后，对于单一商品盘

点成本金额差异超过人民币 20 元的例外，财务和生鲜负责人一起在盘点计数表上更改，更改完毕后财务在盘点计数表中的财务签字确认。

Q) 生鲜负责人核对更正无误后在核查人处签字保存，交到技术部打出报告，并由技术部同事核算盘点结果，由生鲜店助或以上管理层签字定表，并报到总部。

R) 技术部负责将生鲜盘点表和盘点盈亏单装订留存一年，店长或主管生鲜的负责人在盘点盈亏单上签字确认，本次盘点期末库存数量的准确性，有任何虚盘行为店长与主管生鲜的负责人视为第一责任人。

S) 盘点后的第二个工作日，生鲜运营主管做此次盘点分析报告，计算毛利率

本期成本=期初库存+本期进货-期末库存

毛利率=（本期销售-本期成本）/本期销售

以上为门店和网点生鲜盘点基本规定，如在生鲜盘点中发现有任何的作弊现象门店负责人、生鲜事业部运营主管、经理将直接导致解聘，门店店长、财务经理将要承担作弊的处罚，该处罚按照最高处罚标准执行，情节严重的将导致解聘。

2.12.9 盘点结果分析

通过盘点结果分析，让管理层以书面的形式整理好思路，回顾经营过程中对门店毛利的影响因素。因此盘点结果分析不是最终目的，而是希望在未来的营业过程中掌握商品结构的调整和损耗的控制。

A)每次盘出结束后都要由生鲜店长个主管共同分析，在盘点第二日 12：00 前将盘点结果分析报告交到总部事业部。

B)部门毛利的影响因素：

a 商品结构，即高、低毛利的商品搭配包括商品毛利率和该商品销售占部门销售的比例。单一商品毛利贡献率=该商品毛利额÷门店分类销售

b 损耗率，包括账面报损率和自然损耗率。账面报损是指每天在系统中录入的报损。自然损耗是指不知原因的损失。

b 应关注部门销售额前十五名的商品毛利率，因为前十五名商品的销售占比高，对部门平均毛利率影响力很大。

C) 部门毛利率变化的分析方法：

a 前十五名商品的平均毛利率变化

b　损耗率的变化

2.12.10　实物盘点注意事项：

- 所有盘点结果都必须正确无误地列入盘点计数表中
- 所有已报废的商品一律不准按正常商品入库/称重
- 生鲜负责人、运营主管及财务人员须抽查 10%的商品盘点情况，若抽查的差异在 5%以上，则需组织人力重盘。
- 库存最终结果=库存区盘点结果+店面销售区域盘点结果

2.12.11　损耗控制

A)损耗分析及措施

商品本身腐烂变质，加强生鲜产品的鲜度管理和清洁卫生管理，及时处理变质品

b.冷库、冷冻（冷藏）柜断电故障导致变质

温度每日定期检查三次，有异常现象及时报修，并对产品采取转移措施

c.商品过季、积压

控制好订货量，并及时做促销

d.须当日售完品项，未售完造成损耗

严格控制订货量及陈列数量

e.乱拆包、偷窃

加强管理，防拆防偷

h.员工偷吃

严格纪律制度，禁止在生鲜操作间吃东西

i.过磅/秤不准

每日开店前作磅/称的重量测试

j.加工技术不当，熟食口味变差

加强员工调理技能训练，做到符合上岗条件的才能上岗

k.耗材浪费，使用不当

严格管理耗材的使用

B) 损耗率计算

a.所有废弃的生鲜品，必须按类别进行登记后才可扔掉

b.每次盘点时，依损耗记录计算出损耗率

c.对于某些损耗过大品项，要进行原因分析

d.损耗率应控制在公司规定的范围内

C)生鲜报损流程

a.部门授权人收集筛选无法退换货需报损的商品

b.部门授权人员填写报损单，登记报损商品名称、报损数量，报损金额及报损合计金额，注明报损原因并由主管店长及主管进行确认；门店店长审核及相应权限授权人审核，及防损人员签字确认，如有其他原因需运营主管跟进；

c.通知防损部领班到现场监督核实，将报损商品连包装一起破坏并销毁，并在报损单上签字确认；

d.生鲜品质不好的商品需要填写报损单将商品报损后再到楼面出清销售。

生鲜商品报损注意事项：

生鲜部门因其品质不合售卖要求须及时报损，这不仅是店员的管理需要，也是向顾客做出品质保证承诺的具体表现；如该商品还有售卖的价值，需要降价处理的，店员需要先报损再拿回楼/柜/台面销售，每次盘点时能参照报损记录正确的作出毛利影响分析及损耗分析，以尽量减少可控的损耗。

店员报损金额（售价）权限：

50 元以内，审批；

50 元至 200 元，店助审批

200 元至 500 元，店长审批；

500 元以上，资深店长经理、营运主管审批后上报，并检查报损原因，制定损耗控制措施

2.13　生鲜品保质期控制

由于生鲜的品质直接关系到顾客的健康，体验感,所以在保质期内出售食品是生鲜经营至关重要的一环。国家法律也对此有严格规定，现提供生鲜品质控制之规定如下：

保质期限	截止最后销售日（有效销售期）
１－３天	保质期最后一日
3－6 天	保质期前一日

6－１５天　　保质期前二日

１６－３０天　　保质期前五日

３０天以上　　保质期前十日

备注：

超过保质期的食品不能出售，只能做退货或报废处理接近保质期限的食品，必须采取相应措施：降价、促销并放置临期产品区等

2.14　生鲜降价

2.14.1　适用范围

适用于商品积压、滞销品项临近保质期限的商品

2.14.2　降价审批

降价幅度由店长主要决定，店助、店长和资深店长监督指导；

定价原则：

- 第一次定价为商品原价 80%
- 第二次定价为商品原价的 50%
- 第三次定价为商品现价的 50%

定价时需根据商品的实际情况而论，如商品品质不好，可以直接降价至能立即售卖的价格，每晚 18：00 所在门店店长必须监督做一次全面出清，确认无法销售的商品必须当天报损。

如削价商品较多金额小于 500 元的店长审批。超过 500 元的由资深店长以上的负责人批示，方可执行。

2.14.5　降价后措施

- 降价后可做 POP 牌进行促销
- 降价后可通过做堆头、扩大排面等做促销
- 店内广播
- 现场引导促销
-

2.14.6　生鲜商品出清

所有出清商品必须先进行报损后出清，按规定时间方可出清，出清商品时必须有防损在场

监督，商品在没有报损前不得出清。

出清建议时间：早上　10：00----11：00

中午　14：00----15：00

晚上　18：00----21：00

警告

不得将变质、品质不良、过期的食品作降价处理

2.15　生鲜清洁

2.15.1　重要性

生鲜一定要保持干净，不被污染，必须做到：

商品本身品质符合卫生检疫标准

B)操作环境、设备、操作人员的清洁

C)店面的营业区也要时刻保持达到公司的营运标准

2.15.2　清洁范围

A)个人卫生

B)场地卫生

C)设备卫生

D)冷库卫生

2.15.3　清洁要求与措施

2.15.4 个人卫生

A)手：作业前用肥皂和清洁剂清洗干净，用毛巾擦干。指甲剪短，不涂指甲油及佩戴饰物

B)工衣，工帽：工衣和工帽要干净，无油污，帽子以能密盖头发为原则

C)皮肤病：皮肤病或皮肤创伤、脓肿者，不得接触生鲜，有传染性疾病者严禁接触生鲜品

2.15.5　良好卫生习惯：

A)不随地吐痰

B)不乱扔垃圾

C)场内不吸烟

D)外出和从洗手间回来后，要重新洗手、消毒

2.15.6　场地卫生

A) 清洁池：

清洁用具同清洁食品的池子要分开，各操作间的清洁池不混用

C) 排水/通风设施：

排水设施完善，并定期清洁水沟

通风设施完善，保持操作间的空气新鲜和适当的湿度

D) 垃圾清除：

各种垃圾要随有随清

生物垃圾同其它垃圾分开处理，并放在指定垃圾点

保持地板、墙壁、天花板的清洁卫生；无污水、无污泥、无灰网、蜘蛛网等，墙壁无破损

E) 建筑环境清洁

a.操作间保持清洁

b.销售区域地板保持干净，无污水、无破包装散落商品、无腐烂物品

c.灭鼠、灭蟑、灭蚊、灭蝇：设置灭蝇灯，灭鼠网等

E) 设备卫生

a.专用加工设备清洁，用沸水每日冲洗三次，以免碎肉、菜屑等残留其中而腐烂，衍生细菌而污染食品。

b.贩售用的冷柜、热柜要随时保持玻璃透亮、无污点，柜内无破包商品残留，柜身无油污、汗渍。

c.工作台、洗涤容器每日清洗三次，保持台面干净

d.刀具、案板、厨房用具用毕及开始用时，都要清洗，不同部门的刀具、案板不能混用

e.生鲜运货手推车要保持干净，每日冲洗擦拭干净

F)冷库、保鲜库/柜卫生

a.冷库内的栈板要定期清洁

b.冷库内架子要定期清洗

c.冷库的地面保持干净

G)注意：

a.生鲜区的清洁用具不应放在生鲜操作间内

b.用于清洁的各种化学物品归放统一地方，不得与生鲜品混放

2.16 门店对租赁及联营业户的管理要求

A)从业人员要按要求着工装,带健康证,口罩，帽子上岗，并保持工装整洁,不得佩带戒指,耳环,项链等饰品(注:店工人员不着工装不得进入经营区域内),违者一项每次罚款 20 元。

B)遵守门店的作息时间,私自晚来早走及不准时参加门店早会者,每次罚款 20 元。

C)不准在店内吃东西,违者罚款 100 元，严禁在卖场内吸烟,违者罚款 200 元;工作期间不准喝酒,不准酒后上岗,违者罚款 100 元,若酒后与顾客发生争吵或引起顾客投诉等结果,每次罚款 200 元，造成严重后果,由相关责任人承担,并清除卖场。

D)不准在卖场内坐卧、看书、聊天、嬉闹、大声喧哗,不得做与工作无关的事,违者每次罚款不少于 50 元。

- 不得叫小孩及亲朋好友等非本区营业人员进入营业区域收银柜台内,否则每次罚款 50 元。
- 从业人员要用文明礼貌用语接待顾客,不准与顾客争执,骂人,发现一次罚款 200 元;从业人员之间发生争吵,每次罚款 500 元以上,情节严重者从重处罚或辞退。
- 要经常保持自己所在卖场的设施,商品的整洁和地面的干净,不符合要求的每次罚款 50 元.每天分担区检查卫生不合格者每次罚款不少于 50 元，卫生检查人员指出的问题要求限期整改,在规定时限内没有改正的罚款不少于 200 元,不改正的从重处罚。
- 私自拿门店商品,赠品(是指商品离开原来的陈列位置)私自使用门店商品,赠品,没有结算的;购买的门店商品自用,没按门店规定程序办理的(包括已经结算没有拿出门店的)均按偷盗处理,情节严重的从重处理。
- 熟食品及直接入口食品的从业人员要用工具售货,不准用手直接抓、拿,每发现一次罚款 50 元。
- 所经营的食品检测手续不完备及不符合卫生,防疫,工商管理等部门要求的,商品摆放不丰满,不新颖,不美观大方,存放的商品无序,影响顾客通道的;营业时间开始时仍然没有商品摆放的,罚款 100 元，造成严重后果的店长负责制，公司还将将根据具体情况予以处罚。
- 商品价格不合理,乱涨价,同类可比商品高于其他市场价格不服从管理的,门店促销活动不予

以支持的,门店将清退经营业户,另行招商。

- 时刻注意安全防火,离店前要检查自己区域内的电源,水源等,违反规定者每次罚款 100 元.
- 不准以次充好,不得卖假货,误导消费者，保证食品的卫生及质量，如出现食品卫生质量引起顾客投诉(例如:食品出现苍蝇头发等或食品残损,变质,腐烂等),由当班人员承担一切后果,并视具体情节轻重罚款 500—2000 元，给门店信誉造成影响的要停止营业，并赔偿导致停业整顿期间公司在门店租金、人员工资上的损失。
- 不准不经允许在卖场内乱贴商品宣传广告单,每发现一次罚款 50 元。
- 不准缺斤少两,苛扣消费者，违者缺一罚十并赔偿公司声誉损失。
- 爱护门店公共设施,因经营者管理不善或使用不当造成损坏的要负责赔偿，要节约用水,并不得将杂物冲洗入下水道,如引起下水堵塞等问题,由负责人负全费，如找不到责任人而下水道堵塞的，店长要承担疏通下水道的全部费用。
- 对私自增加设备及改变容量,私自乱接电线,私自改变营业面积和位置,私自收款,私自增加经营品项“瞒天过海”或私自从事门店所禁止的其他事情，每发现一次罚款 200 元，并予以纠正，给门店造成影响的要严肃处理。
- 生鲜业者不得不经门店允许私自用工，所有新进人员必须先到门店相关部门登记，适应期期满合格后建立用工档案，并办理健康证，没有健康证上班的罚款 1000 元。
- 在门店内私自收款，内联外售，躲避门店扣点，或利用商品的价格差异减少门店扣点的处以 1000 元罚款，情节严重的停止经营清出门店所交押金不退。
- 各经营业者在营业期间内，无论任何理由，任何原因，都不可以将所经营的商品不经收银结算直接拿出门店，否则，一经发现处以商品价值的 10—20 倍罚款（晚 18：30 分后经营业者可以将经营的商品经防损检查后从收银口扫码后拿出门店。）
- 门店内所有员工统一在指定位置进行用水，用水后必须关闭水源，并进行地面卫生清理，违反规定每次罚款 100 元。
- 所有设备设施在移动过程中，不得推拉，必须离地搬运，违反规定者。每次罚款 100 元。
- 所有员工，必须明确规定工种，不得串岗（制作人员不得进入前台进行收银），违反规定每次罚款 100 元。

第一章 果蔬

3.1 蔬果部每日例行工作

3.1.1 早班

A) 早晨收当日蔬果，拉入处理区域，迅速上架处理。

B) 进行蔬菜质量挑选

C) 进行变价、包装、打价、补满货架

D) 检查蔬果的缺货情况，并补货

E) 检查价格是否正确，价签位置是否正确

F) 清洁冷藏柜和展示架，包括镜子、边缘及相关区域

G) 备好下午补货的蔬菜

H) 补货剩余的蔬果，需及时入冷藏库

I) 零星物品的收回、检查、处理

3.1.2 晚班

A) 检查展示架及冷藏柜中的蔬菜质量和数量，查看是否缺货

B) 用早班准备好的蔬果补货

C) 清洁展示架及冷藏柜

D) 将品质不良品项挑出处理，收回零星物品

E) 清洁蔬果操作间、冷藏室、工作用具

F) 离店前关闭展示架的门帘、灯

G) 离店前将需入冷藏的品项入冷库

3.2 蔬果的产品内容

3.2.1 蔬果分为两个中类 17 个小类

A) 蔬菜类包括：叶菜、包心菜、花菜、瓜菜、果实类、根茎类、调味类、食用菌、净/精加工类

B) 水果类包括：苹果类、梨类、柑橘类、瓜类、桃李类、浆果类、热带水果类、水果礼盒类，净/精加工类

3.3 蔬果的鲜度管理

3.3.1 温度管理方法

A) 经验适宜温度

一般蔬果	50C~80C
香瓜、木瓜	室温
甘薯	室温

B) 经验适宜湿度

一般蔬果	90~95%
蕃薯、芋头	80~85%
柑桔类	湿度较低

3.3.2 冰冷水处理法

将蔬果浸在 00C 的冰冷水中，降温后取出，并吸去过多的水份。适用于玉米、毛豆、莴苣等。

3.3.3 复活处理法

将蔬果茎前切割，置于常温水中，使其吸收水份后复活。适用于葱、白菜、叶菜、芥菜、水芹。

3.3.4 冷藏法

将蔬果放入冷藏库中保鲜

3.3.5 散热处理法

打开纸箱，予以散热，再常温保管。适用于木瓜、芝果、香蕉、凤梨、哈蜜瓜

3.4 蔬果陈列

3.4.1 果蔬陈列道具：陈列架、堆头、冰台

3.4.2 水果的陈列方法

A) 颜色搭配:陈列时注重商品的颜色，给顾客视觉冲击，如从左到右、从上到下、从前到后。

B) 类别集中法:

陈列要求：将同一类别商品集中同一陈列排面

C) 丰满陈列法：

陈列要求：在保证其正常销售和合理库存及损耗控制范围内，最大化的陈列商品，以量感

吸引顾客眼球，达到提高销售的目的。

D) 地堆式陈列：

陈列要求：门店同事和运营同时加强市调，了解商品上市信息，尽可能的提前引进商品，做到人无我有、人有我大、人大我廉、人廉我转。把握市场，赚取大利润。并且达到引领市场的目的。在消费者心中造成很大影响力，买菜就去—送菜菜。

E) 主题促销法：

陈列要求：利用节假日、季节，进行主题促销，如：热带水果节、端午节、中秋节、重阳节等，充分利用这些元素，引流提高门店销售和客流的目的。

3.4.3 蔬菜的陈列方法：

A) 根对根、叶对叶陈列法：

陈列要求：叶菜陈列时要陈列的花样和防止损耗的产生。

B) 两层陈列法：

陈列要求：对正常排面的商品，部门要保持，最多可陈列两层，同时防止商品不新鲜和损耗过大。

C) 库存处理陈列法：

陈列要求：当处理一天的剩余库存时，必须学会不要在上午客流旺的时段陈列此商品，此商品陈列的最佳实际是下午营运高峰时期。

D) 端架、地堆陈列法：

陈列要求：蔬菜类商品在端架或地堆陈列时，关注三个重点：

1、端架/地堆需使用假体，防止损耗过大；

2、做到少上，勤上；

3、做到随手整理；

3.5 蔬果收货与验货

3.5.1 叶菜的收货验货

蔬菜的品质检查主要是新鲜度，可以根据目识做判断

不良品质如下：

叶菜类：叶子枯萎，变黄，水伤腐烂，有泥土

茎菜类：叶子发黄，茎折断，变软

瓜　类：变色，变软，擦伤

豆　类：枯萎，变色

地茎类：长芽，变色，擦伤，出水

有切口菜：切口变色，内茎腐烂

3.5.2　水果的收货验货

A) 检查外箱是否完好，内箱支持物是否够强度

B) 检查产地、等级、鲜度

C) 检查是否腐烂、有虫、压伤

D) 检查果皮光泽、皱纹

E) 检查是否开裂、果汁流出

F) 检查果实是否脱落

第四章 肉类

4.1 肉类部每日例行工作

4.1.1 早班

A) 早晨收当日鲜猪肉，放入冷藏库或处理区

B) 将已解冻的商品进行分割、包装、打价、上货到冷藏柜

C) 将新鲜肉品进行分割、包装、打价、上货到冷柜

D) 检查冷柜的价签是否正确，位置是否正确

E) 清洁冷藏柜和冷冻柜

F) 随时注意销售情况，随缺随补

G) 零星物品的及时检查、收回，及破包装的及时处理

4.1.2 晚班

A) 检查冷冻、冷藏柜的缺货情况，随缺随补

B) 查看破包装损坏，收回品质不良商品进行处理

C) 收回零星物品，品质检查合格后放回

D) 清除垃圾，打扫环境卫生

E) 查看冷库，补冷冻品

F) 清洁、保养专用设备和用具，离店前做用具归位

G) 离店前回化早班所补商品，并清洁操作间卫生

H) 离店前放下柜帘，冷柜上盖，冷库锁门

I) 关闭电源、水源

4.2 肉类的产品内容

自营肉品：自营猪肉、自营分割鸡（鲜品和冻品）、烤鸡和炸鸡

联营肉品：联营猪肉、联营猪副产品、牛羊肉、牛羊肉卷、无公害猪肉

4.3 肉类鲜度管理

由于肉类产品具有容易变质、变色、细菌容易繁殖的特性，所以要进行鲜度管理。

4.4 措施

4.4.1 以冷冻、冷藏方式贮存，冷冻肉是-180C；冷藏肉是 0 至 50C，收货后迅速进入保鲜库，尽量减少暴露在常温下的时间

4.4.2 有条件的处理室的温度最好控制在 120C 以下，品质不良产品及时剔除

4.4.3 冷藏柜和冷冻柜的温度要控制好，以维持成品的鲜度

4.4.4 肉品冻品的解冻方法：

流水解冻法

A 将冷冻食品完全浸没在流动的水中（水温 21℃）解冻。

B 保持食物温度≤5℃，解冻时间不超过 4 小时。

C 在流水槽中不能同时解冻不同性质的肉制品，避免交叉污染，如鸡肉和鸭肉。

自然解冻法

A 将冷冻食品放在保鲜库自然解冻，保持食物温度≤5℃。

B 解冻食品需要标明解冻的起始时间，时间不超过 72 小时。

注：为降低营运成本，节约资源。建议各门店优先适用自然解冻法。

4.4.5 用保鲜膜包装后再出售，有利于肉品的新鲜。有条件的可填充其它气体，或做真空包装，降低肉品氧化、酸败的速度，确保肉品品质。

4.4.6 搞好卫生管理，包括人员、环境、设备、用具及运输车辆等，减少细菌源的污染

4.5 肉品陈列

4.5.1 分类陈列

按照商品销售时的陈列温度要求和商品特性不同而作的分类：

A) 冷藏商品、冷冻商品、常温商品

B) 冷藏商品：

在 0^{o} C~4^{o} C 的温度范围内售卖肉类商品。冷鲜肉、冷却肉、打包肉品、配菜、火锅配料、烤烤制品

C) 冷鲜肉

猪肉：前槽、后鞧、五花肉、排骨、肋排、瘦肉、梅肉、猪扒、肉馅、猪骨、牛肉：牛腩、牛肉、肥牛、羊肉、羊腩、羊排、羊卷肉。

D) 打包肉品：

打包各类肉、整鸡、半鸡、鸡腿、鸡翅、猪肚、猪心、猪头皮、猪肝、猪肠、

E) 配菜：各式配菜

F) 火锅配料：

牛肉丸、猪肉丸、鱼丸、香菇丸、鱼条….

G) 陈列原则：

a.冷解散卖的肉品按类别严格分开，猪肉、牛肉、羊肉不能陈列在一起，即使陈列在同一陈列柜里，也应用隔离板隔离

b.散装售卖的肉丸，也要严格用隔离板分开

c.陈列柜里的打包商品也应分类摆放，方便于顾客的挑选

d.散装肉丸设专柜，与其他商品要区别陈列

e.相同商品放大陈列时，一定要陈列在一起，不要随意陈列

f.陈列时应遵循先进先出

H)冷冻商品：

a.在-18^{o}C 以下的温度范围内售卖的肉类商品

b.肉类的商品在销售时一般不要冷冻

I)常温商品：是在正常温度条件下销售的商品。

一般分为：散装和包装

J) 陈列原则：

a.不同种类的要区别摆放，分开陈列

b.同种类的要集中陈列，不要零星到处摆放

c.遵循先进先进上货原则

4.5.2 整齐有型陳列

A)陈列说明：

整齐有形陈列是肉类商品陈列的最基本的要求之一。

顾客都是非常反感购卖陈列零乱的商品，特别是新生鲜品。所以整齐有形的陈列对提高顾客购物信心的会有很大的帮助。

B) 陈列原则：

a.商品摆放要按一定的方向，一般是横、竖二个方向，根据商品的形状、规格来决定陈列方向

b.加工后的商品，切后的形状、大小应一致

c.商品应平铺在陈列盘上，而不应堆在陈列盘上

d.打包商品应按一定的顺序前后、上下整齐陈列

e.挂着陈列展示的商品应上下，左右一致

C) 点缀、创意陈列：

在整齐有形陈列的基础上，对商品的陈列做一些点缀和创意,给商品赋予某种文化氛围，

充分体现出商品的本质内涵，从而能够更好地吸引顾客有利于提高销售.

E) 陈列原则：

a.用来点缀的商品不能冲淡主题，只能衬托主题

b.点缀得当，不是所有的商品都能用同样的物体来点缀，也不是所有的商品都需要点缀

c.点缀物要定时检查，定期更换

d.点缀要有美感

e.创意陈列的内容要健康，最好能够陈列出商品的内涵

f.一般点缀，创意陈列只针对新商品，特色商品和促销商品

g.创意陈列的结果要令顾客产生冲动购物心理，能够较大幅度的提高该商品的销售

h.遵循先进先出的原则

4.5.3 交叉陈列

A)交叉陈列说明：

交叉陈列是一个商品整体的陈列规划之一，肉类的商品一般不到其他部门参加陈列，但其他部门的商品可以引到肉类来陈列，例如：烧烤用具，刀具等；这样将更多地方便顾客，节约他们的购物时间，同时也有效地提高公司的整体销售。

B)交叉陈列原则：

a.选择交叉陈列的商品要合理，一般肉类交叉陈列的商品是一些烧烤用具，如烧烤叉，烧烤炉，一次性用品，刀具，砧板

b.陈列位置要选择得当。一般交叉陈列商品没有固定的陈列位，做好就近原则的同时，也要考虑到商品的本身性质

c.提醒相关部门维护交叉陈列商品

d.关注交叉商品的销售，对卖得不好的商品要提醒相关部门更换

4.5.4 促销陈列

A) 促销陈列说明：

肉类部门的销售比较稳定，但是合理选择好商品，做好相应的促销对部门的销售也会起到很大的影响。

B) 陈列原则：

a.陈列位要大，商品陈列丰满有气势

b.陈列要整齐有形，拒绝零乱，

c.促销的同时要不断理货，维护标准

d.通过视觉效果，能够激起顾客的冲动购买欲望

e.有效的点缀，能够使商品增添更多的挑逗色彩

f.要遵循“先进先出”的上货原则

g.整体配套

C) 陈列总结:

a.清洁、卫生、新鲜

b.先进先出

c.美观整齐

4.5.5 肉品收货与验货

A)收货验货标准：

a.无异味

b.无粘液，无斑痕

c.组织弹性好

d.冷冻（藏）车运送

e.颜色正常：

猪肉：粉红色

牛肉：鲜红色或暗红色（冷冻牛肉）

鸡肉：鲜粉色、白色或浅黄色

4.5.6 冷藏肉的特征

特征	新鲜肉	不新鲜的肉
外部形态	表面有干膜	胴体的表面或者是明显地发干，或者明显地

		发湿或发粘，并且表面常常有霉
颜色	干膜的颜色呈浅粉红色或浅红色。新切断面的表面微湿，但不粘，具有每种牲畜特有颜色。肉汁透明	表面灰色或微绿色。新切断面的表面明显地发粘和发湿。切断面呈暗色、微绿色或灰色
弹性	在切断面上肉是致密有弹性的，手指压出的小窝可迅速地恢复原状	在切断面上，肉是松弛的，被手指压出的小窝不能恢复原状
气味	该种牲畜特有的恰好的气味	在较深的肉层内感觉出有显著的腐败气味
脂肪	脂肪没有酸败或油污气味。牛的脂肪呈白、黄或微黄色，并且是硬的，在受压挤时变为粉碎状。猪的脂肪呈白色，有时呈淡红色，柔软且有弹性。绵羊脂肪呈白色，并且致密	脂肪灰色，略带脏污色，并且有粘的表面。具有酸败味或显著油污味在深度腐败时有微绿色，并且脏污，结构变为胶粘状

4.5.7 肉品员工分割操作步骤

- 对收货白条猪再次质检。
- 做好分割前工具/器皿等的准备。
- 戴防切手套进行分割工作:

a. 分出里脊肉并将外膜处理干净。

b. 从龙骨第二节下刀分割出后腿部分(尾龙骨 象牙肉 后腿肉等)。

c. 从前肋第七条下刀分割出前腿部分(扇骨 、龙骨 、 肋排、 梅头肉 前腿瘦肉等)。

d. 后腿部分和前腿部分之间部分为中肉部分(外脊、上五花肉 、下五花肉、奶脯肉等) 。

e. 确保各部位商品筋膜被修理。

f. 将各部位分割好的商品依次盛列在案台上的指定区域。

g. 对分割出的废料及碎肉归类存放在指定区域。

h. 对工作区域进行区域整理并将工具和器皿进行清洁和消毒。

第五章 海鲜

5.1 海鲜组每日例行工作

5.1.1 早班

A) 早晨收当日鲜活水产

B) 包装冷冻海产品上柜，并注意价格卡及其位置是否正确

C) 清洁冷藏柜、冷冻柜，做好陈列

D) 开门营业前，将鲜活水产放置于冰台

E) 随时检查缺货情况，随缺随补，注意冷冻柜柜温

F) 收回零星物品，修复破包装之商品

5.1.2 晚班

A) 检查缺货情况，并随时补货和注意冷冻柜柜温

B) 检查商品品质，品质不良者收回处理

C) 清除垃圾，清洁操作间

D) 查看冷库，了解库存情况

E) 清洁、保养专用设备和用具

F) 收回零星物品，破包装商品修复

H) 离店前放下柜帘，锁冷库门；搞好区域卫生；刀具、用具归位

I) 关闭水源、电源

5.2 海鲜的产品内容及相关商品知识

5.2.1 鲜活水产： 鲜活淡水鱼 鲜活海水鱼 鲜活虾蟹类 鲜活贝类其他鲜活水产

5.2.2 冰鲜水产： 冰鲜淡水、鱼冰鲜、虾蟹类、冰鲜贝类

5.2.3 鲜切片鱼 ：冰鲜生鲜、水产加工品 、其他水鲜水产

5.2.4 冷冻水产 ：冷冻鱼、冷冻虾蟹、冷冻加工水产、其他冷冻水产

A)认识部门所有商品

a.活鲜：淡水活鲜、海水活鲜

b.经死亡，但仍很新鲜的鱼，以海鱼为主，有部分属淡水活鲜死后转冰鲜，冰鲜鱼的保鲜

期为三天

c.冻海鲜：死亡后立即被放置于-18 度~-22 度储存的鱼类产品，急冻海鲜售卖方式以冷冻卧柜的形式销售，温度为-18 度~-22 度。在售卖的保质期为一个月。包括单冻海产、块冻海产、急冻海产。

d.丸类

e.蟹类：大闸蟹、羔蟹、肉蟹、花蟹、红蟹

f.贝类：花甲、沙白、圣子、鲍鱼仔

g.虾类：河虾、对虾、九节虾

海鲜部商品知识		
项目	内容	细节
养	分类	淡水活鲜分为：桂花鱼、鲈鱼、鲫鱼、草鱼、鲤鱼、鳊鱼、黑鱼、南非鱼、大头鱼、脆肉脘、黄骨鱼、白鳝、黄鳝、泥鳅、河虾、甲鱼、田鸡(牛蛙)、草鱼、大闸蟹等。
	桂花鱼	一种生长于南方水域的鱼类，鱼腮旁和背部长有锋利的刺，因此切忌用手直接捉鱼。桂花鱼对水质要求较高：水质要清，水温较低(16 度至 18 度)，当水温较低时，该鱼很少活动，基本处于静止状态。当水温较高时，鱼会四处乱窜，这样就容易撞伤、刺伤而导致死亡，因此在养殖桂花鱼时应先将水调好温度，按淡水 10：海水 3 的比例调配，加入海水的目的在于：减少自来水中氯的含量、杀菌、增强鱼的活力。养殖桂花鱼不宜太拥挤，否则会鱼眼混浊，鱼尾发红现象(缺氧所致)，应确保有足够氧气、循环水。该鱼肉质鲜美、肉爽滑、骨刺少、适宜清蒸。

殖	鲈鱼	产于广东省珠江三角洲和西江一带，鱼身较为光滑、细鳞。该鱼对水质要求较高 1)水质要清，如果养鱼水混浊，应及时更换。2)水温较低 18 度至 20 度，当水温较低时，该鱼活动较少，而水温较高时，鱼会四处乱窜，半小时后开始反肚，甚至死亡。因此在养殖鲈鱼时应先调好水温，按淡水 10：海水 1 的比例调配，养殖鲈鱼不宜太拥挤，减少捞动次数，氧气充足，有循环水。该鱼肉爽滑、层次分明、骨少味鲜，适宜清蒸、红烧
	鲫鱼	淡水活鲜中分布最广、繁殖最快的一种鱼，产地全国均有。该鱼对水质要求不高，一般的池塘、河流、湖泊水质均匀，水温在 18 度至 22 度，水温偏低或稍高对其影响不大。养殖鲫鱼时按淡水 10：海水 1 的比例调配，由于该鱼生命力强，因此只要氧气充足，缸内放养稍多也无防。鲫鱼肉质细腻、刺多，可用于煎、炸、煲汤等。
	草鱼	该鱼分布广，各地均有，对水质要求不高，水温 18 度至 22 度即可。由于草鱼个大，因此留意其规格非常重要：(500 克至 1500 克)为宜，草鱼鳞片大，易脱皮，因此在捞鱼时应轻捞轻放，否则因脱鳞过多容易死亡。在养殖时应按淡水 10：海水 1 的比例调配，氧气要保证充足，必须有循环水。由于养草鱼的水质一般，因此养草鱼的水容易混浊，因此应及时换水。草鱼肉爽滑、小刺少、适宜清蒸、红烧、炸、火锅。

	鲤鱼	该鱼分布广，全国均有，对水质要求不高，池塘、江河、湖泊均可，水温 18 度至 22 度。水温稍低稍高对其影响不大。鲤鱼生命力极强，非常生猛，跳跃力好，因此在养殖时应留意鱼缸上面经常会有鱼跳出来，缺水缺氧死亡。在养殖时应按淡水 10：海水 1 的比例调配，在保证氧气充足的情况下放养稍多些也无防。鲤鱼肉香浓、爽滑、小刺多，适用于煎、红烧、焖。
	鳊鱼　武昌鱼	各省均有。该鱼对水质要求较高：1)水质要清 2)水温较低 18 度至 19 度，当水温较低时，该鱼活动减少，但较为生猛，而水温偏高时，鱼会四处乱窜，而且迅速反肚甚至死亡。因此在养殖鳊鱼时不宜拥挤，不宜捞动，否则该鱼也容易反肚。养殖鳊鱼氧气应充足，有循环水。鳊鱼肉滑味鲜，腹脂肪较多且腥，适宜清蒸、红烧、焖、煎。
	黑鱼	各省地均有，又名黑鱼，生命力极强，可以放入水中养殖。水温 18 度至 22 度，打上氧气放养稍多些也无防。生鱼身体有一层粘液，十分光滑。由于其头部与腮的特殊结构，可以干养，定时喂水(一般情况下半天泡水一次亦可)。生鱼被誉为“淡水鱼之王”。一般情况下天旱也不容易死亡。生鱼肉质爽滑、味鲜、刺极少，可适宜炒、煲汤、红烧、煎、焖等。

	福 寿 鱼(非洲鲫)	产于广东各地，部分外省也有。该鱼生长于较脏的水中，一般为池塘养殖。水温要求为 18 度至 22 度即可。福寿鱼生命力小较弱，水温过低容易死亡，水温过高亦会反肚。因此在养福寿鱼时鱼缸内不要放太多，保证氧气充足，水温控制好。由于福寿鱼生活水域较脏，因此放养在鱼缸中水质会变得很混浊，因此观察及时换水。福寿鱼背部有刺，不宜用手直接捉，也不亦经常捞动，否则很易死亡。福寿鱼肉质较为粗糙、刺少，适宜清蒸、煎、红烧。
	大头鱼	该鱼又名鳙鱼，各地均有。该鱼对水质要求一般，池塘、江河、湖泊均可养殖，对水温要求较高：18 度至 20 度，大头鱼生命力较弱，离水时间稍长，即会翻肚，也不宜放养过多，不宜捞动，收货后应立即放养，确保氧气充足。大头鱼肉鲜、滑、嫩，刺多，鱼头可用于煲汤，鱼肉适宜红烧。
	黄骨鱼（嘎牙子）	产于湖北、江西，对水质要求较高 1)水质要清，水混浊时应及时更换，由于黄骨鱼个较水，因此氧气一定要充足，放养不宜太多。黄骨鱼有三根锋利的刺，因此在捉时应特别小心。2)水温一般在 18 度至 22 度，按淡水 10：海水 1 的比例调配，黄骨鱼应留意其收货质量，一般 15 至 20 条/斤，收货时生猛的黄骨鱼在正常养殖情况下不易死亡，只有当水温较高时才会死亡。黄骨鱼肉质鲜嫩、滑，适宜煲汤、焖。
	白鳝	各地均有，以珠江三角洲为佳。白鳝养殖温度在 18 度至 22 度，按淡水 10：海水 1 的比例调配。白鳝身上有厚厚的一层粘液，其头部与腮部的特殊结构可以干养，两个小时喂水一次均可。其肉质香滑，无小刺，可用于清、焖。

	黄鳝	各地均有，其养殖温度 18 度至 22 度。黄鳝同白鳝一样，身上有一层粘液，十分滑，黄鳝生命力极强，可以干养，一般情况下两小时淋水一次均可。黄鳝肉质鲜美，无小刺，可以煲汤、炒、红烧、炸、焖。
	泥鳅	各地均有，其养殖温度 18 度至 22 度。泥鳅同黄鳝、白鳝一样，身上有粘液，生命力极强，入入鱼缸内适量(少量)氧气也无防。泥鳅肉质脆爽鲜美，可以炸、煎、焖、红烧。
	河虾	各地均有，以海南、顺德较多。虾的生命力弱，对水质要求特别严格，水质要清，如果河虾死亡较多，应及时将死虾挑出，否则虾会越死越多，其原因为虾死后其它虾会吃其肉，造成疾病传染，而且死虾会污染水质，见此情况，及时换水，养殖河虾的水调配为淡水 10：海水 3，温度控制严格 18 度至 20 度，过低虾会冻死或反肚，过高虾会四处乱跳，也容易死亡。由于虾个小(20 到 30)只/斤，因此要求氧气要十分充足，均匀，如果缺氧，虾会在几分钟内反肚，导致死亡。河虾虾身弯曲发白表明已死，应及时处理，否则变质也快。河虾肉质爽滑，可用于白灼、炒、焖、炸等。
	甲鱼	各地均有。甲鱼生命力很强，适宜干养，但必须每天泡水三次(早上、中午、晚上)，每次以 5 分钟为宜，由于甲鱼价格较贵，因此有不法商对其注水以增加重量(详见甲鱼的 QC)，因此收货要求格外留意，一只质量好的甲鱼放养做到每天泡水三次，至少养十天无问题，其对养殖条件要求较低，关键在于质检，对温度要求常温 22 度至 25 度均可。甲鱼肉质香浓、味美、营养丰富，适宜炖、焖、清蒸、煲等。

	田鸡	各地均有。但公司销售田鸡为人工养殖，原产地越南，呈带班点花黑色，适宜干养，生命力强，养殖田鸡温度一般为常温 22 度至 25 度，每天至少泡水一次(早、中、晚)每次以 10 分钟为宜，做到这点，养殖田鸡亦很少死亡。田鸡肉质鲜嫩，可用于炒、煲粥、炸、铁板、红烧等。
	牛蛙	原产地美国，现引进后在我国已大量养殖，其特点为青色和天然野生青蛙相似，但个大、肉多，其养殖和养田鸡一样干养，每天泡水三次，其肉质比田鸡稍粗糙，可用于炒、红烧等。
	大闸蟹	产地江西、浙江、湖北、湖南，是人们在江上设大闸捕捉而得名，其中以江西、浙江为佳，湖北次之，湖南较差，而其中极品以阳澄湖最好，其原因在于阳澄湖底泥沙结实，水质好，蟹能长时间在上面行走，而不象其它地区爪陷入泥沙爬行，因此其腿与肉锻炼得十分结实，因而口感最好。大闸蟹养殖温度要求严格 0 至 10 度最佳，水温偏高会导致大闸蟹活动频繁，四处乱爬，直到精疲力尽最终死亡。而在低温能保持其正常活动，保持体力，延长养殖时间。大闸蟹也可以干养，应放些冰在其中间(包好)，每隔半小时淋冰水一次，但其效果不如水养，且损耗大，大闸蟹对水质要求也十分严格，水脏以后应及时换水，但要先调好水温，再放入蟹，打上氧，要确保氧气充足。由于大闸蟹不同产地，不同规格、时间，公母价格相差大，因此收货应密切留意，严把质量关(详情见大闸蟹 QC 篇)。大闸蟹肉鲜而甜，羔多油丰，营养价值高适宜清蒸、白灼、煲粥等。

虾类收货标准	河虾	每 500 克 20 至 30 条；个大小均匀、活蹦乱跳，河虾生命力比其它虾类要强，离水一段时间常能存活，如果发现虾身弯曲不能活动或虾身发白，表明已死，应挑出拒收。河虾个头不能太大，因为河虾头大、肉身小，因此收货应留意规格，可以进行抽检，放入后备池 30 分钟后若虾已完全能游动自如，则可收货，如果虾反应迟缓，或死亡过多，则收其生猛的，将其它退货。
	对虾	每 500 克 45 至 65 条；个大小均匀，活蹦乱跳，对虾生命力稍次于河虾，离水时间不宜过长，（3 至 5 分钟）内无事，时间稍长，虾腮内水份流失易死亡，如果发现虾身弯曲、不能动、虾身发白，表明已死，应挑出拒收，对虾收货后放入后备池中 30 分钟后若能游动自如，则可收货，如果不能游动自如或者行动迟缓应拒收。对虾壳硬的生命力强，如果壳软且容易脱落应拒收，否则死亡率极高。
	九节虾	每 500 克 20 至 30 条；个大小均匀，活蹦乱跳或能够较有力的动均可，因为九节虾生命力比其它虾类弱，因此要快速收货并放到后备池中养殖，30 分钟后将死虾挑出退货，九节虾壳硬的生命力强，壳软的易死亡，因此在收货时应留意其质量，发现软壳的虾多应拒收。

蟹类收货标准	大闸蟹	金蟹脚、黄毛或红毛、背脊青色、白肚，方脚（螯）及足爪刚劲有力，一般以每只 4 至 5 两为好，太小或太大次之，中秋节前后膏多油丰。我国产大闸蟹的区域为：浙江、江西、江苏、湖北、湖南，其中以江、浙一带最好。原因在于其水质佳，水底泥沙结实，大闸蟹干净无黑色污垢，呈天然青色，其次为西湖蟹，蟹呈淡青色或褐色，具不均匀、口感稍差，蚧爪上与螯上的毛呈黄或红色，且越长说明蟹越好，而非人们误解的毛蟹。两只大小从外观看接近的蟹一般以稍重的为好，轻的次之。
	羔蟹	蟹盖隆起较高与蟹脐连接处越厚，说明羔多且肥，在灯光下照羔蟹边缘不透且呈淡红色或黄色，说明羔多，亦可掰开蟹盖与蟹脐连接处，看见羔的较好，反之较差，甲壳色泽正常，呈青色，腹部洁白，螯及脚刚颈有力，说明蟹好，QC 羔蟹时除检查前面几点外还应留意其草绳所占比例，（草绳小于整体重量的 25%）每只应大于 200 克（净重）。
	肉蟹	收货时用手捏蟹小脚，感觉较硬的说明肉质结实，相反则较差。收货时草绳要小于整体重量的 25%，肉蟹以青色、白肚、螯及脚刚劲有力的好。每只应大于 200 克（净重）

	花蟹、红蟹	收货时每只净重>100 克、生猛、螯及脚刚劲有力，无残缺即可。 注意： 快死的蟹足爪舞动很慢，不能很有力的向身体弯曲，这是因蟹爪内神经无法正常运作导致，足爪不易弯曲，蟹一旦脑部受损，呼吸系统便无法运作，极易死亡，这与不正常的温度有关，见此情况应挑出拒收 一只口部还能活动，而气味带有腐臭味的蟹，是由于离水太久，集聚于腮部的微生物滋长及组织腐败造成，它已不能再吃东西，很快便会死亡。口吐白沫的蟹也容易死亡，见此类现象应挑出拒收。
贝类	花甲、沙白、圣子、鲍鱼仔	贝类分为双壳与单壳，外观具有固定色泽，平时微张口，受惊闭合，斧足与触管伸缩灵活，具有一定气味。 贝肉伸缩自如，用手抚平后能回缩。 如发现有空壳及含泥沙的壳类应挑出拒收。

盐渍海产	主要有海蜇皮（水母伞部加工而成）和海蜇头（水母口腔部加工而成	外观：好的海蜇质地坚实而具韧性，手指掐之可破、脆嫩 气味：较腥有很重的盐味 色泽：有光泽、水晶发光 清洁度：无血里红或少血里，无污物和泥浆 良质海蜇整张厚薄均匀，自然圆形，中间无破洞，边缘不破裂。 验收海蜇时，应将产品捞起堆高 30CM，静置滤水 15 分钟再称重（原盐水应留起来以保持海蜇的质量） 养殖条件：加盐渍水，放冷藏库温度摄氏 0 至 4 度以内，可保持海蜇的质量。 食用方法：用温水洗净浸泡 15 分钟捞起切丝凉拌，不能生鲜，捕获后以明矾和盐处理，除去水分、盐渍三矾，才可食用，第一、二矾的海蜇不仅水分多，含矾量也高，易引起中毒、呕吐。
冻海产	单冻海产	质量参照冰鲜类的收货，质量略次于冰鲜类，一般只有薄薄的一层冰衣，不需除冰重，但若冰较厚，则需解冻后求其净重。
	块冻海产	由于含冰量大，必须解冻后求其净重。
	急冻海产	若解冻后有异味，臭味或外观破损，均应拒收。
冰鲜品质鉴	品质好	有光泽、鱼鳞完整，表皮无破损、明亮，清晰且完整，瞳孔黑角膜清晰鲜红，含粘液且半透明，没有粘液。肉质坚实富有弹性，用手按一下后能很快恢复原位，色泽透明或水白，温和的海水味和或海藻味
	品质差	色泽暗淡，鳞不完整且有烂肚，瞳孔灰、角膜浑浊不透亮，颜色变粉色或灰色，褐色，粘液呈淡黄、灰色，血块凝结

别及保鲜	保鲜冰鲜鱼的方法	第一种：也是常用的一种，一层冰一层鱼保鲜，优点在于鱼不易退色，能保持鱼身上的粘液，易于操作； 第二种：就是冰水混合物保鲜法，这种方法适用于鱿鱼、墨鱼、八爪鱼等，体内有墨汁、无鳞鱼。优点在于保持鱼身的水份，维持鱼本身形况，缺点在于用洋水混合物泡过的鱼，减短了保质期，鱼身较软。 第三种：就是冰盐混合休鲜法，这种方法的优点在于可延长鱼的保质期，因为盐冻的温度较低，其方法是冰水混合物里加盐，缺点是盐冻易冻坏鱼的眼睛，外观看上去不是很新鲜，失去鱼本身的色泽，此方法不是很常用。
海鲜陈列标准	鱼池	玻璃干净，水质清淅丰满，有明显价格与标识，无死鱼，分海水鱼与淡水鱼，要按鱼的特性归类陈列，凶猛的鱼种要独立陈列如乌鱼、海鳗等会咬人的鱼要有提醒标识如海鳗、甲鱼乌鱼等。鱼池右分上中下三层。上层与中层是上下联用一套循环系统的。所以要用同一种或系列的鱼，最下一层是没有水的可养此不用水的蟹、青蛙乌鱼等。
	展示冰台	冰的厚度要超 20 厘米，斜度要达 45 度角，用鱼形牌加旗标展示价格，与相对应的品种陈列，特惠的要有标识，上挂的标价牌必需最应节，最有竞争力最优惠的品种价格，归类如海鱼、淡水鱼、贝类等陈列丰满，要突出部门推荐商品按颜色、规格、品种、毛利、价格等搭配陈列，按季节突出季节性商品并陈列成不同图案花式另有装饰品衬托，干净无异味，没破肚等商品，盖冰率要达 70%~80%

	促銷冰台与移动鱼池	陈列单一商品，丰满有明显要识价格

5.2.5 熟悉部门所有商品的电子称码，条码，熟练操作电子秤，扫码秤，感应秤

A)相关操作及步骤

- 学会制冰机的操作
- 打开门，提起挡板，拉开底部挡板，用冰铲打冰；
- 把冰车打满后，插上底板，拉下门口挡板，关上制冰机门。
- 冰车在运行时尽量以正方向行走，活动轮向前，要推，尽可能不要拉
- 学会冰台的制作方法
- 准备冰铲和挡板
- 把冰台的两头打成直角
- 顺冰台的边沿打成高 30cm，斜度为 35 度的冰床,陈列上商品后冰台的斜度应该在 45 度左右，根据商品陈列需要，选择合适位置打出两个不同形状的突出陈列位，如圆形、扇形、波浪形、三角形、梯形等，用于陈列部门的形象商品或者特卖商品，将部门商品陈列于冰台上，并且商品的覆冰率要达到 70%--80%，根据需要用一些青菜来装饰一下，增强视觉效果，最后将价格牌与商品一一对应摆好，知道翻肚鱼的处理程序，发现翻肚鱼须立即捞出，鱼缸里不能有翻肚鱼的存在，要学会鱼的宰杀方法
- 准备砧板、刀具、戴好防切手套
- 用刀背拍鱼头，将其打晕，鱼头不能拍烂
- 用鱼鳞刮，按从鱼尾至鱼头的顺序将鱼鳞去除干净，并且鱼皮不能有破损
- 用刀尖挖出鱼鳃，要去鳃彻底，但鱼头不能烂
- 破腹，将内脏取出，一定要小心，不要将鱼胆碰破
- 冲洗干净，将其打包
- 学会海鲜仓库的整理
- 库房的区域整理，是部门每天的工作内容，除了要保证：

(1)所有商品要分类摆放整齐

(2)所有商品离墙 20cm，离地 15cm

(3)所有商品有入库日期、生产日期、保质期

(4)此外，对于海鲜部门的冰鲜鱼，在后仓存放时要一层冰一层鱼存放

5.3 海鲜的鲜度管理

由于海鲜产品易自身分解劣变，细菌繁殖，所以易导致品质腐坏，因此海鲜产品尤其要注重鲜度管理。

5.3.1 实行低温贮存，从商品运输到公司的存放

5.3.2 有条件的操作间温度控制在 120C 以下

5.3.3 无论是收货、包装，尽量减少海鲜产品在常温的暴露时间

5.3.4 解冻最好在冷藏库内进行

5.3.5 冷柜内的温度要控制在规定范围内，品质不良商品要及时挑除

5.3.6 搞好卫生管理，减少细菌源的污染

5.4 海鲜产品陈列

5.4.1 冷冻品陈列不能超过冷冻柜的装载线

5.4.2 商品之间可放分隔板，以明确品项

5.4.3 系列产品要相邻陈列

5.4.4 冰鲜台

保持干净无锈渍，表面有光泽，一般摆放销售好、毛利高、新商品以及特惠商品，陈列有相对应的正确的旗标及蓝白标签，一个冰台面必须摆放一种同类系列商品，价格要居中，所摆放所有商品均已进行质检，无变质商品，陈列漂亮诱人，商品应保证充分与冰接触，周围地面无残留的水块及水渍。营运中随时补货做区域整理，保持覆冰率 70%-80%

5.4.5 活鲜池（也称展示鱼池）

在开店时要求陈列饱满，品种齐全，一个缸只能养一个品种，严格检查质量，保持鲜活生猛，鱼缸内部不允许有翻肚鱼，畅销商品应放在中间的一个鱼缸里，价格要对应，活鲜池循环一定要保证良好，且必须检查，水质要干净，清晰无杂物，贝壳类要陈列在海水中

5.4.6 严格遵守先进先出的原则

5.5 海鲜收货与验货

5.5.1 海鲜收货

A)海鲜和水产尽量做到每日早晨收货

B)收货时验收海产品的品质，鲜活水产品必须是活的

C)凡有异味、腐烂、腥臭的产品不能收货

D)收货后尽快入冷藏、冷冻库，减少商品在常温下暴露的时间

5.5.2 海鲜验货

A)感官判定指标

项目	新鲜	不新鲜
鱼眼部	眼球饱满，角膜透明、清亮	眼球塌陷，角膜混浊，眼腔被血浸润
鱼鳃	色泽鲜红，鳃丝清晰，粘淡透明无异味	呈褐色至灰白色，附有混浊粘液，带有酸臭味和陈腐味
鱼肌肉	坚实有弹性，以手指压后凹陷立即消失，肌肉的横断面有光泽，无异味	松软无弹性，手指压后凹陷不易消失，易与骨刺分离，有霉味及酸味
鱼体表	有透明粘液，鳞片鲜明有光泽，贴附鱼体牢固，不易脱落	粘液污秽，鳞无光泽易脱落，并有腐败味
鱼腹部	完整不膨胀，内脏清晰可辩，无异味	不完整，膨胀破裂或变软凹下，内脏粘液不清，有异味
软体类	色泽鲜艳，表皮呈原有色泽，有亮泽，粘液多，体形完整，	色泽发红，无光泽，表面发粘，略有臭味

	肌肉柔软而光滑	
贝壳类	受刺激时贝壳紧闭，两贝壳相碰时发出实响	贝壳易张开，两贝壳相碰时发出空响或破缺
项目	新鲜	不新鲜
蟹类	蟹壳纹理清楚，用手指夹持背腹，两面平置，脚爪伸直不下垂，肉质坚实，体垂，气味正常	蟹壳皱理不清，蟹脚下垂并易脱落，体轻发腐臭
虾类	外壳有光泽，半透明，肉质紧密，有弹性，甲壳紧密裹着虾体，色泽气味正常	外壳失去光泽，混浊，肉质松软，无弹性，甲壳与虾体分离，从头部起逐渐发红，头脚易脱落，发出臭味

第六章 生鲜政策指南

6.1 生鲜政策指南

6.1.1 运营主管岗位职责

A)运营主管岗位职责

- 协助店长、店助，认真完成各项工作任务。
- 开展本处日常工作的管理，销售活动组织安排，维护本处良好的销售业绩，并严格控制各项费用及损耗。
- 查询商品日期、调整陈列合理摆放，保障商品安全，通道通畅。监督本处进货验收及库存情况。
- 查询门店经营数据，看有无负毛利、负库存商品。并对此类商品跟踪调查，查清原因告知店长。
- 负责滞销品、淘汰品的处理并将处理意见及结果告知店长。
- 合理安排市调工作，分析商品是否需要调价。
- 做堆头商品分析，不断更换堆头商品，提高商品销售数量及利润。
- 审阅各种单据，确保单据内容的正确、合理。
- 认真做好每档期促销商品的上报及陈列等相关事宜，分析每档期 DM 商品的销售情况。
- 负责门店员工的工作安排，了解员工的思想动态。
- 紧急事件的处理工作。
-

6.1.2 店长岗位职责

A)岗位职责

- 负责维持本门店优质的顾客服务
- 负责处理本门店的商品陈列，保证公司各项标准、规范的准确执行，使公司保持安全、整洁、干净、舒适的购物环境；
- 负责完成门店的销售指标、损耗指标；
- 根据公司制度和流程管理店（门店）内人员，控制营运成本和损耗；
- 完成开放式订单的订货，负责促销计划的谈判和制定，确定竞争品项，提高季节性商品的销售业绩

- 控制缺货和库存过多，保证仓库商品的安全存放；
- 负责门店区域内的清洁卫生标准的维护，加强消防安全管理，避免工伤事故的发生；
- 负责保证所有的冷库、冷柜的温度保持正常，确保所有生鲜加工设备的正常运转；
- 负责门店员工的培训、评估、升迁等事宜，提高劳动生产率，和供应商进行良好沟通，在双赢的基础上帮助供应商提升销售业绩。

B)主要工作

- 关注顾客投诉，检查整个区域内的顾客服务情况，努力减少顾客排队的情况；
- 召开晨会，阅读工作日志，传达、执行公司的政策，解决部门的营运难题；
- 检查所有商品在开店前是否已经陈列好，商品的质量、包装是否符合标准；（是否有无到货例外）
- 检查进货的质量和数量，特别是优惠促销的商品；
- 有通宵班的要检查通宵班的工作是否已经完成，工作质量如何；
- 检查整个门店的清洁卫生标准，检查个人卫生和着装标准；
- 检查整个门店的补货、理货、价格标识、陈列、安全生产情况
- 检查每日变价是否 100%正确
- 检查冷库、冷柜温度是否在正确的温度范围内
- 检查各门店每日损耗登记表，查找异常情况
- 进行生鲜自营产品的申购
- 完成永续订单和系统订单，处理各种系统的报告，特别是缺货和滞销商品
- 检查零星散货的收回情况
- 检查先进先出
- 检查消毒程序是否正确，清洁程序是否正确
- 负责门店所有员工的考勤、排班、排岗、绩效考核、人员培训
- 检查安全操作、安全用水、安全用电、安全用气，加强防火、防盗、防工伤的管理
- 负责与其他部门进行沟通协调。

C) 辅助工作

- 检查电子秤的价格与价格牌、价格标签是否一致（检查前后台的价格是否一致）
- 检查各部门员工的个人卫生、着装标准、安全生产、顾客服务等
- 检查联营业户的卫生标准、产品质量、安全生产、顾客服务、商品存放等

- 组织安排门店员工对竞争店进行市场调查，市调结果及时反馈跟进门店商品的变价工作，指导门店员工）对冷库、冷柜和其他设备的正确使用和合理保养
- 处理突发事件
- 安排人员进行市场调查
- 本部门营运自用品的申购
- 与供应商人员保持良好的合作关系
- 加强防损、防盗、员工安全操作的意识
- 加强对门店人员的管理
- 审批各种假单、申购单、考勤表等

D)蔬果

- 检查本日蔬果的进货质量和数量
- 确定每日订货数量、品种和促销计划
- 检查保质期、先进先出
- 检查冷藏柜、冷冻柜的温度是否正确，冷藏柜是否每日消毒
- 检查商品的存放条件是否适宜，存放的方式是否正确
- 检查蔬果的包扎物料是否充足
- 检查蔬果加工间的温度是否符合标准
- 检查叶菜的处理程序是否符合标准
- 检查部门的损耗情况和商品的调拨情况
- 纠正门店的计价错误
- 检查垃圾的处理

E)肉类

- 检查本日白条猪的进货质量和新鲜鸡的进货质量
- 核算白条猪的分割毛利
- 检查分割、服务、补货等情况
- 检查冷藏库的清洁和存放是否符合卫生标准
- 检查是否存在交叉感染的危险
- 检查清洁程序，消毒程序，解冻程序是否正确
- 检查是否正确操作绞肉机、锯骨机、分割刀具

- 检查肉类分割间的温度、通风是否正常，是否每日消毒。
- F)海鲜
- 检查陈列鱼池、存储鱼池是否正常运转
- 检查活鲜、冰鲜的进货质量是否优良，进货品种是否齐全，数量是否足够
- 检查制冰机是否正常运转，早班是否有足够的俄冰使用
- 检查杀鱼是否遵循安全程序进行
- 检查垃圾的处理
- 检查水池的水是否需要更换
- 检查死的海鲜是否已经正确地处理
-

6.1.3 生鲜员工岗位职责

A)岗位职责

- 保证补货及时，排面美观丰满
- 保证品质优良，包装良好，并合理的使用耗材
- 操作间、售卖区及冷库、冷柜等地方的清洁卫生
- 保证零星商品的及时收回和破包装的修复
- 个人卫生要达标
- 安全使用电源、水源、
- 服务顾客，保证顾客满意。
- 按照公司标准进行分割（先收货先分割）确保部门毛利稳定、减少损耗。

B)主要工作

a.补货

- 补货要及时，库里有货，要求冷柜丰满
- 随时注意销售情况，并随缺随补
- 补货时注意包装、品质良好
- 补货必须先进先出

b.理货

- （整理冷柜、货架、案台商品的排面和促销位商品的标价标识是否准确）
- 破损包装要及时修复处理

- 生鲜零星商品必须第一时间送回，检查质量良好后再归位
- 品质不良的要收回处理，不允许出售超过保质期的商品，（及时报损）。

c.包装

- 正确使用耗材和包装设备
- （价签要贴在包装盒的左上角，确保贴平、贴牢）
- 包装时要注意商品的品质是否优良

d.清洁

- 保持地板、工作（间）的清洁卫生
- 及时清掉垃圾及腐烂商品
- 保持各种用具、设备的清洁
- 个人清洁卫生要达标，手要消毒，工装干净，不留指甲，不带饰物，不涂指甲油
- 冷柜和销售区域的清洁
- 灭蝇、灭蚊、灭蟑、灭鼠工作
- 保持后仓干净整洁，商品码放安全有序。

e.生鲜盘点／整库

- 做好盘点前准备工作
- 保证盘点结果正确
- 保证库存清楚，码放安全
- f.设备保养
- 冷藏柜、冷冻柜及冷冻库、冷藏库温度要控制在标准范围内，冷藏００Ｃ至－４０Ｃ，冷冻－１８０Ｃ以下
- 及时清洁冷柜
- 结束营业时要放下拉帘和拉盖保持温度，冷库要锁门

g.应急措施

- 遇到设备（运行）异常时，要及时报告修理
- 必要时将商品转移，减少损失

h.水源、电源

- 节约用水源、电源
- 安全使用电源

- 营业结束后要关闭水电

C)辅助工作

a.服务顾客

- 尽量让客人自由选择商品
- 礼貌回答顾客咨询
- 不许客人乱拆包装
- 熟练掌握 PLU 码，做好称台 3+1 服务
- 提倡阳光行动（首问负责制、为顾客拿购物车或筐）

b.市调

- 按公司要求、（店长）安排去市调
- 市调资料真实，准确（市调要及时、结果真实准确）

c.安全事项

- 使用机械设备的安全
- 使用刀具，器具的安全
- 注意操作安全，防止烫伤

6.2 生鲜联营业户规范

6.2.1 概　　述：为了指引生鲜业户及员工的行为规范，特制定本指南，提高工作标准，统一工作流程

6.2.2 适用范围：所有门店生鲜业户

6.2.3 内　　容：

A) 生鲜业户员工每日出代表参加早会，不许迟到，做好早会记录并认真贯策执行。

B) 生鲜业户所经营的商品要在合同允许的范围内，不许超范围经营。

C)生鲜业户要经常派人进行市场调查根据市场价格，在同品同质的情况下，调整商品价格。

D) 称纸打印出的商品名称要与实物商品一致。

E) 不许随便赠送商品给他人包括（亲友，顾客，门店员工及其他营业员）。

F) 营业时间内所有员工要着工装、带口罩、手套、佩带健康证。

H) 营业时间内应站立服务，仪表端庄，语言优美，不倚不靠不坐。

I) 营业时间内不允许在门店内走动或购物。

J) 保持好营业区卫生，无污渍，玻璃无手印，墙角无灰尘，设备要物见本色。

K) 生鲜业户清理出的垃圾，要自行负责倒掉，不许倒在门店门口。

L) 营业时间内物品要摆放整齐，商品要陈列丰满美观。

M)在营业时间内购买自用商品，商品小票要盖章，必须到服务台登记。

N) 为了提高整体形象柜台内必须用干净的布帘围上。

O) 前厅存包柜是为顾客提供方便用的，生鲜业户不许存放物品。

P) 生鲜送货员进出须出示通行证，否则不许进入卖场。

Q) 保护好自己负责区域内物品的使用，并且负责维修。

R) 妥善使用门店公共用具，使用完毕后归放到合理位置。

S) 商品变价须填写变价申请单，经批准方可变价，变价时间 16：30—17：30 分。

T) 每日下班前打扫所负责区域卫生及垃圾。

U) 下班时要关闭设备的电源、水源（电子称、烤箱、油锅等）并检查安全隐患。

6.3 称重处 3+1 服务指引

6.3.1 概　　述：为了提高秤台员工的服务质量，避免称重错误，同时更好的提高销售，特制定本指南 。

6.3.2 适用范围：全体门店称重处员工

A)3＋1 服务： 秤台员工在计价服务时要求 3+1 服务：(微笑、问候顾客)+(服务、称重)+道谢+递购物篮。

B)3 是 指：

a. 微笑、问候顾客是指员工需要跟顾客打招呼，形式不限，目的是热情地、诚恳地招呼顾客。例如：你好、早上好、晚上好等。

b. 服务、称重是指员工需要耐心地为顾客挑选商品后或从顾客手中轻轻地接过商品后称重；称重后需要报品名和价格，避免计错价。

c. 道谢是指员工轻轻地将商品送还给顾客时，同时向顾客表达感谢。

C)1 是 指：

给没有使用购物车、篮的顾客递一个购物篮。

6.4 生鲜品解冻指南

6.4.1 概　　述：为了使部门员工能够正确、规范的对冷冻食品及原料进行解冻，保证食品

品质安全，特制定此指南。

6.4.2 适用范围：全体生鲜员工

6.4.3 内　　容：

A)流水解冻法　1. 将冷冻食品完全浸没在流动的水中解冻。

a.保持食物温度≤5℃，解冻时间不超过 4 小时。

b.在流水槽中不能同时解冻不同性质的肉制品，避免交叉污染，如鸡肉和鸭肉。

自然解冻法　1. 将冷冻食品放在保鲜库自然解冻，保持食物温度≤5℃。

B)解冻食品需要标明解冻的起始时间，时间不超过 72 小时。

注：　为降低营运成本，节约资源。建议各门店优先适用自然解冻法。

6.5 肉品知识分割测试指引

6.5.1 概　述：为了规范统一肉品技能员工的工作标准、提高工作效率，为顾客提供新鲜、优质的商品和盛情的服务，特制定本工作流程。

6.5.2 适用范围：肉品区工作的全体员工

6.5.3 内　　容：

A)分割测试流程

对分割测试工作区域进行整理,准备好分割测试表格。

在已收货白条猪中选一头白条猪做分割测试。

查看白条猪收货成本并将白条猪称重记录到分割测试表格上,计算出此头白条猪总计的收货成本。

按照分割流程进行分割,将分割出的各部位称重并一一记录到分割测试表格相应的部位上。

将分割出各部位商品按目前售价和系统售价分别计算销售额和分割后的合计重量(此数据可以明确损耗数据方便毛利分析)。

(所有部位商品的目前售价额合计- 白条猪总收货成本)/目前售价额合计*100%=目前售价毛利率。

(所有部位商品的系统售价额合计- 白条猪总收货成本)/所有部位商品的系统售价额合计*100%=采购系统毛利率。

根据分割测试毛利情况及时沟通采购跟进和培训监督技工的分割标准,分割测试表应至少存档六个月。

6.6 生鲜商品订货指南

6.6.1 概　　述 :本指南的制定是为了指引商店生鲜部门更好地制定每天的订货计划,帮助生鲜同.

确地制定订货数量和生产数量，保证为顾客每天每时提供足够的、新鲜的商品销售，提高部门销售，同时提高商品的周转速度和新鲜度，降低库存和损耗。

6.6.2 适用范围 :　生鲜员工

6.6.3 内　　容：

A)订货完成时间

1.由采购部根据市场的供应情况协商确定订货截止时间,有任何变动要及时通知营运部及各门店。

2.果蔬、肉类、海鲜和冻品必须在订货截止时间前向采购员提交订货表，保证采购有足够的时间联系货源，同时有利于商店各部门加强统一订货的跟踪管理。

B) 订货计划制定原理

a.一般而言，第二天的订货量 = 预测销量+损耗量—当天营业结束可用库存，当天营业结束可用库存即可以保存到第二天可销售的商品库存。

b.预测订货参考因素包括历史销售趋势、价格变动、天气、周末及节假日、季节性商品、促销陈列方式、市场品质的稳定性、商店的客流量变化、大单订购情况、顾客偏好的变化等影响顾客需求量的因素。

c.订货量除了要参考当天订货时盘点的库存和下午的销售情况外，还要参考货架面位量、商品保鲜期、供应商的送货时间、送货次数。

C)商品订货表使用说明

a. 商品订货表适合蔬果、肉类、海鲜、冻品、以及日配品。

b. 商品订货表周装订成册后使用，并且在本部门保存 30 天。

c. 商品订货表上的 PLU 码、品名、成本价和零售价可以打印，不需要由部门员工手工抄写。

d. 商品订货表上的天气、重要节日、促销商品将为每天确定合理的计划订货量提供有效的参考信息，需要每天填写。天气、重要节日分为上周和本周的情况以便比较对销量的影响。

e. “库存”表示订货前盘点的库存；

f. “销量”的参考标准为：周五、六、日、一、二以上周同期销量作为参考，周三、四分

别以当周一、二的销量作为参考。

g. 本周一、二、三、四、五、六、日的销量需要第二天订货时填写完整。

h. “订货”表示向采购订购的数量，以销售时的规格为订货规格；

i. “到货”表示当天到货数量，根据收货部的入库单上收货数量登记。部门根据商品的到货量和原来的库存判断是否向采购追货或调整商品陈列。

j.订货人和审核人需要在商品订货表上签名，审核人必须是店长或店长以上人员。

6.7 生鲜商品陈列指南

6.7.1 概　　述：生鲜部门是顾客关注较多的部门，所以生鲜的楼面陈列标准不仅影响到顾客是否购买的决定，还影响到顾客对商店的印象。生鲜部门在营业过程中需要始终如一地、每时每刻地、快速地维护商品的陈列达到公司标准；同时，部门后仓的管理是很重要的，高水准的后仓管理有利于提高员工的工作效率、降低商品的损耗、保护员工的安全、统一公司标准。冷藏库和冷冻库商品的陈列标准需要遵循后仓商品的陈列标准。

6.7.2 适用范围：生鲜全体员工

6.7.3 内　　容：楼面商品的陈列原则

A) 分类原则：

楼面商品的陈列首先按品种分类，其次按颜色、形状分类。达到视觉清晰美观整洁的效果。

B) 标识原则：

楼面商品的陈列与价格位置一一对应，避免只有商品陈列而没有价格标示，或者只有价格标示而没有商品在陈列。标示的品名与陈列的商品一致。标识的价格、销售单位要正确无误。

C) 高品质原则：

楼面商品应是品质好的、顾客可以接受的商品，避免存在有个别质差的商品降低顾客的购买欲望

D) 降低损耗原则：a. 生鲜在陈列时需要考虑不同商品的特性，选择正确的工具、方法、陈列设计;

b. 陈列面积与销量成正比;

b. 观察商品周转速度，灵活调节商品的陈列方式，确保每种商品的陈列的时间小于(该品种在当前温度、湿度下，当前品质状态维持的)生命期

E) 丰满量原则：

每天从营业开始至下午/傍晚高峰期结束前需要保持陈列 100%丰满；从下午/傍晚高峰期结束后至营业结束需要根据客流量和商品需求量灵活调整丰满率，确保商品陈列呈现足够的数量吸引顾客。

F) 先进先出原则：

先进先出是指距离保质期限近的商品先陈列销售，如果生产日期不明确时（如水果），先到的货先售卖。生鲜的周转期短、品质变化快，坚持这一原则至关重要。

G) 季节性原则：

生鲜的经营具有非常强的季节性，不同的季节有相应的商品上市，商品的陈列应因时而变。

H) 其它标准：

a. 营运需要严格执行采购的陈列要求和促销标识。在生鲜和易变质商品部门，所有陈列图商品必须陈列，而且部门应该对所有在陈列图上但销售不太好的商品做特卖陈列促销。同时部门可以通过适当减少这些销售不太好的商品的订货量或生产数量来控制丢弃率。

b. 由于生鲜部门的特殊性（易受天气影响及销售情况出现当天销断货而缺货的现象等），在这种情况下，生鲜的陈列须灵活处理，如用其他生鲜商品暂时填补出现缺货的商品，以保持陈列丰满等。但缺货的商品一旦到货，应立即恢复原陈列。

c. 商品陈列要求安全稳固，避免商品被压伤、压扁或容易掉下地；

d. 为了让顾客对生鲜部门产生新鲜感，每天有不同的主题，商品陈列位置需要经常变化。

6.7.4 后仓商品陈列标准

A) 部门后仓管理应做好规划，按分类摆放。不能出现不同区域存放同种商品或原料。商品的陈列必须整齐有序的，确保员工取货顺畅、方便。部门员工都知道商品的储存地点，以致员工可以准确地将商品摆放在规划好的位置，同时员工可以快速、准确地在规划好的位置找到商品。

B) 在后仓需要设立专门区域，并明显地标示该区域，用于陈列准备丢弃或待退换货的商品。蛋、奶制品及流质商品需采取防泄露、防变质措施，该区域的商品需要每天处理完毕。

C) 如果食品的原装箱已明显地标注产品名称、生产日期和限售日期，不需要张贴产品入库标签。没有明显标注限售日期的原装箱保生鲜品、非原装箱的保生鲜品都需要在箱的左上角张贴产品入库标签，标注产品名称、入库日期、限售日期、入库人

D) 同种商品或原料应做好先进先出，即距离保质期限近的商品应陈列在距离保质期限远的商品的前面，如果生产日期不明确时（如水果），先到的货陈列在前面。

E) 所有后仓商品的陈列需要离墙至少 20cm，离地至少 15cm 或摆放在卡板上。

F) 所有后仓商品应注意安全，陈列稳固整齐，并且低于自动喷淋喷头、灯管和冻库的蒸发器 0.5 米以下，不能堵塞风机口。

G) 所有后仓商品应是密封的，不是裸露的。在货架上的商品需要拉好面位，与货架边缘对齐。

H) 后仓商品不能存在有腐烂的、变质食品，一旦发现变质食品应做丢弃处理。

喷雾壶　在蔬果部部门应准备装有冰水混合物的喷雾壶，保持绿色叶菜的新鲜。为方便使用，需要将这些喷雾壶放在磅秤台下面。使用频率为每小时一次。所有喷壶应被正确标识，保持干净清洁。

海鲜冰台商品 需要覆冰的商品覆冰率需达到 70-80%。

06 门店员工篇

确认信

请阅读本员工手册，填写以下内容并将其交还给人力资源部门来归档。

员工姓名：_____ 身份证号码：_____ 电话：_____

我确认已收到一本大农科技股份有限公司的员工手册。本人在人力资源部工作人员的指导下认真学习了《员工手册》中的各项规章制度。人力资源部的工作人员对上述规章制度进行了详尽的解释,本人对上述规章制度有了系统、深刻的了解,本人对各项内容无异议,我了解并遵守本手册中由大农科技股份有限公司颁布的并可能修改的规定和政策。如违反本员工手册任何规定,我愿意接受公司的处理。

同时,公司在告知我本人以上制度外,还告知我通过公司内部网站、工作群、电子邮件、公司公告栏发布的制度规定或对以上制度的修订、补充等,也是公司公示告知相关制度的重要渠道,本人保证经常进行留意学习,随时留意公司公布的信息,一经发布亦视为向我公示告知,我承诺及时阅读并将严格遵守。

本人签字：

年 月 日

大农科技股份有限公司人力资源

门店员工管理规章制度

本制度适用于配送中心和团餐事业部

第一章 员工守则

一、总则

1、爱店如家，忠于职守，以礼相待，精诚合作，努力学习，遵章守纪。

2、店内员工要大公无私、严格管理、严于律己，模范执行各项规章制度。

3、服从上级,员工必须认真完成上级分派的工作，不得拒绝、推诿或无故中止。

4、服从上级,员工必须认真完成上级分派的工作，不得拒绝、推诿或无故中止。

5、营造团结、和谐的氛围，弘扬互帮互助、无私奉献的精神。

6、爱护公私财务，不损坏，积极主动查看各种设备的运行情况，做到及时汇报。

7、不侵占他人遗留财务，做到主动联系、主动奉还、主动留存保管、主动上报。

二、工作守则

1、门店员工都必须遵守门店的规章制度和各项决定、规定及纪律。

2、门店禁止任何个人利用任何手段侵占或破坏门店财产。

3、门店禁止任何个人损害公司形象、声誉。

4、门店禁止任何个人为小集体/个人利益而损害门店利益或影响门店发展。

5、门店提倡全体员工刻苦学习，努力提高自身的素质，造就一支努力上进和业务过硬的员工队伍。

6、门店鼓励员工发挥才能，多作贡献，对有突出贡献者，将给予奖励、表彰、升职、加薪等。

7、门店为员工提供平等的竞争环境和晋升机会，培养员工积极向上的进取精神。

8、门店倡导员工团结互助、同舟共济，发扬集体合作和集体创造精神。

9、门店欢迎员工就门店事务及发展提出合理化建议，对做出贡献者给予奖励、表彰。

10、门店推行岗位责任制，实行考勤、考核制度，要求员工端正工作作风，提高工作效率。

11、门店提倡厉行节约，反对铺张浪费；降低消耗、增加收入，提高效益。

12、门店通过发挥全体员工的积极性、管理、经营水平，不断完善公司的经营、管理体制，

不断壮大门店的实力和提高经济效益。

13、维护门店纪律，对任何违反门店各项规章制度的行为，都要予以追究。

14、门店的商品质量问题会导致门店销售下降，影响门店声誉和品牌，门店内当班的全体人员，一切以“鲜”为使命、以“净”为准则，做到菜品上架新鲜，无死叶、无黄叶、无泥、无坏的蔬果；被检查、抽查发现一次全体成员每人赔偿损失 100 元，当班责任人赔偿损失 500 元，当月发现第二次的加倍赔偿，当月发现第三次的每人赔偿损失 500 元、当班责任人赔偿损失 2000 元并立即辞退。

15、门店的环境决定了进店顾客的体验感，环境不好会丢失顾客，甚至会造成对商品的二次污染，当班的全体成员要自觉的保持，店内台面和货架无灰尘、无杂质、不凌乱，店内地面、架台无杂物、无烟头、无垃圾、无泥巴、无血渍、无污垢，货架上商品无灰尘，无临期商品，临期商品需放在有明显标识的临期商品销售区；被检查、抽查发现一次全体成员每人赔偿损失 100 元，当班责任人赔偿损失 500 元，当月发现第二次的翻倍赔偿，当月发现第三次的每人赔偿损失 500 元、当班责任人赔偿损失 2000 元并立即辞退。

16、门店内冰箱、冷柜、保险柜、鱼缸、保鲜柜、收银机、电子秤、刀具是门店经营生产的的重要设施设备，是公司的核心财产和生产工具，门店工作人员要确保冰箱、冷柜、保险柜、鱼缸、保鲜柜、收银机、电子秤、刀具无积冰超过 1 厘米，无污渍、无血渍，摆放整齐干净，无灰尘，顶部和四面做到每周一次清理，柜内严格按照商品陈列制度进行；被检查、抽查发现第一次全体成员警告一次并取消当月奖励奖金，当班责任人赔偿损失 200 元，当月发现第二次的责任人翻倍赔偿，当月发现第三次的每人赔偿损失 500 元、当班责任人赔偿损失 2000 元并立即辞退。

三、安全守则

1、门店所有员工应随时注意防火安全，并有责任预防、发现并报告火灾隐患。

2、员工在下班时应注意门窗、除保鲜、冷冻、鱼池、鱼缸设备和有备注不关电的设备外，电器电源是否关闭，确认关闭后方能离开。

3、员工加班时，应保持门店大门的关闭，避免发生公司财务损失。

4、离开/外出时应确认门窗、电器电源关闭。

5、无关人员不得进入收银台，门店每天必须按公司规定存放货款及备用金。

四、保密守则

1、全体员工都有保守门店机密的义务。

2、在对外交往和合作中，须特别注意不泄露门店秘密，更不准出卖门店秘密。

3、门店秘密是关系到发展和利益，在一定时间内只限一定范围的员工知道的事项，门店秘密包括下列事项：

A、产品信息：新产品开发、采购信息及价格、进货渠道等；

B、经营信息

（1）销售数据，经营情况；

（2）其它领导确定应当保守的公司秘密事项。

4、接触公司秘密的员工，未经批准，不准向他人泄露。其他员工不准打听，刺探公司的秘密。

5、非经批准，不准复印、摘抄秘密文件、资料。

6、对于有意窃取门店保密级资料，公司将追究其法律责任。

第二章 人事制度

一、用工制度

1、公司本着公平、公正的原则，公开招聘员工，控制计划外用工。

2、引入竞争机制，实行择优上岗，优化用人结构。

3、公司视德者至上，重点培养德才兼备者。

二、试用期

1、新录用的员工进入门店的前进行为期一到三天的岗位培训和岗位适应，岗前的适应期结束正式进入门店工作，正式进入门店工作的前七天为适应期，七天之后转入试用期（其中前七天试用期工资统一为人民币 65 元整，不计提成；试用期视工作情况而定，最多不超过 5 个月）。试用期间由店长或领班进行辅导，把门店的规范、商品知识及业务流程技巧传授给新员工；试用期满经考核合格者，将转为正式员工。如试用期考核不合格，将予以辞退。

2、试用期内如果不合格，提前 3 天告知对方离职。

3、试用期内主动要求离职，需提前一周告知店长并办理离职手续。

三、员工招聘

1、我们鼓励员工努力工作，并在工作中实现自我价值。在职位空缺的情况下，优先进行内部招聘。内部招聘实行“公开招聘，公平竞争，择优聘用”的原则。获聘者到岗后需经过 1-3 个月的考察期，接受各方监督，合格后方可正式聘用。考察期间仍按原岗计薪。

2、内部无合适人选的情况下，再对外进行招聘。

四、 员工入职

1、新员工正式上班之日须到办理入职手续（填写入职表、员工资料卡、交身份证、毕业证、岗位证、健康证复印件）并由店长交给人事部备案、建档，以其到门店报到日作为起薪日；若不办理入职手续擅自到部门上班的员工，人事部门不认可其为本门店员工，期间发生的任何费用由本人自理。

2、我们提倡正直诚实，并保留审查员工提供的个人资料的权利，如有虚假，公司有权提前终止试用或解除劳动关系，并无任何形式的补偿，同时保留追究对方责任的权利。

五、员工转正

员工转正需填写《新员工转正审批表》，店长填写考评结果及意见，并把意见反馈给人事部门，员工还需经理论考试、实际操作等考核合格后方予以转正。

六、调动与晋升

1、有关部门根据工作需要及员工的工作表现、潜在能力等方面，可对员工做适当的岗位调动和职位晋升。

2、员工由低岗（级别）调至高岗（级别）均需一个月的考察期，考察期内工资按原岗位发放，考核合格者，方按新岗位调整工资。考查不合格者，不予晋升。

3、员工暂时调动（借用）需部门负责人签署意见，分管主管核准后，交人事部门审核备案，分管领导及店长暂时调动（借用）的需报总经理批准。

4、门店员工的晋升:参见《店员晋升制》（附后）

七、辞职

1、试用期内，任何一方均需以书面形式，提前三天通知终止试用。

2、员工要求辞职应提前一个月书面申报，经批准按规定办理完工作交接手续方可离职。

3、员工离职前（离职报告递交之后），需继续在岗位上履行自己的职责，不得以任何理由请长假或请假累计超过一星期（特殊情况除外）。未按规定办理离职手续擅自离职者，按旷工处理，当月工资及提成奖金等暂停发放，同时在办离职手续，需补偿旷工期间给公司造成的损失。

4、离职员工的当月工资及奖金按公司规定的工资发放时间发放。办理完离职手续的员工与公司不再存有任何劳动关系。

八、辞退

1、员工有违反法律法规、门店规章制度或其它规章制度以及严重失职行为，将立即被终止合同，予以辞退且不支付任何补偿金，同时保留追究对方责任的权利。

2、辞职或被辞退（除名、开除）的员工必须在批准后三天内办清离职手续，否则，公司将通过劳动部门和法律程序，追究当事人的责任。

第三章 考勤制度

一、出勤

1、各门店员工的排班时间由店长根据门店工作需要合理制定，但排班表需交人事部门留存一份，排班表应有从周一至周日的责任人。

2、门店员工平时上下班实行指纹打卡考勤，月底由店长汇总当月考勤。

3、员工用餐时间为 1 小时，超时以脱岗论处，用餐时间包括离店时间及店内用餐时间。

4、员工不得擅自调班，否则公司将追究店长的责任，情节严重者将要赔偿门店损失 500 元/次。

5、公司薪资发放日为每月 15 日至 31 日，每月 5 日前需将上月考勤报表交人事部门，考勤（赔款计算说明等信息）须由制表人、店长签字确认，人事部门方予以认可后交财务部。

二、缺勤

1、迟到、早退、脱岗

上班晚于上班规定的时间为迟到，下班早于规定的时间为早退。

凡迟到、早退及脱岗 10 分钟以内者，罚款 10 元； 10 分钟至半小时，罚款 20 元；半小时至 4 小时，以旷工半天处理，罚款 50 元；4 小时以上者，以旷工处理，赔偿门店损失 500 元 。

2、旷工

未按照月度排班表规定的上班时间出勤视作旷工（包括但不限于以下情况：没有考勤记录者、未办理请假手续、请假未经批准、假满未经续假而擅自未到岗、离职申请未经批准记为旷工）。

月累计旷工达三天者，予以辞退，扣除旷工期间工资及当月绩效奖。若给公司造成损失者，公司有权要求赔偿。

3、事假

（1）员工因处理重大私事（主要指：个人结婚、生子，家里父母、兄弟姐妹发生重大事故）无法正常上班而请假称为事假，事假的申请应以不影响正常工作为原则。家人因重病住院手术或严重受伤住院，需提供证明材料复印件，以便人事部核实。

（2）事假的最小计算单位为 4 小时，事假当月累计原则上不得超过二天。

（3）事假申请审批必须在前一天 17：30 之前完成。如遇特殊情况，须以电话形式向店长

口头请假，由店长代办请假手续，在假期结束后工作首日内填写《假期审批单》补办手续，逾期未办，以旷工论。

事假扣款＝日均工资×请假天数；

4、病假

(1)员工因病无法正常工作而请假称为病假。病假的最小计算单位为 4 小时，员工申请病假须持医院的有效证明（病历卡、药费单、病假证明），若无则视同事假；如假冒或骗取病假单，一经发现，作旷工处理并予以纪律处分。

（2）病假申请审批必须在前一天 17：30 之前完成。如遇特殊情况，须以电话方式向店长口头请假，由店长代办请假手续，在假期结束后工作首日内填写《假期审批单》补办手续，逾期未办，以旷工论。

病假 3 天之内，病假期间工资 ＝ 日基本工资 × 请假天数；

病假 4 至 7 天，病假期间工资 ＝ 日基本工资 ×50% X 请假天数；

病假 7 天以上，请假期间无工资。

日基本工资＝保障底薪

5、加班

（1）员工在规定工作时间外，因业务需要或店长指定需继续工作，称为加班。分为延时加班和法定节假日加班。任何情况下自愿增加的额外工作时间或因当日必须完成的因没掌握工作必须技能而未完成导致工作时间延长的，不称之为加班。

（2）门店原则上不安排员工超时工作，并规定员工为完成计划内本职工作的超时部分，不列入加班。加班的工作范围：上级主管交办或新增的岗位职责以外的工作任务；门店安排的突发性工作任务。

（3）门店严格控制加班，如确需加班，须于事前提出并填写《加班审批单》。原则上员工加班须在事后安排调休，如实在无法安排调休，公司酌情给予适当补贴。

（4）门店员工每月享有一定时间的正常调休日。如正常调休期间上班，公司将支付工资。

未调休补贴 ＝ 日均工资×未调休天数

第四章 员工培训

1、培训期间员工管理权归培训负责部门，期间按照正常工作进行考勤，由培训部记录，事后将书面考勤记录交给人事部门负责人。

2、门店在收到培训通知后，应及时安排同事参加培训。通常情况下培训计划会提前三天以书面通知的形式发送到门店。如有特殊原因不能参加者，应在收到书面通知后二天内反馈给培训项目负责部门。否则，在培训实施期间未参加培训的同事将被视为旷工处理。

3、员工在接受培训时，必须遵守纪律（附“培训培养制度”）

4、培训结束后，进入门店或者岗位进行适应期并考核，考核不合格者重新安排补训，补训一次为限；仍不合格者，报请部门主管、人事部门予以辞退。

5、人事部门根据《员工培训档案表》，将相关信息录入公司的人事部门管理系统。员工培训成绩记入个人档案，作为晋升、加薪、降职、减薪等的重要依据。

第五章 奖罚制度

一、奖励

1、员工有以下行为者，予以嘉奖（当月薪资奖励 50 元）。

(1) 工作勤奋，超额完成工作任务者，当月被评为优秀员工者。

(2) 检举揭发违反规定或损害公司利益事件者。

(3) 其他类似行为者。

2、员工有以下行为者，予以记小功（当月薪资奖励 100 元）。

(1) 对工作流程或管理制度积极提出合理化建议并被采纳者。

(2) 积极研究改善工作方法提高工作效率或降低成本且被证明行之有效者。

(3) 对可能发生的意外事故能防患于未然，确保同事生命及公司财产安全者。

(4) 策划、承办、执行重要事务成绩显著者。

(5) 其他类似行为者。

3、员工有以下行为者，予以记大功（当月薪资奖励 200 元）。

(1) 同坏人坏事作斗争，对维护正常的工作秩序有显著功绩者。

(2) 对公司发展有重大贡献之事迹者。

(3)工作期间受到政府、行业主管部门表彰、奖励的。

(4) 其他类似行为者。

员工有以下情形者年终可参加优秀工员工评奖。

(1) 一年中累计三次记大功但无记大过记录者。

(2) 在当年工作中给公司带来重大效益者。

(3) 在当年工作中，严格遵守各项规章制度，认真完成本职工作，工作成绩优秀者。

(4) 符合其他可参选优秀工作评奖者条件者。

(5) 年度内获得 6 次以上月度优秀同事或优秀店长称号者。

(6) 入职必须超过 6 个月。

评优方式比较简单：优秀同事，门店月度会前，店长对店内全体同事的综合表现进行评估，并且提名；月度会时，由全店同事进行无记名投票选举。（原则上 5-8 人选 1 人，门店总人数低于 5 人者也可以选出 1 人）优秀店长，公司营运部协同人事行政部进行选举。

二、惩罚

1．员工违纪有下列情形可从轻处罚或免除处罚：

（1）情节特别轻微者；

（2）主动承认错误、配合相关部门调查并及时改正者；

2．员工违纪有下列情形之一的，可从重处罚：

（1）造成严重后果，且难以弥补者；

（2）协迫、诱骗或教唆他人违反公司规章制度者；

（3）对投诉人进行威胁甚至打击报复者；

（4）屡教不改者。

（5）有其他类似行为者。

3．门店员工违纪处罚条例：分 A、B、C、D 四类过失。一个月内同一项过失出现三次，自第四次起加倍罚款。（例如，迟到 10 分钟内罚款 10 元；一个月内迟到三次每次罚款 10 元，自第四次起罚款加倍为 20 元。）

A 类过失：每次罚款 100 元

① 客户预定货物漏单、错单、错数量的（因弥补而另外追加所产生额外费用）

② 配送中心忘发、漏发、少发、错发和发错店的（因弥补而另外追加所产生额外的邮费）

③ 签收货物不严导致损耗的（另外追加造成门店实际损失责任）

④ 收银员录入错误和配送中心出单错误的

⑤ 调拨单填写各项数据错误的（或遗漏）

B 类过失：当班人员每次/每人罚款 50 元，店长/主管/经理赔偿损失 500 元/次。

① 订货需求、订货单据需以工作群形式发送给供应链、配货中心、财务部。未以工作群形式发送或漏发的。

② 配送中心未按门店、客户指定数量进行配送的，或门店未按客户预定商品下单的，在发货前 8 小时未将情况在工作群反馈给对方的

③ 门店未将收货差异情况以工作群形式发送给供应链、配货中心、收货门店的

④ 上班迟到、早退及脱岗 30 分钟以内（晚于上班规定的时间为迟到，下班早于规定的时间为早退）

⑤ 早退擅离工作岗位 30 分钟以内

⑥ 营业期间在营业场所内更换服装

⑦ 未按规定穿着工作装，工作鞋，不佩戴工号牌，未整理好营业用具

⑧ 店员将个人私物放在柜台内及卖场

⑨ 店员上班时佩戴手机

⑩ 化妆浓，用异味的化妆品

⑪ 头发染成五颜六色

⑫ 女店员头发披肩，侧遮脸，留长指甲

⑬ 佩戴夸张饰品（项链、手链、手镯、耳环等）；戴戒指超过两只

⑭ 工作时间接打私人电话

⑮ 接电话时态度生硬，粗俗，不礼貌

⑯ 上班时间干私活，吃零食

⑰ 上班时间扎堆聊天，高声喧哗

⑱ 工作时间看书报，杂志，听 MP3，玩游戏，刷抖音，视频。吹口哨、唱歌或哼小调

⑲ 上班时间非工作关系户陪他人（顾客除外）在店堂内游逛聊天

⑳ 在营业场所站姿不标准。言语不规范

㉑ 工作时间无故窜岗

㉒ 工作时间私自会客

㉓ 货架明显处放有私人物品茶杯等

㉔ 随地吐痰，乱扔纸屑和杂物

㉕ 吃饭的时间超时 10 分钟的

㉖ 下班后非工作原因在门店内逗留

㉗ 仓管负责区域内，货品摆放不整齐，卫生较差，误报库存

㉘ 办公区内卫生较差，物品放不整齐

㉙ 有其他类似行为者

C 类过失：每次罚款 200 元

① 因工作差错造成不良影响或一定的经济损失

② 未经批准擅自调班

③ 接班人员未到岗，随意离岗

④ 使用禁语，忌语

⑤ 任何讽刺挖苦的语言，或对顾客不礼貌，不理睬的行为

⑥ 拒绝执行上级在权限范围内的工作指令

⑦ 营业结束时，如仍有顾客选购商品，不予接待的

⑧ 发现遗失或多或少的财物不报告的

⑨ 培训课旷课

⑩ 有其他类似行为者

⑪ 迟到、早退及脱岗 10 分钟到 30 分钟

D 类过失：每次罚款 500 元。并根据情节轻重给予无薪停职，记过，留店察看直至解除劳动关系等处分。

① 迟到、早退及脱岗 6 分钟到 4 小时

② 工作时间睡觉

③ 遇顾客投诉不及时处理或不逐级上报，造成事态扩大，影响恶劣

④ 未经批准或办理手续，私自外借公司财物

⑤ 违反财务制度，搞自开具收据或发票

⑥ 搬弄事非，诽谤他人的

⑦ 有其他类似行为者

E 类过失：犯 E 类过失人员将按规章制度马上予以辞退并追究赔偿公司、门店损失。

① 在门店售卖私人物品

② 收银员私自将营业款转借或挪用

③ 私自外传公司商业数据，文件及资料

④ 月度累计旷工达三天者

⑤ 在工作时间吵架、斗殴、打骂客人或使用低俗语言、恶语对待客人的

⑥ 偷盗公司、顾客、同事财物

⑦ 私自挪用占有顾客忘记的财物

⑧ 违反规章制度，对公司造成重大损失

⑨ 组织及煽动员工聚众闹事

⑩ 利用职务之便谋取私利

⑪ 玩忽职守，造成重大事故

⑫ 经常违反规章制度且屡教不改。

⑬ 触犯国家任何刑事法律。

⑭ 有其他类似行为者

F 类：其他与规范相对应的处罚条例。

5．奖惩提报及实施

（1）人事部门将定期公布“奖惩公告”。

（2）员工个人奖惩记录将由人事部门负责记入员工个人档案。

（3）对于弄虚作假、骗取奖励的员工，应当视情节轻重，给予必要的处分。

（4）对于滥用职权，利用处分员工进行打击报复或对应处分员工进行包庇的人员，当从严予以处分，直至追究刑事责任。

（5） 一人有两种以上违纪行为的分别裁决，合并执行。

（6） 二人以上共同违反公司规定的，如发现教唆、胁迫、诱骗他人违纪的行为，按同样违纪情况下加重一级处罚

（7）店长（代理店长）做为门店的最终负责人，有责任和义务维护门店的财和物的安全。门店如果发生财和财物的损失，要追究相关人员的责任，店长（代理店长）负有连带责任。如果找不到责任人，店长（代理店长）要负主要责任。**店长/代店长违反以上相关规范制度按普通员工 10 倍进行处罚！主管/经理/代理店长违反以上相关规范制度按普通员工 5 倍进行处罚**

（8） 员工因违反门店规章制度造成财产损失或他人人身伤害的，应当承担赔偿责任， 对构成犯罪的将依法送交司法机关处理。

第六章 员工行为规范

1. 遵守公司规章制度，服从上级命令，有令即行。如有意见或建议，应在事后陈述；如遇同事繁忙，应遵从上级指挥，予以协助。
2. 服从公司的组织领导与管理，对未经明示事项的处理，应请示上级，遵照办理。
3. 严格保守门店的经营、数据、财务等机密。
4. 不得利用上班时间从事与本职工作无关的活动。不得毁坏、非法侵占门店的财物。
5. 遵纪守法，遵守公共道德，对外交往要有理、有利、有节。在公众面前做到仪表整洁，举止端庄，行为检点，谈吐得体。切记每位员工的言行是门店形象和风貌的体现。
6. 员工之间要团结合作，互相信任，互相学习，沟通思想，交流感情。

门店员工行为规范

1. 员工应统一着装，配戴胸卡，保持仪容仪表整洁、得体。
2. 保持店内地面整洁无杂物，试衣（鞋）镜、货架、更衣室、橱窗、仓库及陈列物品干净整洁。
3. 保证出样货品按标准摆放，品牌插牌、价目牌、合格证准确无误。
4. 员工应各就各位，无依靠，站姿正确。
5. 不得穿工作服在卖场吃东西、会客长谈、嬉戏打逗、看书报杂志（公司资料除外）、干私活。不得吃带异味的食物。
6. 员工之间应整体合作，配合默契。
7. 面带微笑，主动迎送顾客。顾客试吃时，应主动服务，及时解答顾客疑问、介绍产品。
8. 不得议论、模仿、讥笑、围观顾客，不得因上货、盘点等内部工作影响接待顾客。
9. 顾客购买货品时，应双手将货品交到顾客手中，并当面清点货品、收银小票等并用上礼貌用语。

第七章 关于盘点正负项的处理

盘点出现正负项的原因：贴错条码（如果是配送中心贴错所造成的，由配送中心负责）签单错误，收银录入错误，盘点错误等，以上错误是由于员工疏忽大意造成，故对于这些行为作出下列处罚。（无论门店大小，销售额多少，处罚相同）

1 盘点正负项在 5 项以下的，处罚 200 元；

2 盘点正负项在 5-10 项以下的，处罚 400 元；

3 盘点正负项在 11-15 项以下的，处罚 600 元；

4 盘点正负项在 16-20 项以下的，处罚 1000 元

5 盘点正负项在 21-25 项以下的，处罚 1500 元；

6 盘点正负项在 26-30 项以下的，处罚 2000 元

7 盘点正负项在 31-35 项以下的，处罚 2500 元；

8 盘点正负项在 36-40 项以下的，处罚 3000 元

9 盘点正负项在 40 项以上的，处罚 4000 元

以上罚金由门店同事分摊，主管及店长双倍罚款，其余人员均摊。

第八章 关于丢货赔偿与处罚

1 丢失货品能确认责任人的，由责任人按照零售价进行赔偿；

2 丢失货品能确认区域的，由区域内责任人员按照零售价进行共同赔偿，不能确认区域人的店长全责；

3 每月丢失货品占营业额千分之二以下，不能明确责任人及区域情况下，按照实际丢失货零售价总金额，由店内及所有员工共同均摊赔偿。

4 每月丢失货占营业额千分之二至千分之四，不能明确责任人及区域情况下，按照实际丢失货零售价总金额，由店内及所有员工共同均摊赔偿，店长占双倍赔偿份额。

5 每月丢失货占营业额千分之四至千分之六，不能明确责任人及区域情况下，按照实际丢失货零售价总金额，由店内及所有员工共同均摊赔偿，店长占三倍赔偿份额。

6 每月丢失货占营业额千分之六以上的，不能明确责任人及区域情况下，按照实际丢失货零售价总金额，千分之六以下由店内及所有员工共同均摊赔偿，店长占三倍赔偿份额。千分之六以上的由店长负责赔偿。

第九章　其它

一、员工管理

1.仪容仪表方面：

1-1）每天穿着工作服/围裙，工作服须整齐干净、无异味、无破损；佩戴工牌，尽量不佩戴饰品；长发须扎好，不得披头散发，工作时间能戴好工作帽与防口水飞沫的器具，防止头发脱落与口水飞溅；

1-2）女员工可适当化淡妆，不得浓妆艳抹，妆容产品不得有浓烈气味；

1-3）手脚指甲不得过长，不得涂指甲油，不得在大厅或客人面前脱鞋、换鞋；

2.服务态度方面：

2-1）面带微笑，自然站立，不得依靠桌椅、柜台或门窗站立，不得双手抱胸、不得双手叉腰；

2-2）面对客人说话时语速不宜太快，注意与客人保持一定的说话距离并保持微笑，以免在说话时无意中喷出口水到客人身上，发现到店客人要服务周到、热情好客，用好“您好”、“欢迎光临”、“请问您需要什么”、“欢迎下次再来”、“谢谢”、“对不起”、“下次一定注意”、“可以的”、“马上”、“感谢”等礼貌用语；

2-3）坐着时，背要挺直，不翘二郎腿，穿裙子的女员工须注意正确坐姿，同时确保裙子长裤到膝盖以下；

2-4）佩戴眼镜的员工，须注意不得佩戴有色的隐形眼镜；佩戴框架眼镜的员工须确保框架合适，不得在客人面前频繁地扶眼镜。

二、店铺管理

1.工作规范方面：

1-1）工作时间如非重要情况，不得随意接打个人手机，或私自跑仓库去打私人电话、刷视频、聊天等；

1-2）不得在店铺内梳头、化妆、照镜子、拖鞋换鞋，如确实有必要，可去洗手间处理；

1-3）无论店铺里是否有客人，都不得聚众聊天、嬉戏、饮酒打牌、高谈阔论、大声唱歌、吵架斗殴等；

1-4）店铺的收款码须摆放在显眼、方便的位置，如有破损须及时更换，店铺内留存少量现金，以备找零，现金出入须每天记账登记；

1-5）无论店铺是否有客人，均不得在店内睡觉、串岗、外出、接待亲朋好友、提前下班等，如需外出的，需请假说明情况；

1-6）未与本店合作的商家或个人，不得在店铺内发送宣传单、引流拉客，本店员工须劝说其离开；

1-7）店内商品的储存、摆放、上架、售卖的职责是一切以“鲜”为使命，店内商品设置员工内购价的，本店员工购买可按内购价处理，但购买时须做好登记。

2.店铺卫生方面

2-1）店内卫生以“净”为职责，门店员工轮流值日，每天进行日常打扫，每周进行集体大扫除，确保桌椅干净整齐、柜台摆放整齐、店铺内所有物品表面干净不积灰、地面整洁干净无水渍，本条为店长负责制；

2-2）有客人到场时不得打扫卫生，如正在打扫，须快速清理，洗手后接待客人，待客人离开后再继续打扫；

2-3）店铺内存放的杂志、海报，须确保干净，摆放整齐，如出现破损，及时修复处理；

2-4）店铺内零食盘中的小零食须定期查看，确认是否过期、是否融化、是否变质，如有不妥，须及时更换。

三、奖罚管理

(1) 所有员工按时上下班、不得迟到或早退，如在下班盘点时有客人上门，须立即热情接待客人，如有与客人争吵、谩骂、口出脏语的，一次罚款 500 元，情节严重的立即开除并扣除一切未发的工资、奖金、提成等；

(2) 迟到和早退超过 3 次的，从第 4 次开始，给予一定惩罚，每次罚款 20 元；

(3) 事假或病假可向店长请假，店长需在当日内向公司人事报备，未请假视为无故旷工，旷工者扣除当天工资和当月奖金；旷工超过 3 天的，视为离职，不发当月工资、提成和奖金；

(4) 上述员工管理和店铺管理所有项目，如有违反，给予 5-100 元/次的罚款和记过处分，具体处罚由店长根据实际情况酌情处理，在每次处理后需及时上报公司人事部门；

(5) 每日店内到货需进行复秤，复秤的实际重量在到货单的“备注栏”进行实际登记。未复秤进行上架、分割、售卖的违反一次扣除当月工资并扣除实际未发的全部工资并保留开除的权利。

(6) 门店员工实行以“鲜”未工作职责与使命，在视觉内、在售卖过程中、在上架、分割操作

中一切以“鲜”未使命，如将有黄叶、烂菜叶、预包装食品的包装破裂商品、过期食品、死鱼死虾、异味肉类等商品进行售卖的、上架商品未执行本条的按照当班员工罚款 50 元/次，店长罚款 200 元/次，造成严重后果的由当班店员、店长负全部责任。

(7) 店内员工须持健康证上岗，店内营业执照、店长、店员、健康证须贴在店内指定的明显位置，未执行或执行不全的，店长一次罚款 200 元。

(8) 门店内一切以“净”为工作职责，公司安排视频监管人员、门店督查人员进行检查和不定时的抽查，发现门店地面有积水的，须在 5 分钟内进行清理，超时清理的罚款 50 元/次；店内地面有杂质、烟头、烂菜叶、泥巴等地面、台面、桌面、柜台不干净的，须在 5 分钟内处理，超时未处理的，门店每月第一次警告、第二次后当班全体人员和店长，每人每次罚款 50 元/次，第三次罚款 100 元/次，第四次罚款 200 元/次，以此类推；视频监管当班人、门店抽查人员不作为的，按照门店店长的处罚标准进行处理。

(9) 店长需确保月度综合毛利在 30%以上，超过 30%的予以奖励，为了明确责任，鼓励员工多劳多得，少劳少得，发现人才，留住人才，店内员工配置按照社区店 3 人、旗舰店 5 人的标准进行配置，员工工资按照营业额的 8%——12%进行实发，其中月度营业额的 8%为月度实发，月度营业额的 2%为第二季度的中旬进行实发，月度营业额的 2%为第二年的第二季度进行实发。如有分割师的，分割按照内类的实际营业额予以计算；如新店开业的在第二自然月开始执行。

a. 社区店的计算方式为：社区店店长 40%、店员按照 30%、30%予以分配；比如以奥园店 2023 年 10 月的营业额为 171946 元为例予以计算，店长 10 月份的工资为：171946X08%X0.4=5502.27 元；其余两名店员为：171946X8%X0.3=41267.04 元；第二个季度实发：171946X2%X3X0.4=4126.7 元（店长），其余两名店员为：171946X2%X3X0.3=3095.2 元（店员）；年度实发：171946X12X2%=41267.04 元；

b. 旗舰店的计算方式为：店长 2.5%，其余四人为 7.5 除以 4 予以平均进行计算。

c. 店长工作时间为：早 06:30—11：00、16:30—20:30 分；A 店员工作时间为：05:30—13:30 分；B 店员工作时间为：13:00—21:00 分。

d. 每两家旗舰店安排一名机动店员予以调休补缺，每四家社区店安排一名店员予以机动调休；

e. 门店的四项功能：

① 零售=生存，按照标准予以计算

② 店为中心的三公里小 B 配送=盈利，门店人员销售本项的奖励以实际销售营业额为基

础予以 3%进行奖励，配送费用按照店到客户处的 6%予以计算；

③ 店为中心的三公里到家服务=可持续发展，按照实际营业额的 2%予以门店人员奖励，配送费用按照实际营业额的 8%予以核算；

④ 店为中心的三公里范围预售=福利与抗风险，预售的按照实际营业额的 10%予以计算，包含到家服务与到店自提；如是私域专人营销的，门店获得实际营业额的 2%，剩余 8%由私域运营团队进行分配。

(10) 对于存在贡献、争取和维护店铺利益的员工，按实际情况给予 100-50000 元不等现金奖励，具体金额由分管负责人据实上报总经理，批复后执行。

第十章 后记

一、本制度从颁布之日起开始实施。

二、本制度将打印装订成册，以门店为单位进行保存；

三、所有门店同事须认真阅读本制度，在理解的前提下签字认可，并交人事行政部备案；

四、店长负责对今后新进员工有义务及时告知并督导阅读、签字；

五、自本制度实施之日起，凡过去一切决定、规定、制度等与本制度冲突之处均以本制

六、度为准。

大农科技股份有限公司

年 月 日

附件 店员晋升制度

一、公司将实行店员晋升制度，为门店工作人员建立助理店长、店长、资深店长、运营主管四个等级的店员晋升阶梯，每一位门店员工都可以根据自身条件和业务专长，经过个人的努力得到晋升。

二、晋升顺序：店助--店长--资深店长—运营主管

三、晋升条件（需经三个月的考察期）：

1、新员工试用期满经考核合格转正后，直接为正式员工并签订劳动合同、购买社保；

2、店员工作满二个月，且工作期间认真遵守公司各项规章制度，工作期内无发生重大工作失误，未给

司造成重大损失者；工作积极、努力，完成公司下达和部门分解的目标计划者，可申报晋升店助。

3、店助工作满三个月的，且工作期间严格遵守公司各项规章制度，考核期内无发生重大工作失误，未给公司造成重大损失者；工作积极、努力，并能自觉协助店长或资深店长进行店务管理工作者；在同类门店中业绩突出者；可申报晋升资深店长。

4、资深店长工作工作满半年，在门店管理工作中表现优秀，及时上报相关报表及数据，无迟报或漏报现象；能积极主动协助运营部主管进行店务管理工作者；本团队在同类门店中业绩突出；经运营主管提议，可申报晋升。

5、运营主管工作满半年以上，在门店运营管理工作中表现优秀，及时上报相关报表及数据，无迟报或漏报现象；能积极主动店长、资深店长进行店务管理工作者；本团队在同类门店中业绩突出；经上级提议，可申报晋升。

四、晋升程序：

1、店员的晋升由各店长申报，说明申报理由、业绩、符合晋升条件的类型；营运主管审核，营运部门负责人批准后，交人事行政部备案。营运部、培训部、人事部进行考核，合格者给予晋升。

2、资深店长和店长的晋升，由营运主管申报，说明申报理由、业绩、符合晋升条件的类型；营运部经理审核，人事行政部复核。营运部、培训部、人事部进行考核，合格者报事业部总经理批准后，给予晋升。

3、晋升考核合格者，由店长填写《岗位调动申请单》，逐级报批后，交人事行政部备案。

4、凡遇员工从低岗（级别）调至高岗（级别）时，需经一至三个月考察期，考察期间按

原岗位的工资待遇执行，考察期满，经考核合格者，按新岗位的岗位工资待遇调整。调整标准按新岗位的起始标准执行。

五、下列情况不得参加晋升：

1、考核期内有严重违纪的；

2、考核期内出现重大责任事件；

六、试用期内未达到门店要求的店员，我们将予以辞退；如仅业绩未达标但其他各方面表现较好者可由店长将名单及该店员的综合表现提交营运部备案，营运部进行适当指导和跟踪，对连续 3 个月仍不能达到要求的店员，由各门店上报营运部批准，人事部办理辞退手续。

七、为使晋升制真正起到激励先进之作用，每年对已晋升的人员进行年度业绩考核，对不符合任职条件者，将降回原级别。

阅读签名栏

序号	阅读人姓名	日期
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		
11		
12		
13		
14		
15		
16		
17		
18		
19		
20		
21		
22		
23		
24		
25		
26		
27		
28		
29		
30		

门店标准作业规范书

门店标准作业规范书	文件编号	
	版本编号	
	页　　码	共 10 页
	汇编日期	

文件名称：门店商品陈列标准

门店常规货架商品陈列标准

一、工作目标：

保持门店商品整齐丰满，标价准确，无过期商品存架，为顾客提供整洁舒适的购物环境和良好的服务。

二、商品陈列管理

（一）商品陈列的目的：

①提高销售额，加快商品周转和资金周转率；

②增强美感、商业感，刺激顾客购物；

③方便顾客拿取、判断（易看、易选、易拿）；

④补货方便；

⑤具有价低质优的概念和形象；

（二）不同排面的销售量

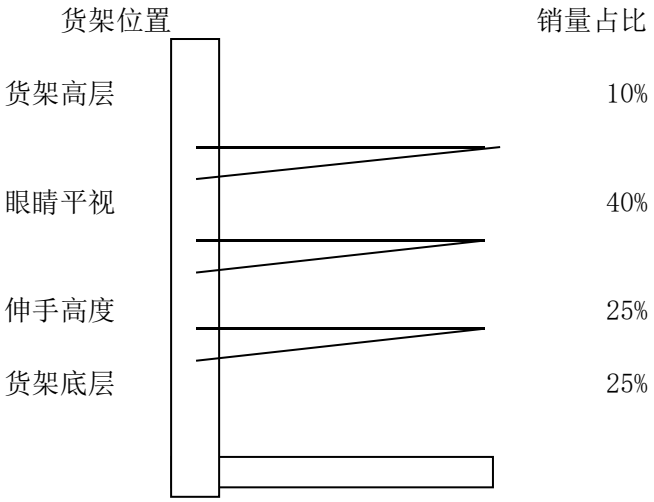
货架上四种不同层面：

①货架底层——低于 0.5 米

②伸手高度——0.6-1.2 米

③眼睛平视——1.3-1.6 米

④货架高层——1.7 米以上



（三）商品陈列的流程：

①熟知品项，货架类型号尺寸
②确定每类商品所需货架数量
③确定每个货架的商品数目
④画陈列图，并计算陈列量
⑤实际陈列
⑥局部调整
⑦商品陈列确定，修改陈列图，确定陈列图

（四）商品陈列的基本要求：*整齐、清洁、美观、丰满*

①明确陈列商品的目标顾客，以方便顾客为原则。

②明确所陈列商品的数量，保持丰满，又节省空间。

在门店经营中，商品陈列的数量应该和商品销售的数量成正比。如一周中 A 商品销售了 50 个，B 商品销售了 30 个，C 商品销售了 10 个，那么适当的商品陈列应该是 5：3：1。要适当加大流动较快的商品的陈列，缩小直至删除销量较小的商品陈列。

③要明确所陈列商品的面，要注意以下几点：

A、陈列商品的哪一面容易让顾客看到；

B、陈列商品的哪一面能突出商品的主要特征；

C、商品的哪一面容易让顾客了解其内容；

D、商品的哪一面容易陈列。

④明确商品陈列的形状。一种商品用台式陈列还是挂式陈列或架子陈列要由商品的定位、用途、商品特性来决定。

⑤明确商品的陈列地点。一种商品陈列在卖场什么地方才能引起顾客的关注是由店内商品布局及动线来决定。还要考虑与周围相关商品的组合，以便起到热卖的效果。

（五）陈列道具：

A、层板：一般商品陈列（袋装、瓶装等）

B、斜口笼：方便面、小包装食品等

C、钩：悬挂陈列的商品（如：袜子、拖鞋等）

D、特殊陈列架（如：碗架、鞋架等）

E、栈板：用于陈列促销商品及店内推广商品

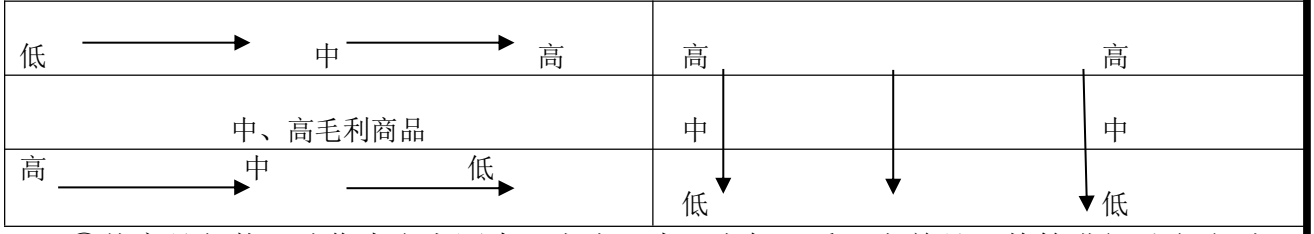
（六）商品陈列的基本方法：

关联性商品陈列是陈列时必须遵守的第一准则，所谓关联性陈列是指以功能分类陈列的商品，不以供应商来区分陈列（如供应商强烈要求，则属于特殊陈列，供应商需办理特殊陈列手续）。在顾客购物路线的左右两侧同时陈列同类商品，关联商品在同一货架的另一面。

①公平货架，以销售决定陈列空间。

②在依销售决定面积的同时，注意每个商品的最小陈列尺寸，以该商品不会因为太小的陈列被顾客忽视为原则。

③从商品价格因素来考虑由低到高、由左到右；从顾客动线因素来考虑由上到下、由高到低的陈列原则，黄金视线 90CM---130CM。 BAY



④从商品包装尺寸作为参考因素：上小下大，上轻下重，上单品下整箱进行垂直陈列。每个陈列面最小不低于 24CM，最大不能超过半个层板（架中架和合作商买断货架除外）。

⑤从商品的颜色来区分：以容易吸引顾客视线的商品陈列在醒目处。

⑥从主题性商品来分割陈列：相同主题的商品陈列在一起。

⑦冲动性商品放在临近通道入口处的地方陈列，日常性的消耗品陈列在店后方或较次的位置。

⑧较小的商品放在货架的上面，较重较大的商品放在货架的下方，以增加安全感及视觉美感。

⑨陈列须是满货架陈列。

⑩优先选择相对垂直陈列的原则。

⑾体积庞大，笨重及低毛利商品陈列在货架下层。

⑿商品陈列图一经确认，员工不得随意更改。

⒀重架层板（如粮油层板）最多不能超过五层，轻架层板最多不超过八层（以 1.8CM 以下为陈列区）。

⒁所有有颜色之分的商品,请分开陈列：

红	黄	兰
红	黄	兰
红	黄	兰

⒂所有有尺码的商品请按规格陈列(上小下大)：

S	S	S
M	M	M
L	L	L
XL	XL	XL

（七）商品陈列的原则

商品陈列的目的就是要让商品在货架上充分显示自己，最大限度地引起顾客的购买欲望，商品的陈列技术是非常关键的。合理、规范的商品陈列，必须掌握几个原则。

1. 一目了然的原则（显而易见的陈列原则）

门店所采用的是自助式的销售方式，是由商品本身来向顾客最充分地展示、促销自己。对连锁门店而言，商品陈列是最大的，也是最直接的销售手段，要做到让商品在货架上达到最佳的销售。因此，要使商品陈列让顾客显而易见必须做到以下几点：

- ❖ 商品品名和贴有价格标签的商品正面要面向顾客；
- ❖ 每一种商品不能被其他商品挡住视线；
- ❖ 进口商品应贴有中文标识；
- ❖ 商品价目牌应与商品相对应，位置正确；
- ❖ 标识必须填写清楚，产地名称不得用简称，以免顾客不清楚。

实践证明，连锁门店的商品价格标签位置对顾客挑选商品时，也会产生积极的影响。因此，规范打贴价格标签的位置，就显得十分重要。同时，价格标签位置的规范化，对收银员提高收银速度创造了条件。

提高到打贴价格标签的位置时，应注意以下几点：

❖ 商品价格标签的打贴位置应在商品正面的右上角，如遇右上角有商品说明文字，可打贴在右下角。

❖ 罐头商品价格标签打贴在右上角，绝不允许打贴在罐盖上方，因为，罐盖上方容易积灰尘，不便理货员整理清洁商品，尤其是不畅销的商品（罐装、盒装商品）。

❖ 瓶装商品价格标签打贴在商品正面的右上角，如酱油、酒瓶等。

❖ 高档商品、礼品的标签打贴位置要打在商品正面右上角的侧面。

❖ 商品因季节、时令价格调整时，必须将原价格标签撕掉，重新打贴价格标签，绝不允许同一种商品出现两种价格，以免减少不必要的麻烦，减少收银员的操作差错。

商品陈列分类要容易选购。目前国内营业面积 100 M2 以上的便利店经营商品一般在 2000 到 25000 种左右，500 到 10000 种左右。店内商品的大分类、中分类、小分类表示要清楚，不要混乱，使顾客进入店堂内很容易找到自己要购买的商品。

商品陈列位置要容易找到。商品陈列位置符合顾客的购买习惯，对一些季节性的、节日期间、新商品的推销区和特价区的商品陈列要显著、醒目，使顾客明白商品所表达的意思。

陈列的商品要使顾客容易看见。

商品要正面面向顾客。

商品摆放要从左到右，标价牌固定在第一件商品下端，作为商品位置起点标记和隔邻商品的分界线。

商品陈列在货架上端时，要稍倾斜，使顾客能看清楚。

陈列器具、装饰品以及商品 POP 不要影响店内购物顾客的视线，也不要影响店内照明光线。

2. 容易挑选的原则。

有效地使用色彩、照明。决定货架上商品位置的时候，要注意商品外包装颜色搭配的艺术性，尽量使顾客感到舒适、醒目。对于鲜肉、鲜鱼生鲜食品柜，灯光可以选择淡红色，以增加商品的鲜度感。对于需要强调的商品，可以用聚光灯加以特殊的照明，以突出其位置，引起顾客注意。门店、便利店内要达到标准的照明度，使商品能清楚地展现在顾客面前。

陈列的状况要使顾客容易挑选。按适当的商品分类进行陈列，不要给顾客混乱的感觉。商品陈列的价格牌、商品 POP 牌摆放要正确，要明确显示商品的价格、 规格、产地、用途等。尤其是特价陈列，就更要明确与原价的区别处。必要时可向顾客提供购物参考、购物指南、商品配置图等，使顾客进店后，马上就能找到自己所需的商品。

商品的陈列要使顾客有比较性的选择。同类商品的花样、颜色、尺寸有所不同，陈列时要便于顾客分清挑选。同类不同品质的商品陈列也便于顾客比较选择。在某类商品脱销时，要及时向顾客推荐展示代用品。

系列商品的垂直陈列，也叫纵向陈列。纵向陈列能使系列商品体现出直线式的系列化，使顾客一目了然。系列商品纵向陈列会使 20%至 80%的商品销售量提高。

系列商品如横向陈列，顾客在挑选系列商品某个单品时，就会感到非常不便。因为人的视觉规律是上下垂直移动方便，其视线是上下夹角 25 度。顾客在离货架 30 厘米至 50 厘米距离时挑选商品，就能清楚地看到 1 至 5 层货架上陈列的商品。而人视觉横向移动时，就要比前者差的多，因为人的视线左右夹角是 50 度。在顾客离货架 30 厘米至 50 厘米距离时挑选商品，只能看到横向 1 米左右距离内陈列的商品。

系列商品横向陈列在一个段位就会造成要么销售很好，要么销售很差的现象。

70%左右的顾客到连锁门店购物都是带有目的性的，如横向陈列就会影响其他顾客在通

道内行走或挑选商品所带来的不便（目前，大部分连锁门店内的通道都较狭窄）。同时，因横向陈列顾客在挑选商品时要往返好几次，否则，就必然会将某些商品漏看。顾客在纵向陈列商品面前一次性通过时，就可以看清楚整个系列商品，从而会起到很好的销售效果。

同类商品要垂直陈列，避免横向陈列。由于顾客选择商品不同品种时，视线上下垂直移动比横向移动方便，所以同类商品采取垂直陈列的方法，使同类商品在货架上的不同段位上都能享受到销售的机会。

3. 便于取放的原则。

商品陈列的位置要恰当方便。如果顾客拿不方便，就会很扫兴，大大降低购买的欲望。所以货架上陈列的商品与上隔板应有一段距离，便于顾客的手能伸进去取放商品。这个距离要掌握合适，以手能伸进去为宜。太宽了影响货架使用率，太窄了顾客无法拿取商品。

商品陈列是还要考虑到顾客的身高。不要把商品放在顾客手拿不到的位置。放在高处的商品即使顾客费了很大的劲拿下来，如果不满意，很难再放回原处，也会影响顾客的购买兴趣。

货架上陈列的商品要稳定，排除倒塌的现象，给顾客以安全感。门店和便利店中经营的瓶装商品较多，如调料、酱菜、水果罐头、咖啡 、奶粉、乳品等。一般一层货架只能摆放 1 到 2 层，如果摆放得太高， 一是不便于顾客取放，二是稍不注意，就有碰倒商品，砸伤顾客的可能，不仅损失了商品，也破坏了顾客的购买情绪。

4. 丰富丰满的原则 （放满陈列的原则）

门店的商品作到放满陈列，可以给顾客一个商品丰富、品种齐全的直观印象。同时，也可以提高货架的销售能力和储存功能，还相应地减少了门店的库存量，加速商品周转速度。有资料表明，放满陈列可平均提高 24%的销售额。因此，商品放满陈列要作到以下几点：

货架每一格至少陈列三个品种（目前，国内货架长度一般是 1.0 米至 1.2 米）畅销商品的陈列可少于三个品种，保证其量感；一般商品可多于三个品种，保证品种数量。

按每平方米计算，平均要达到 11 至 12 个品种的陈列量。

当畅销商品暂时缺货时，要采用销售频率高的商品来临时填补空缺商品的位置，但应注意商品的品种和结构之间关联性的配合。

货架上商品数量要充足。门店或便利店的经营者对每种商品每天的时段销售量要有准确的统计数字，尤其要考虑平日与周六、周日的区别， 注意及时增减商品数量。使商品的陈列量与商品的销售量协调一致，并根据商品的销售量确定每种商品的最低陈列量和最高陈列量，以避免货架上“开天窗”(脱销)和无计划地堆放商品，给顾客单调的感觉。

货架上商品品种要丰富。商品品种丰富是提高销售额的主要原因之一。品种单调、货架空荡的商店，顾客是不愿意进来的。门店的一个货架上每一层要陈列 3 至 4 个品种，便利店则要更多一些。从国内门店经营情况看，店堂营业面积每平方米商品的品种陈列量平均要达到 11 到 12 个品种。不是说 100M2 的便利店经营品种至少要达到 1200 种左右，500M2 的门店要达到 5000 到 6000 种左右，1000M2 的门店要达到 10000 种以上。

5. 整齐清洁的原则。

做好货架的清理、清扫工作。这是商品陈列的基本工作，要随时保持货架的干净整齐。

陈列的商品要清洁、干净，没有破损、污物、灰尘。尤其对生鲜食品，内在质量及外部包装要求更加严格。不合格的商品要及时从货架上撤下。

商品的陈列要有感染力，要引起顾客的兴趣。要注意突出本地区主要顾客层的商品品种、季节性商品品种、主题性商品品种，用各种各样的陈列方式，平面的、立体的、全方位展现商品的魅力，最大限度地运用录像、模型、宣传板等，使商品与顾客对话。

6． 避免损失的原则（前进陈列的原则）

当商品第一次在货架上陈列后，随着时间的推移，商品就不断被销售出去。这时就需要进行商品的补充陈列。补充陈列就是要遵循前进陈列的原则来进行。

首先，要将原先的陈列商品取下来，用干净的抹布擦干净货架。然后，将新补充的商品放在货架的后排，原先的商品放在前排面。因为商品的销售是从前排开始的，为了保证商品生产的有效期，补充新商品必须是从后排开始。其次，当某一商品即将销售完毕时，暂未补充新商品，这时就必须将后面的商品移至前排面陈列（销售），决不允许出现前排面空缺的现象，这就是要作到前进陈列的原则。如果不按照先进先出（前进）陈列的原则，那么后排面的商品将会永远卖不出去。门店的食品是有保质期限的，因此，采用先进先出的方法来进行商品补充陈列，可以在一定程度上保证顾客购买商品的新鲜度，这也是保护消费者利益的一个重要方面。

坚持商品先进先出。货架上的商品卖出后，需要不断地补充商品。补充商品的方法是从后面开始，而不是从前面把商品推出去。具体的方法是把货架上原有的商品取出来，放入补充的新商品，然后再把原来的商品放在前面。对一些保质期要求很严的食品，用先进先出的方法补充商品，既可保证顾客购买商品的新鲜度，又不会使排在后面的商品超过保质期，给商店造成损失。

7． 传统陈列方法与现代陈列方法有机结合的原则。

国内商业在发展门店的初期，要注意针对具体情况处理好传统陈列方法与现代陈列方法相结合的问题。如：猪肉目前加工、包装程度均较低， 冷藏技术不成熟，城市居民又多喜爱食鲜肉。因此，不仿仍延用传统的台式陈列法，或分割成不同大小的块状由顾客自选，或整片陈列，顾客选中部位后由营业员切割。

8． 保持新鲜感的原则。

即采用多种不同的商品陈列方法，并定期变化，增强店堂的新鲜感、变化感。

商品陈列技术是门店销售的基本技术，如果运用得好会大大地提高销售量。据资料表明，正确地运用好商品的陈列技术，销售量可在原有的基础上提高 30%。

9．同一小分类商品垂直陈列

同一小分类商品垂直陈列，避免横式陈列，其作用是：

①顾客在挑选同类商品时减少横向走动；

②可根据同类商品的不同销售情况，分别摆放在同一段货架中不同的高度，以达到均衡销售的目的。

（八）门店商品陈列技巧

1、门店商品陈列布局

为方便日常管理及顾客选购商品，门店应按商品的小分类（按用途属性分类）划分陈列位置，并按顾客消费习惯把相关联的类别集中分区域陈列。一般可分为下列区域：

烟酒

冻品（冻肉、点心、鲜奶、牛奶、雪糕等）

基本食品（油米、米面制品、酱料、调味品等）

休闲食品（糖果、饼干、小食）

早餐食品（饮品、面包、麦片、咖啡、奶类）

个人卫生用品（洗发水、沐浴露、纸品）

家居清洁用品（洗衣粉、洗洁精、杀虫水）

家庭杂用品（煮食用品、杯、盘、碗筷、水桶等）

生鲜食品（蔬果、鲜肉、熟食、鸡蛋等）

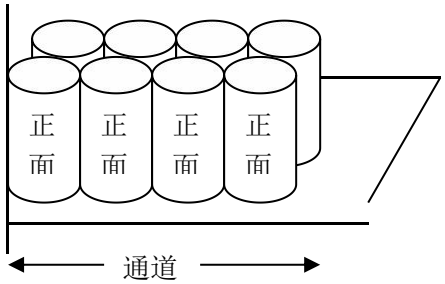
2、门店商品陈列技巧

⑴横架直列

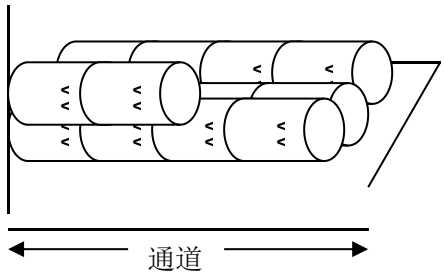
同一小分类商品必须集中陈列并以垂直方式摆放。

⑵商品面象陈列（面象即商品有商标的正面）

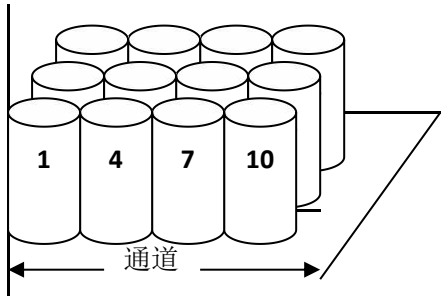
陈列在货架上的商品必须把商品面象正对顾客。



如果横放陈列的商品，面象摆放的方向要一致。

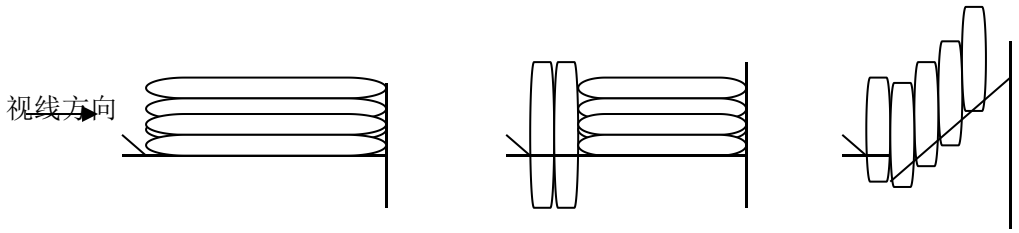


陈列在货架第一排商品应与层板边齐平，如用右手陈列，则应如下图顺序，以层板左前端为起点，从前至后，从左至右摆放。



⑶袋装商品陈列

袋装商品通常难以单独站立摆放，用平放式又不能把面象正对顾客，可采用靠背站立式或调较斜层板让细薄的袋装商品斜靠在层板上站立摆放。



①平放式　　②站立式　　③倾斜式

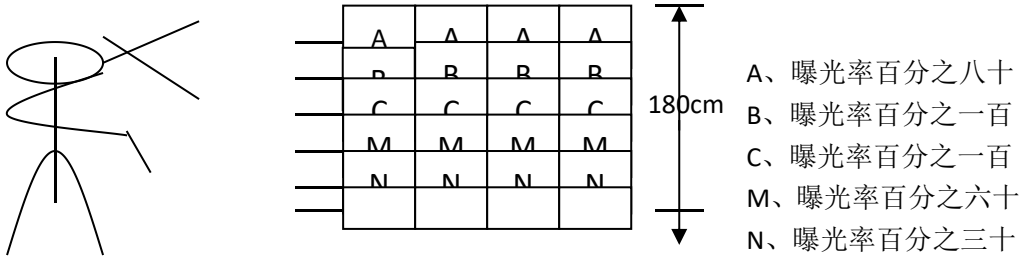
⑷叠砖式陈列

门店多采用密集式分层陈列，每层商品摆放的最高点称为“天界线”。由于每层商品均有高有低，影响到“天界线”不成一直线，整体陈列则显得不整齐。

叠砖式陈列法就是把不够“天界线”高度的商品用垫高或填补的方法达到 “天界线”高度的商品用垫高或填补的方法达到“天界线”的高度，以成一直线，保持商品的整齐陈列。

⑸按货架不同的高度层次陈列

成年人高度约为 1.6 米至 1.7 米，而货架一般高度为 1.8 米。所以成年人站在货架旁，眼平线的范围一般是 1.4 至 1.8 米。如下图。通常商品陈列曝光率与销售成正比例。把新商品、流量慢、毛利高的商品陈列在眼平线内，将有助于该商品的销售，同样道理，按儿童的高度在儿童眼平线范围内陈列一些吸引儿童的商品，亦有助提高销售量。



⑹商品卡管理及面象数量定位

门店通常使用横铁货架，中间没有立柱，难以划分商品的摆放位置。商品卡定位就是把商品卡贴在该商品陈列位置的左面作为起点，至下一商品卡之间的距离就是该商品的陈列位置。在商品卡右上角填上可陈列的面象数量，以备商品卡遭左右移动后亦能清楚该商品实际占用货架位置的间距。

门店应保证每一种陈列商品必须有相应的价牌标示，商品位置调动，相应的商品卡必须随之调动；

门店商品的售价已由公司统一设定在电脑后台上，各门店应经常注意核对价格资料，特别在价格更改、特价生效的第一时间，如发现错漏应立即通知店长打印商品卡进行更正；

价格更改前会有一份改价通知分发各门店，门店应按时换上新商品卡；

特价、会员价生效时应在特价、会员价商品的正常商品卡上摆放特价、会员标签和相应的推荐牌，特价、会员价结束时取下特价、会员价标签和推荐牌；

原则上不允许门店存在手写商品卡，门店存在手写商品卡时，应及时向公司电脑部申请打印，待商品卡到达门店后及时更换；

当商品缺货时，应贴缺货牌，缺货牌的摆放要求是置于商品商品卡的右下角，与商品卡边角齐平，以遮盖商品价格为宜。

3、商品陈列的一般要求

⑴商品应按商品卡名称、面象陈列数目对牌摆放上架；

⑵商品前沿应摆放至层板边齐平；

⑶上架商品必须保持整齐清洁，正面面向顾客；

⑷小分类商品集中陈列，并以垂直方式摆放；

⑸销量越多的商品，摆放位置应越大，销量越少摆放位置可适当缩减；

⑹补货上架时应留意商品之有效期并注意“翻底”，做到先进先出；

⑺上架剩余之散货可摆在相邻商品之后或后备仓，不得越位摆放；

⑻如果遇缺货应挂缺货牌，并将相邻的商品补充面象以保证货架的丰满度。

4、特价商品陈列

⑴需要扩大陈列的特价商品可用端架、地堆扩大陈列，配上相应的特价标识，而原来的陈列位不变；

⑵在特价期前应注意备足特价品的货量；

⑶在不影响通道的原则下，有目的地组织特价品堆头、展台陈列，以扩大特价品对顾客的吸引效果。

5、节日及季节性商品陈列

⑴重大节日商品陈列应与同期的推广宣传活动相互配合；

⑵节日商品陈列不一定过于集中，分散陈列更能增添节日气氛以及带动其他商品的销售；

⑶季节性商品可集中端架、堆头、展台或笼车陈列。

6、新到商品的陈列

⑴收到新品后应按小分类摆放区域调整适当位置上架，并补上商品卡；

⑵贴上有公司统一分发的新品推荐牌以作吸引。

7、货架商品的整理

⑴根据货架上所定位置、面象数目将商品面象向外整齐排列，并尽量将商品拉至层板边齐平，以保持良好的视觉效果；

⑵整理过程中注意检查商品的有效期及商品的标价是否准确，要将有效期短的商品摆到外面，有效期长的放到里面。检查不够丰满和缺货的商品是否已支货；

⑶商品整理时要沿着货架层板每一种商品依次进行，按从左至右，从上到下的原则，每天要求最少整理两次；

⑷搞好货架及商品的卫生，同时检查定牌定位情况。

货架商品整理的工作程序

观察货架商品的销售情况 ⟶ 及时把后备货补充上架，并做好定牌定位 ⟶ 没有后备补充的商品尽量往前移，并准备补充支货 ⟶ 查阅系统改价和特价资料，按时做好改价特价转换工作⟶检查商品的保存期，抽出坏货、过期货按规定处理 ⟶ 按货架和商品的清洁程度分段轮流进行洗抹清洁

门店地堆、端架陈列标准

一、目的：

为规范门店端架、地堆的管理，有效利用门店促销资源，特制定此标准。

二、端架陈列

（一）端架：是指常规货架的两端，陈列品种：新品、促销品、季节性商品、节日促销、采购通知陈列商品。

（二）商品陈列原则：

1、为达到“突出”目的，同一层板上陈列的品种不可超过三个；

2、为达到“美观”和“安全”目的，同一组端架上陈列的商品，要求包装、形状尽量相同，并应区分商品体积的大小。较大、较高的商品应陈列于顶层或底层，较小的商品应陈列于顾客的视平线范围内。陈列时应注意商品的高度及商品之间的衔接，排面高度尽量保持一致；

3、端架商品应保证丰满整齐，特别要注意的是端架每一层的两侧一定要用同类商品拉丰满，这样既充分利用陈列空间，又带动销售而且美观；

4、商品卡与商品必须一一对应，特价商品必须悬挂特价推荐牌，平时注意维护，缺货时可暂时取下特价推荐牌，挂上缺货牌，用相邻商品补充面象或用同类其它商品替代，不允许

出现空板；

5、档期促销品端架陈列，必须在特价生效前一天进行调整，结束前一天撤架；

6、采购通知的端架陈列，门店必须做好相应的台帐记录，并在规定时间内调整到位，结束后及时撤除。执行陈列期间，如果所陈列商品销量一般或已过季，门店可适当缩小排面，将同品牌的其他商品陈列在该端架上，保持一定的丰满度，不可一味地为了满足陈列要求而大量支货，造成库存积压，或只陈列一排面像而浪费空间和资源；

7、个别门店因陈列空间有限，常规货架不够时，允许用部分端架陈列普通商品，但同一组端架陈列的商品必须是同一小分类，并按品牌纵向集中陈列。

三、地堆商品陈列标准

（一）地堆陈列：把原箱商品叠起摆放，把顶层商品包装箱上部切除（切忌每层拆箱），以量感陈列流转较快的商品。陈列品种：特价商品、新商品、季节性商品、节庆促销商品、公司与供应商协定陈列的商品。

（二）地堆陈列标准

①地堆八条直线标准：垫板堆放一条线、地堆四角一条线、前置商品一条线、排列方向一条线、纸箱开口一条线、上下垂直一条线、地堆高度一条线以及标牌标志一条线；

②地堆摆放应注意稳固，高度一般为（1.20---1.50 米），以免倒下造成危险。同时地堆高度同四周地堆高度协调，注意卖场整体效果；

③地堆制作、维护时应注意边、角对齐，外包装相同侧面同方向堆放。顶层开箱商品应保持丰满、整齐。同一堆箱陈列的商品不宜超过两种，每一堆箱均需配有醒目、完好、正确的 POP 宣传；

④地堆摆放一般可依靠通道货架的前后端，但要注意不要影响通道畅通（留有宽度不少于 90 厘米），

⑤如通道较宽阔，可以把地堆以菱形摆放在货架中段，以带动货架商品的销售；

⑥同一小分类的商品应相对集中在一个区域做堆，食品地堆尽量不要做到用品街区，用品地堆则同样不要做到食品街区；

⑦采购通知的各类商品陈列，门店必须做好相应的台帐记录，在规定时间内调整到位，并跟进采购促销陈列标签，结束后及时撤除。执行陈列期间，门店根据销量情况进行补货，控制好库存。

地堆商品开箱上货要求：

①应用美工刀“丁”字型开箱，不得撕封箱带开箱；

②开箱时刀片伸出 1 厘米以内，切割方向倾斜 45 度（如伸出过长会割坏箱内商品）

③应检查商品有效期，注意“翻底”做到先进先出；

④做好地堆及商品的清洁卫生工作；

⑤空箱纸皮不得滞留货架通道内。

门店冻柜、保鲜柜商品陈列标准

一、目的

为更好的利用保鲜柜、冻柜的空间，优化品项结构，促进销售，提高商品毛利率，杜绝资源浪费，特制定此管理规范。

二、规范

（一）保鲜柜陈列

1、保鲜柜陈列品种：包括使用温度在 0℃—10℃之间，需保鲜贮存的商品以及因季节需要陈列的商品：

①夏季主要用于陈列日配鲜奶制品、熟食品（如雨润、双汇系列等）、饮品（如：果汁类、茶饮料等）及啤酒、水果类；

②春秋季主要用于陈列日配鲜奶制品、熟食品（如雨润、双汇系列等）；

③冬季主要用于陈列日配鲜奶制品、熟食品（如雨润、双汇系列等）及一些年庆保鲜熟食。

2、商品陈列原则：

①合理分配排面。根据商品的销售情况，销售较好的，可扩大陈列面，销售一般或较差的，可缩小陈列面；

②所有商品必须按小分类陈列，同一品牌的商品集中纵向陈列，小分类之间要有明显的分界线，不得错位陈列；

③陈列时应区分商品体积的大小，较大、较高的商品应陈列于底层，体积较小的商品应陈列于顾客的视平线范围内；注意商品的高度及商品之间的衔接，排面高度尽量保持一致；注意先进先出，以避免人为造成商品过期；

④商品陈列时商品卡与商品必须一一对应，缺货时应及时挂上缺货牌，并用相邻商品补充面象，充分利用好陈列空间，提高销售与储存功能；

⑤不需要保鲜贮存的商品不得陈列于保鲜柜内。

3、保鲜柜内商品必须每天检查商品质量，每天早中二次的保质期检查，产生的坏货必须装箱存放于保鲜柜隐蔽地方，防止顾客误拿；保鲜柜的温度需每天定时查看，检查是否有异常情况，必要时要联系专业人员进行维修。

4、打烊工作时，关闭日光灯，敞开式保鲜柜必须拉下风幕。

（二）冻柜陈列

1、冻柜的正常工作温度为零下 18℃至零下 20℃。保存温度在零下 18℃左右的商品应放置在冻柜内陈列。主要类别为：

速冻海产、水产；速冻肉类；速冻蔬菜；速冻水果；速冻速食；包点；速冻饺子、馄饨；汤圆；冰品类/冰淇淋以及其他需要冷冻储存的商品；

夏季冻柜内主要陈列冷饮类、包点；

冬季主要陈列火锅料、包点。

2、商品陈列原则：

⑴所有商品按小分类陈列，并视具体情况用塑料隔板将商品进行区分固定，以免混乱，同时以冻柜一半为界，商品面象面对顾客购物通道；

⑵在同一小分类内，同一品牌的商品集中纵向陈列，避免横向陈列。小分类之间要有明显的分界线，不得错位陈列；

⑶陈列商品不得高过冻柜指定安全线，以防冷气排放受阻，影响冻柜正常工作；

⑷散装冻品摆放用专格，陈列格上应盖好透明盖；

⑸陈列商品要严格遵守先进先出原则，来货时需将原有商品翻到上面，避免过期或变质商品出现。同时，陈列时应将体积接近、包装相似的商品尽量集中陈列；

⑹商品、电脑牌对应。要求电脑牌与商品一一对应，冻柜上方如有灯架，可在灯架下悬挂海报纸，将每一小分类的电脑牌集中整齐地贴在相应的海报纸上。散装冻品要贴上合格证、卫生许可证、保质期、生产厂名、厂址；

其它不需要速冻的商品不得陈列于冻柜内，特别是啤酒（会引起爆炸）。

3、产生的坏货按供应商分别存放装箱，存放于正常商品下面，同时在自购货坏货登记本上登记好供应商编码、品名、数量、处理原因、处理日期。存放过程非必要不得开启，直至后台录单后供应商退货时当面清点。新产生的坏货集中在下次做同样处理。根据供应商的送货时间对坏货进行处理。

4、冻柜需每天定时查看、每月定期清洗（要求每月进行一次除霜清洗），若商品变软或表面蒙霜、结冰时，则需检查冻柜是否有异常情况：如除霜时间设定、冷凝机工作是否正常等，必要时要联系专业人员进行维修。

5、打烊工作时，冻柜必须关闭上方的照明灯，盖上专用盖板。

门店散装柜陈列标准

一、目的

为更好的利用散装商品柜的空间，促进销售，杜绝资源浪费，特制定此管理规范。

二、规范：

1、散装柜是用来陈列小包装称重商品的设施，主要陈列的品类有：

散装休闲食品　　散装糖果、饼干、巧克力　　散装干货

散装酱菜　　散装茶叶　　豆制、蛋制食品

季节性品类

2、散装商品陈列要求

⑴同一供应商集中陈列，小分类同一价位商品应集中陈列，同一品牌商品集中纵向陈列；

⑵根据商品销售情况合理分配陈列空间，陈列时一些形状规则的商品（如饼干）应整齐摆放，尽量维持排面丰满，不得出现空格现象；相邻小格内商品陈列高度尽量保持一致；

⑶散装商品应及时补货，补货时应注意先进先出，以避免人为造成商品过期；

⑷散装商品的商品卡与商品必须一一对应，缺货时应及时挂上缺货牌，并用相邻商品补充面象，特价商品必须挂上相应的特价牌；

⑸散装商品合格证应随商品一同放在相应的散柜中，如同种商品有多个批次，则这些合格证均应随同放入，直至该批商品售完后方可取出销毁。为便于查看，要求合格证统一张贴在散装柜每一小格的左侧面上方；

⑹散装商品应整洁卫生，无外包装商品严禁用手直接触摸，补货、销售时应用专用工具拿取，不得用手抓取，工具必须每天清洗；

⑺散装商品必须每天检查商品质量、保质期，尤其是肉脯、蜜饯类易变质商品；

⑻散装柜必须每天抹擦，保持内外清洁，以无积灰、无污迹为准。

修订记录		编制	
		审核	
		核准	

07 培训资料

确认信

请阅读本员工手册，填写以下内容并将其交还给人力资源部门来归档。

员工姓名：_____ 身份证号码：_____ 电话：_____

我确认已收到一本大农科技股份有限公司的员工手册。本人在人力资源部工作人员的指导下认真学习了《员工手册》中的各项规章制度。人力资源部的工作人员对上述规章制度进行了详尽的解释,本人对上述规章制度有了系统、深刻的了解,本人对各项内容无异议,我了解并遵守本手册中由大农科技股份有限公司颁布的并可能修改的规定和政策。如违反本员工手册任何规定,我愿意接受公司的处理。

同时,公司在告知我本人以上制度外,还告知我通过公司内部网站、工作群、电子邮件、公司公告栏发布的制度规定或对以上制度的修订、补充等,也是公司公示告知相关制度的重要渠道,本人保证经常进行留意学习,随时留意公司公布的信息,一经发布亦视为向我公示告知,我承诺及时阅读并将严格遵守。

本人签字：

年 月 日

大农科技股份有限公司人力资源

第一章 生鲜知识手册之生鲜管理总则

一、生鲜商品定义和经营范围

一、生鲜商品定义

A、凡入库门店、仓储、分拣中心的无论是初级还是预包装、冷冻等产品，一经入库就统称为“商品”。生鲜商品按照加工程度和保存方式不同，包括初级生鲜商品、冷冻冷藏生鲜商品和加工生鲜商品三大类。

B、初级生鲜商品：凡属于新鲜的、未经烹饪等热加工的蔬菜和水果；家禽和家畜；水产品中的鱼类、贝类等，经简单处理后在冷藏、冷冻或常温陈列后进行贩卖的商品。

C、冷冻冷藏生鲜商品：其中包括冷冻食品和冷藏调理食品两类。

1. 冷冻食品：以农、畜、水产原料经加工调理，急速冷冻及严密包装在－18℃以下储存及贩卖的食品。

2.冷藏调理食品：以农、畜、水产原料经加工调理，急速冷却严密包装在装在 7℃以下储存及贩卖的食品。

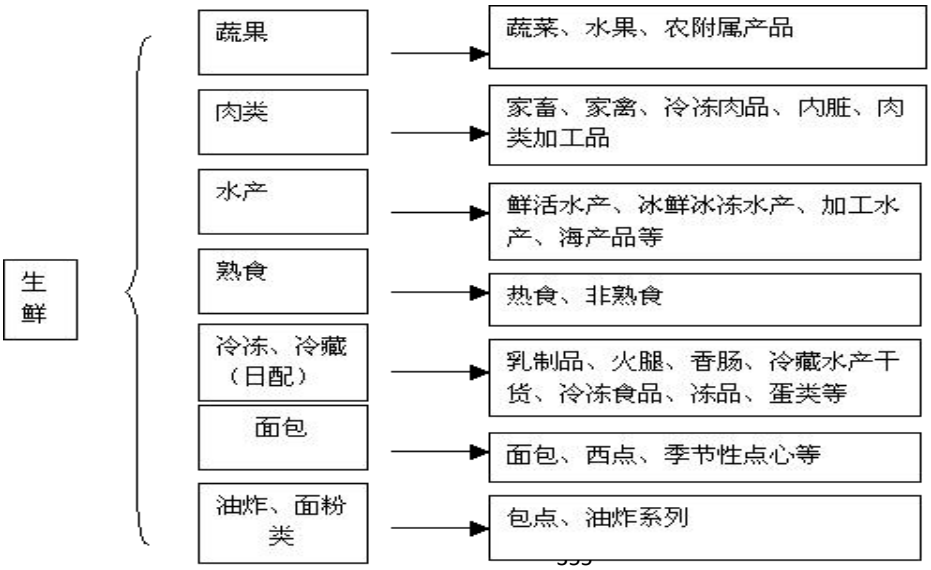
加工生鲜商品：经过烹饪等热加工处理后的熟食、面包点心和其它加工食品。

熟食调理食品：农、畜、水产原料经油或脂烹煮或烟熏或注入特殊原料配方，腌渍之各种即食食品。

1、面包、糕点食品：凡经面粉制造的面包、蛋糕、馒头、面条等主食及糕点类食品。

2、生鲜商品分类 以上各项基本上涵盖了生鲜区经营的主要内容。

生鲜产品的分类



我们根据公司战略、规划和自身特点及操作习惯，生鲜的范围也有所不同。目前我们将冷冻包点、奶制品及冻品等都划分到了生鲜范围，根据门店的发展与规划，未来会有早餐、卤菜等。故申明此生鲜的分类为本公司依据自身经营特点而定。

二、门店生鲜经营的竞争优势

一般来讲，门店生鲜区的主要竞争来自于农产品集贸市场，而在蔬菜水果、鲜肉和水产等初级生鲜商品的价格上，门店生鲜区的竞争优势并不明显，但消费者不断增长的购买需求中，对购物环境和生鲜品质量保证的要求明显较高，食品消费的安全性日益为消费者所关注，因此，门店生鲜能否经营好？能否达到门店生鲜经营的目的，就取决于高水准的管理和商品组织结构的保障，否则将失去门店经营生鲜的真正意义，门店生鲜经营的优势集中表现于以下四点：

① 生鲜品质量保证——鲜；

② 干净、整洁的门店经营环境——净；

③ 生鲜商品的集合性和多样性——全；

④ 门店整体商品营销组合能力——情。

抓住这些卖点就把握住了门店生鲜的竞争优势。

三、门店生鲜吸引顾客的关键

生鲜必需具备干净、清洁、美观、舒适、产品新鲜

1. 卫生干净

提供安全、新鲜、卫生的商品，其先决条件，除进货质量保证，生鲜操作间（如肉类柜），池和缸（如水产部）要经常保持清洁不得积水，以保障员工及顾客的安全，避免一切蓄积灰尘的可能性。门店内"禁止吸烟"、"禁止用餐"，以符合卫生标准。此外，生鲜作业人员、营业员、理货员严格要求其着装及仪容仪表，以建立良好的个人卫生习惯，可减少生鲜商品受污染，且可确保生鲜商品的鲜度与品质。

2.新鲜品质

我们要提供给顾客新鲜卫生的好商品，就必须要控制质量。"质量就是生鲜商品的生命"，因此我们对于质量要严格把关，建立严格的验收货制度。

3.商品陈列

生鲜商品所具备的基本色彩是门店热烈红火气氛的制造者。它能营造整体生鲜门店的新鲜度、热情、活泼的气氛及季节变化的量感；也能让"丰富"的陈列体现出新鲜感，根据季节性商品组合，做到商品齐全、分类清楚、量感陈列，要体现出商品的特性及物美价廉的意境；还要利用陈列方式将性质或功能相同或相近的商品陈列在同处，从而刺激消费，简化顾客对商品质量、价格的比较程序，易于销售；并且根据季节或实际情况安排每一种商品的合理空间排面，以达到最高效果的要求。

价廉的意境，能够引起消费者的选购，提高顾客的购买欲，并且创造人潮、抢夺人潮，进而树立"生鲜"的形象。

4.商品定价

"天天低价"是我们生鲜区保持着形象策略，以低廉合理的市场价格、强有力的促销来增加来客数是我们生鲜经营的基本思路，并且随时以"低价促销"来保持品质、降低损耗、加快生鲜商品流转。

5.鲜度管理

完成生鲜商品陈列后而不加整理，将削弱商品表现力并造成损耗。因此门店在营业时间提供持续鲜度高的生鲜商品是必备的营业要求，也是留住顾客的最佳方法。鲜度是生鲜商品的生命线，若生命线无法延续，则消费者便无心购买，让顾客失去信心是门店"最致命的杀伤力"。因此如何保持和延长生鲜商品的鲜度，以确保生鲜商品质量，使顾客买的安心，是我们务必要达成的目标。

鲜度管理准则：

- 采购必须严谨的保证所采购的每一种商品的新鲜度，预包装食品的出厂时间不能超过商品有效期的五分之一，如菜确定早餐、卤菜的供应商时必须做到是当日现做，不得隔日销售；
- 分拣中心和预包装中心在商品出库前必须做到每箱商品必开箱验货，把不合格商品、残次商品进行剔除，比如鸡蛋类的可根据门店销售反馈来确定是佛铺更换供应商。
- 配送和运输装车的负责人、责任人，必须确保所装车商品的新鲜度、包装的完好度，车内的叠放度、摆放的空间度，避免在运输过程中的挤压、碰撞导致商品二次损伤。
- 门店收货责任人、负责人，在收货时必须第一时间进行收货，验货，如在运输过程中导致的残损商品、挤压商品与不符合门店商品“鲜”度要求的必须在第一时间进行退换货，入库门店的商品纳入门店的责任。
- 门店负责人、营业员，在工作时间必须保持一切以“鲜”为核心，目视区、售卖区、摆放

区必须做到没有残损商品、黄叶、油渍、杂质、泥土、碎损等不完整、不卫生的商品出现，如冬笋、带泥胡萝卜等为了体现鲜而进行售卖的商品，必须摆放在基地商品售卖区。

6.库存规范

明确了解各项生鲜商品和加工原料的理想存储温湿度要求，使商品和原料再待售、待用状态下保持最佳品质。例如：熟食柜销售的食品，其温度不能低于60℃；冷藏、冰冻卧柜的商品陈列均不得超过装载线并经常检查设备的温度是否合理；各种展示柜、冷冻（库）均需有温度调整记录手册及操作规范；关店之后，应把最易损耗（坏）的商品打包放入冷藏或冷冻库内。

7.顾客需求

只有有效满足顾客的需求，才能实现最终目的--创造经营利润最大化，企业才能持续经营和发展。因此在门店生鲜经营管理上，要注意将生鲜商品质量的筛选方法用展示牌/贴/海报/电子详情等方式告诉顾客，以降低人为损耗；并明确标出各种生鲜产品的料理方法或营养成分，以吸引或增加新的顾客购买，这样才能换来顾客的长期信任和购买得以塑造企业的品牌。

第二章 生鲜知识手册之操作流程及相关规定

一、生鲜操作的基本流程

（一）生鲜商品的引进

1.分联营、代销、自营三种经营方式；

2.生鲜新供应商的引进

①.新供应商向总部供应链管理部或驻店人员提供新品的资料及"三证"；

②.采购看样、洽谈，签署合同，确定引进商品的品种、价格等，签订采购框架协议后报请总经理批准，在获得批准后，根据合作形式签订正式采购、代销、联营的协议；

③.供应链管理部生鲜经理进行审核，批准引进；

④.总部技术部录入供应商的柜组编码、名称、扣率、经营类别等进行维护，并将档案和商品资料传至指定门店。

⑤.门店店长根据采购协议录入单品资料并发放商品编码（流水码）；

⑥.采购书面通知门店收货并告知所引进生鲜商品的进价。

3.生鲜老供应商的新商品引进

①.老供应商向总部供应链管理部或驻店人员提供新品的资料；

②.采购看样、洽谈，填写采购协议；

③.总部统一引进的原供应商的新品引进由供应链管理部生鲜经理审核批准，其余的老生鲜供应商的新品引进由地区采购主管进行审核，批准引进；

④.门店负责人根据采购协议录入单品档案并发放商品编码（流水码）；

⑤.采购书面通知门店负责人所引进生鲜商品的进价。

说明：属于公司现行政策允许范围内自采和自制的生鲜商品，由生鲜负责人和驻店负责人员共同签字确认，门店信息维护档案。

（二）要货计划

1.新供应商新品的要货由总部生鲜负责人下计划，其余的补货计划由店长根据情况决定，负责人审核。

生鲜商品的所有要货计划均为手工单、系统下单混合构成。生鲜配送商品的要货计划由门

店直接传至配送至培中心。

（三）入库流程

1.收货人、生鲜负责人共同对生鲜商品的质量、规格予以验证。

2.联营柜不要办理入库手续。

3.代销商品由收货处、生鲜负责人根据商品送货单验收，并根据验收商品的实际数量和实际进价填制"商品入仓单"，此单一式四联，收货处（如配送中心和门店分开的各留一联）留一联，供应商留一联，公司财务留一联。

4.门店自采商品由驻店采购确认进价后，再填制入库单。

5.配送水果由配送中心根据门店要货计划的商品品种和实际发货数量填制出库单，出库单一式四联，随货同行联随车到达门店，门店根据随货同行联验收并填制进仓单。

6.配送的其余生鲜商品暂按公司其他配送商品的流程入库；总部信息系统完全切换后，按配送水果的流程入库。

（四）联营的销售流程、退换货流程同其余商品，但退换货单上注明"联营"字样。

（五）返厂流程（联营、代销） 柜组促销员（或理货员）填写手工退货单，负责人签字认可。

由门店店长（或收货负责人）核定返厂商品数量后在退货单上签字认可，供应商将所退商品由收货口搬离门店。

代销的退货单由手工填写，退货单一式三联，供应商一联，店长（或店内）一联。 一联送至财务，财务凭代销商品的返厂单扣减供应商的往来金额。

（六）结算流程严格按公司现行的结算制度分别办理结算。

（七）调价流程

1.售价调整

① 生鲜负责人填制售价调整通知单，并注明调价原因和经手人；

② 由供应商承担差价损失的商品必须由供应商签字予以确认；称重商品的数据要下发电

子秤。

③ 生鲜理货员（或促销员）更改商品的大标签。

2.进价调整

(1)、代销商品进价调整

① 供应商向供应链管理部提供有关证明资料，洽谈商品的新进价，填制商品进价调整通知单；

② 总部统一引进的生鲜商品的进价调整由供应链管理部生鲜经理审核批准，其余的生鲜商品的进价调整由地区采购主管进行审核批准；

③ 业务将进价调整通知单的一联给门店收货人，按新进价入库。

（2）、自营进价调整 自营商品的进价由供应链管理部确认后，再填制手工入库单。

（八）、促销流程 生鲜负责人与供应商洽谈，确认促销商品的进价和售价；

非联营的生鲜促销商品在促销前由生鲜负责人进行盘点； 商品生鲜人收货按促销进价填制入库单；

财务根据盘点的数量计算、扣减供应商原有库存的特价差价； 负责人调价，下发调价信息；

生鲜联营的促销特价原则上要求低于原售价减去原扣点值，否则不能计入供应商的促销支持，只能视为一般售价调整，应按正常的扣点结算；联营促销必须书面报请地区采购主管批准，门店财务审核。

二、相关管理规定

1.未经供应链管理部许可，门店不得私自引进生鲜供应商，特别是套用他人柜组号或商品编码销售未和公司签订合同的商品，一经查实，将对相关责任人进行严肃处理。

2.同一商品在同一门店不允许多个供应商同时经营。

3.联营生鲜商品所定的售价不能高于同类同质商品的市场价，否则将公司将依据《物价管理制度》予以严肃处罚直至清退，门店生鲜负责人有权、有义务进行对联营生鲜商品的物价进行监督。

4.生鲜商品供应商必须严格遵守公司关于商品品质的有关规定，符合国家卫生标准，不得销售假冒伪劣或变质过期商品，否则将依据公司的有关制度予以严肃处理。

严禁生鲜供应商进行场外交易，一经查处，将按公司有关规定予以严肃处理。 生鲜商品编码规则（详见公司的编码规则）

①.联营：81+中类编码（附后）+顺序编码

②.自营：83+中类编码+顺序编码

③.代销：85+中类编码+顺序编码

附：生鲜主要种类编码表

种类编码	种类名称	举例	种类编码	种类名称	举例

5.代销商品按供应商设立柜组编码，同一供应商对应同一个柜组编码；自营商品分小类设立柜组编码，一个小类对应一个柜组编码；同一联营供应商根据不同扣率设置不同的柜组编码，但同一折扣率同一供应商在公司只设置一个柜组编码。

食品类联营商品按照生鲜联营商品的流程进行操作。

所有生鲜供应商必须提供真实的"三证"和相关证明材料，必须符合公司对于供应商的所有要求。

三、生鲜从业人员规定

一、所有员工必须经卫生防预站体检合格，持健康证，经培训方能上岗；

二、进入工作区域必须穿好工作服（包括统一的衣、裤、帽、口罩、手套），并保持干净、整洁，头发不得露于帽外，不在加工场所梳理头发；

三、制作人员必须保持双手卫生，有以下情况必须用消毒水洗手：

- 上岗前：
- 离岗后返回或触摸其它非食品的物品及生肉、蛋、蔬菜及不干净的餐具、容器等之后；
- 洗手后经过 2 小时又继续烹饪、加工时；
- 男员工不准留长发，胡须；女士不准浓妆，不准佩戴金银手饰，不准涂指甲油，做到四勤：（勤理发、洗澡、剪指甲、换衣帽）；

  四洗：工作前洗手，大、小便后洗手，加工食品过程中洗手，搞好卫生工作后洗手。

  五不：不吐痰，不抽烟，不扔废纸，不咳嗽，不接触不洁食物。
- 工作时不得抓头皮、揩鼻涕、挖耳，不得用勺直接尝味或用手抓食品销售，制作人手部受到外伤，不得接触食品或原料，经过包扎治疗戴上防护手套后，方可参加不直接接触食品的工作。
- 工作间不得存放个人用品。

第三章 生鲜知识手册之鲜度管理

一、鲜度管理

1.鲜度管理的目的

保证生鲜商品在门店及加工间都能处于最佳卫生状态下，使商品的寿命更长、价值更高，从而提供给顾客最新鲜的农副产品。

2.鲜度管理的重点

如何长时间保持生鲜商品的鲜度，以确保商品品质不受损失，这是顾客放心购买的关键，只有具备良好的现场作业管理与良好的保鲜专业技术才能确保生鲜商品的鲜度和质量。

二、保鲜方法

（一）卫生管理是生鲜商品鲜度管理的关键

细菌滋长是导致生鲜商品鲜度下降的原因之一，因此有效地抑制细菌活动，是达到保持鲜度的第一步，而抑制细菌滋长最有效的方法就是将生鲜商品保持在"低温"状态下，才能确保质量。

（二）商品保鲜的基本方法

1."低温与湿度"管理--防止蔬菜的散热作用及抑制呼吸量最有效的方法。

2.冰冷水处理--利用冰冷水及碎冰覆盖于生鲜产品上面的方法。如：冰鲜鱼、葱、蒜保鲜等。

3.冰盐水处理--提供一个盐浓度 3.5%、加上碎冰、使水温降至 0° C 环境下的处理。此方法可保持生鲜商品养分不易流失、保持新鲜。如：水产品

4.强风预冷设备--利用强风预冷，使其呼吸未达到高度时就迅速下降，因而保持叶面翠绿，常用于刚采摘的叶菜类。

5.冷藏保鲜库（回生技术）--将鲜度开始减退的生鲜商品再次提高鲜度的方法，其保鲜库库房的环境在 3～5° C 低温及 90～95％湿度条件下，方可执行。

6.保鲜膜包装--抑制水分的蒸发，防止失水、皱缩，以达到保鲜目的。

--抑制呼吸作用，防止呼吸热的无谓消耗，以达到保鲜目的。

7.冷藏库冷藏--将生鲜商品保持在 0～5° C 的低温条件下保鲜.

8.冷冻库冷冻--将生鲜商品保持在－18～－40° C 冻温条件下冷冻。

9.清洁、卫生条件--作业场地、设备、处理切割刀具清洁，作业员工个人卫生好、服装干净。

10.冷藏、冷冻的运输设备--防止长时间的运送而产生的鲜度减退问题，是极重要的鲜度管理。运送过程中，温度过高、风吹、无冷藏、冷库、退温等均需防止！

三、门店蔬果鲜度管理

（一）蔬果鲜度变化的特点

蔬果等农产品对有效吸引客流有很大作用，也是生鲜区中最难经营管理的部门，而怎样有效延长商品的货架寿命并保持鲜度是最重要的问题之一。

1.生长：即使已采摘下来蔬果的生长仍未停止，它还在消耗自身能量继续进行发芽→开花→结子→枯萎这一过程。抑制其生长需要低温环境使其新陈代谢减缓。如土豆等根茎类，若温度过高便会发芽，而无法售卖；花果类如西红柿又会过热进而腐烂。

2.呼吸作用：蔬果亦通过呼吸维持生长所需，呼吸散发大量热量。环境温度高呼吸旺盛，温度低呼吸减缓。其作用旺盛会使蔬果水份蒸发、重量减轻、发干萎缩，易被污染从内部变质，导制过热、软化、风味、鲜度不佳。一般温度上升 10℃，呼吸量加大 2 倍。抑制呼吸作用也需要低温环境。通常蔬果的保鲜温度在 5－8℃，但香蕉、木瓜、甘薯等的适宜温度在 10℃以上（室温下即可 18～23℃）。同时也要适宜的湿度，通常宜有 90～95％的湿度，特别是叶菜类。蕃薯、山芋等在湿度 80～85％即可抑制其呼吸作用。要注意的是柑桔类不可过湿，否则会促进其呼吸作用，使果汁减少，鲜度降低。

3.微生物活动：如在种植地、运输中受腐败菌等微生物污染，会加快蔬果的腐烂变质，在低温中，微生物的活性会变弱。

（二）保持鲜度的现场处理办法

针对大部分蔬果需要低温来保鲜，门店一般采用以下几种方法：

1.保鲜袋包装：防止水份蒸发，并有孔洞使其散热。

2.预冷降温：

① 刚进货蔬菜尽早降温：要尽快入冷藏库保鲜，不需入冷藏库的要打开包装散热（香蕉、

菠萝、哈蜜瓜）。

②冰水处理：将水槽盛满 0℃冰水，将产生热量较大的（玉米、毛豆类）全部浸入，使其降温到 7～8℃，然后沥干水份入冷藏库保存。

3.复活处理法：（适宜叶菜）将失水叶菜放入一般水温水槽中，吸收水分，根部也要浸入，使其复活。

4.已陈列的蔬果经常喷水，增加湿度：在陈列架上的蔬果特别是叶菜、花果类，在室温下会加快变质、枯萎，需要经常喷冷水降温及保持湿度。

（三）陈列商品鲜度检查及处理

生鲜商品鲜度不佳会招致顾客的抱怨，影响销售，因此做好鲜度检查是蔬果部员工的重要工作。

1.上货补货时全数检查质量。进货时一般是抽验，分拣、配送、入库、上架时则要全数检查，将不良品挑捡出来。

2.营业前也要检查前一天剩余的蔬果的品质状况，检查当日上货架蔬果质量，严格把握鲜度。

3.顾客对商品进行挑捡，捏压都会影响鲜度，商品也会因陈列的时间加长而使品质劣化，所以各岗位员工应随时进行陈列整理和挑选；若湿度不够，则要经常喷水。

4.被捡出的不良品及时处理

（1）可以进行加工再售，制作果盘或复活处理；

（2）也可以特价售卖；

（3）无法售卖的商品再做报损丢弃。

5.每日蔬果产品务必推陈出新。

6.农附产品中蛋类怕热，怕潮湿，怕冻结，怕异味，怕撞压，怕污染，怕久存，要放置于阴凉、空气畅通的地方。垛高一般不超过五层，不与有异味的商品混放。

7.干蔬菜、干豆类生鲜产品（例如干木耳、笋干、干果等）吸湿性强，怕潮、怕干、怕压，怕霉变，易生虫、易窜味。故必须放置于干燥、阴凉、防潮、通风的地方。堆码时下垫物料应有隔潮措施。宜用木桶或竹篓放置，一般情况下，温度控制在 30。C 以下，相对湿度在 60%至 80%之间。

8.散装杂粮类的生鲜产品吸湿性强，易发热霉变，易陈化，易虫鼠咬。宜放置于温度在

30℃以下，相对湿度以75%左右，清洁卫生、干燥无虫的地方，外包装适用于消毒干燥的木制容器。

四、门店肉类鲜度管理

肉类制品的鲜度管理非常重要，只有良好的鲜度管理才能获得消费者的肯定，满足顾客需要，促进肉类的销售，提高营业额，否则只会增加损耗，现将肉类鲜度管理方法分析如下：

（一）肉类鲜度管理应从选择原料厂商开始

一般要选择有规模、有制度的正规厂商，其肉类质量、运送效率和屠体货源都要有保障，故牛、羊肉的冷冻原料应选择规模较大的贸易商；猪肉、家禽等冷藏原料肉，则选择具有优良肉类制品的厂商，这样才能使原料鲜度得到保证。

（二）尽量缩短肉类加工时间

为了维持肉类鲜度，应尽量避免将肉类长时间暴露于常温中，肉类在常温中20分钟，其温度即可上升2℃，细菌也会随着温度的上升而繁殖。在37℃下，5个小时可以使1个细菌增生10亿个细菌，肉类在停止加工后要立即送回冷库保鲜。

（三）保持肉类加工的正确方法

肉类加工时要按一定的工作流程操作，每一工作环节要有专人负责，如按照：

（四）保持肉类鲜度的现场处理方法

1.冷盐水处理法

这是肉类保鲜常用的方法，是以0.9%左右的冷盐水，水温在0℃左右，浸泡原料肉约15分钟，鸡肉5－10分钟，内脏10分钟，以达到保鲜效果。这种处理方法可以在肉类分切过程中，使逐渐上升的肉温急速下降，可防止细菌的增殖；可使在内部形成汁液的肉类利用冷盐水渗透而使肉质更为紧密，在分切时较为容易。另外在0℃左右的低温，对肉类有良好的保存效果，可使脂肪在低温下变得较为坚硬，使脂肪不易变质。

2.冰温法

利用调整原料肉的冷藏温度，使之接近肉的冻结温度，最适宜温度约为－1.7～0℃。

（五）要以冷冻、冷藏方式储存原料、半成品及成品肉类

低温可以抑制细菌的繁殖，故为维持肉类的鲜度，无论是原料，半成品或成品均要以低温储存。在加工处理前，都要预冷10～15分钟。冷冻肉类应在－18℃以下的冷冻库储存冷藏肉

类应在－1～1℃之间的冷藏库储存。冷库内贮藏的肉类不要堆积过高，且不要紧贴墙面，须离墙面 5 公分以维持冷风正常循环，否则会影响品质，冷库内要用货架放置肉类。

（六）处理室内的温度要控制在 10～15℃左右

肉类在低温下加工处理是维护肉类鲜度的良好方法，低温下可以抑制细菌的繁殖，使肉类不易变质。

（七）要以适当的材质覆盖肉类原料及成品

肉类表面如果长时间受冷气吹袭，表面水分很容易流失，而产生褐色肉，损害口感，因此分装原料肉时要用塑胶布盖上或保鲜膜包装后再储存。

（八）控制岛柜温度

冷冻柜温度应控制在－18℃以下，冷藏柜温度就控制在 0～5℃。

（九）肉类陈列时，要注意适当的陈列高度

陈列时，肉类勿堆积太高，因为重叠部分温度会增高，无法感受冷藏温度，从而影响肉类鲜度。

（十）检查肉类品质

无论在营业前，营业中，关店时均应检查肉类品质，不良品及时处理。

（十一）减少污染源

要经常实施作业场所，个人，设备等卫生管理，以减少商品污染而带菌，使肉类鲜度下降。

（十二）生产日期与保质期控制

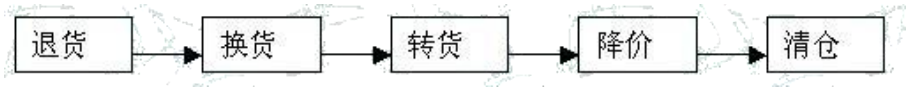
收货时要注意生产日期与保质期，特别是冻品、干货，超过保质期限 1/3 则不应收货。

（十三）日进日出，天天新鲜

肉类必要时要降价清空，做到日进日出，以良好的商品流转保证肉类天天新鲜。

（十四）滞销商品处理

滞销商品要及时处理，可按照以下程序的处理方法处理：



五、门店水产品的鲜度管理

水产品在捕捞出水后，大部分都不能及时处理，比较容易腐败变质的内脏及鱼鳃等，就会

随着水产品一起运送。捕捞的时候，水产品由于挤压和挣扎，其体内或体外都极易受伤，即使将水产品作低温保存，对水产品产生作用的水中细菌仍然会侵入肌肉使水产品的品质变坏；再加上产品本身的肌肉组织、成分、特性都比陆上动物脆弱，容易受伤，鱼鳞易脱落，细菌极易从受伤部位入侵。另外由于水产品的体表普遍都带有黏液，更加容易助长细菌的繁殖，况且水产品的肌肉在死后因为本身具有的各种酵素作用比陆上动物的活泼，使水产品的肉质容易变坏，所以必须迅速加以适当的处理才能确保水产品的鲜度。

（一）水产品鲜度管理的现场处理方法

水产品鲜度管理的有效方法是"低温管理"，因为低温可缓和鲜鱼的酵素作用以及抑制细菌繁殖作用，低温管理的种类为：

1.敷冰：以碎冰（或片冰）覆盖于鱼体，温度保持在 5℃以内

①供应商每天送来的水产品经运输过程，受外界影响，原覆盖的碎冰多已化解，使水产品的体温回升，为了避免影响鲜度，验收完货后，应立即将水产品运回鱼岛敷冰作业。

② 经常注意冰台上陈列的水产品是否有足够的覆冰，并且随时添加碎冰及喷洒足量冰盐水，以保持水产品的鲜度。

③每晚营业结束时应将没有卖出的水产品细心的装入塑料袋内再放入泡沫周转箱，泡沫周转箱的上下均应覆盖冰块来维持低温再送入冷藏库，因为水产品表层如果不与空气直接接触，则水产品的鲜度可以维持比较长的时间。

2.冷藏：以冷藏库设备来低温保存水产品，冷藏库的正常温度为 0℃，要注意千万别让水产品裸露出来吹冷气。

3.冷冻：以冷冻库设备来低温保存水产品，冷冻库的正常温度为－18℃以下。

（二）低温管理的内容

1.严格要求供应商低温运送：水产品由产地、批发地运送到门店的过程中，低温管理要注意不要产生冷却中断现象，使温度发生局部变化。忽冷忽热的，温度容易破坏水产品的肌肉组织，从而影响其鲜度及品质。

2.验收货与加工处理时应尽量减少水产品在常温中的裸露时间。

3.水产冰鲜品，表面温度应维持 5℃以下。

4.待处理的水产品应该是存放冷藏、冷冻库内，生熟分开，分类存放。

5.冷冻品解冻时需要在低温下进行，解冻时间应绥慢才能确保品质，就是运用冷库解冻

法－－在加工前一天，即将冷冻水产品移至库中，使其温度升高到0℃左右，然后再进行处理。

6.冷冻水产品若要加工，最佳时间为鱼体尚未完全解冻前即应加工处理。

7.冷藏库（柜）温度设定在－2℃～2℃之间，冷冻库（柜）温度设定在－25℃～－18℃之间，并定期检查库温，冷冻（冷藏）水产品存放不可以超过冷冻（藏）库的安全线（送、回风口）。每日记录冷冻（藏）库（柜）的除霜时间及次数，发现异常情况应立即转移冷冻（藏）品至安全区并及时汇报相关部门。另外注意冷冻（藏）库（柜）必须定期清洁与清洗，任何水产品都不可以二次冷冻。

8.如果条件允许，操作间的温度应该控制在15℃以下。

9.要求加工处理、包装要迅速，以免商品温度升高。

10.已包装好的成品应该立即送入展示柜或冷冻库。

11.检查到有鲜度不良或有异味的水产品应立即从冷冻（藏）库（柜）中剔除，避免发生交叉、连锁污染。

另外，做好卫生管理也是保证水产品鲜度的有效方法，在以后相关章节有详细介绍。

六、门店熟食鲜度管理

考虑面包房不同的经营方式，在出租方式下会将熟食部和面包房并类管理，若面包房为自营，则可以单独设立面包部门。

熟食经过二次加工后。保存期限相对变短，为求控制熟食的品质，保持新鲜度，提高形象，提高销售量，门店务必对熟食的鲜度管理严格控制。

1.分类存放、先进先出原则

熟食品与半成品、原料要分开存放，不要混合在一起，以免熟食品受到污染。商品进仓库后要标明日期，保证做到先进先出，例如：今天到货商品先不要急于陈列，先到仓库检查一遍是否前一天还有剩余商品，若有，先把前一天的商品上排面，然后再陈列今天的商品。补货时也一样，先拿保质期较短的商品陈列，保质期长的延后再补，依此类推，须加工的新鲜品和冻品操作方法相同。

通常情况下，整理仓库时应先把旧的商品放在货架外端，新鲜刚到的商品存放在里面，并标明日期。

2.制作加工时应注意原料品是否过期、品质是否合格。

3.原料品（未加工的商品）在冷藏或冷冻贮存时，需用篮子、箱子、袋子等封盖好，避免应风化造成的鲜度降低。

4.半成品或成品在冷藏时需用保鲜膜密封：冷藏库在工作时，制冷机不停的抽风转换，库里温度降低的同时，里面的空气也变得干燥。若贮存的商品没有用保鲜膜密封，商品容易风化、变味。

5.为了保证到货的成品、半成品、原料物的新鲜度，凡进到门店的商品应尽快做好低温贮存。

6.加工剩余的原料物或成品需尽快放进冷藏或冷冻库贮存，以免因时间过长，造成变味、变质。

7.进入冷藏库、冷冻库应随手关门，避免冷藏、冷冻库温度升高，影响商品鲜度，增加能耗。

8.熟食（面包）冷藏温度正常情况为0～4℃，冷冻温度正常情况为－18℃。

9.搞好清洁卫生（按清洁计划表执行），减少恶臭、腐烂细菌污染。

10.陈列柜温度，要控制在规定范围内：熟食（面包）陈列热柜正常情况为60℃，冷藏柜正常温度为0～5℃。

11.要积压存货（促销品除外），尽量做到能卖多少进多少，自制商品要做到"少量多次"。

12.管理人员要定时试吃品尝商品，以确保品质：销售管理人员在贩卖商品时，应定时试吃所卖商品，检查有否变质、变味，以确保商品质量，正常情况下 2～3 小时检查一次。

13.每日尽量将商品售完或叫卖出清，以推陈出新，保持商品的新鲜度。

七、门店日配的鲜度管理

1.先进先出的鲜度原则：日配商品在仓库码放必须标明生产日期，以便在出货时能做到保质期越短越先出货，避免造成商品鲜度下降、增加损耗。

2.定期进行质检：日配商品除了保质期是一种鲜度依据外，其贮存温度也是影响鲜度的重要因素。此外每日必须进行质量检查：真空食品是否已脱空；牛奶、果汁纸盒是否漏气，开始发酵、膨胀；这些都可造成鲜度不良，必须严格筛检。

3.日配商品鲜度最佳贮存温度

品项	标准温度
牛奶、果汁、乳酪	0℃~4℃
蛋类	18℃~20℃
冷冻食品	-18℃~-20℃
冰品	-20℃~-25℃
腌菜、肠、肉类	4℃~8℃

第四章 生鲜知识手册之商品组合

一、组合分类的目的与原则

零售业极度变革之下，为改善商品管理方法，所导入的计算机系统是相当重要的管理工作。为了将商品分门别类予以归纳，在电脑系统里利用编号原则，有秩序、有系统的加以整理组合，以利各种销售数据资料的分析与决策，这便是商品组合分类的真正用意。

商品组合分类是针对公司的经营、门店的营业方针所采取的商品策略。根据此策略，再依据商品群的固有特性组合为大分类与小分类。依据大小分类的销售资料，分析解读公司营运状况，达到管理的目的。

（一）组合分类的目的

生鲜要依据季节性变化来做商品组合。

组合要广度，不要深度，且依据地区性消费形态不同而采取不同客层的组合。

依据公司经营的业态如门店或仓储（量贩），来区分商品组合。

大、小分类确定之后，不能随便变动，但商品组合可依据日均销售量（实际情况）每三个月作机动调整。

完善商品组合，不仅要了解同业、熟悉自己，更要深入了解供应商及商品。

依据市场通路、运销流程及价格走势，制定其商品组合。

依据品牌知名度及市场占有率制定其商品广度。身为采购要求对市场高度敏感，随时掌握商品的流行趋势。

（二）关于生鲜与食品相关商品区分原则

1.总的原则

整体包装即食的商品（带国际条码）、保质期一个月以上的商品--食品范畴。

食用前须加工、单个包装及散装即食的商品（或自行包装使用店内码）、保质期一个月以内的商品--生鲜范畴。

2.特殊分类

（1） 米、面、杂粮：包装--食品

散装--生鲜

（2） 季节点心（月饼）--属于生鲜　　公司目前将日配划分在食品一类

第五章 生鲜知识手册之成本核算、定价和变价管理

一、生鲜采购成本核算

（一）生鲜成本管理与不同大分类的毛利率平均值取舍

门店的经营成效，最基本的表示方法就是营业额等于商品成本加毛利，由此公式来看在营业额不变的情况下，成本愈高，则毛利愈低；相反地，成本愈低，毛利就愈高。即降低商品进货成本则可以提升门店的利润；因此成本管理与毛利取舍两者关系密不可分。

毛利又受何种因素来影响呢？

- 进价（成本）；
- 售价（需求）；
- 竞争；
- 损耗值。

四个基本要素一变化，毛利就跟着变。举例来说：精肉、水产由于需要经过分级、包装、鲜度处理等手续，因此成本就高于日常用品，相对地毛利要高；顾客需求量大的商品如蔬果的叶菜（应节性）由于竞争激烈，毛利就订低点，相反地需求量小的配料（如香菜）则毛利就高。

（二）如何做好生鲜的成本管理

1.提高生鲜商品的生产性

与生鲜商品生产性有直接关系的就是生鲜商品的回转率及商品的毛利；与回转率有关系的就是商品的组合、促销的规划、库存量的控制与简化门店生鲜作业手续；而与毛利有关的就是定价政策，商品特价策略，与降低生鲜的损失。

2.善用生鲜季节产品明显特性来控制成本

当生鲜商品刚上市时，质尚未成熟、价高，其陈列方式是量少，但要明显陈列；而当应季大量上市，销售量提高，订货不及易造成缺货；当在畅销季时（如西瓜），可大量进货，降低成本。而当生鲜商品在末季时，减少下单，商品售完为止；生鲜商品应"提早上市，提早下市"，确实把握季节的交换，以赚取当季该赚的利润。

3.做好生鲜商品的进、销、存、损四大环节，使生鲜的销售循环更加畅通。

4.利用分级、包装来提高商品化价值（塑造生鲜特性，以提高商品的附加价值）。

5.降低耗材的使用，控制成本费用的支出。

（三）提高毛利率的方法

1.降低生鲜的进货成本

① 采购彻底执行比价、议价工作；

② 彻底了解生鲜采购流程与成本结构；

③ 以大量进货压低价格；

④ 严格要求订货流程；

⑤ 严格要求收、验货流程，不要造成太多的退货情形，而增加处理成本或供应商负担；

⑥ 随时掌握商品资讯与市场行情变动。

2.提高生鲜商品的周转率

① 确实掌握消费者习性及适当选择商品；

② 依据实际情况来进行订货，畅销品不得缺货，滞销品要剔除；

③ 促销活动的配合。

3.降低生鲜损耗

4.商品库存的调整，控制损耗的内部管理与各种销售计划等。

我们知道生鲜成本管理与毛利有密不可分的关系，即生鲜毛利率又该如何取舍呢？从商品的贡献度与毛利的贡献度就可看出（我们以某店的生鲜来举例）。

商品的贡献度＝商品的周转率×毛利率

品种	毛利率	周转率	贡献度
猪肉	8.20%	0.9	0.0738
禽类	9.00%	0.8	0.072
牛肉	13.00%	0.5	0.065

（注）周转率＝销售额/平均库存额＝销售量/平均库存量

由数据来看：虽然牛肉的毛利率高达 13%，但因回转率低，对门店贡献度远比猪肉来得低；相对地猪肉、禽类毛利率只有 8～9%，但周转率相当高，对门店的贡献度要大。

（2）部门毛利的贡献度（大分类毛利的贡献度）：

部门大分类毛利的贡献度＝构成比×毛利率

表示该部门或该大分类对整体毛利的贡献程度，贡献度比值愈大，表示在门店的地位愈重

要；能够了解各部门或大级的贡献度，也就是等于能够了解该部门或大分类价格调整之后对整体毛利的影响（以某店 9 月份生鲜为例）。

组别	构成比（A）%	毛利率（B）%	贡献A×B×100%
蔬果	19	10.4	1.976
精肉	16	7.2	1.152
水产	7	7.1	0.497
熟食	29	13.5	3.915
日配	29	11.8	3.422
合计	100%		10.962

若各大分类构成比不变，将蔬果、其它毛利率调低，精肉、水产、熟食调高；结果如下：

组别	构成比（A）%	毛利率（B）%	贡献度A×B×100%
蔬果	19	8	1.52
精肉	16	9	1.44
水产	7	8.5	0.595
熟食	29	15	4.35
日配	29	10	2.9
合计	100%		10.805

经分析之后，贡献度相关无几，但相对地，对蔬果与其它毛利率下降后，对整体生鲜业绩会有所提高，因该两部门为周转率相当高的商品。

（四）毛利率的取舍依据

1. 公司附予采购与门店的毛利额指标；

2. 了解各竞争对手间价格变动与毛利设定；

3. 依据各部门毛利设定后，再设定大分类的结构比、毛利率与贡献度；

4. 依据大分类结构中的商品组合，分析商品贡献度。

（五）采购各大分类毛利设定的参考值：

描　　述	毛利参考值
蔬果	8－11%
精肉	8－12%
水产	9－13%
熟食面包	12－18%
日配	11－15%

我们知道门店生鲜经营的走向应该为"低毛利率，高回转率，低经营成本"的原则；高成本高毛利率的经营不是门店理想的做法。能够提供全面性、便宜特价品的生鲜日常所需，为顾客节省生活开支，达到顾客满足，一切以顾客为中心的观念，才能得到顾客的支持。但千万记得，并不是采取毛利率政策就可以解决所有问题；门店尚需要成本控制得当，靠制度化、合理化的运作流程，才不会赔钱赚吆喝。若是成本一直居高不下，就非得提高毛利率来解决问题，那么，门店迟早会被顾客所抛弃。

二、定价

制定售价是门店经营管理成效的关键，定价并不是获得利润的手段，而最有效的手段是运用定价策略来赚取最大的利润。若单纯以毛利率的多寡来拟定价格高低，是采购经营管理者最不可原谅的错误。高明的手段是灵活运用定价策略，"制定合理售价，赚取最大利润"。

对于生鲜商品，定价策略的核心是用低毛利来刺激销量，生鲜是以量取胜，量大才能维持产品的鲜度及周转率，而不是采取高毛利、低销量的策略。

（一）定价策略

1.经营规模策略

不同经营规模（门店面积、品项多少），其毛利空间大小不同，这是其经营方式、投入资金多寡等决定的。如：量贩仓储店面积 3000 平方米以上，品项在 15000 以上，定价毛利率较高，在 6～9%之间，多是自驾、批发客户；而旗舰店，门店面积 500～1000 平方米，品项数少于量贩仓储店，定价毛利率较低，在 14～25%之间，多是高端品，高端人群、“富人区”，但社区门店的面积一般在 50～200 平米之间，也是社区的刚需，但竞争也大，所以定价毛利率的时候可参考在 15—30%之间。

2.市场区隔策略

不同地方、城市、消费水平，决定了毛利空间大小不同，不能以偏概全。要会综合该地影响价格的种种因素：消费人群的收入、支出水平、人口密集度、消费习惯等来决定自己的价格水平。

另外，市场空间的大小、市场的成熟度、竞争环境的优劣及市场的开放或封闭程度，都影响价格的制定。如农村市场由于其生产力、交通状况等原因属于封闭性市场，价格很少受外界干预起伏波动，农村市场的门店以 300 左右为合适的选点，毛利率定位在 10%左右较合理，定

位于农村市场的零批中心，主要服务乡村团餐、酒席。

3.商品的敏感度策略

消费者对商品的敏感度决定价格的变化、毛利率的高低。较不敏感品项（水产冻品、干货）价格、毛利偏高；较敏感品项（肉、蛋、菜）价格、毛利偏低。

4.树立公司平价、高品的形象策略

不仅利用生鲜商品，还要利用食品、百货。通过经常性的促销，略低于竞争对手的价格水平，调低敏感商品价格等方式，在消费者头脑中建立整体低价的印象。并周期性不断强化，刺激购买欲，提高销售量，同时也带动高毛利品项销售，赚得利润，为公司员工提供更好待遇福利。

5.公司毛利策略

公司根据自身发展方向、策略、费用、成本、以往销售状况分析和对自身销售预测等方式制定出综合毛利率要求。并分配到各个不同采购分类，作为各采购分类的定价依据和目标任务。

6.定价配合促销策略

公司的毛利指标作为定价指导，并不是进价加上毛利指标等于公司售价，价格制度也要配合促销计划。降价不等于毛利损失，生鲜的定价核心是以量赚取利润。

（二）定价依据

售价的制定有数字依据与市场背景依据：

1.数字依据来源

（1） 生产基地、批发生鲜门店、零售市场的价格信息采集，并综合比较，确定自己的价格层。

（2） 供应商报价，要与自己的价格信息比较，决定取舍或进一步谈判。

（3） 竞争对手价格，进行比较并制定对策。

（4） 消费者数字喜好心理：促销定价时，数字 0、3.5.6.8 较常出现，而 1.4.7 较不受欢迎。

（5） 运用"四舍五入"法，如：￥2.00 可改为 ￥1.88,或 ￥9.90 改为 ￥9.88。这是利用人们的忽略心理，淡化注意焦点，给予低平印象。

2.市场背景依据来源

（1）节庆、气候、季节性：价格、毛利并非一成不变，也要根据依据起伏波动，如节庆时价格与毛利会高于平时；气候不佳时高于良好时……

（2） 季节性大宗产品：这类商品突出表现在蔬菜、水果。初上市时，价格毛利水平高，应季批量时低。

（3）市场供需状况：供大于求则低平，求大于供则高，这是普遍规律。供求变化也是多方面因素影响的，如：丰年高产则低平，反季节上市则价格高等。

（4）商品损耗率大小：在收货、售卖过程中，生鲜商品都会产生自然或人为损耗。在定价时也要计算平均损耗率，在价格中弥补，如干果类商品因被偷吃等原因损耗较大，相对价格也较高。

三、变价规范

明确规范门店生鲜商品变价流程，明确责任人，可避免因不规范作业、任意变价造成的毛利损失，同时降低生鲜商品的损耗。

（一）店内变价的商品范围

凡属生鲜价格变动幅度较频繁的生鲜商品，如蔬菜、水果、肉类、鱼产等。但蔬果中的南北干货、水产肉类中的干货和冻品，都不属于变价范围。

（二）生鲜商品变价时机

1.店内促销：店内促销品项应与相关采购沟通，采购要配合与供应商谈判。

2.当天天气影响销售造成积压；订货过多。

3.鲜度下降时：开始变价促销，叫卖、出清，减少损耗。

（三）变价权限

变价需经门店负责人、生鲜主管、生鲜经理核准并签字确认，若变价幅度超过 20%，需经总部供应链总经理批准。

（四）变价流程

（五）生鲜变价操作注意事项

1.任何人不得擅自直接用电子秤、磅称变价，必须填写变价单，经批准后，方可变价。

2.变价商品需填写变价申请单，主管或经理不得超越权限签字审批。

3.变价后的价格是以零售价为基数折价计算。

4.变价商品售卖完毕后，将此商品价格变回原价。

第六章 生鲜知识手册之核算管理

为了适应新的业务系统（公司系统包括但不限于、配送系统、收银系统、线上商城系统、进销存系统等）的使用，同时也为了满足门店营运管理工作的需要，针对目前门店实际情况要求各门店对生鲜商品进行细化核算。以下为具体核算管理办法：

27 大类自营商品按公司系统自动结转的销售成进行核算，联营商品根据联营协议计算各供应商销售成本及毛利。下述第二条和第三条所指生鲜商品仅指 31-36 类商品。

生鲜商品（含代销的生鲜商品）的会计核算

核算目标：按柜组进行分别核算，按每个柜组进行"以存计销"核算出每个柜组的销售收入、销售成本、毛利。

1.生鲜商品入库时

原料的进货必须按柜组进行分开，必须做到一张单据对应一个生鲜柜组，所有单据由收货人上交财务。例：辣椒粉，熟食加工和净配菜间同时要用，供应商送货必须按各生鲜柜组要求送货，收货人每次分开称重，并按验收的实际重量分开填写，商品进仓单必须严格按生鲜柜组填写并注明生鲜柜组号。财务部据录入库单的记账，库存商品柜组进行辅助核算。

2.生鲜移库时

各生鲜柜组之间的商品的流转，必须开具移库单，双方签字认可，负责人每周统计一次，每周五上交财务。

例：门店熟食柜领用门店家畜柜的鲜肉做红烧肉，必须按领用重量开具一式三联的移库单，接收方（门店熟食柜）、负责人签字认可，留存联为移出方，供应商联为按收方，财务联为负责人留存，每五整理后交财务。

生鲜商品返厂、返仓的操作

操作步骤同生鲜商品入库时相同，但方向相反。

生鲜商品的盘点操作

生鲜商品固定在每月关账日进行盘点，盘点时要求严格按生鲜柜组进行分开盘点，每一张盘点表必须注明生鲜柜组号码。盘点完毕后由收货人、生鲜负责人、生鲜采购人按最近一次生鲜商品采购单价协同确定盘存商品金额后交门店财务部。

联营生鲜商品的会计核算

联营生鲜商品根据生鲜联营柜组实际销售收入和合同规定的扣率计算出该生鲜联营柜组

的销售成本，计算出每个生鲜联营柜组的毛利。

生鲜区发生费用的分摊

邮电费、差旅费、办公费、人力成本、低值易耗品摊销、折旧、事业性收费、其它等费用均按生鲜区实际发生数进入生鲜区的费用。

租赁费、开办费摊销等费用按生鲜区所占用门店面积的比例进行合理分摊。

共用的物料用品（如连卷袋、电子称纸等）、共用包装物（如背心袋等）按生鲜区销售收入占减除大家电、服饰的销售收入比例进行合理分摊。

生鲜区专用的物料物品（如液化气、菜刀、砧板等）、生鲜专用的包装物（如生鲜碟、保鲜膜）直接计入生鲜区的费用。

促销费、快讯费、门店管理费用、财务费用等按生鲜销售占门店部销售收入的比例进行分摊。

水电费按生鲜区内所有用电设备的实际使用功率和应分摊门店共用设备功率占门店实际总功率的比例进行合理分摊。

第七章 生鲜知识手册之设备保养管理

一、设备保养的工作内容

生鲜区需要投资的各种设备很多，如：开放式陈列冷冻、冷藏（立、卧式）柜，加工调理生鲜商品的各种机械设备。生鲜设备可分为（1）可移动设备，如电子称、冰柜、保险柜、手动包装机、砧板、工作台、刀具等；（2）不可移动设备，如绞肉机、切片机、面包烤箱、鱼池、保鲜库、鸡烤炉等。

生鲜设备的保养是为了执行质量和成本控制的正常运作，若生鲜设备无法维护，小则影响正常作业、成本控制与经营业绩，大则可威胁生鲜员工（现场作业）的生命安全，因此在管理上需要特别加以重视。

（一）设备保养内容

1.冷冻、冷藏主机应有故障排除与维护的操作规范。

2.开放陈列冷柜、库存冷库均要有温度调整的操作规范。

3.生鲜的各种绞肉机、锯骨机、切片机、电子称等设备均应有操作手册。

4.电子称与肉类切割机应由专业厂家签订"维护合同"以保证设备的正常运作。

5.生鲜商品用的刀具、工作台等操作器械，与生鲜商品接触面务必使用不锈钢材质制造。

（二）生鲜设备保养方法

1.使用设备前先实习，或先看说明书及注意事项了解其性能。

2.要有正确的操作方法。

3.机械设备切忌用强水冲刷，以免造成线路短路，发生危险。

4.设备与地板需用热水80℃清洗，再用消毒水清理。

5.机械设备可卸的部位可在水槽中冲洗干净。

6.易磨损之部位要经常抹润滑油。

7.电子秤、称重机称重时，不要超出其限称、量范围。

8.刀具、砧板清洗时，将清洁剂浸泡于80℃热水中，然后使用。

9.电子称每周清洁一次。

10.刀具用完后要磨刀以备次日用。

11.每天整理残留在冷柜中的烂叶、血水等，务必抹试干净，每三个月务必清洗冷柜。

12.设备用完后，务必立即清洁，以维护卫生。

名称	保养方法
陈列架	每日擦洗干净。
冷藏柜	先学习维护常识，营业结束后，将内容擦净。
电子称	定期调试，按说明书操作规定操作，不要超限称重； 每天擦拭。
连卷袋支架	每天擦净。
扎口机	保持干净、无杂物。
周转箱、周转筐	定期清洗，一般每周一次。
不锈钢操作台、水槽	每天冲洗干净；操作完也要冲洗。
刀具	用清洁剂浸泡于热水中，擦净使用；用完立刻冲洗。
包装机	营业结束关闭电源，按说明书操作；每日擦净。

二、肉类部的设备保养

（一）肉类部设备保养方法

1.锯骨机、绞肉机、切片机等设备使用前都要先看操作手册及注意事项，了解设备性能及操作方法，不可盲目使用。

2.机器设备主体禁止用强水冲刷，以免造成线路短路，发生危险；要以 80℃温水和不含荧光剂的清洁剂清洗。

3.机器设备齿轮、滑轴部位，清洗要用食用机油或黄油润滑，以减少磨损、增加设备使用寿命。

4.机器设备可卸下来的部位可在水槽中用 80℃温水和清洁剂清洗。

5.电子台秤等设备要请厂商定期维修、校正。

6.电子台秤、电子称称重时，不要超出其称量范围，打印头要经常用酒精棉擦拭。

7.刀具不用时要用磨刀棒磨光，再用磨刀石磨锋利后，用温水及清洁剂洗净后放入杂物箱，以备次日用。

8.砧板要开店前、中午、傍晚、营业结束后清洗，约每三～四小时一次，以免细菌滋生，不要一块砧板从早使到晚。关店后晚班人员以 80℃温水和清洁剂清除肉屑，并用浸泡漂白水的毛巾覆盖在砧板上，为消毒、漂白作用，待第二天早班人员收拾后，将漂白水冲洗掉。

（二）肉类部设备保养注意事项

1. 设备要有专人负责、专人操作。

2. 机器设备在运转过程中，如发生意外情况要尽快切断电源，关上开关。

3. 机器设备不可随意拆卸，要有专业人员在场方可拆卸维修。

三、水产部设备的保养

水产部设备属于公司的固定资产，是我们的生财工具，我们应当给予妥善的保养。任何设备都须安排员工保养，填写设备保养手册记录管理方法，主管负责检查情况，水产级各种设备的保养注意事项如下：

（一）制冰机

1.盐水比例及盐水泵流量：盐水依 30L/600g 比例，将食盐注入盐水桶进行冲调，再将盐水泵前盖拆下，将刻度盘调整至 100%，然后开机，松开盐水泵放气钮，将抽水管中空气排出直至上水管流出盐水，然后关机，将刻度盘回调初始刻度，盐水泵调整完毕。

2.开机程序：开电源，按启动，开头冰片在 1 分钟后连续掉下。制冰机的压机停止后，刮冰马达继续延时三分钟后才停止：主要是防止压机余冰将刮刀冻住；在冰满后，压机会自动停机。

3.电源和水源应该独立，不可接其它设备。每日营业完后都要求用抹布清洁制冰机外表的污渍，并注意盐水箱的水位是否够用，做好保养记录登记。

（二）水族箱

1.卫生保洁

A 安排专人负责水族箱的维护工作；

B 每日至少清理三次露出水面部分的玻璃；

C 每日早上必须清洗过滤棉一次（营业前完成）；

D 及时捞出水族箱中的死鱼，防止连锁污染；

E 定期换水（视水的清洁度而定）；

F 定期对水族箱进行除苔、除污（一个月至少一次）；

G 定期更换过滤物（如活性炭、珊瑚石、过滤棉等）；

H 注意过滤池中的水位（以不浮起过滤棉为宜）。

2.设备维护

A 严禁用硬物直接碰撞水族箱；

B 严禁用水冲洗气泵、恒温器及电源接头；

C 严禁在水族箱中洗手或清洗其它物品；

D 密切了解人工海水的盐浓度及温度；

E 定期对水泵、气泵、恒温器进行检查（项目：清洗、上机油、维修等）；

F 严禁非专业人员私自拆卸水族箱的各种相关设备；

G 发现异常状况，请及时关断电源后上报相关部门处理。

（三）包装机、电子称

随时清理残留在机器上的残渣，每日营业完后用抹布清洁一遍，晚班员工离店后切记要关掉电源。

（四）冷藏（冻）库（柜）

每月至少进行一次大清洁（最好安排在盘点日），包括墙壁、顶部、置物架等，平时注意记录除霜时及次数，发现异常，及时汇报相关部门。

四、熟食（面包）部的设备保养

设备是熟食（面包）部的命脉，是公司的固定资产，如维护保养不当，使设备无法正常运转，则影响到加工制作，商品的质量与业绩，操作不当则可威胁到员工的生命安全。因此维护保养好设备是首要的任务。

（一）熟食设备保养的内容

1.烤鸡炉的维护与保养

① 电源安装时应安装自动跳闸开关，如发生短路或者其它故障时电源会自动切断，避免火灾事故。

② 使用前先打开电源，再调整温度，正常温度为150℃左右。

③ 使用完后关掉电源，把温度器调整为零度。

④ 烤鸡炉作清洁前务必关掉电源，以免触电。清洁完成后，需把水珠擦干。

⑤ 烤鸡炉里面，每天至少作一次彻底大清洁，必须用沸水冲洗或者洗洁剂清洗。外表面每天至少作三次清洁，保持干净、美观。

⑥ 烤鸡炉应安置在通风干燥处。

2.炸炉的维护与保养

① 操作方法：

A 使用时应保持油锅内的油面高度大于四分之一油锅深度，最高油面高度不能大于三分之二油锅深度。

B 打开电源开关，红色灯亮，按顺时针方向旋转温度调控器，对准所需要的红点位置，此

时黄色灯亮红色灯息，电热管在工作，锅内油开始升温，当油温升至所需的温度时，温控器能自动切断电源，同时黄色灯息，红色灯亮、电热管又工作，油温上升。如此反复循环，保证油温在设定的温度范围内波动。

C 使用完毕后，应加盖保持油锅内清洁，注意盖上不能有水，以免水珠滴入锅中，热油飞溅伤人。

D 另附有专用炸篮，小的食品用炸篮，大的食品可以直接放入油锅炸制，当炸制完后提起炸篮挂于梁上可以滤去余油。

E 炸锅用完后，按逆时针方向旋转温控器至关的位置，切断电源，确保安全。

F 需要清倒锅内油时，待油温降低到常温后进行，先把炸篮及护板取出，切断电源，把锅内的电热管竖起，再把控制箱向后翻转或者控制箱取出，放于干燥清洁地方便可进行油锅的清理。

G 油锅内的护板是保护电热管设定的，炸制过程中护扳必须放在油锅内，不要捞起。

H 应使用色拉油或植物油，严禁使用旧油（废油）。

I 炸炉设有两个温度开关，一个安装在电气箱上部，用来设定油炸温度（可调）；一个设在电气箱内部，设定温度为 230℃（固定）。

当油炸温度超过 230℃时能自动切断电源，起到超温保护效果。

② 注意事项及保养清洁：

A 炸炉应放在平稳地方，左右侧离不燃物 10cm 以上，背面应离不燃物（如石墙）20cm 以上。

B 须安装上电源开关，有熔断器及漏电保护器，开关间面不许堆放杂物，方便操作。

C 电热炸炉的地线与符合安全性能的地线连接。

D 使用完毕后，应关闭电源。

E 在清洁保养时，应切断电源，以防止意外事故发生。

F 每天工作完毕后用不含腐蚀性的清洁剂的湿毛巾，清洁炸炉体表面及电源引出线外表面，严禁用水直接冲洗电气箱表面，以免破坏电气性能。

G 每天必须清洗一次，把油倒出清洗，清洗完毕后把水珠擦干。

3.电蒸炉的维护与保养

① 使用方法与注意事项：

A 使用前必须检查电器线路，外壳是否有效接地，接线是否牢固。

B 使用前将机器安放平整，接上输入蒸汽管道，将饭盘、馒头盘等放进箱内。放入部分清水，送电（或蒸汽）经 30 分钟能达到良好消毒作用，然后放入大米、馒头及菜类。

C 用电加热时，必须将水箱加满水，拧上手拴，不必过紧，切勿缺水送电，以防烧坏电器。

D 用蒸汽加热时，将需蒸煮食品放入箱内关上门，拧上手拴，不必过紧。慢慢打开阀门放入蒸汽，并注意压力表指针一般放到表上 0.04－0.06Mpa 不得超过 0.1Mpa。

E 蒸饭时的蒸汽压力应保持在 0.06Mpa 经过 35 分钟，此时箱内饭已熟，将阀门关闭后再闷 5－10 分钟效果更佳。

F 蒸炉体外壳不宜接近酸碱镁腐蚀物，以防腐蚀氧化。

G 用电加热时，安全阀和汽压表不起作用。

② 清洁与保养：

A 电蒸炉应安置在避风不腐蚀处。

B 电蒸炉金属表面不损无污，表面保持光亮，以防日久氧化，不得堆放杂物。

C 使用完毕后应清洗蒸炉，并定期擦洗电热元件表面（一般一周两次）但不得用过硬的金属铲刮表面，及时更换水箱用水。

4.消毒柜的维护与保养

① 使用前先清洗干净（包括里、外）。

② 每日须保持外表面卫生清洁。

③ 应定期核查是否正常运作，每日须作保养记录。

5.电子称的保养

① 使用前先看说明书及注意的事项了解其性能，按正确的操作方法使用。

② 作清洁保养时，请注意防止水进入内部，避免发生故障。

③ 电子称的磁头，定期擦润滑油保养。

④ 电子称称重时，不要超出其限称量范围。

⑤ 电子称每天作清洁一次

⑥ 使用时，报废的价格标签不得贴于电子称上。

6.包装机的保养

① 每天须清洁 1 次，保持包装机干净清洁。

② 包装机的电热板上不得放任何杂物。

③ 包装时按正确的方法操作，以免烫伤。

④ 不使用时关掉电源。

⑤ 包装机移动时轻拿轻放，不得重摔。

7.冷藏库的维护与保养

① 库内当有冷风通道，冷风机前后左右都要保持有一定的空隙，存放物品时不要碰到下水管路。

② 进出冷藏库要随手关门，以减少冷气跑掉，影响温度不正常。（正常温度－1.15℃到0℃）

③ 取完物品时要及时把灯关掉，同时门也关掉。

④ 入库的物品不能含有过多的水分，保持库内的温度。

⑤ 应定期记录冷藏库的温度是否正常。

⑥ 冷藏库应定期清除、清扫、消毒，每天清扫一次卫生，每半个月彻底清理一次，保持干净、无异味。

8.熟食展示柜的保养

① 摆放展品应当有一定的空隙，以利于冷风循环，陈列的商品不可超出负荷，以免影响冷藏质量，（温度一般为0℃到－4℃）

② 展示柜回风口处不要堆放食品。

③ 清洗展示柜内部。

A 柜内部每一个月清扫一次；

B 清扫前应先切断电源，并取出柜内物品；

C 用蘸有中性洗涤剂的软布擦拭搁架和风口，并用湿布擦净；

D 清扫展示柜底层搁板上的垃圾，然后拉起搁板，用湿布清扫底部垃圾，清扫时注意不要把水沾到风扇电机上同时注意安全，以防被翅片划伤。

④ 清洁展示柜外表面。

A 用湿布每天擦拭一次。

B 每周一次用含有中性洗涤剂的布清除外表污垢，再用湿布擦干。

C 每时每刻都保持玻璃干净清洁。

⑤ 使用过程中，出现不正常，立即切断电源，由专业人员维修。

⑥ 切勿放入可燃性、挥发性等化学物品，及其他影响食品安全性的物品。

⑦ 在展示柜运行时勿用水直接冲洗柜体，否则会引起故障，漏电甚至火灾。

五、其它生鲜设备保养

（一）如何正确使用及保养冷藏、冷冻柜（库），首先要了解它的原理

1.冷藏、冷冻陈列柜风幕流动有着阻挡陈列柜外面的高温气体侵入柜内、保持陈列柜内低温的作用。如果出现外力挡住风幕出风口，就会减低流动，影响风力正常循环，从而造成陈列柜的冷藏、冷冻低温能力下降。为保证冷藏、冷冻柜正常循环使用，必须遵守装载线内陈列商品的标准。

2.陈列柜风幕的内循环边界称为装载线，商品陈列超出装载线，会使出风口受到干扰，使出风口不能正常循环，造成柜外高温气体侵入，同时大量的外界湿气也会被吸风口吸入，使蒸发器结大量霜造成蒸发器翅片堵塞而不能制冷。为防止这种情况出现，必须对陈列柜进行除霜，各种陈列柜由于柜内的使用温度不同及所处环境的温度、湿度也不同，应具有不同的除霜设定，以保证陈列柜具有最佳的冷藏、冷冻能力。陈列柜的运行状况，最直观也最容易从温度计上反映出来，为及时掌握陈列柜的运行情况，防止商品因设备故障发生损失，应每日对陈列柜及冷库房进行 4～6 次温度检查登记。

（二）冷藏、冷冻库

1.库房内码货要留有冷风通道，冷风机前后左右都要留有一定的空隙，存货物品时不要碰到下水管路。

2.尽量减少冷库库门的开关次数，以防止热空气入侵与减少冷风机的结霜量。

3.取物品时，冷库库门需及时关闭，取出物品后要及时关灯、关门。

4.不要忘记进出后关门，以免发生漏冷和凝露、结霜、结冰现象。

5.装入库内的物品不能含过多的水分，要防止水渗入库底，以免影响冷库寿命。

6.下水管道应及时清理污物，以防堵塞。

7.在清扫时注意不要把水沾到风扇电机上，同时注意安全，保持一定的距离，以防被风扇叶片刮伤。

除了上述注意事项外，还必须针对清洁做一个安排，以防损耗增加。对于清洁，除了每日本身的简单擦拭清洗外还必须安排每月有一次大清洁，仔细清理除了冷库房、冷柜表面盖板、网架、柜擦拭外，还要用水冲洗柜内结霜部份，以防下水口及出风口翅片堵塞不流通，而造成风力无法循环以致损耗。

另附：冷冻冷藏柜洗柜流程

1.清洗前先切断电源、制冷系统。

2.取出柜内商品，分别贮存于冷库内。

3.再用中性洗涤剂和软布擦拭搁架和风口，并用湿布擦净后拉起搁板，用湿布清扫底部垃圾。

4.清扫展示柜底层搁板上的垃圾后拉起搁板，用湿布清扫底部垃圾。

5.再用小水冲洗有结霜部位（出风扇片、管路及下水口）。

六、电子称维护与保养

1.电子称所需电压为220V，电流为0.15A。

2.商品称重时，不要超出电子称称量范围40g～15kg。

3.电子称使用前要先插电源，再打开电子称开关，待电子称屏幕出现"0.00"字样时，才能开始称商品。

4.商品需增加或扣除皮重时，要在电子称上增加或减少皮重后再称。电子称最多扣除皮重－5.998kg。

5.每次商品称重前，要注意电子称清屏，归零。

6.保持电子称托盘干燥，防止电子称进水，影响正常工作。

7.装热敏纸时要按照盒盖背面的图示说的装热敏纸。

8.作废的热敏纸不要随处乱贴，严禁贴在电子称上。

9.使用完毕后，要关闭电子称开关，拔掉电子称电源插头。

10.用干净抹布对电子称擦拭，使之清洁卫生。

11.当电子称出现故障时，速与供应商联系。 要定期测试电子称称出重量的准确性。

第八章 生鲜知识手册之生鲜区卫生管理责任制

一、卫生管理

连锁门店不仅提供给消费者舒适的购物环境，更要提供保证质量、安全、新鲜、卫生的商品，以满足顾客的期望、需要；而提供安全、卫生的商品，除了进货时要严格控制生鲜商品质量关外，还要对生鲜区员工个人卫生严格要求；另外，对于门店作业场所，设备及陈列架，更是要时时清洁卫生，且定期保养，不致于污染食品。因此，卫生管理和卫生管理责任制在生鲜区是相当重要的一环。

（一）生鲜个人卫生管理

接触生鲜商品最多的就是"人"，建立良好的个人卫生，可以降低生鲜商品受到细菌污染，并可确保生鲜商品鲜度、质量；从业人员的个人卫生包括衣、帽是否穿戴整齐、头发是否掩盖、手部指甲不可过长或有污垢，佩饰不可穿戴以免在做食品加工包装时出现异常，个人皮肤有伤口时必须包扎完好，无个人传染病；在个人卫生习惯，不可吸烟、饮食、随地吐痰、吐口水等，务必要保持干净、卫生，这不仅是维持个人、商品良好卫生习惯也是给予消费者安全卫生保障的认可；在个人上岗前必须要有卫生局检查合格的证明。

（二）生鲜处理作业场卫生管理

生鲜作业场为每日工作的场所，作业墙面、天花板、地板的干净、清洁、完善的排水设施，作业场内不得堆放与作业处理无关的物品，作业场要有良好的照明、空调及作业安全，每月需安排消毒工作，可防止病媒、污垢产生，这些都是每日时时、分分、秒秒必须要谨慎注意。

（三）生鲜设备卫生管理

生鲜商品作业场所需的设备，每天应在作业前、后或休息中，将存留于设备上的碎肉、菜屑、鱼鳞等残留物清洗干净，处理刀具、工作台、周转筐、容器、段车等必须每日清洗，每周消毒二次，以减少生鲜商品受到污染。

（四）生鲜仓库卫生管理

生鲜仓库是保存生鲜商品的地方，因此仓库堆放时不仅要堆放整齐，且要离墙 5 公分，离地 5 公分，可利用栈板来堆放，更须防四害（蚊、蝇、鼠、蟑），冷藏、冷冻温度控制要正常，不可过高或过低。

（五）生鲜门店陈列卫生管理

陈列架的清洁务必到位，冷藏、冷冻库（柜）每天务必检查温度的变与清洁，果菜需贮存冷藏于 5℃－8℃，而水产、畜产是贮存于冷藏温度－2℃到 0℃，配菜加工贮存于冷藏温度 0℃－2℃，熟食热柜在 60℃以上，冷冻品在－18℃以下，提供安全、卫生的商品是本公司门店的责任与义务，尤其是消费者意识不断增强，产品质量与卫生更应该是本公司所坚持的，身为本公司员工，必须要责任到人。

（六）管理人员的有力的监督

对于工作中所有的规章制度要落实到位

在每日生鲜部员工上岗之前应由各区域的负责人检查工作人员的基本个人卫生，之后统一清洁或消毒双手。主管人员应规定每个区域每日专人定时清扫工作间。与食品直接接触的清洗工具、抹布应固定使用。使用后需及时清洗消毒、晾干，并定点放置。食品专间应每日冲洗、消毒，有条件的门店，工作之前应开紫外灯照射 30 分钟，并定期更换灭蝇灯内的粘纸和灯管，保持加工间的卫生。门店主管应每天不定时检查，防患于未然。

二、蔬果部的卫生管理

清洁卫生的环境可衬托蔬果的鲜度，也可防止不洁环境污染商品，可提升门店形象，创造良好的营销氛围。这里要强调的是：员工要能做到随手清洁。

蔬果部卫生管理的主要内容：

（一）操作间、库存区卫生管理

1.操作间墙面无污迹、破损处，地面无积水。加工完毕和营业结束时都要清洗，每月消毒一次。

2.冷藏库内每周都要彻底清扫一次，货物分类码放，冷藏库每月消毒一次。

3.报损商品当日处理，不在库存区、操作间堆积。

4.垃圾随有随清，分类处理，讲求环保。

5.加工设备，部门内专用，榨汁机加工完要用沸水清洗，以免残渣存留、腐烂，污染成品。

6.工作台、加工器具每日用热水冲刷、清洗，保持设备干净。

7.安装灭蝇灯，夜间放粘鼠胶。

（二）门店区域管理

1.蔬果陈列架干净无污迹，陈列用具每日营业结束时冲洗干净，以备第二天上货。

2.腐败、变质蔬果随时挑拣，以免滋生腐败菌污染其他商品。

3.称重台下不得堆货，报损商品、无关杂物、废弃价格签不得乱贴乱丢。

（三）个人卫生管理

1.操作间、库存区、门店区域的清洁管理要分配到每一位员工，并督促其按卫生规范要求执行，养成随手清洁的工作习惯。

2.员工着工服上班，工服要干净整洁、无油污、汗渍，工服内穿有袖衬衣。

3.员工也要有良好的个人卫生习惯，不随地吐痰、乱丢垃圾，不在门店、库区、操作间吸烟。

4.男员工不留长发，女员工头发要束起，不戴首饰、不留长指甲、不化浓妆。

5.不良的卫生习惯极易污染商品。

6.员工要有良好的精神与工作状态，不拖拉、不萎靡。

三、肉类部的卫生管理

（一）固定设施的卫生管理

1.冷藏、冷冻库要定期清理及清洗消毒，每半个月清洗一次，包括货架、地板、墙壁，堆放用的栈板等。

2.肉类操作间内要有良好的供水及排水系统，以利于清洗肉类的各种设备、工具等。地面不要透水且应只有适当的排水斜度，这样更利于排放污水及干燥。

3.肉类操作间通风设施要完善，保持操作间空气和适当温度。温度应保持在10－15℃。

4.操作间地板、墙壁、玻璃、天花板、塑料容器要保持清洁卫生，应做到无肉屑，无污水，无污泥，无灰网，无蜘蛛网等。

5.肉类区域要定期消毒，每周一次且不得有蚊蝇、蟑螂、鼠类等要加装灭蝇灯灭蝇。

6.员工禁止在操作间用餐及吸烟，以维持肉类区域卫生。

7.肉类区域的纸皮，垃圾要随手清理干净，垃圾桶要用盖盖上。

（二）机械设备与包装材料的卫生管理

1.可移动的设备，如工作台、砧板，清洗时要将表面的肉屑用钢刷清除，以60℃温水冲洗，再用清洁剂洗净，最后以80℃以上的热水清洗消毒。

2.不可移动的设备，如绞肉机、切片机、搅拌机，包装机，锯骨机要将表面的肉屑清除干

净，以 60℃～70℃的温水配合清洁剂用抹布擦拭干净，以免碎肉、血水等残留其中而腐烂，衍生细菌而污染肉类。最后在设备表面喷上食用矿物油保养机械设备。

3.盛装肉类的工具以不锈钢及有机塑料材质为主，经选用易于清洗 、干燥、不生锈、不吸水，不易破裂，这样才能更好的维持卫生。

4.包装材料，如 PP 盒，保鲜膜等，不可任意堆放，以保证工作场所的卫生条件。

（三）个人卫生管理

1.个人身体健康，上岗前要体检，领健康证。

2.肉类加工前用肥皂或清洁剂将手洗干净并消毒，再用毛巾擦干手后方可加工肉类。

3.工作服与工作帽应保持干净，并且每日更换清洁的工作服。

4.在肉类分切当中，不可用衣袖或直接用手擦汗水，要用清洁的毛巾擦拭。

5.禁止有传染病或皮肤病及皮肤创伤并脓肿的员工接触肉类，员工要每年体检一次。

6.员工外出或从洗手间回来后，要重新洗手、消毒后再触摸肉类。

四、水产部的卫生管理

经我们操作间加工处理出来的产品供应给广大消费者，其品质的优劣直接关系到公司的信誉形象及消费者的健康。如果处理不好，还可能有传播疾病的危险。所以良好的卫生环境是确保优良品质的必要条件。做好卫生管理和温度管理，就等于做好了鲜度管理，抑制鱼体的自身分解、细菌繁殖最好的方法正是低温管理，而减少细菌或污染源的最佳手段则是做好卫生管理。

由此可见，做好卫生管理是非常重要的。卫生管理分为水产部操作间卫生管理和水产部员工卫生管理。

（一）水产部操作间卫生管理

1.水产部操作间使用的设备材料及结构须符合以下要求

A. 容易拆卸及清洗；

B. 与食品接触的表面要光滑无凹凸及隙缝；

C. 避免焊接缝口；

D. 避免锐角，所有连接应为圆角；

E. 不可以用腐蚀或有毒性的金属，如铝、铜、铅、锌等为设备材料；

F. 所有水产部设备的装置，应做到本身及邻近地区都易于清洗。

2.水产部设备使用时应注意事项

A．经常接触水产品的表面必须经常清洗，清除聚集的尘埃、污积、残渣等。

B．已洗净和消毒好的器具应存放在妥善之处，不可以直接放置在地面

3.水源卫生

A．用水：水量足，水质要符合安全，水压要求足够。

B．废水：废水及排出物均应处理，使其不含食物的污染物，要求沟渠管系完好。

4.其他

A．水产加工区必须随时进行清洗，确保空气清新，环境清洁；

B．加工区尽量减少堆放物品，杜绝卫生死角，防止蝇、虫滋生；

C．用于清洁的各种化学物品统一存放，不得与水产品混放；

D．加工区的清洁池不能混用，充分利用灭蝇灯，灭鼠器等除"四害"；

E．水族箱、制冰机、电子称、包装机、冷藏（冻）库（柜）等设备都要安排专人负责清洁保养，主管不定时检查。

F．严格遵守生、熟商品分开分类存放或陈列，以防止食品的交叉污染。

G．每日的垃圾应及时加以合理的存放，（如垃圾必须套垃圾袋,带垃圾盖），每日至少清理垃圾两次（早班下班前清理一次，晚班下班前清理一次），避免垃圾堆积而发出臭味和成为害虫的宿所。

（二）水产部员工卫生管理

1.个人卫生

A．要求每天洗澡保持身体高度清洁，上班必须身穿公司规定的清洁的工作服（包括帽、鞋、围裙）防止头发，皮屑、灰尘、细菌等污染。

B．工作期间禁止从业人员工戴手表、戒指、手饰，蓄留长指甲，长头发（以耳缘为准）。

C．经常保持双手清洁，尤其在以下情况须注意：

a.工作前

b.抽烟饮食后

c.从地上拾起任何物品后

d.以手蒙上咳嗽后

e.入厕后

f.手触及土壤和污染后

D. 养成良好习惯不随时吐痰。

E. 工作场所禁止有食、饮、抽烟、咀嚼口香糖等行为。

F. 个人衣物要妥善放置，勿成死角。

G. 分割水产品时，（尤其是刺身）尽量避免谈话。

H. 主管每日上班应对以上项目进行检查登记。

2.伤病者的管理

A. 每个员工都必须持有健康证才可聘用，每年应做身体检查一次。

B. 凡属传染病患者化脓创伤者都不可在加工区内。

C. 患有传染病或身体受伤，即向人事部门说明，以便调查。

D. 受不严重的非化脓性刀伤或擦伤人员应将伤口用防水绷布包裹，若伤在手掌或手指时应牢牢的包裹至手腕处。

五、熟食（面包）部的卫生管理

（一）工作场地的清洁卫生

1.操作间里要经常清洁，保持地板、排水沟、墙壁、天花板、操作台无破损、无污水、无污泥、无蜘蛛网。

2.操作间里须设置有灭蝇灯、灭鼠网、灭蟑屋等。

3.操作间里应设定有塑料盖的垃圾桶，指定垃圾丢弃点，每天有专人定时倒垃圾。

4.冷藏、冷冻的地板、货架、栈板分配专人负责，分时段定期、定时清洗干净。

（二）设备、器具及门店清洁卫生

1.烤炉、电炸炉、电蒸炉、瓦斯炉及厨房用具的清洁卫生，每日应分三个时段在做清洗，步骤如下：先沸水冲洗，再用洗洁精清洗，然后再用沸水冲洗。

2.生、熟食品所用的刀具、容器必须分开使用，分开存放。

3.电子称、包装机要定期、定时做清洁。

4.贩售用的冷柜、热柜、随时保持柜外、柜身及柜内的清洁，玻璃要透亮、无污点，并按照清洁计划表做清洁。

5.食品夹、勺子、刀具、熟食托盘，在使用前先以沸水冲洗干后，再放进消毒柜进行消毒。

6.区域内所使用的价格牌发现有脏时要及时更换。

（三）工作人员的清洁卫生

1.手的清洁

（1）进入操作间前先用肥皂和清洁剂清洗干净，用毛巾或纸巾擦干净后，再用消毒水消毒。

（2）所有工作人员一律不得佩戴项链、留长指甲、戴耳环、戒指、手表，女性不得涂指甲油。

（3）制作加工直接入口的熟食品，需戴一次性手套。

2.工作人员的仪容

（1）工作服干净、整齐，一律戴口罩、帽子。

（2）男性不得留长胡子。

（3）统一佩戴围裙，避免工作服污秽。

（4）戴帽子时把头发盖住，女性长发不能过肩。 （5）制作加工时须穿上防滑雨鞋。

3.健康管理

（1）加工制作不小心撞伤或者有伤口时须包扎处理，不可以再进行加工制作。

（2）须持有健康证上岗，并定时做检查。

（3）有皮肤病或有传染性疾病，严禁接触食品，应调离工作岗位。注意事项：工作场内不随地吐痰、不乱扔垃圾，操作间及门店内不许吸烟，外出或者从洗手间回来须重新洗手、消毒。

（四）食品及原料品的清洁卫生

1.生食品与熟食品须分开处理、分开存放。

2.清洁的化学物品须与食品、原料品分开存放。

3.清洁食品（解冻）与清洁用具的水槽须分开使用。

4.食品与原料品存放应离地面 5cm 以上。

六、日配部的卫生管理

日配部卫生除了个人卫生、商品卫生，还包括工作场地、设备及冷冻、冷藏、常温仓库卫生，这些都要符合卫生检疫标准。

下列有几个重要的要特别注意：

1.营业人员要注意个人卫生包含服饰，在上岗前，必须经卫生防疫站体检后领有健康证。

2.商品质量要符合卫生检疫标准，如防腐剂、大肠杆菌要符合卫生指标。

3.冷藏、冷冻柜（库）及销售区域要定期清洁，保持干净、无污水。

4.要定期清洁保持设备卫生，如货架、层板、栈板、斜口笼、价格杆、价格条、磅秤台（机）等。

5.做好库房、门店区域定期消毒及灭四害工作。

6.销售商品要保持干净，无污点，无腐烂物品。

第九章 生鲜知识手册之收货、验货管理

一、生鲜收货、验货程序

商品验货对门店经营的重要性不容忽视，有若咽喉一般，负有把关的任务。门店的整个验收作业，需要扣牢每个环节，若发生任何一个环节错误，门店必蒙受损失，如：送货不足、数量点收错误会使门店库存不准确，财会损失；如质量不符合，退货作业繁杂，缺货会造成销售机会损失；若商品标识不符，有效期限已过，则可能触犯法律或有害人体健康；若规格不符，则门店有价格损失；若权责不分，则有可能发生厂家与验货相互勾结，有害公司利益。由此可见，验货是如此重要，因此门店在进行验货作业时，严格要求遵守验货程序与规定，如此验货作业才能步入正轨。

（一）生鲜收货、验货程序

验货有一定的标准和程序，合乎规定者才能进门店，不合规定者，自觉退场！厂家送货内容务必符合生鲜永续订单内各种明细，如数量、规格、重量、包装外观、商品标识、有效日期、质量是否相符、厂家编号均要一一核对，卡卡相连、责任到人。

验货标准如下：

1.收货订单一式三联或四联，供应商一联、收货部一联、财务部一联。

2.供应商送货时，应同时填写一式三联或四联的送货单。

内容详载：供应商名称（编号）、（送收货）日期、货号、品名、规格、订货数量、实收数量、收货人签名等。

3.收货人按订单检查品名、包装规格，称重无误后，签字确认并粘贴收货号码。

4.生鲜各部会同收货部核对品名和规格项外，再检验收货质量，确认货品无误后便可完成收货手续，此时可请供应商将生鲜商品及时按规定送入冷藏、冷冻库内，以保鲜度。

5.完成收货手续，不是在系统下单的收货部、生鲜各部主管签字确认后，交由收货部录入人录入电脑。在录入组确认订单号码、检查有无收货号码、签字确认后，再交由供应商带回。

6.生鲜收货必须当日完成录入，当日完成手续。

（二）验收商品后的处理

生鲜商品在完成验收后，应迅速作处理，否则鲜度将会下降，质量变差，损耗加大。因此对于需冷藏、冷冻的蔬果、水产、肉类与日配、熟食均应速送入库内保存，不可久存放在收货

区库房内。

二、生鲜验货标准制定

验货标准的制定是门店确保与控制质量的第一步，也是为鲜度管理把关，进而降低损耗、创造业绩。

验货标准制定：

1.质量：力求品质保持一定水平以上，而且要求数量稳定供应。

2.规格：严格限制规格大小，个头重量趋于一致化。

3.包装：不同包装，成本结构不一，因此务必制定限制。

4.产地：农产品产地不同，价格亦不同，鲜度和品质需根据经验判断。

三、蔬果的收、验货标准

蔬果具有该品种应有的特征，包括色泽、味道、形状等，新鲜、清洁、无异味、无病虫损害、成熟适度、无外伤。重量：收货时要扣除包装物重量，不能随意扣重。

（一）蔬菜类的收货标准

1.根茎类：茎部不老化，个体均匀，未发芽、变色。

2.叶菜类：色泽鲜亮，切口不变色，叶片挺而不干枯、不发黄。质地脆嫩、坚挺，球形叶菜，结实，无老帮。

3.花果类：允许果形有轻微缺点，但不得变形、过熟。

4.菇菌类：外形饱满，不发霉、变黑。

（二）水果的收货标准

1.柑橘类（脐橙、蜜橘、、芦柑、西柚、蜜柚等）：果实结实、有弹性，手掂有重量感，果形完整、有色泽、无疤痕、不萎缩、变色、受挤压变形，柚类无褐斑、黑点。

①脐橙：果实圆球状，果皮橙红色，果肉汁多爽滑、浓甜清香，单果重 300～400 克。贮藏温度 3～5℃，进口品主产美国、澳大利亚，国产品主产四川、湖北、湖南。

劣质品：外皮有疤痕至霉变，手捏变软，无弹性，果皮失水萎缩，受挤压而严重变形。

② 果实呈扁圆形，果皮橙红色，果肉细嫩多汁，酸甜适度，单果重 150～250 克。贮存温

度 6～8℃。

劣质品：果皮有疤痕，失水干缩，皮肉剥离，果皮易凹陷，无弹性。

③ 芦柑：果实扁圆，果皮橙黄色，果瓣肥大，多汁甜美、，核少，单果重 100～150 克。贮存温度 6～10℃，主产区有福建、台湾。

劣质品：有疤痕、果皮失水萎缩、有褐斑、腐烂霉变。

④橘子：果实扁圆，果皮松软易剥、色泽浅黄、金黄至金红色。果肉酸甜清香，单果重 100～150 克，贮存温度 6～10℃，主产四川、福建、湖北、湖南。

劣质品：果皮萎缩、变形，霉烂有褐斑。

⑤ 金橘：果实小呈椭圆，果皮细薄，果肉多汁，香气浓郁。单果重 15～35 克，贮存温度 6～10℃，主产地有江西。

劣质品：腐烂、挤压开裂，果皮干皱。

⑥蜜柚：果实梨形，果皮浅黄色，不易剥，核小，果瓣大，肉多汁甜香。单果重 1500～2000 克，贮存温度 3～5℃，主产地有福建。

⑦ 西柚（青皮、黄皮）：果实大而扁圆，果皮浅绿或黄色（部分呈红色），果皮细滑易剥，果肉清甜微酸。主产：日本、以色列。

劣质品：外皮变干，有褐斑。

⑧ 柠檬：果实卵形，两端有凸起，果皮鲜黄（也有绿色品种），果皮细滑不易剥，多汁清香味酸。

劣质品：外皮枯干，果肉失水变轻，有黑斑或疤痕。

⑨ 胡柚：果实圆形，外皮橙色，味甜多汁，单果重 400～600 克，贮存温度 3～5℃，主产地有福建。

劣质品：干皱萎缩，挤压过软，腐烂、冻伤。

2.苹果类（蛇果、青苹果、红富士、黄金帅等）： 要求：结实、多汁、有光泽，表面光滑，无压伤、疤痕，不干皱。

① 蛇果：果实长圆，果肩高，蒂深缩，果皮深红有光泽。口感爽脆 甜香，果皮光滑，主产地以美国为主。

劣质品：腐烂、发霉、果皮失水萎缩，有压伤，外表失去光泽。

② 青苹果：果实圆形，果皮青绿略带白点，光滑。结实有光泽，口感酸甜爽脆，主产地美国、南非。

劣质品：表面无光泽，口感不脆，有疤痕、压伤，腐烂。

③ 加丽果：果实圆形，果皮亮而光滑，红色中略带白点。结实，脆甜多汁，主产地美国、新西兰。

劣质品：无光泽，口感不脆，表皮有疤痕或开裂、压伤。

④红富士：果形略扁园，果皮粉红带紫红色条纹，底部淡黄。结实，爽脆甜香，多汁。90＃红富士，单果重 300～450 克，最大横切面直径 390 毫米，贮存温度－1～2℃，主产山东、陕西。

劣质品：有压伤、疤痕，口感粉而不脆，果皮变干发皱，变软。

⑤ 黄香蕉苹果：果实扁圆，果皮浅黄色，果肉脆而甜。单果重 150～200 克，贮存温度－1～2℃，主产山东、陕西。

劣质品：有压伤、疤痕，口感粉而不脆，果皮变干发皱，变软。

3.梨类：（鸭梨、啤梨、水晶梨、雪梨、贡梨、香梨等） 要求：结实、甜而多汁，个体均匀、不变色、干皱，无压伤。

① 鸭梨：果实为倒卵形，果皮黄色，薄而光滑，果肉细甜多汁，个体均匀。

劣质品：果身变软，无光泽，有冻压伤，失水干皱，果皮发黑或切开中心变黑。

②雪梨：果实倒卵形，皮黄而厚，果肉甜而微酸、颗粒粗。个大均匀，单果重 300～450 克，贮存温度－1～3℃，主产辽宁、山东、山西。

劣质品：有霉斑、压伤，切开梨心发黑。

③ 啤梨：果皮草绿色，成熟后果肉变软。结实，手掂有重量感，甜香爽滑。

劣质品：过软，开裂出水，无光泽，有压伤，果皮变色、腐烂。

④ 水晶梨：果皮黄色，有光泽、平滑，个体均匀。甜而多汁。 劣质品：变软无光泽，有压伤，失水干皱，果皮变黑，切开梨心变黑。

⑤香梨：果皮鹅黄色，有红色晕或条纹，平滑而薄，果柄鲜绿，香气浓郁，甜美多汁，个体均匀。单果重 100～120 克，贮存温度－1～3℃，主产新疆。

劣质品：变软、无光泽、变色，失水干皱。

⑥ 酥梨：果皮黄色，果肉细而脆，甜美多汁。单果重 150～250 克，贮存温度－1～3℃，主产华北、西南地区。

劣质品：有压伤，失水干皱，果皮变黑，心发黑。

⑦ 贡梨：皮淡黄色，多汁，结实，个体均匀。 劣质品：变软，压伤，疤痕、干皱、果皮

变黑。

⑧ 丰水梨：果皮咖啡色，较粗糙不光滑，形状扁圆。个体均匀，甜而多汁，果肉细，主产山东。

劣质品：变软，失去光泽，压伤，失水干皱、果皮变黑。

⑨ 砀山梨：果皮黄绿色，果肉颗粒较粗，多汁，单果重 150～270 克，主产安徽。 劣质品：果身变软，压伤，变色。

4.水蜜桃：果皮粉红带绒毛，不过熟略硬，果肉香甜爽滑多汁。 劣质品：有压伤，开裂出水，变软过熟，腐烂。

5.樱桃（进口称车厘子）：果形圆而小，大小均匀，带鲜绿果柄，有弹性，果肉鲜甜多汁。进口品主产美国，澳洲，有红、白色两种。

劣质品：疤痕、萎缩、破裂、腐烂、过熟、冻伤。

6.杏：果皮黄色或白色带绒毛，果圆形，成熟后软而多汁，酸甜适口。 劣质品：有压伤、疤痕、开裂、过熟变软。

7.浆果类（提子、葡萄、奇异果、猕猴桃、草莓）： 果实结实饱满，大小均匀，无压伤。

① 提子：果形球形，有黑、红、青色。结实饱满，大小均匀，果藤鲜绿，果肉爽滑，甜而多汁。主产美国、智利、澳洲。

劣质品：果粒脱落、开裂、有霉斑，变软、压伤、果藤变干。

② 草莓：果粒大小均匀，色泽鲜红，甜美多汁，不过熟。 劣质品：破溃出水，腐烂。

③ 奇异果：结实，果实椭圆，果皮充满绒毛，呈咖啡色，果肉绿色，环状排列黑色种子，口味甜软多汁。主产新西兰、澳洲。

国产品称猕猴桃，性状与奇异果相同，但绒毛较少，口感略差，单品重 100～200 克。

劣质品：过熟变软，失水干缩，表皮发黑，口感酸涩。

8.瓜类：（哈密瓜、伽师瓜、香瓜、木瓜、西瓜等） 果形完整，结实、无开裂、压伤。

① 哈密瓜：果皮黄绿、绿白或金黄，厚而粗糙，带有凸起纹路，果形椭圆，果肉甜香多汁、爽滑。

劣质品：有疤痕、压伤、出现黑斑，瓜身变软（过熟）。

② 香瓜：有白、黄两种，果皮光滑，结实，甜香。 劣质品：有疤痕、压伤、表皮出现黑斑，瓜身变软，腐烂。

③ 白兰瓜：果实近圆形，果皮白色，果肉淡绿，味甜香。单瓜重 1000～ 1500 克，贮存

温度 5～8℃，主产兰州。

劣质品：外伤、表面有黑点，变软、腐烂。

④ 西瓜：果形完整、有光泽，带暗条纹品种花纹要清晰，汁多爽甜，贮存温度 8～14℃。

劣质品：开裂、发软，有疤痕、斑点，过熟口感不爽，颜色暗红，过生果肉粉红、味酸。

9.热带水果类

⑴ 火龙果：表皮鲜红，叶片鲜绿，结实而有弹性，果肉白、有黑色种子，口味淡甜。

劣质品：叶片发黄、干皱、颜色黯淡，表皮开裂、变软，果柄腐烂。

⑵ 枇杷：果实尖圆、色橙红，结实有弹性，果肉甜香。 劣质品：腐烂、变软、疤痕。

⑶ 芒果：果粒大小均匀，果皮光滑细腻，果肉幼滑甜香。 劣质品：表皮发黑或黑斑，失水萎缩，果柄处腐烂。

⑷香蕉：果实象牙状，未成熟青绿色、成熟后鲜黄色，软糯香甜。每板香蕉不少于 5 只，中间 3 只长 15 厘米以上，单只至 80 克以上，贮存温度 12～16℃，主产菲律宾。

劣质品：表皮发黑，果柄腐烂，压伤、冻伤。

⑸ 龙眼：果实小而圆，果皮浅咖啡色，果肉甜多汁。单果重 16～25 克。贮存温度 0～1℃，主产广东、广西。

劣质品：表皮发黑，爆裂、出水。

⑹ 荔枝：果实心形，色泽鲜红带绿，口感结实有弹性，香甜味美，脆嫩多汁。主产广东、广西、福建。

劣质品：表皮发黑，果实过软，失水干硬，爆裂。

⑺ 红毛丹：果皮长须，色红绿，果实小而圆，肉嫩多汁。 劣质品：表皮发黑，长须干皱、变褐。

⑻ 椰青：外表纤维质色白，液汁饱满，摇动时略晃动，清淡略甜，椰肉甘香爽口。

劣质品：纤维质变黑、有霉斑，干裂出水，底部纤维质发粉红。

⑼ 洋桃：果实呈星形，色浅绿，成熟后金黄色，表皮有光泽，果肉晶莹，口味酸甜。

劣质品：表面有黑斑、疤痕、外伤、边缘变色发黑。

⑽ 黑红布林：果实圆形或椭圆形，颜色黑或暗红，结实有弹性，有光泽，果肉黄或红色，味甜美。

劣质品：疤痕、果顶开裂，发霉，失水萎缩，过熟变软，冻伤。

⑾ 菠萝：果皮厚、有突出果眼呈鳞状，果形椭圆，果肉黄色，肉质脆嫩爽甜，纤维少，

冠顶叶青绿。

劣质品：通体金黄（已过熟），果肉发软，果眼溢汁，表面发霉。

⑿ 榴莲：果皮长满尖刺，果实成熟后有特殊香气，果肉鲜黄，香甜细滑。果形完整、饱满，主产泰国。

劣质品：开裂，有冻伤，有黑斑，果肉极软，颜色白。

⒀ 山竹：果实圆形，果皮厚而硬，紫黑色，果顶瓣鲜绿。果肉为白色肉瓣，甜而微酸，主产泰国、印尼。

劣质品：果柄干枯、压伤，过生（青白或粉红），过硬（用手捏不开，果肉已变质）。

四、肉类的收、验货标准

为了使各门店肉类部人员在收验货时，控制商品品质，降低肉类损耗，特制订肉类部收货、验货标准。

（一）白条猪收货、验货标准

白条猪种类分为良种猪、良杂猪、土猪等，现我们依良种猪制定本标准，使肉类部人员在收货时有章可循。

1.良种猪是指纯种长白猪，杜洛克猪等良种瘦肉型猪，其瘦肉率达到50％以上，白条猪总重量可达65～90公斤。

2.白条猪肥膘厚度（不含猪皮），以第六与第七根肋骨之间平行至脊背皮内不超过1厘米，为测量标准，良杂一级猪不超过1.5厘米。

3.猪边体表无明显伤痕，无片状猪毛，后腿部盖有"良"或"特"字级别印章，并盖有"合格"椭圆形印章或宽长条肉检合格验讫印章。

4.如在收验货后发现猪边表皮内部（收货组因条件限制无法检测）存在断骨、淤血、脓胞等伤残肉时，按实际剔除伤残肉的重量退货给厂商。

5.要注意猪肉的色泽，理想的肉色为淡红色，鲜明且具光泽。品质下降会由红到黄到绿，骨头截面为鲜红。另外，肌肉的纹理细者，较柔软、品质较佳；纹理粗糙者，肉较粗硬、品质较差。

6.验收猪肉时一定认证核对是否有检验检疫公章和放心肉平台追溯，认真查看检验检疫公章的单位，猪肉是否跨省，如跨省运输的，第一时间报告供应链管理部，如果没有，一律不得收货。

（二）鸡肉的收验货标准

新鲜的鸡肉肌肉色泽呈淡黄红色，肌肉有弹性且结实，无腥臭味、不黏滑。骨髓色泽呈鲜红色，变灰、变绿为品质不佳。全鸡或部位肉须依采购所订规格验收，凡出现鸡肉淤血、骨折、露骨、脱皮等现象不可收货。

（三）牛肉的收验货标准

新鲜的牛肉肌肉色泽呈鲜红色，有光泽，肥肉部分接近白色，用手背触摸肉质，若有黏手感觉，说明牛肉没注水。

（五）收货时要以新鲜度为标准收货，通常以眼、鼻、手触摸等方式辨认，区别标准如下：

四、水产的收、验货标准

（一）活海鲜

1.鱼类

主要品种有桂花鱼、鲈鱼、脆肉鲩、鲩鱼、鲤鱼、鲫鱼、福寿鱼（又名非洲鲫）、大头鱼、生鱼、白鳝、甲鱼、草鱼等淡水鱼及银鲳、石斑、油追等海鱼。

感观鉴别：神态----在水中游动自如、反应敏捷。

体态----无伤残、无畸形、无病害。

体表----鳞片完整无损、表面无异物、无皮下出血现象及红色鱼鳞。

补遗：

① 行动迟缓、反肚、慌乱、狂游的鱼表明已接近死亡或已有病害。

② 有红色鱼鳞之鱼：显示鱼受缺氧（多因太过拥挤）所损害，它可能只能有较短寿命，须挑出拒收。

③甲鱼检验方法：使甲鱼背朝天，能自行翻转、背壳黑青、白肚、裙边肥厚、四肢有力；甲鱼与河蟹、鳝一样，死后会产生有毒物质（组胺），食用后会中毒。如果甲鱼肚皮发红、有伤痕、有针孔不收；甲鱼腿侧面打水鼓起拒收。

④活鱼送至收货部应立即进行打氧，收货后第一时间放入大鱼缸中让其休息；15 分钟后，还不能自如游动及翻肚的鱼捞起退回予供应商。

2.虾类

主要有河虾（淡水虾）及九节虾（或水虾）。

感官鉴别----个大均匀、活蹦乱跳（或能活动）。

补遗：

① 河虾生命力较强，离水后尚能成活一段时间，若虾身弯曲、不能活动或虾身发白，表明已死。

② 九节虾生命力较弱，不能动弹者表明已死，放养虾的海水中应加入冰块以降低水温，使虾存活期延长。

河虾不可太大，一般 30 条一斤，因为河虾头大、肉身小。

3.蟹类

主要有大闸蟹（河蟹）及羔蟹、肉蟹、红蟹、花蟹、石蟹等（海蟹）。 感官鉴别：

大闸蟹----青皮、白肚、黄毛、金螯及蟹脚刚劲有力，膘壮肉厚，膏多，堆在地上，能迅速四面爬开。

海蟹------体肥、甲壳色泽正常，腹部洁白，雌蟹有膏时，头胸甲棘尖，反面透黄色，螯及蟹脚有力。

补遗：

① 检验羔蟹及肉蟹时，除验其以上之感官鉴别外还需留意其草绳（捆蟹螯）是否过粗，要求草绳所占比例小于 25%总重。]

② 不同规格的大闸蟹其规格相差很大，留意其规格很重要。 足爪舞动慢，不能有力弯曲，带有腐败臭味的拒收。

③ 规格标准：肉蟹----350g～400g/只 羔蟹----350g～400g/只 鲜海蟹----250g 以上/只

4.贝类

主要有花蛤、沙白（双壳贝类）及鲍鱼仔（单壳贝类）。

感官鉴别：

双壳贝类----外壳具固有色泽、平时微张口、受惊闭合，斧足与触管伸缩灵活，具固有气味。

单壳贝类----贝肉收缩自如，用手指抚平后能回缩。

（二）盐渍海产

主要售卖产品为海蜇、海带类，而海蜇又分为海蜇头（蜇身口腕部加工的成品）和海蜇皮（上身全部加工的成品）。

感官鉴别：

质地----坚实而具韧性，手指甲掐之可破、脆嫩；

气味----轻腥气、盐味；

色泽----有光泽； 清洁度----无污物和泥浆。

补遗：

① 良质海蜇皮鳖张厚薄均匀、自然圆形、中间无破洞、边缘不破裂。

② 验收海蜇时，应将产品捞起堆高 30cm 静置滤水 15 分钟再称重（原盐渍水应保留以保持海蜇的质量和重量）。

（三）冰鲜鱼

冰鲜鱼是指已死但还新鲜，并以碎冰或冰水来保持其鲜度的鱼。

感官鉴别：

皮肤----类金属、光泽哑色的表面显示其已不新鲜；

眼睛----饱满明亮、清晰且完整、瞳孔黑、角膜清澈；

鳃------鲜红色或血红色、含粘液且没有粘泥；

肛门----内收或平整，不突出，不破肛；

体外粘液----透明或水白；

肉质----坚实且富有弹性，轻按下鱼肉后，手指的凹陷处可马上恢复； 气味----温和的海水味或鲜海藻味，无氯味腐臭味；

体表----鱼鳞完整、体表无破损。

补遗：

① 鱼体出现破肛现象，大多是自行分解所致而非机性损伤；

② 冰鲜鱼有时也会采用盐冻，由于盐温度较低（零度以下），鱼眼会受冻害，瞳孔发白，角膜混浊，基至鱼破损；

③ 规格标准：小带鱼----100g 左右/条 带 鱼----180g～220g/条 小黄鱼----50g 左右/条

小平鱼----70g～100g/条 平 鱼----200g～250g/条 马鲛鱼----500g～600g/条

比目鱼----50g～80g/条

（四）冰鲜虾

感官鉴别： 有固有的颜色，不发白或发红；

头胸甲与躯干连接紧密，无断头现象；

虾身清洁无污物；

规格标准：天然对虾----70g～80g/只

基围虾------21 头～25 头/500g

海白虾------80 头～90 头/500g

活河虾------26 头～30 头/500g

南美虾------31 头～35 头/500g

（五）急冻海产

急冻海产有两种急冻形式，分别是块冻或独立单冻。

感官鉴别：参照冰鲜鱼感官鉴别，质量略次于冰鲜鱼。

补遗： ① 单冻海产：一般按总重的 20％除冰重，但若目测其冰衣较厚，则需蟹冻求其净重；

② 块冻海产：由于含冰量大，必须解冻后求其净重。

③ 以袋、盒为单位计算的产品不需要除冰，但必须查验规格。

（六）海产干货

海产干货包括鱿鱼、墨鱼、鱼翅、干贝、海米、虾皮、贝尖、虾籽等。

感官鉴别：

干鱿鱼----无盐、干、肉桂色、身长 18cm～20cm/只

干墨鱼----无盐、干、肉桂色、身长 10cm～12cm/只

鱼翅------干、青白色、20cm 左右长

干贝------干、肉桂色、Φ2cm 左右

海米------淡、干、色粉红、有光泽、2cm 左右长

金钩------淡、干、色红、有光泽

虾皮------淡、干、有光泽、无断足、断头

贝尖------淡、干、肉桂色

虾籽------色紫红、淡、干、无沙

鱼肚------色白、干、5～10cm

（七）鲜海水产收货具体标准

鲜快鱼 200g 鲤鱼 500g

基围虾 16～20g 海白虾 80～90g

活河虾 21～25g 七星鲈鱼 400～500g

舟山带鱼 200～280g 红头鱼 100～120g

辫子鱼 250～270g 梭鱼 300～350g

鲜鲅鱼 400～450g 鲶鱼 500～530g

南美虾 20～25g 鲜海蟹 200g

鲜水斗 50g 鲜红鳟鱼 400～500g

甲鱼 500～550g 野生甲鱼 500～550g

桂鱼 600～630g 河鳗 700～750g

鲫鱼 200～250g 平鱼 200～240g

武昌鱼 400g 草鱼 500g 以上

天然对虾 8g 活河蟹 100g 以上

鲜黄花鱼 200g 以上 黑鱼 500g 以上

肉蟹 350～400g 羔蟹 350～400g

海蜇丝 380g/袋 小黄鱼 50g

小平鱼 100～120g 小带鱼 100～150g

五、熟食的收、验货标准

为了提高熟食商品的品质，协助门店收货时有一定的标准，达到减少商品损耗的目的。

（一）熟食的收货标准

1.火鸡腿：色泽金黄、无异味，每只重量在 950 克左右。

2.童子鸡：色泽金黄，每只重量在 500～700 克之间，内膛干净、无异味。

3.牛腱子：筋腱花纹明显、无异味、色泽酱红。

4.酱鸭：色泽酱红，每只重量在 1000 克左右，内膛干净、无杂物、无异味。

5.猪肚：色泽金黄、无异味。

6.猪蹄：色泽酱红、无硬毛，肉质松软、无异味。 注意事项：熟食品可以从它的颜色、嗅觉、直觉、感性方面区分好坏。

（二）面包、蛋糕的收货标准

1.面包：色泽金黄、规格统一、馅料统一，无发霉、变质、干硬，包装内无异物，出厂日

期明显。

2.蛋糕吐司：色泽金黄、无挤压、规格统一、无发霉、变质、干硬，包装内无异物，出厂日期明显。

3.布丁蛋糕：色泽金黄、手感松软、规格统一、无发霉、变质、干硬，包装内无异物，出厂日期明显。

4.蛋糕：坯子松软、无发霉、变质，奶油新鲜、色素适量、包装干净、出厂日期明显。

5.起酥：松软酥香、起酥均匀、无碎屑、无异物、包装整齐、出厂日期明显。

（三）熟食新鲜鸡的收货标准

厂商送货必须用周转筐装，保持筐干净，鸡表面干净、无毛、无脏物，内脏干净。鸡不可注水，用手按摩肉质有弹性则没有注水，如其肉质松软，不可收货。

注意事项：收货时要以鸡的新鲜度为标准收货，一般可用眼、 鼻、手摸等方法进行辨认。

六、农附产品收货标准

（一）南北货收货标准

1.不能腐败、变味、变色。

2.无破包、虫咬、鼠咬。

3.需了解生产日期及保质期。

（二）米粮类收货标准

1.货量大时抽验称重，检查重量是否足够。

2.未腐败、变味、变色。

3.无虫咬、鼠咬。

4.无破袋。

5.无杂质。

6.需了解生产日期、保质期。

第十章 生鲜知识手册之生鲜订货补货管理及原则

一、订货管理

生鲜农产品的产量和品项受季节、天气与产地的影响较大，因此订货作业是较难把握的工作。订货要掌握"货品齐全，不能缺货"，又要控制达到"质量好，鲜度足"。门店生鲜部必须掌握各种农产品的生产季节、产地、各种保鲜方法、鲜度判断方法、市场价格变化等产品因素，这是订货管理中必须做好的工作。

生鲜区经营力较强的门店一定会招徕很多顾客，它可以使门店在竞争中处于绝对有利的位置。生鲜经营务必重视"生鲜商品的周转率"上，而生鲜商品周转率又是建立在订货准确与补货勤快上的。因此实现以"生鲜来抓住顾客"的前提下，订单、补货的质量、数量、配送稳定度务必要求到位。

生鲜订货必须考虑的因素

1.库存天数、当日库存数量及生鲜库存空间（冷冻、冷藏库房）。

2.天气、节庆、周六、日各种"旺日"下单。

3.季节性大宗产品。

4.日均销售量及商品的周转率。

5.生鲜基本的陈列面乘以补货次数。

6.促销期及折扣期。

7.依往年的销售记录及购买习性下单。

8.健康、安全、卫生的生鲜绿色食品。

9.市场流行趋势下单。

10.当日促销的单品数量。

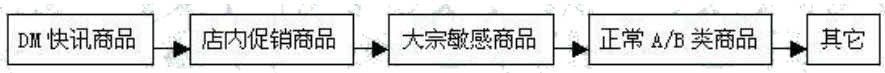
二、订货方式

依据生鲜当季（月）的商品组合建立永续订单，生鲜订货要注重时效性、季节性与准确性。为讲求效率，生鲜采购务必依据永续订单作为下单的依据。

（一）补货作业

商品管理首先必须严守"先进先出"原则，补货也是如此。补货时除了空间陈列补足外，应将旧货取下，补进新货，再将旧货放在前边。不可因补货而忽略整理排面，要知道整理排面比补货优先的原则。商品入库存储时也要遵守先进先出，堆积在库房外的商品先行补货，再补库房内的商品，避免仓库内的旧货有效期过期。

补货顺序：



（二）补货注意事项

1.收掉不可贩卖的商品--已变质、受损、破包、血水渗出、受污、过期、条码有错误或不清楚的商品。

2.补货前先整理并维持陈列架或冷冻、冷藏柜的清洁，保持良好的商品卖相。

3.利用托板车、三轮车、面包车及各种周转箱等工具补货。

4.货物叠放在栈板上时，注意重的、体积大的放在下层，体积小、易碎的在上层。

5.一人一栈板，纸箱、周转箱均不落地。

6.补货商品尽可能靠近陈列架，避免影响顾客购物。补货完毕后、速将托板车、栈板、纸箱及剩余商品归回定位。

7.缺货时请保持空货架状态，并使用"暂时缺货卡"。（日配适用）

8.补货完毕后须注意价签是否对齐，品名、价格是否正确。

9.补货时商品要轻拿轻放，避免重摔。

三、蔬果订货、补货原则

（一）蔬果订货的参考原则

1.考虑当日库存数量、库存天数及保鲜要求：考虑当日库存量的大小，可售卖天数多少；另外如需冷藏库保鲜，则要考虑库房的容积，是否能承受。

2.依据天气、节庆、假日等各种"旺日"下单：参考第二天的天气状况对人流量的影响；是否到假日人流高峰日（可参考以往假日销售量）；是否某一节庆高峰日，并有特殊品项需求（如"腊八"增订杂粮）等等。

3.参考日均销售量及商品周转率：要有以往销量的记录，如实际情况、月销售量、商品周转率来作为订货参考值。

4.根据季节变化：蔬果的季节性体现最强，从夏至秋都有当年应季品项上市，考虑增大陈列面积、陈列量，加大订货量。

5.参考商品的基本陈列面乘以补货次数，简单地说某品项一个排面的陈列量乘以一天补货的次数，即是大致订货量。

6.考虑促销期及折扣期。

7.依据往年的销售记录及顾客消费习惯订货：特别是在春节等这样的重大节日及销售旺季，保留以往的销售记录，作为参考，并把握当地顾客的消费习惯。

8.品质是蔬果的关键：订货的前提是健康的、安全的、卫生的，符合验收品质标准的商品。

9.参考市场流行趋势，参考当地是否有新品种上市，市场的价格波动变动等等。

10.依据蔬果当季的商品组合建立永续订单，以永续订单为订货下单的依据。

（二）蔬果的补货原则

1.补货的顺序： DM 快讯商品 店内促销品 大宗商品（敏感商品） 正常 A、B 类商品 其它。

2.补货的注意事项：

（1）保证先进先出。

（2）整理排面比补货优先，不可因补货不及时而忽略排面。

（3）堆积在库房外的货品先补，再补库房内的货品。

（4）整理时将不可贩卖的商品收回－－已变质、受损、破包、过期或接近过期、条码错误受污等。

（5）补货前后都做好陈列架、冷藏柜的清洁，保持良好的商品"卖相"。

（6）利用地车、周转箱、周转筐等工具补货。

（7）货品码放在栈板上时，重的、体积大的放在下层，体积小、易碎的放在上层，交叠码齐。

（8）补货时纸箱、周转箱均不落地。

（9）补货时，货品尽可能靠近陈列架，以免影响顾客，补货完毕迅速将地车、栈板、纸箱、剩余商品归回定位。

（10）补货中注意是否与价格牌、价签对应。

（11）蔬菜、水果补货时务必轻拿轻放，不可重摔、碰撞。

四、肉类订货、补货原则

（一）肉类订货的参考原则

1.充分了解货源：确保供应商可以提供充足的货源，不论是一般商品还是季节性商品，供应商有一定规模。

2.了解区域性商圈：对于区域内的农贸市场，竞争门店，餐厅等大众的消费习惯，作深入了解。以便了解商品品项与价格。

3.确定肉类品质：肉类一定是放心肉，并经过检疫合格正规的厂商。坚决杜绝私宰肉，注水肉进入门店。

4.开发新品项：除一般大众所需，更需引导，教育顾客新的食肉方式，做到人无我有，人有我优。

（二）订货原则

1.商品品项：依据实际销售状况，季节性，节日做品项的增减并注意品项的销售，对於新品项，可以两个月的销售为依据计算米效，判断是否持续贩买。

2.订货数量：要依据平常销售、库存量，价格、促销、季节性、节日作为订货的依据。促销时订货数量可依据以前促销的销量为依据订货。

3.维持合理的库存量：每天的订货量加上前一天的库存量以不超过预估销售量的 1.5 倍为准，那每日开店的库存量可以在次日中午前销售完毕，即维持库存天数为 1.5 天。

4.肉类销售：肉类促销时要先了解供应商是否有足够货量，价格是否火爆对其他品项的销量提高或降低是否有影响都必须了解，作备货计划。

（三）肉类的补货原则

1.补货时要维持先进先出的原则，陈列时新品在后排商品放在前排。

2.补货时要以不影响顾客购物为原则，避开高峰期补货，补货要迅速及时。

3.补货时要注意肉的品质，品质不好立即剔除另行加工。排面随时整理，肉类有血水立即擦去，检查肉类是否与价格卡对应、价格是否正确，及时调整。补货时不可将冷柜出风口挡住。

4.平时补货以不见底为原则，即单层陈列。促销品需扩大陈列排面饱满、要有量感，要注意中空陈列。晚上补货须注意销售量，以不缺货、可代替性、整齐、清洁为原则。

肉类三阶段补货原则：

	第一阶段 （开店前）	第二阶段 （营业中期）	第三阶段 （傍晚－关店）
补货量	一天销量40%	一天销售量 40%	一天销售量 20%
补货顺序	DMS高者 DMS中者 DMS低者	DMS高者 DMS中者 缺货者	DMS高者 缺货者

五、水产订货、补货原则

（一）水产订货的参考原则

1.了解市场：实际下单前务必先行了解市场的各种季节鱼类、虾、贝、蟹等商品的价格、规格、鲜度、商品组合、市场变动等情况。因为知已知彼才能百战百胜。

2.了解周边商圈客层的需求：通过对顾客的访问调查，了解附近商圈的客层、来客数，人潮分布时间及顾客的需求，以便作为订货时的参考依据。

3.永续订单与续订货原则：续订货的准确度是相当困难的，前一天好卖的鱼才订货，不好卖的鱼不订货是错误的，实际算出实际情况才会正确，同时为了避免续订货商品被忽略掉，所以要求续订货的规定也就要更明确。

① 商品：依照每月商品群的货号建立永续订单（建档）为求商品齐全，活鱼鲜鱼部份的

品项数不得少于 30 个。

② 季节：续订货时以季节性商品为主，非季节性水产品，例如肉质肥美而且适合区域性顾客，也应该同时订货。

③数量：订货的数量应该考虑到第二天的天气及是否是节日、节庆，是否是快讯促销品项而与平常日有所不同。假日时外出郊游及到餐厅的人较多，因此烧烤的鱼、虾、贝类及餐厅用鱼应多订些；平常日时以家庭食用的水产品多订些，春节时黄鱼、带鱼多订些。

④促销与库存：依据促销力度的强弱，库存量的多少，平均日销售的多少，另外续订货时务必将互补性水产品的量考虑在内。各水产品的存量天数：

A. 鲜活水产品：5 天

B. 冰鲜水产品：7 天

C. 冷藏水产品：30 天

D. 水产干货：30 天

（二）水产补货原则

1.补货时应以先进先出的原则。

2.水产补货，应该将旧货取下，补进新货，再将旧货放在最前边上面。

3.段块鱼肉与刺身鱼肉均属于鲜度敏感商品，应采用量少勤补的补货原则。

4.水产部的补货先由补冰鲜水产品作业起，再补冷藏（冻）水产品后补水产干货。

5.补货时务必注意水产品的包装日期与质量的变化，核对品名，价格是否与磅称热敏纸一致。

6.鲜度不良的水产品应该在即除去，以免影响其他商品在顾客心目中的印象。

7.冷冻（藏）商品陈列时不可超过安全线（送、回风口），并注意除霜时间及次数。

8.补货完毕，务必清理台（陈列台）周边水渍或垃圾。

六、熟食（面包）订货、补货原则

（一）熟食（面包）订货的参考原则

1.外制熟食、外制面包应依据商品的库存天数，当日的销售量、库存数量以及仓库空间的大小来决定下单量的多少（促销品项除外）。

2.自制熟食、自制面包要根据每日的"生产日报表"来决定原物料下单。

3.根据季节性的变化，国家规定的法定节假日和周六、日等特殊的日子来决定下单量。

4.依商品每日的平均销量和商品的周转率下单。

5.依商品最基本的陈列面积乘以每天需补货的次数来决定下单。

6.快讯商品与店内促销品应依据每天的销量来决定。

7.季节性商品依往年的销售记录以及顾客购买的习惯性下单。

8.根据生鲜商品的特性，熟食、面包要天天新鲜的特点，一般用永续订单作为下单的依据。

（二）熟食（面包）补货原则

1.先进先出原则：所谓"先进先出"是指先进到门店的商品首先陈列于排面上贩卖、出售，待销售完后，再陈列后到的商品。例如：2 日销售剩余下的商品，3 日早上先陈列 2 日剩余下的商品，售卖完后，再陈列 3 日早上到货之商品。以此类推……

另外，进行货架补货时，应先把里面的旧商品往外面移动，把新鲜刚补的新商品陈列在里面或把下面（底层）的旧商品移动，把新鲜刚补的新商品放在下面（底层），然后再把旧的商品摆放在新鲜商品的上面售卖。

自制商品相同：售卖完后，再进行加工生产，一般情况下，待商品销售去 2/3 时，才开始加工生产第二次商品。

2.一般情况下，应是先整理排面，后进行补货动作。

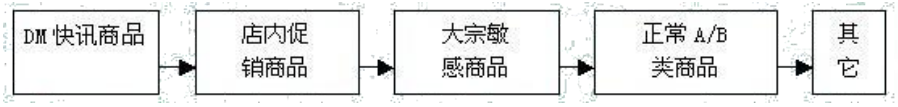
3.堆积在冷藏、冷冻库或者仓库外的商品先优先补货，再补库房内的商品。

4.保质期短的商品优先补货，保持期延长的商品后补货。

5.商品品质寿命短的商品或者快变质的商品优先补货。

6.促销品和正常商品同时缺货时，应优先补促销品的商品。

（三）日常商品补货顺序 DM 快讯商品



（四）平常补货应注意的事项

1.对已变质、受损、破包、受污染、过期、条码错误的商品严禁上排面贩卖出售。自制熟

食、面包商品，卖相欠佳不可以上排面贩卖出售，可以折价出清。

2.需要补货时，必须先整理排面，维持好陈列柜的清洁。

3.补货时要利用工具（三轮车、面包车、周转箱）进行补货，以减少体力支出，提高工作效率。

4.叠放在栈板上的货品，应注意重的、体积大的放在下层，体积小、易坏的在上层，须摆放整齐。

5.外制熟食、面包补货时商品尽量靠近陈列架、避免影响顾客购物。补货完毕后速将工具、纸箱等整理干净。

6.补货完毕后须检查价格是否与商品对应。

7.补货时商品要轻拿轻放，避免重摔、影响商品鲜度。

8.自制熟食、补货时要注意杯盘是否干净。

七、日配订货、补货原则

（一）订货原则

1.依照日均销售量：必须知道当日进货量的大小，加上前日的存货、再扣去当日存货与损耗，才能了解商品的销量，以便作为订货依据。

2.依照快讯商品下订单：正常商品销售都是有限的，通常上快讯促销时销量就会爆增，可参照前期快讯商品的销售增长幅度组织订货。

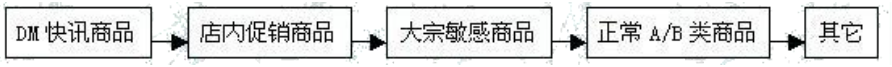
3.了解节庆、季节性商品及旺日为订货依据：日配商品对节庆、季节转变相当敏感，如元宵、年节时汤圆、饺子特别好卖；冬天时，火锅品好卖；夏天时奶品、冰品好卖。了解这些当地区域消费习性后，也要考虑普日与旺日：普日就是星期一～星期四，销售量应不大；旺日就是星期五～星期日，销售量较大，要考虑多加订货量。

（二）补货原则

1.先进先出：注意保质期愈短的商品必须要先出货。

2.整理清洁排面比补货优先：补货固然重要，但门店杂乱无章会有损公司形象，不要因为补货而忽略整理排面，尤其是在门店营业前。

3.补货顺序



4. 收掉不可售卖的商品：贩售商品只要是变质、收损破包、有血水、汁水渗出、脏乱受污、保质期过商品、包装商品标签、条码有误或没有标签条码、不清楚都不可再陈列贩售。

5. 货品不要头重脚轻：把货品叠放在栈板上，要注意重的、体积大的要放在下层，体积小的、易碎的放在上层，尽量互相交叠整齐，才不会导致叠货不稳造成碎落。

6. 补货尽量靠近陈列架：为避免影响顾客购物，在商品补货时要注意不要挡住顾客走道。栈板与箱子都要收好，空纸箱拆箱压扁后放在空栈板上，待补的商品可以放在通道中央，补货完毕后要立即将拖车、栈板、纸箱、剩余商品收回仓库定位。

7. 补货轻拿轻放：为避免商品在补货过程中造成破包、变形，补货时要迅速、轻拿轻放，才能保证商品完好。

8. 商品标识是否对齐：补货完毕后，要注意价格牌是否对齐，品名、价格是否正确无误。如有缺货，必须保持空货架状态，绝不可拉大其他商品排面，要使用暂时缺货卡来标明，以提醒部门人员订货、补货，也可告知顾客目前正在缺货，最好能在缺货卡上标明何时到货，以安抚顾客。

第十一章 生鲜知识手册之生鲜产品商品化加工处理

不新鲜的果菜，不但易招来顾客的抱怨，而且顾客会对门店所贩卖商品鲜度产生怀疑。肉类若不经过加工处理，鲜度会随温度上升而极度变化，容易使肉类质量较差与腐败。水产经过加工，不但可维持质量、增加销售效果、提升水产商品价值，更可增加顾客的便利性。熟食经过加工后，价值可翻两倍。由此可见，生鲜的加工处理是生鲜管理重要一环。

生鲜蔬果、鱼、肉各种形状大小、规格均不同，如何经过加工处理后，展现出价值感、丰富感与鲜度感，从而激起顾客的购买欲望，这便是生鲜加工处理的最佳表现。

以下就生鲜蔬果、肉类、水产与熟食（面包）的加工处理简述于后。

一、蔬果的加工处理方法

对蔬果进行初步加工处理，既利于鲜度保持，也可提高商品价值、提高毛利，同时也方便顾客挑选，进而促进销售。

1.叶菜类加工处理方法：去除枯萎、折断的叶子，切去老化根部，洗去泥土、沥干水分，再理齐分把用捆扎带捆扎上货。

结球叶菜可直接去除外层枯萎、折断的叶子后上架陈列，或用保鲜膜包装后上货。

2.根茎类：刷除泥土、削整叶柄分出形状大小，可直接散装陈列，也可用包装网袋盛装，以袋售卖。茎类要去除枯萎梗、折断茎和泥土，理齐分把用捆扎带捆扎。较细小的豆芽可直接投入周转箱散装售卖，也可用透气袋包装售卖。

3.花果类：切去老化梗，去除泥土，把腐烂、虫咬的挑选出来，上货。

较大的冬瓜、南瓜，切段用保鲜膜包装，花菜可用保鲜膜包装，如西兰花。

4.菇菌类：去除泥土、污物，挑出腐败变黑的，可用透气袋分装，也可用托盘盛装、用保鲜膜包装。

5.调味品类：葱、青蒜等去腐叶，分把捆扎好；鲜姜去泥土用托盘盛装，用保鲜膜包装；蒜去泥土、外皮，可用网袋盛装。

6.水果类：擦净表皮将虫咬、腐败、有疤痕的挑选出来，上货架散装售卖，柑橘也可用红色网袋盛装，以袋售卖。

进口高价值水果，部分易变质热带水果（浆果类）要用托盘盛装，用保鲜膜包装，可防止损耗。菠萝、香蕉、榴莲则不必如此。

7.加工榨汁类：（分果盘与鲜榨汁两类）

原料可利用加工、补货过程中被挑选出来的蔬果，必须是可食用的。制果盘要削去损伤部分，去皮削成块、片，分类装或利用色彩搭配混装。用托盘盛装以保鲜膜包装整齐，贴价签，铺冰陈列，或在冷藏柜陈列。

制果汁要先洗净，去损伤部分，用榨汁机加工，用瓶（约 250～300 毫）盛装，铺冰陈列或在冷藏柜陈列，否则果汁极易变酸。

二、肉类的加工处理

肉类的加工处理是原料肉经过收验货后，在操作间经切割成商品化之过程，其程序分为：原料入库→一次处理→二次处理→装盒、包装→陈列→销售。

（一）原料入库处理

1.猪肉：白条猪和部位肉收验货后，应立即放入冷藏库保鲜。如需要加工处理，预冷 15 分钟后再拿出来加工。若不能立即加工，要用塑料袋覆盖肉类，以免风干，冷冻猪肉收验货后直接进入冷冻库贮存。

2.鸡肉：全鸡、琵琶腿、翅中、鸡全翅等带皮的鸡肉可直接敷冰贮存。鸡大胸、鸡小胸等没带皮的要须隔塑料袋敷冰。

3.牛肉：加工处理时，真空冷藏牛肉应防止大量堆积，若是冷藏裸肉则须以塑料袋覆盖，以免风干，贮存时应避免大量堆积，影响品质，冷冻牛肉直接进入冷冻库贮存。

（二）一次处理

肉类一次处理是指家畜、家禽屠体的分切过程。

1.猪肉之部位分切：猪肉的分切方法多种多样，分切时要考虑地区的消费习惯，要以提高毛利额为前提。现介绍常用的分解方法：

① 肩甲部：由第 4 与 5 肋骨之间，与背中线呈直角切断成肩甲部。

② 腰内肉（小里脊肉）：整片猪肉分切前要先取出腰内肉。由前端下方切断并顺延腰内肉之后端切离，取出腰内肉。

③ 后腿肉：由最后与倒数第二腰椎之间于背中线呈直角切断成后腿部。

④ 腰部：用分切刀紧贴排骨下方将五花肉与排骨切离。

2.鸡肉之部位分切：鸡肉进行分切作业时，先进行部腿作业，再取出鸡翅、鸡腿、鸡清肉。

（三）二次处理

二次处理是指将部位肉再进行分切成商品化的过程。

1.执行二次处理须使用锯骨机、切片机、绞肉机等机器，以及用剔骨刀、整形刀、剁骨刀等工具。

2.猪肉肩甲部可细分成前脚、前臀尖、前排等肉，后腿肉可细分成肘棒、瘦肉、猪脚等，腰部可细分成五花肉、大排等。

3.将细分成的肉类修整、去皮、去油膜或再分切成块状，片状，绞肉馅等。

4.为提高肉类之利用率，减少损耗，可在肉类尚未劣变以前，可进行再加工，如制作香肠、调味、绞肉馅等。

（四）肉类装盒、包装

1.肉类装盒时不得高于包装盒之高度。

2.为衬托商品，可于盒中加上各种形式之山形叶，以美化肉类。

3.要注意包装大小依顾客需求而定。

三、水产的加工处理

水产品的加工处理分为一次处理和二次处理。

（一）一次处理

水产品经去鱼鳞、去鳃、剖脏、去内脏、清洗的加工处理程序，称为一次处理。

1.去鱼鳞：将鱼体与台面呈平行状态，鱼的腹部朝人，以左手按住鱼头，右手拿刮鳞器以逆鳞的方向，由鱼的尾部向头部去刮鳞片，如果腹部、鳍部有较细鳞片的必须用刀尖割除；有较细鳞片的鱼也可用钢刷刮鳞片；鱼的反面同样将鱼体与台面平行，背部朝人，逆向刮除鱼鳞。

2.去鳃及去内脏：鱼头朝右边，以右手持钉鱼刀，左手按住鱼体，先将鱼鳃的根部切离鱼头，再将杀鱼刀的刀锋从鳃的边缘插入，并顺着边缘割开鱼鳃。再将鱼腹朝上，切断相反的鳃和头的接合处，打开鳃盖到能够切到鱼腹的程度，将杀鱼刀插入鱼鳃盖下，进行切开鱼腹的动作。以杀鱼刀的刀尖切开鱼腹至肛门的部位，这个时候需要小心，不要伤及鱼卵或鱼胆等内脏物。用大拇指和食指轻轻地将鱼鳃掀起，以杀鱼刀的刀尖顶住凸形部位，将鱼鳃轻轻拔除，使

鱼鳃与鱼头部分离。鱼鳃切除之后，取出内脏，在肛门附近位置切除。

3.清洗：清洗是完成一次处理的作业，在这个阶段的作业中，鱼鳞、黏液、血块等都必须用清水冲洗干净，特别是腹腔内背上肉发黑的部分，也要完全进行清除（此时可以用毛刷刷去）。

（二）二次处理

经过一次加工处理后，用消毒过的干毛巾擦去附在表面的水分，然后再做商品化的作业。水产品以刀具做切割及修整成商品的作业称为二次处理。

1.整体鱼或全鱼：保持鱼体的原形而包装成的商品，称为全鱼或整条鱼，例如秋刀鱼、多春鱼、章鱼、冻虾、黄花鱼、平鱼、贝类等。

2.半处理鱼：经去除鱼鳞、内脏、未再进行切割作业即包装成商品的称为半处理鱼，例如各类淡水鱼及鱼体较小的海水鱼。

3.片鱼：半处理鱼以刀去除鱼头后，将杀鱼刀从尾部或背脊部纵切成上、下二片的处理，称为二片处理，例如虱（遮）目鱼等。

4.三片鱼：用杀鱼刀再去除二片肉中带有脊椎骨的处理而成片肉，称为三片鱼，这种做法一般用于切生鱼片。

5.段块肉：半处理鱼去除头部、尾部后，用杀鱼刀沿鱼体横切成 1～2 公分宽的鱼片或切成 7～10 公分长的块鱼。

6.鱼排：三片肉中去脊椎骨的二片肉切成 0.5～1 公分厚的鱼片，称为鱼排，例如三文鱼排、鲶鱼排等。

7.生鱼片：鱼排中较新鲜、而且不含血合肉的部份，切成厚 0.5～1 公分，宽 2.5～3.5 公分，长 4～5 公分的小鱼片，做生吃用。

8.鱼干：水产品经熟食、或以盐腌的方式加工而成的商品，例：马友、红鱼等。

9.鱼头、鱼骨：比较新鲜的鱼头及鱼骨，可以切成块状，用于煮鱼汤。

四、水产品配菜的制作与应用

（一）制作过程

随着人们的生活水平的不断提升、生活节奏的加快，消费者的购物习惯也发生变化：他们从重量变成重质，从以往触摸商品到后选择，演变成在事前加工处理包装好及自助标价的陈列台前选购，因此我们着实应该不断开发一些鲜度佳、品项多的水产品商品，以满足消费者的需

求。水产品配菜便是待开发的商品之一。

水产品配菜的开发，可以丰富水产部的商品群、满足顾客需求、提升业绩；此外，还可以很好地帮助消化部分滞销水产品、降低损耗。例如窒息刚死的水产品，顾客挑选剩下的水产品等，都可以经过再加工处理成配菜来销售。

配菜又称为配料，就是将经过初步加工和刀工处理成形的原料，根据菜肴的质量要求和色泽、口味、烹调方法等，配成一只或一组完整的菜肴原料。

水产品配菜的制作过程可分成二个阶段：一是准备阶段，具体的工作有选择原料和初步加工；二是定形、定质、定量阶段，具体的工作有刀工（定形）、配菜（定质、定量）。这里的刀工并不强调像酒楼那样非常专业性（雕花），而是普通家庭惯用的刀工即可。因为我们所作的水产配菜类型是大众口味类的，既要考虑其制作必须遵循以下原则：第一、卫生干净。顾客购买回家即可放心烹饪；第二、价格要适中。适合广大顾客的购买力；第三、便于烹调。经验告诉我们：将大块、整条或质地较硬的原料直接烹制，往往对火力和烹制的时间都不易掌握。鱼片质地松软、韧性较差、入口易碎，我们可以加工得厚一点、大一点，以防止加热时碎烂。整齐的形态，可以保证水产品在烹制过程中受热均匀，成熟一致；第四、便于食用。整条的大块原料，如青鱼、草鱼等，不经过刀工处理，直接烹制食用，会给食用者带来诸多不便，如果能先将原料进行分档，然后按制作菜肴的要求进行配菜。再烹制成菜肴，就容易取食和咀嚼了。

水产品配菜原料进行初步加工时，应该注意以下一些操作关键：

第一、清除腐烂、变质等不能用的部份，以防止食物中毒，保证食用者的身体健康。水产品配菜原料，在运输、储存等流通过程中，或多或少地受到病菌和有害微生物的污染而引起变质，例如鲜鱼经日晒、雨淋、嗜盐菌会加速繁殖，使鲜鱼腐烂，产生恶臭味。受到轻度污染仍能食用的原料，要注意重点消毒。严格把关，不可掉以轻心，才能杜绝食物中毒事故。

第二、要有科学的加工方法，尽可能地保存原料内的营养成份。新鲜的鱼类在加工以后不放入冷藏库保存，而是放在任意的场所，就会造成鱼中的生素，水溶性脂肪及磷、钙等矿物质的流失。

第三、不影响菜肴的色香味形：活鱼在剖腹取内脏时，千万不可碰破鱼胆，胆汁进入鱼肉内，就会产生苦涩味，直接影响菜肴的口味。

第四、要合理使用原料，减少损耗。对整条的鱼类，则根据原料、各个部位的特点和配菜要求，进行分档、合理取用、零料小用。

（二）蔬果配菜原料的具体加工

蔬菜类

1.菜梗、菜叶：先用刀切去青菜的老根，剥去青菜的老叶和黄叶，用刀顺着菜梗和菜叶的连接部位切开，把青菜分成菜梗、菜叶两个部分：分别用两个盆，把菜梗和菜叶用冷水洗干净。

2.菜心的加工：先将青菜的老根切去。剥去老叶、黄叶，继续用手剥去嫩叶，留菜心，随即用刀沿着根部旋转地削一周，修成橄榄状，根据菜包的大小，顺长切成 2 片或 4 片，最后洗涤干净。

3.芹菜的加工：用刀切去老根，剥去老茎、老叶，随后，取竹筷 2 根：用方的一端用力抽打芹菜的叶片，直到芹菜叶片脱尽为止。在抽打时注意用力要均匀，并要把芹菜的各个部位均匀的抽打一遍。将去叶的芹菜清水盆里用水冲洗干净，为了除去根部的泥土，可以用力搓洗。

4.笋类的加工：竹笋类的外壳较硬，用手剥壳既费时效率又低。可先用刀在笋的外壳上从头至尾划一刀；然后将刀跟紧嵌在原料的根部，左手握住原料，用力向左滚动旋转，便可一次除去全部笋壳。再用刀切剁去笋的根部，并修净笋衣，用水冲洗。

5.大蒜头的加工：大蒜头的衣薄而紧密，直接用手撕剥，费时费力。可用刀切去大蒜头的根部和尖部，用刀背对着大蒜头，竖直拍下，拍散拍松，使大蒜头直接脱落出来，个别蒜衣无法脱落的可用刀背拍几下。去衣后的大蒜头，只要放入水盆里抓洗几次即可。

6.洋葱的加工：先用刀切去洋葱的两头，并在表面一层划一刀，然后，用手剥去外面一层皮，用清水冲洗即可。

7.韭菜花的加工：用手摘下韭菜的花蕾，然后用水冲洗，捞出后沥干水分，倒入盆内，洒上少许盐，上下翻动拌匀，约腌渍 5 分钟，再用水冲洗一下即可。

8.姜：先洗掉表泥土，再用小刀割去表皮；将姜块横着纤维纹路切成 0.1cm 厚的薄片，后再切成细丝，规格为 5×0.1×0.1cm。

9.葱的加工：用水冲洗掉根部泥土，再切掉根须。将粗葱切成 6cm 长便为葱段；将粗葱切成 0.5cm 长的段，要先划成几瓣起丝后再切，便为葱花；将粗葱切成细丝，然后再切成细末，便成葱末。

水产类原料的加工

1.青鱼：右手握刀，左手按住鱼的头部，刮鳞刀从尾往头部刮去鳞片；然后用右手大拇指和食指将鱼鳃挖出，用杀鱼刀从青鱼的口部至脐眼处剖开腹部，挖出内脏，用水冲洗干净，腹部的黑膜用刀刮一刮，再冲洗干净。

2.鲳鱼的加工：右手握刀，左手按住鱼的头部，刀从头部向尾部刮去鳞，然后用刀从口部

向腹部划一刀口长约 5cm，左手挖去鳃和内脏，将鱼放在水盆里，边冲边洗；用手指搓去腹部的黑衣，待水清无粘液即可。

3.带鱼的加工：带鱼的表面虽然没有鳞片，但表面发亮的银鳞有入口腻的缺点，所以一般都要刮去。方法是：右手用刀从头至尾头，来回刮动，刮去银鳞。然后用剪刀沿着鱼背从尾至头剪去鱼鳍，再用刀沿着口部向肛门处剖开腹部，用刀挖去内脏和鱼鳃，剪去尖部和尖尾，然后用水反复冲洗，洗去银鳞、血筋、瘀血等污秽之物。

4.墨鱼的加工：先将墨鱼浸泡在水盆里；然后双手的大拇指和食指用力挤压眼球，使黑水迸出，然后，右手用力拉下鱼头，抽出背骨，沿着背脊处将鱼撕开，挖出内脏，用手撕去鱼肉上的黑皮，黑衣，用清水重点洗几次，洗去黑水即可。

5.黄鳝的加工：用右手的中指关节勾住黄鳝离头疔 15cm 左右处，然后将黄鳝用力摔，猛击黄鳝头部，等黄鳝无力挣扎时，左手捏住黄鳝的头，右手持剪刀去喉部插入向尾部推去，直到肛门为止，用力拉出内脏，随后放入水盆，边冲边洗，直到黄鳝无血迹，无粘液，沥干水分，就可用直刀劈的刀法劈成段状。

6.甲鱼的加工：宰杀时，右手执刀，左手用竹筷或抹布将甲鱼头引出，也可以将鱼腹朝上，等甲鱼头伸出，对准头颈用刀劈颈骨，放尽血液。将甲鱼放在盆里，冲入热水，烫泡 3～5 分钟取出，用小刀刮或手搓去黑衣，如除不干净，也可以放在热水里边泡边刮，接着将甲鱼的背壳朝上，用小刀沿着鱼身两侧裙边上面骨缝处下刀，将背壳四周的皮肉与壳割开，揭去背壳，用刀挖出内脏，撕尽黄油，用冷水洗净。

7.用于制作菜肴的食品原料有数千种，在众多的食品原料中进行选择，做出科学和合地方口味的搭配，使配成的菜肴色泽实现美味可口、富有营养，这就是配菜。以下介绍常见水产品配菜的作法：

（1）清蒸石斑鱼：

材料：石斑鱼 1 条（约 600g），葱 2 棵，红辣椒 1 个，姜 6 片。

作法：将葱、姜及红辣椒均洗净、切丝，石斑鱼去除鱼鳞及内脏，抹去水分放入包装盒中，撒上葱、姜及红辣椒，最后包装即可。

（2）豆豉蒸鲳鱼（平鱼）：

材料：鲳鱼 1 条（约 600g），葱 1 棵，大蒜 3 粒，豆豉 1 大匙。

作法：葱洗净切丝；大蒜去皮洗净切成末；鲳鱼去除内脏地洗净，两面各划两刀，抹干水分放入盒中，撒上蒜末，葱丝，豆豉即可。

（3）油淋马头鱼：

材料：马头鱼 1 条（约 600g），葱 2 棵，红辣椒 1 个。

作法：葱及红辣椒均洗净切丝，马头鱼杀好放入盒中，撒上葱、红辣椒丝即可。

（4）糖醋金线鱼：

材料：金线鱼 1 条（约 500g），竹笋、胡萝卜各 50g、干香菇 2 朵、红辣椒 1 个。

作法：竹笋及胡萝卜去皮洗净，香菇泡软、去蒂，红辣椒洗净，分别切丝；金线鱼杀好，抹干水分放入盒中，放入以上配料即可包装。

（5）油焖麻辣鱼：

材料：鲷鱼 1 条（约 600g），红辣椒 5 个，花椒 1/2 小匙。

作法：红辣椒洗净去籽节段，鲷鱼去除鱼鳞及内脏洗净抹干水分，放入盒中，加入配料即可。

（6）花身蒸鱼：

材料：花身鱼 2 条（约 500g），葱 1 棵，大蒜 5 粒。

作法：大蒜去皮拍碎，葱洗净切丝；花身鱼去除鱼鳞及内脏，洗净抹干水分，放入盒中，加入配料即可。

（7）麻辣带鱼：

材料：白带鱼 1 条（约 300g），香菜 20g，葱 1 棵，姜 3 片。

作法：香菜摘下叶片，洗净；葱、姜分别洗净，切末；白带鱼去除内脏、洗净、切段，整齐放入盒中，加入配料即可。

（8）葱烧黄鱼：

材料：黄鱼 1 条（约 500g），葱 2 棵。

作法：葱洗净、切斜段；黄鱼去除鱼鳞及内脏，洗净抹干水分，放入盒中，加上配料即可。

（9）苦瓜鲈鱼汤：

材料：鲈鱼 1 条（约 600g），苦瓜 100g，姜 3 片，酱冬瓜 50g，葱 1 棵。

作法：鲈鱼去除鱼鳞及内脏，洗净切成厚块；苦瓜对半切开去籽，洗净切成段块；葱、姜均洗净、切成丝；酱冬瓜洗净、切块，将以上材料整齐摆放入盒中即可。

（10）煎烧红目鲢：

材料：红目鲢 1 条（约 400g），葱 2 棵。

作法：葱洗净、斜切段；红目鲢去除鱼皮及内脏、洗净，放入盒中，加入葱段即可。

（11）炒海瓜子：

材料：海瓜子 500g，九层塔 20g，姜 3 片，红辣椒 1 个。

作法：九层塔洗净；姜及红辣椒分别洗净、切末；海瓜子放入盆中泡水、吐沙，放入盒中，撒上配料即可。

（12）鲫鱼川豆腐：

材料：鲫鱼 2 条（约 500g），鲜豆腐 150g，白菜叶 150g，葱 1 棵，姜 15g。

作法：豆腐切 3cm 长的条。白菜叶洗净，适当切片。葱姜洗净切片；把鲫鱼收拾干净，每条一剖成两半，放入盒中，加上配料即可。

（13）葱姜蒸鲜鲫：

材料：鲫鱼 2 条（约 500g），葱、姜共 50g，香菜 30g。

作法：葱姜洗净切细丝；香菜洗净切段；把鲫鱼收拾干净；放入盒中，撒上配料即可。

（14）蒜子烧鳝段：

材料：鳝鱼片 500g，大蒜 50g，葱姜共 40g。

作法：大蒜剥净皮，切粗粒；姜葱洗净切片；鳝鱼、切成 3cm 长的段后放入盒中，加入配料即可。

（15）清炒鲜鱿卷：

材料：净水发鱿鱼卷 500g，鲜柿子椒 100g，葱姜蒜共 40g。

作法：柿子椒择洗干净，适当切片。葱姜蒜洗净切片；将水发鱿鱼卷清洗干净，弄干水分放入盒中，加上配料即可。

五、熟食（面包）的加工处理

原物料（新鲜品、冻品）进入门店后，第一时间进入冷藏、冷冻库贮存，新鲜品须用保鲜盖住，避免干化。待加工制作时再从冷藏、冷冻库取出处理。加工流程如下：原物料

粗加工 半成品 成品 销售。

1.新鲜品：在制作前应放在固定的不锈钢水槽内清洁干净，不得直接放于地面上，应隔离地面 5cm 以上。

2.冻品：首先从库房取出放在不锈钢水槽内（专用）解冻，一般情况下是自然解冻，不要用水解冻。待解冻完成后，用清水冲洗干净，浸放在塑料周转箱内待用，应隔离地面 5cm 以上。

3.商品具体的加工制作方法（详见单品的制作食谱卡）

应注意的事项：

1.粗加工间与熟食加工间应分开，严禁合二为一操作。

2.加工间应保持干净清洁，摆放整齐。

3.粗加工间使用的工具、刀具与熟食加工间的工具、刀具须分开使用。

4.所使用的刀具、工具须经过消毒后方可使用。

5.加工间里的设备应定时作保养，保持清洁，须按正常的操作方法操作。

六、熟食的加工

（一）熟食二次变鲜方法及实际操作

二次变鲜：指的是加工制作的商品当天未销售完，商品无任何变质，但卖相欠佳，报损不符合条件、第二天不能以正常商品贩卖的商品。在这种情况下，为减少损耗，须经过再加工成另外一种商品，再贩售。

实际操作方法如下：

1.烤鸡的二次变鲜方法：当天未售卖完的烤鸡，第二天可以把整只烤鸡砍成鸡块，然后再加上调料（干尖椒、花椒）制作成为"辣子鸡丁"再行贩卖。

其次是可以把鸡块与其它蔬菜配置成一道小菜做成便当（盒饭）售卖，或制作成炸鸡块再售卖（烤鸡腿、烤鸡翅与烤鸡处理方法相同）。

2.烤排骨的二次变鲜方法：把当天未销售完的排骨砍成一小段一小段，然后加上调料用火炒成一道小菜，做排骨盒饭（便当）贩卖。

3.炸鸡腿、鸡翅的二次变鲜方法：

把当天未售完的鸡腿、鸡翅，用手把鸡腿、鸡翅外表皮的炸粉削掉，然后把鸡腿、鸡翅放到卤水里卤成卤鸡翅、卤鸡腿，做鸡腿盒饭（便当）销售，也可做卤鸡腿、鸡翅贩卖。

4.卤制品（卤牛肚、卤牛筋、卤猪肚、卤猪舌、卤猪耳等）的二次变鲜方法：卤水卤制的商品，有它的特性，如一个商品经过多次卤制加热后，商品会越变越黑，卖相会变差。一般情况下，为了保持卤制品的新鲜度，在贩卖时，托盘内应加卤水汁，销售人员要经常做翻面的动作，以维持鲜度。当天未销售完的卤制品，第二天可以切成片制成凉拌菜贩卖，或者切成片（段）调上卤汁打成包装后再销售。

（二）大众口味熟食原料标准化配方

烤鸡

1.原物料：新鲜（冻品）的白条鸡或三黄鸡，每只重量约为750～800克之间。

2.腌制烤鸡的配方： 酱料腌制配方（琵琶酱、金沙酱、黑椒酱）

原料	数量
白条鸡或三黄鸡	100只
琵琶酱、黑椒酱（各半）	5千克
水（生抽）	1～1.5千克
盐	适量

3.制作步骤:

① 将鸡清洗干净,剔去内脏、鸡脚等。

②按鸡和酱料的重量比为1：12的原则，根据鸡的重量，准确配置出所需的酱料（两种调料各一半），然后在酱料中加适量盐和水（生抽），以保证烤鸡的味道与色泽。

③把调制好的酱料均匀涂在鸡身上和内部，以鸡头朝下、屁股朝上的方式重叠放在腌制桶中，最后把剩下的酱料淋在鸡上面，放入冷藏库腌制6～8小时。

④ 把烤炉温度调至160～180℃左右，将已腌制好的鸡串好放入烤鸡炉，烤40～45分钟即可。

⑤ 将烤好的鸡取出，刷上一层麦芽糖，以保证其色泽不变。

4.用香料配制法：

原料：白条鸡或三黄鸡100只；盐2包；糖2千克；味精1.5包；五香粉0.3千克；沙姜粉0.2千克；肉桂粉0.3千克；甘草粉0.3千克；辣粉1包；米酒2瓶；南乳0.5千克；生抽（酱油）0.5千克；姜0.75千克；蒜茸1千克；水20千克。

将以上原料混合调好后，加入水搅拌均匀至糖、盐、味精味精完全溶化。把鸡清洗干净放入腌制桶内，倒入调好的香料腌制，一般腌制时间为8～10小时。

烤鸡时需注意：将鸡烤至表皮的水珠干后，将麦芽糖浆刷上一遍（鸡的全身），待烤鸡完全熟透时再刷上一层糖浆，然后再出炉。(烤鸡温度同④，可以根据实际情况定)。

卤水制作的配方

卤是制作烧卤食品的重要环节，如操作不好，则影响食品质量。一切卤味制品均需色鲜明、味甘香、不走色为标准。要达到质量要求，关键是要用料准确和掌握好卤浸的时间。

1.制作方法如下：

用生油2000克（4斤）炸透生姜500克（1斤）、葱（蒜头）1000克（2斤），放入生抽20千克（40斤）、绍酒7.5千克（15斤）、白糖（冰糖）10千克（20斤）、清水20千克（40斤）。加入药材：八角300克、桂皮400克（8两）、干尖椒200克（4两）、沙姜300克（6两）、罗汉果4个、甘草400克（8两）、草果100克（2两）、陈皮100克（2两）、丁香100克（2两）、豆蔻100克（2两）、香叶100克（2两），，用一个布袋装好。红谷米600克（1.2斤），另外一个布袋装好，大约滚30～40分钟便成卤水。然后再加上盐1.5千克、味精1.5千克调味（可根据实际情况定）。

香料包留在卤缸内不必捞起，一般每4～5天换一次药材香料。每天晚上必须把卤水里的残渣过滤干净，并把卤水烧开后存放保存。每天可根据卤水的耗用情况，适当按比例加入生抽、冰糖、酒，以补充卤水份量，若咸味不够，可适当加入精盐、味精调味。

调制成的卤水可以浸卤：猪肝、猪肚、猪舌头、猪大肠、猪脚、牛肚、牛肉、牛腱、牛筋、鸡爪、鸭胗、鸭翅等食品。

注意事项

① 凡要浸卤的食品，要先将肉类用沸水滚至5～6成熟，然后放入卤水缸内，用慢火卤浸2～3小时即可（可根据食品的熟度掌握）。

② 卤水缸要保持清洁卫生，不卤浸东西时，卤水冷却，要加盖保管好（卤水热不可加盖）。

③ 卤水滚后，才可清除浮面的泡沫杂质，不要让生水进入，以防变质。

④ 无特殊情况，卤水汁不可更换，时间长的卤水汁更香浓。

⑤ 所使用的调料，可以根据当地顾客的口味调制，如口味咸，少放一点糖；口味稍微甜，少放精盐，保持卤水味不变为原则。

（三）熟食配菜的制作与应用

熟食制作加工的配菜可以称之为配料，就是将经过初步加工和刀功处理成形的原料，根据菜肴的质量和要求以及它的色泽、口味、烹调方法的应用，做出科学合理的搭配，使配成的菜肴色泽美观、美味可口、形态美观、富有营养，称之为熟食配菜。

熟食制作配菜是非常重要的，可以利用现有商品经过刀功切配处理，合理配出另外一道菜肴，这样可以减少商品损耗，也可以提升业绩、增加毛利额。

制作加工配菜注意事项

1.刀功技术：常用刀法有：直切、推切、拉切、锯切、压切。

2.配菜的基本要求：

① 了解原料的产地。

② 掌握原料的性能。

③ 既要精通刀功，又要掌握烹调的技术要求。

④ 掌握菜肴的质量标准及成本。

3.菜肴原料的搭配原则：

① 量的配合原则。

② 质的配合原则。

③ 色的配合原则。

④ 香和味的配合原则。

⑤ 形的配合原则。

⑥ 营养成分的配合原则。

一般配菜的配置方法和实例

1.鱼香猪肝

原料：猪肝、冬笋、黄瓜、青椒、木耳、调料。

制法：将猪肝飞水后切片，冬笋、黄瓜、青椒切片待用。把黄瓜放入包装盒底，猪肝一片一片摆放在黄瓜上（大约盒子的一半），另一半摆放冬笋、青椒、木耳，完毕后打包装陈列于排面上售卖即可。

食用方法：锅内放少许油，放入原料爆炒即可食用。

2.火爆腰花

原料：猪腰、青椒、木耳、冬笋、调料。

制法：将猪腰分成两半，去掉里面的腰膳，用水洗净。把猪腰平放在砧板上（用直刀法剥成一条一条平行的斜刀纹，互相交叉 90°），然后用拉刀切的刀法将猪腰切成 4.5 厘米宽的一块飞水待用，青椒、冬笋切片。

食用方法：把油倒入锅内爆炒腰花，然后加入青椒、冬笋、木耳、调料炒熟后即可食用。

3.宫爆鸡丁

原料：鸡胸肉、花生（腰果）、红萝卜粒、青瓜、调料。

制法：将鸡胸肉飞水后切成丁（一粒一粒）备用，然后把红萝卜削掉皮切成粒状，青瓜切成条后去掉瓜子再切成粒状，把红萝卜粒、青瓜粒各 1/2 放入包装盒底。鸡肉丁放在上面占盒

子的一半，另一半加上花生（腰果）、红萝卜粒、青瓜粒等即可。包装后陈列于排面上销售。

食用方法：先用爆的烹调方法烹调鸡丁，九成熟后捞起待用，然后锅内放入少许油炒花生（腰果）、红萝卜粒、青瓜粒，熟后加入鸡丁炒熟即可出锅食用。

4.鱼香肉丝

原料：猪肉、冬笋、青椒、木耳、黄瓜、调料。

制法：先将猪肉切成丝后飞水（或过油），再把冬笋、青椒、黄瓜切成丝备用。把黄瓜丝放入包装盒底部垫底，再把猪肉丝摆放于黄瓜上约占盒子的一半，另一半摆放冬笋丝、青椒丝、木耳，完毕后用保鲜膜包装好陈列于排面上售卖。

食用方法：先把猪肉丝炒熟后捞起待用，再把冬笋、青椒、木耳、黄瓜炒八成熟后加入猪肉丝炒拌均匀即可食用。

5.洋葱牛肉片

原料：牛肉、洋葱、调料。

制法：将牛肉修去筋膜、放入盐水里浸泡片刻洗去血水，用拉切的刀法切成长条、再切成薄片，并飞水过油。洋葱用刀切去两端，剥去老皮洗干净，切成两半、再切成正方片。然后把一半的洋葱片放在盒子底部垫底，牛肉片摆放在上面约占一半，另一半摆放洋葱片，最后打好包装陈列于排面上贩售。

食用方法：用爆的烹调方法烹制。

6.菜炒鸡片

原料：菜远（菜心）、鸡肉、生姜、调料。

制法：先将鸡肉切成薄片，用蛋白拌匀上湿蹄粉过油待用，再将生姜切成丝，然后把菜远放盒内垫底，上面摆放鸡肉片、生姜丝，即可打包陈列销售。

食用方法：先下少许油炒菜远，熟后捞起放在碗中，再下少许油将鸡片泡油至熟，倒入生姜、菜远炒均匀即可食用。

7.冬笋炒牛肉

原料：冬笋、牛肉、生姜、葱、调料。

制法：先将牛肉切片过油，把冬笋切片、生姜切丝、葱切段，完毕后打包陈列于排面销售。

食用方法：先把笋片加盐滚过，再起锅下油将牛肉泡温油捞起，随即放调料、笋、牛肉、酒炒均匀，打芡加尾油即可食用。

另外还有：牛肉炒韭黄、香菇焖鸡块、腰果鸡肾、青椒鸡丁、竹笋炒肉丝、辣子肉丁、花

生肉丁、菜炒鸡胗等配制方法，基本相同或相似于以上 7 道菜肴。

第十二章 生鲜知识手册之生鲜陈列、销售管理

一、陈列管理

引人注意的陈列是良好销售业绩的基础，简单堆叠的商品如果运用了陈列技巧，进行良好陈列展示，会给顾客留下截然不同的印象。陈列的技巧也将反映本公司生鲜的专业水准，主要的是让消费者容易看到、容易了解、容易选购进而达到容易购买、提升销售业绩。如何才能利用生鲜的特性来强调表达本公司生鲜特色？

1.用生鲜产生的卖相，表现出艳丽与新鲜。进而引起顾客的购买欲望。

2.依生鲜的季节性，吸引人潮、创造人潮，进而增加业绩。

3.根据生鲜产品的各种色彩条件丰富陈列，使门店充满美感与活泼性，以提高顾客的购买欲望。

4.使生鲜产品的周转速度加快，产生"天天低价，样样新鲜"的诉求，进而降低损耗、加大利润，树立本门店的门店形象。

（一）生鲜商品陈列要点

1.生鲜商品陈列，首重新鲜、丰富、清洁、干净卫生。没有人想把自己的门店管得乱七八糟象垃圾场，门店形象是靠生鲜同仁共同维护的。

2."陈列面"要朝向顾客来的动线设置。但依据陈列器具与陈列数量不同，陈列方法可以变化，除了采取正面排列外，可以按包装设计及色彩变化的组合搭配，来吸引顾客注意。

3.依商品的类别分类陈列（如：蔬菜的叶菜、根茎；鱼产的贝类、虾类、海水鱼类；肉类的猪、鸡、鸭类等等。）使顾客易于辨别购买，呈现出气势动人感觉。

4.依据季节性产品大量陈列，呈现出丰富感，使消费者感觉"物美价廉"。在一年四季里，生鲜商品变化万千，在季节的陈列里，更可凸现季节时下潮流。

5.陈列时，依据商品的色彩，调和、对比或对称陈列（如红苹果与红富士苹果之间，穿插绿色的青苹果。），这样会呈现出生鲜美感、舒服感。

6.生鲜商品陈列务必要求稳实、不易掉落（如瓜果类），否则易造成损耗，且顾客不敢去选购，减低购买，降低销售。

7.搭配企划以美工 POP 布置配合陈列，可以制造出活泼生动气氛，以提高顾客的注意力，进而提升购买欲望。

8.为保持新鲜，务必采取先进先出的原则，但必须注意质量及保质期。

（二）生鲜商品陈列要领

1.有效利用照明设备（彩色系列），以商品照明呈现产品的特性。如：叶菜类，绿色系；肉类，红色系；水产，蓝色系。

2.善用隔物板（L 型板）--以维持商品的整齐干净。如肉类、日配冷冻、冷藏调理食品。

3.贴标签纸的注意事项

① 贴的位置应一致。

② 必须贴紧，防止脱落或被顾客调换，造成损失。

③ 在同一包装上，不得贴两张或以上热敏纸，以免造成顾客混淆不清，不知那个是正确价格。

④ 商品不得重叠贴标，以免引起顾客投诉。

4.用中空陈列方式，呈现出丰富的陈列感，以刺激顾客的购买欲。

5.制造出季节性的陈列，让顾客感受出一年四季的变化。

6.用大宗产品制造"堆头"，以促销方式建立"物美价廉"的感觉，以提升销售。

7.利用原进场包装纸箱、周转篮，突出陈列销售，降低设备器材成本。

8.大宗促销时，配合相关道具陈列。如：促销柑橘，可与榨汁机相互陈列，以吸引顾客消费，提升业绩。

二、生鲜商品销售管理

为了明确本公司生鲜门店作业程序，提高生鲜部门销售技巧，以提升业绩，维护本公司生鲜形象。

（一）销售管理内容

1.提供顾客一个卫生、舒适的"高档生鲜门店"，与一般传统零售、低档农贸市场不同。

2.以亲切热情的态度为顾客服务。

3.根据电脑（计算机）的作业流程，操作贩卖。

4.要有热情活泼的叫卖精神。

5.简化作业程序，以"颗"、"粒"、"盒"、"支"代替称重（公斤）贩卖。

6.需具备生鲜专业知识及丰富的生鲜处理经验。

7.明确地标示品名、产地、售价（公斤或市斤），并可利用POP广告制造销售效果。

8.机动性作促销活动（如试吃、叫卖、限时抢购等）。

9.随时注意气候的变化，适时调整商品陈列、价格。

10.生鲜区域动线务须流畅，减少称重比率，缩短顾客排队时间。

11.随时分析每日来客分布，了解顾客购物习性，做出吸引顾客的特色生鲜产品。

三、蔬果的陈列与销售

蔬果陈列的目的，就是表现出美观、有量感，要能烘托售卖气氛，刺激顾客的购买欲，进而提升业绩。

（一）陈列的规范要求

1.首先要考虑顾客的方便：既要陈列美观，又要让顾客方便挑选。不能只追求装饰性，让顾客无从下手。

2.保证先进先出：这一点非常重要，如补货时要"翻堆"，不能用新货盖旧货，先进的货先售完……但前提是旧货依然保持鲜度可售卖，否则就要撤下整理。

3."面"向顾客，平稳安全；补货时轻拿轻放：蔬果均有"面"与"背"，摆放时以"面"对着顾客，呈现最好的一面。摆放也要平稳、安全，被挑捡中也不会滚落摔伤；补货陈列时轻拿轻放，库存码放时也要防止压伤、摔伤。

4.按分类、形状、大小分开陈列

（1）蔬菜按叶菜类、花果类、根茎类、菇菌类、调味品类及加工菜类分开陈列；

（2）水果按瓜类、柑桔类、苹果梨类、桃李类、热带水果及礼盒类分别陈列；

（3）形状相似、大小相似的相关品项相邻陈列；

（4）叶菜类要随时喷水加湿，并避免在通风口陈列，防止蔬菜失水、萎缩。

5.各种颜色搭配陈列 利用蔬果的天然色泽，搭配陈列会更美观、更刺激购买欲。

例如：红（蛇果）绿（青苹果）黄（黄香蕉苹果）粉红（富士苹果）相邻陈列。

6.蔬果陈列顺序及面积

（1）优先陈列最盛产的季节性商品；

（2）畅销品、周转快的商品；

（3）促销品及敏感度高的商品；

（4）高价位、鲜度好的商品。

7.同一品项垂直陈列，散装售卖与箱装售卖可同时陈列。

8.蔬果陈列要以有色植物灯为背景，灯光明亮以显示鲜度。

9.价格卡及 POP 牌要与陈列商品对应，价格正确且字体美观工整。

10.陈列中做好鲜度管理：要求随时整理排面，将腐烂、碰压伤及顾客挑选造成损伤之商品及时挑捡出来，入操作间整理。

11.陈列道具清洁、安全、整齐。

12.运用"黄金陈列线"陈列：对蔬果来说应在陈列面的中间部分，如：可摆放上下三层塑料方盘时，就在中层可将前一日进货或当日先上的货放中层，上下层放新货。顾客的选择多在中层，那么可使旧货加快售完。前提是旧货仍保持良好鲜度。

（二）陈列的方法

1.圆积型（圆排型）：适用于苹果、柑桔、西瓜、大白菜、圆白菜等可平台式大堆陈列。

2.方排型：大葱、芹菜、韭菜花等根部成一直线排列，可斜立或平放。

3.格子型：萝卜、莲藕等长形的和袋装的商品，可平放交叉陈列。

4.散置型：适用于圆白菜、大白菜及根茎类，如土豆、甘著，利用平台式货架大量散装陈列。

5.投入型：个体较小的商品，如：红、绿辣椒、豆角等，可直接倒入周转筐（周转箱）陈列。

6.堆积型：袋装或箱装重叠堆积。

7.斜立植入型：适用叶菜类，斜立排放。 搭配型：利用两种以上商品进行色彩对比或色彩搭配，以衬托鲜度。

（三）果菜陈列七要素

果菜陈列必须还要配合其他要素来考虑。一般来说有下列七要素： 底面：

底面的形态若能改变，将会使果菜的陈列形式完全改观。随着底面的不同，陈列的方式、展示的方法和格子的形态也大为不同。

四、肉类的陈列与销售

肉类的陈列是为销售做准备工作，为方便顾客购物，肉类的陈列要放在易拿、易看、易选择的地方。整齐而美观的陈列，更能吸引顾客，提高顾客购买欲望，增加销售，减少商品损耗。

可见肉类陈列对于销售非常重要。

（一）开店前要做好陈列的准备工作

1.为迎接第一批顾客到来，开店前肉类陈列量要丰满，排面要整齐，要检查排面上的肉类，如果有品质不好的肉类应及时处理，包括肉类是否发生变质，包装是否完整，标示是否完整明确，肉汁或血水是否渗出等。

2.商品种类要丰富，以便利性、多样性、变化性为原则。

3.冷藏肉类陈列时单品要以单层，纵向为陈列原则，避免肉类重叠而影响冷气之对流及挤压造成变形。

4.卧柜陈列肉类时不得超出安全陈列线。

5.肉类的标示要面向顾客，使顾客容易了解肉类的包装日期、单价、售价及重量。

6.陈列时每一单品要用分隔板隔开，以明确种类，方便顾客挑选。

7.牛/羊/猪/鸡/鸭/内脏等肉类,要单独陈列一区域；系列肉类要陈列在一起。

8.为突出肉色，展示柜的照明是适于用能发出浅红色灯光的灯管衬托肉类。棚板也可以铺上红色万通板，并经常擦拭干净。

9.生、熟肉类必须分开存放，以避免互相污染细菌，造成肉类变质较快。随时检查品质，如有变色、变味及时挑出处理。

10.肉类陈列时尽量以同样品质的肉陈列在一起。不同品质的肉类带菌多少也不一样，不良肉类和正常肉类放在一起，正常肉类变质速度就会加快。

（二）营业中肉类陈列应注意事项

1.要定时检查冷柜温度并记录。冷藏柜温度要控制在－1℃到 3℃；冷冻卧柜一般在－18℃以下。如发现温度差异较大，又不是除霜时间，及时通知相关人员查看结果，视情况将肉类收回冷库，避免损耗。

2.经常整理排面，始终保持排面整齐，并将肉类随时向前移动，避免前排有空隙以及及时补充货源。

3.补货时新品要置于排面的后排，肉类放在排面前面，以维持先进先出的原则。

4.包装不良品应立即换包装，在顾客挑选当中，肉类会遭到挤压出血水或保鲜膜脱落，都应立即处理。

5.根据销售量不同，补货时要分三个时段陈列肉类。通常开店时陈列品面要充足，陈列数量要达到当日总销售量的 40%－50%，叫做一次开店。中午时补货量为一天销售量的 40%，

叫做二次开店。傍晚时补货量为一天销售量的6%－20%，叫做三次开店。如果一天可做10万元业绩，那么开店时补货量要达到4－5万，中午要达到4万，傍晚要达到0.6－1.2万元。

6.立式冷藏柜陈列肉类时应注意陈列顺序。通常立柜上段为小盒包装或畅销的肉类，中段通常是季节性商品，下段通常为体积大或大包装的肉类。

（三）营业结束后肉类陈列应注意事项

1.冷冻卧柜要加上盖板，以防止冷气外流、温度上升而造成肉类变质。冷藏卧柜里的肉类要收回冷库保鲜。

2.肉类收回时，要用五段车或八段车盛装，避免肉类挤压在一起而造成肉类变质。家禽类收回后要拆包装敷冰保鲜。

3.用温水对冷柜清洁卫生，清除血水、肉屑等。

五、水产品陈列与销售

凭借陈列面的装饰、商品品质、表面颜色、排面的丰富感及整齐感，这种无言的销售方式，能够激起顾客的购买欲，以达到商品促销效果。水产陈列原则要根据其销售状况（实际情况）及商品特性来陈列，以达到让顾客容易选、易看、易拿为基本原则。具体要求如下：

（一）回转快

利率高的商品要陈列在黄金热点上。（顾客主动线上）

1.大型鱼顾客容易看得见，不用陈列在好地方。

2.根据展示台的宽度大小；使用适当长度的塑料板（透明的）以方便管理陈列量，并且方便管理陈列量，并且方便补货和整理。另外必须以种植假草（咸生菜叶）来衬托其美感并且用标示牌标示单品名、价格等，商品的标示且要面向顾客。

3.随时检查台面的陈列、整理整齐，并且检查其温度。

4.利用水产品的不同表皮颜色的变化来搭配陈列，展视鱼岛的色彩美感、生动感及活泼感。

5.利用季节性的水产品，以震撼性的价位及大量陈列来吸引顾客。

6.仔细评诂各单品的销售量，给予适当的陈列面，避免因为过量订货而造成滞销时为促销商品而带来减价抛售的损耗，或商品的库存量准备不足，使得消费者无法购买到所需商品而造成销售机会损失。

7.经常检查排面陈列水产品的鲜度，遇有品质劣变的水产品应该立即剔出报废；遇有血水

溢出的包装应该立即重新整理。

8.在关店前二小时遇有滞销水产品，并且贮存又会影响品质的，应立即用减价叫卖的促销方式处理，避免商品变质而造成损失。

（二）鲜鱼的陈列方法

1.全鱼集中法：全鱼集中陈列的方向要考虑到当地的习惯及美观。以鱼头朝内，鱼尾朝外；鱼腹朝边、鱼背朝里的方向摆放此陈列法运用于中小型鱼陈列。

2.段、块鱼陈列法：鱼体较大的鱼无法以全鱼来商品化陈列，必须以段、块片状加工处理后（以符合消费者一餐用完）的肉色来搭配增加美感。

3.现捞鱼倾斜平面陈列：将鱼体以倾斜方式植入碎冰中，其深度不得超过鱼体的 1/2 宽度，依序排列，显示活鲜鱼在水中游走的新鲜感及立体美感。且能让顾客容易看到摸到任意选择。

4.平面陈列法：刺身鱼肉成切口是鲜度的标志，不可以重叠陈列，应予平面陈列，以防止降低商品的鲜度感。

5.色彩显示陈列：根据水产品本身的表面颜色：鱼纹、形状组合陈列，可以增加顾客注意力，提高购买率。

6.品种别陈列：按水产品的不同品种分开陈列，如浅海鱼、深海鱼、生鱼片等陈列。

另外，鲜鱼陈列时，可以铺生菜、红辣椒等色泽鲜艳的叶菜来点缀商品。同样可以起陈列增强顾客注意力的作用。

六、熟食（面包）陈列与销售

（一）熟食陈列与销售内容

1.按分类区分，遵守先进先出原则。

熟食商品陈列原则：首先分为热食、非热食两大类；其次是按小分类热食又分为烤类、炸类、卤类、炒类、蒸类；非热食凉菜类；面包分为面包、中西面点、西点、蛋糕、糕点。陈列时须按大分类、小分类，同类的单品陈列在一个区域，并标示清楚。补货时注意遵守先进先出原则，把旧货放在排面的前端，新加的商品放在里面，并摆放整齐有序。

2.商品平行摆放，分类垂直陈列。

陈列商品时，分类与分类之间应垂直，线条、标识清楚，商品与商品之间应平等整齐，鸡和鸡在一条线上，猪与猪、牛与牛等等，其它的依据此类推，都应分得清清楚楚，这样便于管

理、方便顾客购物。

3.通常情况下，如有二层陈列架，小件的商品在上层，大件的商品在下层。

4.依销售量决定陈列面积。

根据商品的特性、季节的变化，商品的陈列也发生变化，正常销量好的商品，应给予加大陈列面，提高销售量。对于促销品、快讯商品陈列应加大、有量感、位置明显。特殊性、季节性的商品陈列也要加大，如清明节烤乳猪、端午节粽子、中秋月饼等等，其它商品都要依据销售量的大小来决定陈列面积。

5.POP、价格牌标示要清楚正确，一个价格一个商品相对应，包装品价格标签一律贴于右上角（面包可以贴于中间）。

6.少量多出、勤于补货。

相对于自制熟食，自制面包而言，制作加工生产出的商品不宜过多，商品积压太久变得没有新鲜度，应少量生产，增加次数，勤于补货，保持商品的鲜度。

7.凉菜陈列要注意色彩搭配，提高顾客的视觉感官，增加购买欲望。 主题式陈列。

例如：″清明节″作一个烤乳猪专区，布置特别明显。 ″端午节″作粽子促销区。

″中秋节″作月饼促销区，″月饼″大样品展示等特色。

9.熟食（面包）陈列区域，应用黄色灯光，衬托商品的原有特征。

10.商品陈列要丰富饱满，所使用的器具干净卫生。

七、日配陈列、销售原则

（一）陈列原则

1.根据日配商品的存放温度需求码货

应注意各种陈列柜不同的使用温度，冷藏食品不可存放在冷冻柜内，以免冰冻冻裂影响口味、导致质变；反之冷冻食品亦不能存放在冷藏柜内，以免冻品溶化、变质。

2.日配商品陈列必须遵守先进先出

日配商品从生产到出厂都有生产日期、保质日期，商品的保质期越短，越不容易销售。应该依据先进货先出货陈列，同时要特别注意同一批货的生产日期是否相同。

3.日配商品陈列时，彩面尽量面向顾客

在没有促销员介绍的情况下，让商品自己引起顾客的注意是十分困难的事。因此在陈列码

货时要注意商品包装的彩面、说明要朝向顾客，从而刺激顾客的视线，为下一步的购买行为创造条件，简而言之，给予商品一个能介绍自己的本领。

4.商品陈列必须配对相应的价格卡

每个贩售商品都要有标识牌来说明它的品名、规格、产地、价格，一般来说，价格牌置于所对应的商品左下角。例如 A 商品陈列为宽 2 排，那么 2 排后就是下一个商品陈列的开始，这样就是给予商品的陈列面积，也使顾客更方便寻找商品的价格。

5.快讯商品、店内促销品配备相应的 POP

快讯商品、店内促销品除了本身标有正常价格牌外，还必须要利用 POP 海报来烘托气氛，刺激顾客的购买欲，从而实现促销的真正目的。

6.商品平行码放，分类垂直陈列

对于冷藏、冷冻商品的陈列，必须将分类属性相同的商品垂直集中陈列。但同时要注意：细分时，不应教条地依此原则，如速冻饺子、元宵等可依口味区分。尽量以品牌来区分陈列，才能满足消费者对品牌的认同，符合顾客消费习惯。

7.商品陈列要丰满、要有量感

空缺、量少会让顾客感觉缺货，无可挑选及无法满足顾客需求。尤其在开店前、高峰期前及二次开店前必须保持货架丰满、品项丰富。

8.陈列商品尽量采用隔板 隔板不仅可以起到分隔品项、定位面积的作用，而且可以使货物码放整齐，还能避免相邻商品的串味。

9.陈列需遵循 A、B、C 商品管理

卧柜冷冻食品陈列时除了分类码放，更重要的是将 A 类商品大量码放，B 类商品适量码放，C 类商品少量码放，因为 A 类商品是销售额的最大来源。立柜冷藏食品陈列时除了分类码放，必须注意上、中、下层陈列的原则：在上层所码放的商品应是新进品项、展示品项、轻小品项；中层码放商品应是高利润品项；下层码放商品应是畅销品项，重大的品项。

10.商品陈列不可超过装载线

冷冻柜内商品放置不得超过冷冻柜标定装载线，立式冷柜商品陈列不得超出冷柜外，否则会影响风幕和冷风循环，以致商品及设备损坏。

11.陈列柜不具备冰冻商品能力 不能将高于冻温的商品放入陈列冻柜中，以免引起陈列冻柜温度升高，影响食品存放质量。

12.陈列商品不可掉进柜里

柜内商品的包装必须完好，否则极易掉进冻柜内部，黏于出风口及下水口，造成损坏柜内部件，引起故障。

（二）销售原则

1.丰富的商品群 能让顾客感受到品项齐全，满足顾客一次购足的要求，进而使销售额越来越高，树立良好的形象。

2.推广促销，试吃叫卖

除了每期快讯商品外，针对敏感性商品要进行促销，对新品项要作一系列推广活动，可以搭配试吃方式，再配合叫卖来提升销售。

3.了解顾客的购物习性

每个区域都有不同的商品消费习性，如果能够了解所在销售区域习性就能事半功倍，尤其是针对回民多的区域要作一些区别销售。

4.按节庆、气候做明显的销售调整

日配商品实际上两季销售最好：冬季、夏季；春季及秋季相对较差。日配商品夏季时奶制品及冰品是销售旺点，冬季时火锅料及肠、肉类是销售旺季，这两季都有特别的商品来提升业绩。春季、秋季不冷不热，销售较不如冬、夏两季好，所以，这两季必须通过更多、更强势促销来拉高业绩。在节庆方面要特别注意冬至、元宵及春节等，在这些日子里，汤圆、饺子是吸引顾客大量购买的主要商品。

第十三章 生鲜知识手册之门店促销企划与POP

一、促销企划

生鲜促销企划的意义在于对现有和潜在顾客，通过促销达到与消费者的信息沟通，再运用各种积极的方式、各种促销手腕，以增加商品价值或提供便利性服务为主要诉求，吸引消费者且抓住消费者的视线，进而刺激其购买需求，以增进生鲜各类商品的销售，从而达到扩大销售额增加盈利的目的。

（一）生鲜促销的目的

1.在一定的期间内，扩大营业额并提升毛利额。

2.稳定即有顾客并吸引新顾客，以提高来客数。

3.及时清理店内存货，加速资金运行回转。

4.提升生鲜形象，提高门店门店知名度。

5.与竞争对手抗衡，降低其各项活动开展后对本门店经营的影响。

（二）生鲜促销活动的种类

有分长期性促销活动与短期性促销活动两种，长期性促销活动是进行期间多在DM期间或一个月以上，其主要着眼点是希望塑造本店的差异优势，增加顾客对店的向心力，以确保顾客长期来店购物。短期性促销活动，如店内促销、公司周促销，主要目的是希望在有限的期间内，借助具有特定主题的促销活动，以提高来客数，达到预期的营业目标。

例如：庆祝元旦、十一、中秋、清明、开幕促销、周年庆、五一、春节等。

（三）生鲜促销活动的方式

1.折价促销：利用商品降价以吸引消费者增加购买。

2.限时抢购：推出特定时段提供优惠商品刺激消费者购买的活动。

3.有奖促销：购物满一定金额即可获得奖券进行立即兑奖。

4.免费试吃、试饮：对于季节性商品、新商品、高利益商品的推广，现场提供免费样品供消费者使用的活动。如：现场制作、现场演说，使顾客有安全感，让顾客有满足感，拉近顾客与门店的距离。

5.面对面销售喊卖：喊卖是面对面最好的一种方式，也是门店内拉近顾客最好的手段，最能满足顾客的购物欲望。喊卖重点商品为特价商品、价格低商品、新商品与制造门店活跃气氛

为目的的方式。

6.赠品促销：消费者免费或付某些代价即可获得特定物品的活动。

7.折扣券促销：顾客凭门店发行的优惠券购物，可享受一定折让金额的活动，其目的为吸引顾客再次上门购物。

8.竞争促销：提供奖品鼓励顾客参加特定比赛以吸引购买人群的活动。

（四）生鲜促销活动的运营

在生鲜人员方面，生鲜人员必须都了解促销活动的起始时间、促销商品及其他活动内容，以备顾客询问。生鲜部门主管必须配合促销活动，安排适当的出勤人数、班次、休假及用餐时间，以免影响高峰时段对顾客的服务。生鲜人员必须保持良好的服务态度，并随时保持服装仪容的整洁，留给顾客良好的印象。

其次促销商品必须齐全，以免缺货造成顾客抱怨及丧失销售机会。促销商品标价必须正确，以免使消费者产生质疑被骗的感觉及影响收银作业的正确性。商品陈列位置必须正确且能吸引人，畅销品应以端架陈列来吸引消费者注意或大量陈列来表现丰富感。对上市新品促销应搭配试吃的方式，以吸引顾客消费，以免顾客缺乏信心不敢购买。促销商品应搭配关联性商品陈列，以引导顾客对相关产品的购买。

再次生鲜广告宣传方面必须确认广告宣传单已发放完毕，以免闲置逾期作废。广告海报、红布条等媒体应张贴于明显处，如入口处或布告栏上，以吸引顾客入内采购，要特别注意特价品 POP 广告应悬挂于正确位置，价格标示应醒目，以吸引顾客购买。门店不定时广播促销活动，以刺激顾客购买。

最后生鲜气氛方面可利用海报、旗帜等用品来标示商品特性，以增加顾客购物的气氛。也可利用灯具、电视播放、隔物板、模型等用品，以刺激顾客的购买欲望。

方法虽多且各有其效果，但若要使促销活动成功，最重要的还是要靠人员、商品、广告宣传、气氛布置等各方面的配合，才能使生鲜促销活动火爆有效、红红火火，以达成促销目标。

二、生鲜 POP 的布置

生鲜 POP 的作用主要在于简单地介绍商品的特点；告知消费者商品的位置、新商品、推荐商品、特价品等，并通过 POP 将整个生鲜门店的气氛烘托出来，让消费者有一个良好的购物氛围，从而促使顾客消费购买。

（一）生鲜 POP 的设置

生鲜的 POP 广告要达到理想的宣传效果，不能仅靠 POP 广告物品自身成功的设计，还必须要有合理的设置。

在设置 POP 应考虑下列几点：

1.从天花板往下挂 POP 广告物时，轻一点的东西可以用鱼线来吊挂，这样看起来比较美观，但要注意吊挂 POP 广告不要和该商品离得太远，以免顾客不知是哪个商品的 POP 广告。

2.要把 POP 广告物放在陈列架上时，要注意广告物绝对不能遮挡商品。

3.在设置 POP 广告物时，不能贴于商品上，也不能将商品打开小口插入，更不可直接在商品上描绘广告图案。

（二）生鲜 POP 的标示

要根据物价局指定的标示，包括有明确标示品名、规格、产地、单位、售价外，在做促销时还须标明原价、特价提供给消费者，在做促销时可以作为比较，更可刺激消费者，提高购买力度。附例图示(图一)。另外，标价的最小单位应以市面流通者为准，标条、颗、盒、时应备注 500 克为多少金额（如图二）。

未标明原

标明原价

（图一）

未标明市场最低价

有标明最低价

三、生鲜的现场展示形式与气氛渲染

生鲜的现场展示与气氛的制造，目的就是"活跃门店，生鲜鲜活化"。让顾客来到没能从耳中、眼中、嘴中体会到为顾客准备的生鲜商品，完全感受到"一切为顾客精打细算、样样新鲜天天平价"，也就是所谓的"要顾客购买"，就要让顾客知道"好"在哪里。

（一）生鲜现场展示形式有以下几种可供参考

1."现烤"、"现炸"、"现包"…各种现场示范、各种现场制造

提供多种口味的选择，介绍各种食用料理，辅助有关食谱的赠送，让门店活性化无时无刻在进行着。

2.叫卖

面对面贩卖最直接的方式，也是拉近顾客最好的方法，如何制造活络气氛就从喊卖开始。

喊卖商品的重点：

（1）特价或季节性商品；

（2）每日一鲜或特别低价商品；

（3）新上市或季节开始商品。

3.试吃、试饮、试用

门店陈列商品大部份均非计划性购买，如何能将商品陈列展示于顾客面前，甚至于让顾客亲自品尝，让顾客感受满足感，拉近顾客与商品的距离，必须配合促销试吃、试饮、试用，使顾客对商品有认同感，进而产生购买意愿；现烤出炉的面包、熟食、比萨透过试吃，其销售数量均可增加数倍。

4.现场销售创意

（1） 蔬果

① 可将西瓜大堆陈列，将西瓜剖开，让顾客了解西瓜质量及熟度；

② 切榴莲的方法：将其切割图用 POP 显示告之顾客；

③ 强调由生产基地直送、绿色农业、净菜……

④ 摆设榨汁机，现场操作，果汁百分之百原汁，顾客可将新鲜带回家……

（2） 精肉

① 透过将"放心肉"的证明挂牌吊挂于贩卖台上，强调质量保证，绝不缺斤少两，绝无注水肉出售等；

② 现场处理、分割或烹调……

（3）水产

① 活鱼的展示，强调鱼保鲜方式；

② 提供杀鱼、清洁服务；

③ 提供各种烹调食谱与烹调方法；

④ 举办现场试吃（如火锅料）……

（4） 熟食、面包

① 标示每日现烤、每日出炉时间；

② 现场举办试吃、并且有外带服务；

③ 为员工穿上大厨师的服装，塑造专业形象；

④ 可借由推出熟食餐、便当或各种便利简餐。

（二）现场气氛的制造与渲染

门店气氛的塑造可以体现顾客对门店的看法："这家门店感觉很有气氛、清洁、很舒适、服务很好。""这家门店的鱼新鲜、干净。""这家门店的肉吃起来很放心。""这家门店卖的蔬果很新鲜、质量很好。""这家门店生鲜商品丰富价格低……"。这些除了利用现场展示形式之外，还必须利用"促销手段"来达到现场气氛制造及宣传的目的。

1.配合季节与月份来营造生鲜

春季：举行"新春见面礼，来就送"活动，"春之颂"；

夏季："清凉一夏"、"夏的美食"，将关连性商品结合在一起办活动，例：饮料、冰品、西瓜；

秋季："贺中秋、庆团圆"活动，将中秋礼盒与中秋月饼发挥"花好月圆，送礼的好季节"连在一起；

冬季：″冬令进补″、″吃火锅″，将火锅料与补品大量促销；

加上春节、五一、十一等长期休假，必须安排大型促销来营造门店销售气氛。

2.配合商品组合来营造

特产展－－大连水产品特产展、舟山岛带鱼展、山东苹果展、平谷水蜜桃大特卖、海南西瓜″夏一跳″。

商品展－－新西兰的奇异果展、泰国榴莲山竹展、美国牛肉展。

3.促销手段来营造

大赠买活动－－来店有奖活动，购买满 300 元抽电视机活动；

大赠送活动－－购买满 100 元送 xx 元活动，买甲鱼送乌骨鸡活动，买橙子送榨汁机……

现场竞赛活动－－包饺子比赛、喝啤酒比赛、吃冰淇淋比赛……

限时抢购活动

4.POP 的利用

气氛布置：季节性（换季）或节庆（周年庆）的 POP 要有活性化；

装饰物：用生鲜鱼、肉、蔬菜的道具或精美图片来介绍生鲜商品的特性。

第十四章 生鲜知识手册之生鲜耗材管理

生鲜商品化的主要包装耗材如：保鲜膜、盘子、热敏纸、吸水纸……一般而言，水产与精肉包装耗材较单一，以保鲜膜、盘子、热敏纸、连卷袋为主，而蔬菜包装型态较复杂、多极化，尚包括网袋、塑胶袋、结束机胶袋、束口带……等。

做好耗材管理，其目的为避免无谓损耗，降低耗材费用，以提升生鲜各部最后的利润。

一、生鲜耗材高消费品项

生盘子（塑料包装盒）、连卷袋、保鲜膜、热敏纸（标签纸）、结束胶带等，其它如：吸水纸、叶片、特价贴纸。

二、导致耗材费用支出增加原因

1.进货价过高；

2.不正确使用；

3.偷窃；

4.顾客大量不当使用；

5.库存过高。

三、改善降低包装耗材成本费用的方法

1.进价过高方面

① 可采取连锁采购，统一议价，降低成本（如全国性统一议价，或是省内各大区集体采购）；

② 货比三家不吃亏，加强谈判技巧。

2.不正确使用方面：

① 依消费者购物习性及商品特性，可以散装售卖，或是以"颗"、"粒"、"条"贩卖，可省去保鲜膜、热敏纸的浪费；

②包装盒包装物品时，须根据消费习性与商品特性"多与少"的包装，要符合包装耗材规格，不可呈现"多包小、少包大"显出包装后的空洞感与浪费，做到耗材使用的效益及商品的价值感；

③ 标价签纸（热敏纸），不可乱出纸张，不可乱印，尤其是在装纸测试时切忌！

3.偷窃：

① 全员反内、外盗，尤其避免联营厂家未经许可而使用；

② 奖罚分明，加强员工责任感；

4.避免诱导顾客大量不当使用：

① 连卷袋提供位置不宜太多，应给于适当位置且少设置；

② 还有顾客大量不当使用时，应出面制止。

5.库存过高：

订货以每周二次或每月四次为准，避免库存太高；

第十五章 生鲜知识手册之生鲜损耗管理

一、定义与管理责任体制

损耗的管理牵涉了太多的人为疏忽，若损耗不断发生，对门店的经营将产生不利的后果。对于鲜度要求很严的生鲜商品，损失管理是永恒的课题：损失是果，造成这个果的因是操作和管理流程。作业流程与责任体制若不改善，损失便无法降低，因此生鲜损耗管理体制的建立是十分必要的。

生鲜损耗管理含有两种意义：一种为实质的损耗管理，另一种为贩卖的机会损失。其目的是控制管理各种人为、非人为的各种损失，提高毛利率，增加利润。

（一）生鲜损失管理责任体制

1.实质的损耗管理

2.贩卖的机会损失管理

（二）生鲜损失的控制方法

我们理解了生鲜损失管理概念后，能清楚了解损耗发生的原因，进而找出问题、解决问题。如何才能防止损耗？

1.进货控制

生鲜厂商送货时，依据永续订单核对数量、品项、质量标准，严格遵守收验货规定。保存期限超过三分之一者或外箱包装有缺陷者，均拒绝收货。厂家送货车辆欲离去时，要接受检查，是否有夹带货物，经检查无误，方可放行。

2.门店管理

依据实际情况报表与节庆来控制品项与订货量，加强生鲜主管对损失管理的惊恐心态，加强门店机动性促销活动，各种零星散货及时回收，并且加强员工出入管理，防盗、防止偷吃。

3.鲜度管理

门店对作业员工加强鲜度的专业技能培训，各种作业工具的测试-如电子称、打标机的检查；定期检查与整理冷藏、冷冻库、冷柜温度变化情况；正确建立档案，追踪并记录损耗率。（送货、销货、库存、盘点均要有正确的记录。）

4.分析解决

分析损耗过高的品项，提出解决方案，对于内部转货所造成损耗，部门相互协调；对于加

工所造成损失，应制定合理商品价格；对耗材应严格管制，正当使用。只有一点一滴的分析、控制，损耗、毛利才不会流失。

二、生鲜报损管理

生鲜报损管理的意义是凡不符合卫生条件的的商品、已经变质不能食用、或保存期已过无法再销售的所有生鲜商品，经协商无法与供应商达成退、换货协议的情况下，均需依规定报损。其目的为规范生鲜报损程序，便于生鲜报废商品管理，以便监督执行。

（一）报损手续

1.报损商品由生鲜各部清理、归类、统计数量打包，并如实写报损单（如本章附件），务必完整填写明细资料。

2.主管必须检查报损商品是否达到报损要求，核实报损商品的品项、重量（数量）、原售价及总计金额。

3.经主管部门负责人签字确认后，方可报损。

4.报损单一式三联，生鲜负责人一联、防损一联、财务一联，各自存档。

5.报损商品必须送至指定位置清倒并销毁。

6.所有报损商品不得堆放，必须当天报损，当天处理。

7.报损商品过多的品项，务必通知采购，以便追踪改善。

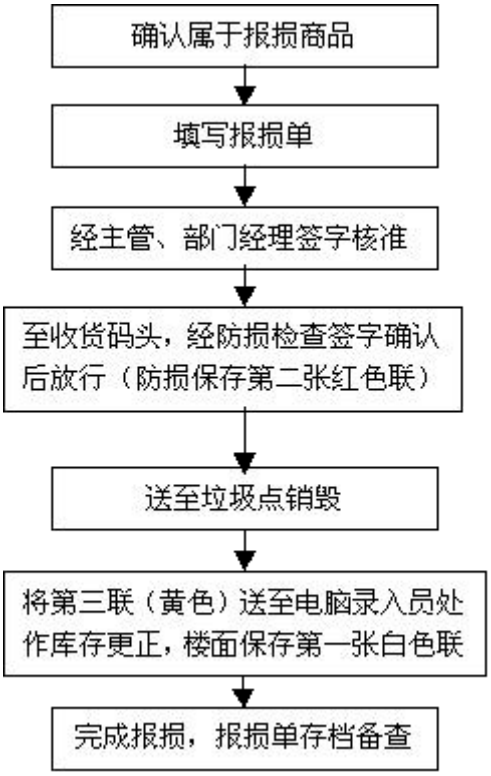
报损流程

确认属于报损商品——经主管、部门经理签字核准——填写报损单

至收货地，经防损检查签字确认后放行（防损保存第二张红色联）

完成报损，报损单存档备查

将第三联（黄色）送至电脑录入员处作库存更正，楼面保存第一张白色联送至垃圾点销毁



三、损耗率标准的制定

损耗率标准制定的目的，是便于掌握、分析管理。其最终目的是商品达到的利润远大于损耗值，而不是为求降低损耗率而失去贩卖（赚钱）的机会。其损耗率的计算方式如下：

损耗率 = 实质损耗金额÷销售总业绩额

因此唯有加大销售总业绩额，或减少实际损耗金额，才能真正降低损耗。 损耗率标准（仅供参考）

损耗率标准（仅供参考）

蔬果： 2～3%

肉类：1.5～2.5%

水产：2～3%

熟食：4～5%

日配品：0.5～1%

注：可机动调整标准

四、蔬果的损耗控制方法

（一）目的：控制不必要的损耗，严格商品管理是蔬果部员工的重要工作。

（二）内容

1.严格控制收、验货流程，执行收货标准

① 收货部与蔬果部员工共同收货时，严格把握质量，控制好数量。不能任意降低收货标准，任意增加收货数量造成店内损失。

② 收货录入组务必在当日完成录入工作，且录入务必准确。防止库存数量差异。

2.严格要求同一品项进、销货号一致化

如一种商品既有散卖，又有箱卖，那么散卖使用一个货号进货、销售；箱卖使用一个货号进货、销售，不以相互混淆。

① 公斤、棵、个、扎不同售卖方式有不同货号，相互混乱使用是造成库存不准的最主要原因，会产生虚假损耗。

②电子称不能联线传送的情况下，商品货号、价格与电脑系统、POS 系统不同也会造成库存的差异。因目前价格签无重量标别码，以金额为准。如果称中价格为某商品 10 元/500g，POS 系统中为 8 元/500g。那么购买 500g 在 POS 机中会显示 625g；如果相反情况下 POS 机中会显示为 400g。所以务必保持电子称与电脑系统、POS 系统价格一致，库存相对更准确。

3.计量不准，分类错误（品名与称号分不清）造成售卖错误，A 卖成 B，当然库存混乱：

① 要定期对电子称调试、保养。

② 对员工进行蔬果专业知识培训，区分相似品种的外形差异。如国产分弥猴桃比奇异果表皮绒毛少、且粗……。

4.把握好订货量

① 蔬果务必依据天气、来客数，盛产期或淡季及实际情况报表来做订货标准，作好记录，控制订货量。

② 订货过多或天气影响销售要及时做出反应，在店内降低促销。

5.避免保鲜不当或加工处理不及时造成损耗

做好鲜度管理与清洁卫生，及时处理变质品，做好技能训练。如：叶菜、苹果严防失水，库存方式是否不对（奇异果与苹果不能放在一起），需冷藏与

不需冷藏商品是否混淆（瓜类不宜冷藏，桃李需冷藏；芋头、土豆、南瓜、未成熟西红柿不宜入冷藏库，放在避风地方即可，而萝卜应冷藏保存……）。

6.防止设备使用不当或冷藏库（柜）故障，导致蔬果变质。学会设备的维护、保养，有异常现象及时报修，有专人负责每日状况检查。

7．防止被偷吃、被盗、被顾客挑选时的损伤

① 在成本核算前提下，做好商品包装。

② 对库存区加强管理，防止员工偷盗。

③ 引导顾客消费习惯，爱惜商品。

8.严格控制耗材的使用：耗材使用规格、型号不当、滥用都会造成商品的人为损耗。

9.控制蔬果报损标准。凡蔬果品质已蛀虫，变色、腐烂、发霉、有异味而不能食用的均需报损。

五、肉类的损耗控制方法

（一）严格控制收货和验货

1.为了维持肉类鲜度，应优先过磅收货，并要求在最短时间内完成验货。

2.收货时要注意收货品项与订货的品项是否相符，送货单位与订单上所列单位是否相符，重量是否足重，不足重量当场扣除，要核对多送或少送，核对收货人员记录数量与实际收货数量是否相同。并与收货人员、防损员一同汇总数量。

3.收货时要严格控制肉类品质，要按照营运规范中"收验货标准收货"。

（二）肉类要有正确的营运管理

1.肉类收货后，除现场展示外，其余肉类一律放入冷库保鲜，以确保肉类品质。且肉类加工处理速度要快，使其尽快商品化。

2.肉类加工处理时应有专业人员操刀，要按照正确的加工流程操作，并且每一流程有专人负责。

3.肉类人员要定时检查肉类品质，定时回收散货。若因销售差或因顾客挑选时不慎造成的损耗及品质劣化，及时降价出售，或做加工处理，如原料肉绞肉馅，转熟食等。

4.订货量要准确且要做到先进先出的原则。

5.对于较易变质且回转率太低的商品，考虑是否贩卖或减少订货量。

6.要经常做市场调查，使商品售价适合市场行情，提高售价吸引力，增加销售量，从而降低损耗。

7.肉类要维持适当的库存量，滞销商品，季节性商品及时处理，到货商品及时陈列等，一般肉类库存量要保持在 1.5 天，过多会造成商品积压,过低会影响业绩。

8.盘点要正确，杜绝弄虚作假，不要多盘或漏盘，要做好盘点前的准备工作，将部门转货，内部转货录入完毕。

9.员工要经常接受专业知识培训，及思想教育，提高员工的职业素质，严禁给相识的人私自将肉类价格打折，或称重时多给等。

10.肉类卫生条件的加强亦可降低损耗，包括环境卫生，个人卫生，设备卫生等，可防止细菌的繁殖，有利于肉类保存。

11.肉类展示柜要及时检查温度，当温度不正常时，对肉类的保鲜造成很大影响。肉类变质，造成损耗。

（三）肉类人员要了解肉类报损标准

当肉类外部发现有黏液，颜色变暗，变灰或微绿色，手指挤压已无弹性，有腐臭味，及边角废料已无利用价值，均需填报废单报废。

六、水产的损耗控制方法

生鲜营运操作的最大敌人是损耗。如何有效控制损耗也就成为生鲜部门面临的严峻挑战。水产部损耗的产生是多方面的，从水产品的验收→鲜度处理→加工处理→陈列销售，这一过程中的各个环节都有可能发生损耗，要想有效控制水产品的损耗发生，就必须在各个加工处理环节中严格加以控制。

1.水产品的重量：验收鲜活水产品时务必将水和周转箱的重量扣除，扣水标准为水珠不能从鱼捞中成线滴下为准；验收冰鲜（冻）水产品时同样要扣除水份（冰）周转箱的重量，其扣冰重量较难拟定。因为不同的冷冻水产品有不同的含冰量，建议事先将同类商品自然解冻来测试其含冰量。

2.水产品的品质与规格：因为水产品因鱼体规格的大小不同，其价格的差异性也相当大，因此验收时，务必详细核对订单上描述的规格。

3.鲜度管理与加工处理:水产品的鲜度管理与加工处理,在第五章及附件二中有详细介绍，良好的鲜度管理与专业的加工处理均可降低损耗。

4.销售与报废：鲜度下降的降价销售与腐败变质丢弃是造成损耗加大的主要原因之一，建

议鲜度稍有些下降的商品，没有变质的可以通过细加工处理成另一种商品出售，例如：做成配菜、丸类等，来减少损耗。

5.水产品报废标准：

1）冰鲜鱼：鱼体的表面褪色无光泽，且腹面色泽渐变红色，鱼鳞易脱落，眼球塌陷，角膜混浊，眼腔被血水浸润，肉质软化，鱼鳃呈咖啡色或灰白色，并有混浊粘液出现，有刺激性的恶臭味，在消化酶素作用下，使腹部膨胀破裂或变软，内脏有明显的分解现象，随着出水时间的增长，腥味与氨臭味增加，腐败味加重。

2）蟹类：蟹脚下垂，易脱落，蟹壳皱理不清，体重减轻且带有腐败臭味。

3）虾类：虾体失地去原有光泽，肉质变软，甲壳与虾体分离，头脚易脱落，发生腐臭味。

4）软体类：色泽变暗，膨胀破裂或变软凹下，内脏黏液不清，有异味。

5）贝壳类：贝壳易张开、变轻，相碰时发出响声。

6.过期水产品的处理：快过期的水产品可以与厂商直辖市降价销售，也可引用试吃、叫卖的方式尽快销售完毕；已过期的水产品，可争取与供应商协调换或退货。

七、熟食（面包）损耗控制方法

(一）严格管制收货、验货

1.外制熟食品收验货需扣除皮重，扣除进场后加工处理的漏失部分。（试验出一个标准，按比例扣除）

2.外制面包收、验货应注意规格、商品是否受损、保质期的天数。

3.冻品称重时要扣除纸箱、冰块的重量，以货品净重为准。

4.控制好商品的订货量。

5.外制商品退货要准确，一般情况只能销售一天，第二天退货，避免产量过多，造成损耗。

（二）自制加工商品的损耗

1.自制加工商品须依据"生产日报表"来加工生产。

2.进入门店的商品除了陈列外，应入冷藏、冷冻库贮存（包括加工剩余的原料）。

3.原料加工时，尽量减少损失，应依据商品的食谱操作，减少调料的浪费。

4.烤类、炸类、须腌制的商品应按酱料的比例进行腌制。

5.每日应间隔 30 分钟回收一次散货商品，加强内部管制，严禁偷吃。

6.每天营业前应检查电子称、打标机是否正常。

7.加强培训员工的自制能力和鲜度的专业技能。

8.每月盘点数据要准确，严禁虚报数量、增大库存量。

9.时段促销（清仓），例如：商品品质寿命不长时，应立即作清仓处理，避免全部报损。

10.按先进先出的原则进行补货，定时检查冷藏、冷冻库的温度变化情况。

（三）熟食（面包）商品报损标准

1.原料新鲜品肉质外部若有颜色变黑、变灰或微绿色（发霉），肉质无弹性、有异味的商品已无利用价值，均需报废。

2.熟食的卖相不佳（烤糊、炸焦）商品、发霉、有异味的商品已无法销售，均需报废。

3.面包保质期过期，发霉、变质、干硬等商品，已无法销售，均需报废。

八、日配损耗控制方法

日配商品都有自己不同的最佳储藏温度，如温度过高或过低都会引起商品变质产生损耗，为防止损耗必须严格控制：

1.商品存放：应注意各种陈列柜不同的使用容器，以免由于存放不适而导致变质。

注意先进先出：要注意保质期时间，先将保质期短的商品先出货补货，以免商品保质期过期产生损耗。

商品出货陈列：在出货商品摆放应上轻下重避免重压，补货必须尽快码货，不宜长时间置于门店空地；常温品要避免强热光近距直接照射，在码货时不可高于出风口装载线，以免造成损耗。

散货回收：日配商品较之其他商品的保质期更短，如鲜奶等在夏季几个小时便有可能变质。因此日配部应每小时安排员工收拾散货，以减少顾客因排队等因素丢弃商品造成的损失。

第十六章 生鲜知识手册之生鲜市场调查

一、市调对象

生鲜市场调查的目的是为了了解周围生鲜市场的信息以及了解生鲜消费市场动态。生鲜商品发展趋势，进而开发新商品，引进市面新品项，充实生鲜门店商品丰富感，更能及时调整生鲜商品价格、结构转动，进而吸引顾客来店消费并维持本公司生鲜"天天平价，样样新鲜"的形象。

（一）生鲜市调的对象

1.传统农贸市场

它是门店、量贩店尚未形成前顾客采购生鲜农产品的主要场所，它拥有相当庞大的消费群体，目前，在国内还有很多消费者都是主要在这农贸市场里购买生鲜农产品，它能够持续存在原因在于其商品丰富，比较新鲜，服务便利，非常亲切迅速，这些优点都是值得我们去学习的方面。

2.批发市场

在生鲜商品采购渠道方面除了与农民产地直接供货外，批发市场是生鲜商品价格中最低最划算的供货中心；也是在商品结构及商品价格回稳的指标。

3.同业竞争对手

在目前国内的大型综合门店已经是从萌芽期渐长到成长期，国外的大型综合门店不断发展，本公司基于巩固民族企业，欲与外资企业一较长短，并在竞争当中学习它们的优点，进而转变成为本公司特色，尤其在生鲜方面更是首当其冲，不断创新，以最好的生鲜理念来经营门店生鲜区，充分满足消费者需要，以提升本公司形象。

4.零售小贩

虽然他们看起来毫不起眼，但不要忘了它也是您了解市场脉动的市调对象之一，尤其是它在您门店周围设立了很多生鲜小贩或流动小贩时，就代表着它渐渐在侵蚀你的生鲜经营领地，如果不做调整，你将会失去竞争力。

二、生鲜市调内容

为了让整个生鲜运营更加流畅、开源节流，市调不外乎有商品、设备、人员、服务等方面。

（一）内容

1.商品组合、质量、规格、包装方式与售价。

2.广告与促销活动－如竞争对手的灯箱广告、促销品项、价格与促销方式。自行研发品项（OEM）与其他品牌相比较。

3.商品贩卖手法及陈列技巧。

4.商品加工处理方法及包装方式。

5.市场需求动态－如季节变化趋势、新产品的上市……

6.服务人员（试吃、销售厂家）的态度、人员编制、分配管理情形。

7.顾客购买行为、客流分析及结帐情况。

8.软硬体及陈列设备道具。

9.整体格局规划（布局与动线）。

（二）生鲜市场调查注意事项

先设定好调查定位，以促进有效的市调结果。

1.市场调查商品以 A 类产品或大宗、…0－30 种。

2.市调商品必须针对同种、同质量、同规格、同包装方式、同销售单位（如可确认）。

3.市调价格高低，要注明是否为 DM 促销价，店内促销价或其他降价活动，如限时抢购等。

4.市调资料必须注明市调时间、地点、，市调人员、对象、品项。

5.市调时间、市调对象与范围均不得固定，随时机动变化。

6.平均每周 2－3 次为佳。（依店内人员编制执行）

（三）抄录、录制生鲜市调商品流程

商品名称→包装规格→正常售价→促销售价、惊爆特价→是否为新商品（产地、厂家名称、电话）

（四）生鲜市调结果处理

1.市调以后，详细填写"市调表"（表一）及"市调报告"（表二）呈报领导。

2.市调以后，务必在 12 小时内做出决定，是否及时调整价格、商品组合或通过采购要求厂家说明与配合。

08 合规篇

确认信

请阅读本员工手册，填写以下内容并将其交还给人力资源部门来归档。

员工姓名：_____ 身份证号码：_____ 电话：_____

我确认已收到一本大农科技股份有限公司的员工手册。本人在人力资源部工作人员的指导下认真学习了《员工手册》中的各项规章制度。人力资源部的工作人员对上述规章制度进行了详尽的解释,本人对上述规章制度有了系统、深刻的了解,本人对各项内容无异议,我了解并遵守本手册中由大农科技股份有限公司颁布的并可能修改的规定和政策。如违反本员工手册任何规定,我愿意接受公司的处理。

同时,公司在告知我本人以上制度外,还告知我通过公司内部网站、工作群、电子邮件、公司公告栏发布的制度规定或对以上制度的修订、补充等,也是公司公示告知相关制度的重要渠道,本人保证经常进行留意学习,随时留意公司公布的信息,一经发布亦视为向我公示告知,我承诺及时阅读并将严格遵守。

本人签字：

年 月 日

大农科技股份有限公司人力资源

大农科技股份有限公司合同编号编制规则

1、目的

为加强合同的标准化管理，根据公司合同管理规范的要求，特制定本规则。

2、范围

本规范除特别指明外，适用于任何以大农科技股份有限公司为签约主体签订的涉及公司的所有合同和协议。

3、职责

3.1 总经办负责本规则的制订、修改、实施指导和监督。

3.2 公司各部门合同管理人员和总经办档案管理人员负责本规则的具体实施、管理。

4、方法和标准描述

4.1 合同分类编号应遵循下列原则：

4.1.1 适应公司所有的合同管理需要；

4.1.2 与公司管理、项目管理、成本管理、财务管理、客户管理、档案管理相匹配的分类方法；

4.1.3 公司所有合同都应按统一标准进行分类并连续编号。

4.2 合同分类编号

4.2.1 合同共分为三类：采购类合同、销售类合同和综合类合同。

各类合同均按级编码进行分类编号。各级编码之间使用“-”进行连接。

4.2.2 合同编号方法：（按四级编码）

4.2.2.1 一级编码：根据公司名称分类，一级编号代码由二个大写字母表示，两个大写字母是公司名称前两个汉字拼音的第一个字母。

4.2.2.2 二级编码：为合同类别分类，二级编号代码由二个大写 字母表示，两个大写字母是合同类别名称前两个汉字拼音的第一个字母。

4.2.2.3 三级编码：为合同物品具体分类，三级级编号代码由二
个大写字母表示，两个大写字母是合同物品具体类别名称前两个汉字拼音的第一个字母。

4.2.2.4 四级编码：为合同签订年份和月份分类，四级编号代码由年份后两位数和月份两位共同表示，共四位阿拉伯数字。

4.2.2.5 五级编码：根据合同签订先后顺序编流水号，在前四类的最小类范围内进行连续编号，编号代码为三位阿拉伯数字，从 001 自 999。

5、合同/协议编号方法： XX-XX-XX-XX XX XXX

公司缩写 合同类别 物品具体类别 签订年份 月份 顺序号

（一级） （二级） （三级） （四级） （五级）

6、合同具体编写

6.1. 公司缩写：代号两位 DN

6.2.合同类别缩写：代号两位 采购类 CG、销售类 XS、综合类 ZH

6.3.综合类细分类缩写：

1)、 财务类：CW

2)、 工程类：GC

3)、 人事类：RS

4)、 物流类：WL

5)、 咨询类：ZX

6)、 其他类：QT

7、具体编号形式请见以下举例：

1）配送部采购合同于 2023 年 9 月份签订的第 2 号采购原材料合同：编号为“DN-CG-YL-202309002；”

2）营销部销售合同于 2023 年 9 月份签订的第 16 号销售产品合同：

编号为“DN-XS-CP-202309016；”

3）总经办综合类合同于 2023 年 12 月份签订的第 1 号咨询服务合同：编号为“DN-ZH-ZX-202312001；”

8、 附则

此编号规则于 2023 年 9 月 11 日起实施。合同的分类编号自本规则发布之日起一律适用本规则。

二零二三年九月十一日

09 附件-门店人员表格

店长、店助表现评核书

员工姓名：_____ 店铺名称：_____

职　　位：_____ 上任日期：_____

请于□内“✓”出被评核员工所得之分数，评分标准以“10”为最高及“2”为最低。

10 ~ 杰出表现，经常超越工作所需水平

8 ~ 表现超出工作水平

36~ 表现达到工作所需水平

4 ~ 表现需要紧密督导和跟进才可达到工作所需水平

2 ~ 表现远低于工作所需水平

评核事项（1）： **店铺表现：满分 100 分，根据分值确定实发工资数额。**	最高分				最低分	**评　语**
	10	**8**	**6**	**4**	**2**	
团队表现： **1. 维系团队士气及工作气氛、着装干净、整洁**						
2. 团队合作融洽、态度积极、对待店员、顾客礼貌、能够教会店员技能、知识						
3. 维系店铺的整体团队精神，完整执行门店日周管理，月度任务执行圆满						
店铺形象： **1. 蔬果、肉类的陈列、摆设，能完整执行以“鲜”为使命，以“净”为核心的工作目标。**						
2. 货品陈列及整体环境						
3. 后仓及杂物的摆放						
业务管理： **1. 对商品知识结构了解清晰，熟知各环节**						
2. 留意及分享店内产品至群、进店顾客讲解						
3. 有效运用资源（包括人力、空间及财政等）						
4. 了解及履行店铺政策						
					（1）部份评分：	

评核事项（2）： 个人方面： 本项考核不影响薪资，但与晋升、调岗、加薪相关。最高分 130 分，不足 100 分的不纳入后备人才库。	最高分				最低分	评　语
	10	8	6	4	2	
管理技巧： 1. 能执行有效授权及分配份内工作						
2. 制订、执行及跟进计划，务求达到工作目标						
3. 给予机会下属发展所长						
4. 简洁及明确地传达讯息予下属						
个人特质： 1. 以店铺的整体利益为己任						
2. 以店铺政策及利益为一切决策的基本原则						
3. 专业地应付危机或突发事件						
4 与同事以互相尊重及坦诚来建立信任						
5 经常保持开放态度及乐于接受别人意见						
6. 重视个人仪表，以专业形象反映对服装的热诚						
7. 主动了解及提供顾客所需						
8. 主动寻求突破，提供新构思并付诸实行						
9. 著重工作效率及成效						
					（2）部份评分	

总评分：	

*整体评语：*_____

评核人：_____ 日期：_____　　审核人：_____ 日期：_____

受评核员工的意见及感想

请详述你对工作方面及对本表现评核的意见感受及意见

1. 工作方面感受：

_____

2. 对本次表现评核的意见：

_____

受评核员工：签署_____日期_____　**评核人　：**签署_____日期_____

审 核 人：　签署_____日期_____

店员评核

店铺名称：_____ 评核日期：_____ 员工姓名：_____ 评核员 ：___

一、仪 容	差（2 分）	欠佳（3 分）	好（4 分）	很好（5 分）
1. 服装整洁	☐ 有明显污渍/异味	☐ 有皱折	☐ 整齐清洁	☐ 极整洁、烫贴
2. 头发	☐ 有头皮/凌乱/配戴夸张饰物	☐ 欠清洁干净	☐ 整齐清洁	☐ 极整洁，发式具时代感
3. 妆容	☐ 没有任何化妆	☐ 部分有化妆	☐ 化淡妆	☐ 妆容精神时尚
4. 精神面貌	☐ 无精打采/呆滞	☐ 精神涣散	☐ 精神爽利	☐ 精神奕奕、有冲劲
5. 站立姿势	☐ 依傍货架	☐ 站姿不直，欠端庄	☐ 站姿端庄	☐ 端庄大方
6. 员工牌配戴于襟前	☐ 没有配戴	☐ 有配戴但位置不正	☐ 配戴正确	☐ 正确配戴并能保持整洁

二、打招呼

1. 笑容	☐ 没有笑容	☐ 机械化笑容	☐ 笑容友善	☐ 笑容亲切舒服
2. 目光接触	☐ 没有	☐ 偶有才望望	☐ 诚意的	☐ 极诚意及稳定
3. 礼貌用语	☐ 没有招呼语	☐ 有招呼语但较机械化	☐ 亲切有礼	☐ 极亲切有礼
4. 声线	☐ 细 声	☐ 欠清晰	☐ 清晰响亮	☐ 清晰柔和

三、销售过程

1. 主动性	☐ 极被动不招呼客人	☐ 较被动，客人叫到才提供服务	☐ 看到客人对货品有兴趣主动介绍	☐ 主动、专业地介绍货品，能激起客人的购买欲
2. 对货品摆放位置	☐ 都不熟悉	☐ 少数不熟悉	☐ 均熟悉	☐ 非常熟悉
3. 服务态度	☐ 冷 漠	☐ 欠礼貌	☐ 有礼貌	☐ 诚恳、亲切
4. 产品知识	☐ 一问三不知	☐ 略懂，但不熟	☐ 熟 悉	☐ 非常熟悉
5. 留意顾客需要	☐ 没有提供协助	☐ 偶有咨询客人	☐ 主动提供协助	☐ 洞悉需要，极诚意协助
6. 试 吃	☐ 任由客人自己试吃	☐ 指客人自己到试吃点	☐ 有礼貌地带顾客到试吃点	☐ 有邀请手势，礼貌地邀请客人到试吃点
7. 销售技巧	☐ 毫无技巧	☐ 有耐性，但不懂把握时机	☐ 能主动引导顾客购物	☐ 专业自然，恰到好处
8. 附加推销	☐ 没有做	☐ 例行公事地做	☐ 主动作附加推销	☐ 主动、专业，客人成功接受
9. 取 货	☐ 极慢/不准确	☐ 准确但慢	☐ 较 快	☐ 准确，有效率
10. 安排付款	☐ 客人自己到收银台付款	☐ 叫客人自己到收银台付款	☐ 主动带客人到收银台付款	☐ 礼貌及有邀请手势地带客人到收银台付款

得分：

意见或建议：_____

_____

_____

收银员评核

店铺名称：_____ 评核日期：_____ 员工姓名：_____ 评核员 ：_____

一、仪 容	差（2分）	欠佳（3分）	好（4分）	很好（5分）
1. 服装整洁	☐ 有明显污渍/异味	☐ 有皱折	☐ 整齐清洁	☐ 极整洁、烫贴
2. 头发	☐ 有头皮/凌乱/配戴夸张饰物	☐ 欠清洁干净	☐ 整齐清洁	☐ 极整洁，具时代感
3. 妆容	☐ 没有任何化妆	☐ 部分有化妆	☐ 化淡妆	☐ 妆容精神时尚
4. 精神面貌	☐ 无精打采/呆滞	☐ 精神涣散	☐ 精神爽利	☐ 精神奕奕、神采奕奕
5. 站立姿势	☐ 依傍货架/收银台	☐ 站姿不直，欠端庄	☐ 站姿端庄	☐ 端庄大方

二、打招呼				
1. 点 头	☐ 没有点头	☐ 机械化	☐ 有礼貌	☐ 诚意有礼且时间恰当
2. 笑 容	☐ 没有笑容	☐ 机械化	☐ 笑容亲切	☐ 热情亲切
3. 目光接触	☐ 没 有	☐ 冷 淡	☐ 诚意的	☐ 极诚意及稳定
4. 礼貌用语	☐ 没 有	☐ 较机械化	☐ 有礼貌	☐ 真诚有礼

三、收银过程				
1. 商品输入电脑收银系统	☐ 不熟练、极慢	☐ 欠速度	☐ 迅 速	☐ 动作迅速、熟练
2. 将顾客所购品进行装袋	☐ 没 有	☐ 马虎、欠整齐	☐ 整 齐	☐ 又快又整齐
3. 清楚告知顾客需付总值及件数	☐ 没有告知	☐ 欠清楚	☐ 清 楚	☐ 极清楚有礼
4. 复核所收款项	☐ 没复述	☐ 复述不清楚	☐ 清楚复述	☐ 完全清楚及准确的复述
5. 将支付单据递交给顾客	☐ 机械化	☐ 语言欠礼貌	☐ 诚意及有礼	☐ 极诚意有礼
6. 礼貌地将找赎/信用卡交还	☐仅放在收银台	☐ 单手交给客人	☐ 诚意有礼/双手	☐ 极诚意有礼/双手并面带微笑
7. 声 线	☐ 细 声	☐ 欠清晰	☐ 清晰响亮	☐ 清晰柔和
8. 向客人作附加推销及介绍公司之特别推介	☐ 没 有	☐ 随便提一提	☐ 清晰介绍，主动推介	☐ 积极与顾客客人，清晰介绍公司并推介活动

三、收银过程				
1. 向顾客道别，邀请顾客再光临	☐ 没 有	☐ 较机械化	☐ 有礼貌地	☐ 极诚意有礼地
2. 目光接触	☐ 没 有	☐ 欠自然	☐ 诚意的	☐ 极诚意及稳定
3. 笑容	☐ 没有笑容	☐ 机械化	☐ 笑容友善	☐ 亲切舒服

得分：

*意见或建议：*_____

_____

_____

店长能力评核

店铺名称：_____ 评核日期：_____ 员工姓名：_____ 评核员 ：_____

一、门店管理与技能

1. 留意商品凌乱	☐ 没有留意	☐ 偶有留意	☐ 有留意，并作安排	☐ 极敏锐，更能即时安排适当补位与清洁
2. 督促员工表现	☐ 没有督促	☐ 偶有督促	☐ 督促并作出指导	☐ 能及时督促并即时作出指导
3. 留意门店货品存量	☐ 没有留意	☐ 有留意，但欠清楚	☐ 清楚存量及单价	☐ 非常清楚货品存量及单价、并作出适当安排
4. 货品陈列摆位	☐ 凌 乱	☐ 太挤或太疏	☐ 陈列归一，整齐	☐ 陈列极归一、整齐，能促进销售
5. 处理顾客投诉	☐ 没有耐性/冷漠	☐ 有听取客人意见，未能作出恰当处理	☐ 有诚意地听取意见，并作出恰当处理	☐ 极诚意、礼貌及时地作出恰当处理并进行后续跟进。
6. 有效地委派工作	☐ 未能有效分派工作，员工无所事事	☐ 分派不当，部分员工忙不过来，其他很清闲	☐ 分派合理，员工各施其职	☐ 分派恰当，员工工作积极、高效
7. 激励员工士气	☐ 没有鼓励	☐ 偶有鼓励	☐ 能鼓励员工并带动员工工作	☐ 经常鼓励员工，营造良好气氛
8. 有效处理突发事件	☐ 不懂处理	☐ 未能恰当处理	☐ 能恰当处理	☐ 有条不絮，迅速处理
9.熟知各项商品知识、技能并进行传授	☐ 大部分不懂，没有培训或传授	☐ 少部分不懂，偶尔培训	☐ 极少部分不了解，每周都有培训	☐ 非常了解，新商品也能在一天之内了解清楚，有空就培训，员工谁能迅速理解并掌握商品知识
10.当月能够超额完成门店目标	☐ 没有完成	☐ 已经完成	☐ 超额完成	☐ 超额完成上月的 10%营业额

得分： ☐

意见或建议：_____

_____

_____

_____

_____

10 分支机构管理制度

确认信

请阅读本员工手册，填写以下内容并将其交还给人力资源部门来归档。

员工姓名：_____ 身份证号码：_____ 电话：_____

我确认已收到一本大农科技股份有限公司的员工手册。本人在人力资源部工作人员的指导下认真学习了《员工手册》中的各项规章制度。人力资源部的工作人员对上述规章制度进行了详尽的解释,本人对上述规章制度有了系统、深刻的了解,本人对各项内容无异议,我了解并遵守本手册中由大农科技股份有限公司颁布的并可能修改的规定和政策。如违反本员工手册任何规定,我愿意接受公司的处理。

同时,公司在告知我本人以上制度外,还告知我通过公司内部网站、工作群、电子邮件、公司公告栏发布的制度规定或对以上制度的修订、补充等,也是公司公示告知相关制度的重要渠道,本人保证经常进行留意学习,随时留意公司公布的信息,一经发布亦视为向我公示告知,我承诺及时阅读并将严格遵守。

本人签字：

年 月 日

大农科技股份有限公司人力资源

第一章 总则

第一条　为了规范大农科技股份有限公司（以下简称总公司）及其分公司、子公司（以下简称分公司）的组织行为，保护总公司和各投资人的合法权益，确保各分公司规范、有序、健康发展，根据《公司法》和总公司章程等法律、法规和规章有关规定，特制定本制度。

第二条　本制度适用于总公司所属分公司。

第三条　本制度所称的分公司包括由总公司与其他投资人共同投资、且由总公司或分公司持有其35%以上的股份，或者虽然持有其股份比例不足35%、但能够实际控制的公司（包括直接控股和间接控股）。

第四条　分公司作为总公司的派出机构，不具备独立法人权利，分公司的成立并代表该分公司能从事与总公司同样的业务，其经营行为需在总公司书面授权的情况下进行，总公司拥有对分公司的资产收益权、重大事项的决策权、高级管理人员的选择权和财务审计监督权等。分公司作为总公司的派出机构，总公司对其具有全面的管理权利。

第五条　总公司、分公司实行集权和分权相结合的管理原则。对高级管理人员（总经理、副总经理、财务负责人、公章管理人）的任免、重大投资决策（包括股权投资、债权投资、重大固定资产投资、重大项目投资等）、年度经营预算及考核等将充分行使管理和表决权利，同时将对各分公司经营者日常经营管理工作进行授权，确保各分公司有序、规范、健康发展。

第六条　加强总公司对分公司支持投入、运营和收益的监管，监控财务风险，提高总公司的核心竞争力和公司效益。各子公司要依法自主经营，在总公司的统一调控、协调下，根据总公司的经营范围，分公司负责人按市场需求向总公司申请获得授权后自主组织生产和经营活动，努力提高资产运营效率和经济效益，提高员工的劳动效率。

第二章 经营管理

第七条　　总公司将根据发展需要，对各分公司的经营、筹资、投资、费用开支等实行年度预算管理，由总公司根据市场及企业自身情况核定并下发各分公司的年度经营、投资、筹资及财务预算，并将年度预算按月、季分解下达实施。各分公司应确保各项预算指标的实施和完成。

第八条　　各分公司不具有独立的股权处置权、资产处置权、对外筹资权、管理制度权和各种形式的对外投资权。分公司处置资产须事先向总公司作出详细的书面报告，经总公司批准后按有关规定处理。

如为经营活动需要，确需增加筹资、对外投资和自身经营项目开发投资及重大固定资产投资的，必须在事先完成投资可行性分析论证后，由总公司总经理办公会审查后提请总公司董事会批准方可实施。

需增加筹资，实施时事先向总公司财务部提出申请，并明确说明所需资金数量、用途、投向、用款进度，经总公司董事长批准后由财务部协调解决。

第九条　　各分公司必须依法经营，规范日常经营行为，不得违背国家法律、法规和总公司规定从事经营工作。

第十条　　各分公司要按现代企业制度要求，建立健全各项管理制度，明确企业内部各管理和经营部门的职责，根据总公司的相关规定和国家有关法律规定健全和完善内部管理工作，制定系统而全面的企业内部管理制度，并上报总公司审查备案。

第十一条　　总公司建立信息管理系统，各分公司的核算及管理系统都应纳入本系统管理，必须按照真实、准确、及时、全面的原则反馈经营、财务、人事、资产、投（融）资等信息，为总公司的经营决策提供科学的依据。

第三章 人事及薪酬管理

第十二条　各分公司应依法设立董事会，总公司安排人员协助管理。

第十三条　子公司的经理（包括总经理、副总经理、财务负责人、合同负责人等）由总公司提名并提请呈报总公司的董事会任命和解聘，分公司的总经理由总公司直接聘任和解聘，分公司经理必须对任职公司高度负责，必须具备充分行使职责和正确行使权力的能力，确保分公司经营管理工作规范有序进行。被聘用的子公司部门经理应与子公司签订聘用合同，被聘用的分公司副总经理（含）以上的管理人员应与总公司签订聘用合同。聘用合同应明确聘用期限、责任、权利、义务及应享受的待遇和违约的处理等条款。

第十四条　各分公司、子公司的财务负责人实行总公司委派制，并由总公司财务部对其直接负责。

第十五条　在总公司定员范围内，各分公司的机构设置和人员编制需报总公司审查备案，不得随意增加或减少人员、及设立新岗位等。

第十六条　各分公司录用员工一律实行公开招聘制度，应制定员工的招聘录用、辞退及人事管理办法并报总公司备案。

第十七条　建立各分公司经理向总公司总经理办公会的定期报告制度。分公司管理制度分公司的经理必须每季度向总公司总经理办公会进行一次全面详实的经营情况报告，每年向总公司董事会进行一次述职报告。

第十八条　分公司应制订薪酬管理和奖惩制度，报总公司批准。分公司、子公司总经理的薪酬由总公司确定。分公司副经理的薪酬由分公司、子公司总经理拟定报总公司审查确认。分公司部门员工的薪酬由分公司总经理确定。分公司全体员工的薪酬由总公司财务部统一发放确定并执行发放。

第四章 财务管理

第十九条　分公司应根据国家法律和法规及总公司规定制定本公司的财务管理制度，报经总公司审查确认之后执行，制度的修改应按此程序执行。

分公司总经理在组织实施所在公司的财务活动中接受总公司的监督和业务指导，主要职责如下：

1、组织实施所在公司的财务预、决算方案；

2、组织实施所在公司的采购、销售计划；

3、组织制定所在公司的财务管理、采购、资产管理等方面的具体实施办法，报总公司审批、并由总公司统一购买分配；

4、支持并保障所在公司的财务会计人员依法履行职责；

第二十条　各分公司制定的财务管理制度包括（但不限于）以下几个方面：

1、对外投资管理制度；

2、固定资产购买、建造、重大改造及装修和资产处置管理制度；

3、预算管理制度；

4、费用管理制度；

第二十一条 未经总公司批准，分公司不得向其他企业和个人借支资金以及提供任何形式的担保（包括抵押、质押、保证等）。

第二十二条 各分公司的财务会计核算必须依法、真实、准确、及时、规范，不得弄虚作假，不得虚列或少列收入，不得虚摊、不摊或少摊成本、费用。分公司企业所得税由总公司财务部统一申报缴纳。分公司除企业所得税外的其他各项税费、分公司的所有税费均由各单位财务自行申报缴纳。

分公司下述会计事项按照总公司的会计政策执行：

1、分公司、子公司日常会计核算和财务管理中所采用的会计政策及会计估计、变更等应遵循总公司的财务会计制度及其有关规定。各项资产计提减值准备所形成的损失计入资产减值损失。

2、分公司应当按照总公司编制合并会计报表和对外披露会计信息的要求，及时报送会计报表和提供会计资料。其会计报表同时接受总公司委托的注册会计师或会计事务所的审计，审计内容为分公司财务状况及分公司财务管理制度、流程、支出与收入等。

第二十三条 各分公司必须按月编报会计报表并在次月五日前上报、按季编报完整的财务报告（包括会计报表及报表说明）并在季末次月十日前报送总公司。分公司、子公司向总公司报送的会计报表和财务报告必须经分公司、子公司财务负责人和总经理审查确认后上报。分公司的财务负责人和总经理要对报送的会计报表和财务报告的真实性负责。

第五章 重大事项管理

第二十四条 各分公司应建立重大事项报告制度和审议程序，及时向总公司分管负责人报告重大业务事项、重大财务事项等重要文件，以及其他可能对公司产生重大影响的信息，并严格按照授权规定将重大事项报公司董事会审议或股东大会审议；分公司对以下重大事项应当在发生后一小时内报告总公司董事会：

1、重大诉讼、仲裁事项；

2、重要合同（借贷、委托经营、受托经营、委托理财、赠予、承包、租赁等）的订立、变更和终止；

3、重大经营性或非经营性亏损；

4、遭受重大损失（包括产品质量，生产安全事故）；

5、重大行政处罚；

6、其他重大事项。

第二十五条 分公司、子公司的负责人是所在公司的信息报告第一责任人，同时各分公司、子公司应当指定专人作为指定联络人，负责向总公司报告信息。

第二十六条 内幕知情人员对总公司及分公司未公开信息负有保密责任，不得以任何方式向任何单位或个人泄露尚未公开披露的任何信息。

第六章 审计监督

第二十七条 总公司设立审计部、法务部、风控部，对公司董事会负责。各分公司应接受总公司的审计监督，积极配合总公司审计部门完成总公司指令的各项审计工作，任何单位分公司及分公司管理制度和个人不得拒绝、阻碍总公司审计人员依法执行审计任务，不得打击报复审计人员。

第二十八条 总公司审计部每年定期或不定期的对各分公司、子公司进行审计。以便于总公司对各分公司、子公司的经营状况及经营者的工作业绩做出全面评估，并及时了解子、分公司的重大事项。

第二十九条 各分公司、子公司的总经理及财务负责人离任，必须由总公司对离任的经理或财务负责人在任职期间的工作情况进行全面审计，待审计结束方可正式离任。

第三十条 各分公司、子公司对外签订的经济合同必须报备总公司审计确认后方可实施，未经审计确认的经济合同不得实施。经济合同包括（但不限于）以下几个方面：

1、单次或单月超过五万的固定资产购买、建造和装修改造合同及预算和决算书；

2、对外投资（包括股权投资和债权投资）合同；

3、与其他投资人合作项目开发合同；

4、任何形式的对外承诺、担保、财产抵押和质押合同；

5、重大资产处置合同，包括股权转让、重大财产转让、租赁等合同。

6、签订经济、服务、购买、销售合同、协议所需使用公章的一切经济行为，未经总公司批准，不得使用公章。

第七章 特别审批事项

第三十一条 分公司发生下列事项，应事先征得总公司批准：

1、购买或出售资产；

2、对外投资（含委托理财、委托贷款等）；

3、提供财务资助；

4、租入或租出资产；

5、经济合同；

6、债券或债务重组；

7、研究和开发项目的转移；

8、总公司认定的其它事项。

第八章 附则

第三十二条 各分公司必须按本制度规定认真履行有关事项的申请和呈、报告职能，切实完善经营管理工作，并接受总公司的监督检查。总公司制定的各项制度规定，分公司应当遵照执行。

第三十三条 本制度与国家有关法律、法规和公司章程相抵触时，以相关法律、法规和公司章程的规定为准。

第三十四条 本制度未尽事宜，按照国家有关法律、法规、规范性文件和公司章程的规定执行。

第三十五条 本制度由总公司董事会制订并修改；由总公司董事会负责解释。

名称:大农科技股份有限公司

配送/加盟电话：186-7313-3213 400-7671-226

地址:长沙市湘江新区芯城科技园3号楼1楼

网址:https://jituan.96459.com