

商务部办公厅关于做好2007年中秋、国庆市场供应工作的通知 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/302/2021_2022__E5_95_86_E5_8A_A1_E9_83_A8_E5_c80_302257.htm

商务部办公厅关于做好2007年中秋、国庆市场供给工作的通知各省、自治区、直辖市、计划单列市及新疆生产建设兵团商务主管部门：中秋、国庆两节将至，为确保商品市场供给充足，上市销售食品质量安全，节日市场稳定、和谐。现将有关工作通知如下：

一、完善应急预案，责任落实到人 根据《商务部关于印发的通知》（商运发〔2005〕351号），进一步细化节日市场供给应急预案。加强组织领导，建立节日市场供给领导小组，制定严格的责任追究制度，责任落实到人。对节日市场供给工作落实情况进行监督和检查，发现问题及时整改。城市商务主管部门要对重要商品供求状况进行一次全面排查，对供给偏紧、可能出现脱销断档的商品，要全面把握生产、库存、消费、调入调出等情况，尽快落实能够紧急动用的货源。把建立应急投放网络作为“菜篮子”市场供给工作的一项重要任务，选择一批规模大，信誉好的养殖、屠宰、加工及批发零售企业，签订应急投放协议，建立加工投放网络，对没有建立应急投放网络的，要追究“菜篮子”市场供给领导小组责任。

二、加强市场监测，及时把握节日市场情况 严格执行城市生活必需品市场监测报表制度，根据《商务部关于进一步做好猪肉等畜禽产品市场销售量统计监测工作的通知》（商运发〔2007〕345号）要求，进一步做好两节期间市场价格和重要副食品销售量的统计监测工作，继续认真执行猪肉等主要副食品监测日报制度，深入分析副食品市场供需状况和

价格走势，在市场出现价格暴涨或脱销、断档等情况时要及时上报上级主管部门，并直接报告商务部。加强黄金周期间市场运行分析，具体了解本地区重点零售、餐饮企业销售情况、热销商品特点、主要商品价格走势和客流等情况，形成文字材料，于2007年10月7日上午11点前报商务部（市场运行调节司）。

三、组织商品货源，增加市场供给 加强与铁路、交通部门的协调配合，帮助流通企业落实运销渠道。组织指导企业积极备货，适当增加库存。根据市场情况，适时投放储备肉，落实专人负责并优先供给高校食堂，确保猪肉等副食品不断档、不脱销。做好猪肉替代品的市场供给工作，组织副食品展销会，增加禽、蛋、水产品及豆制品等上市量。深入研究市场消费结构变化趋势，组织增加适销对路的“名、优、特”商品供给，在交通不方便的居民生活区增设临时销售点，方便群众购买。切实做好高校食堂供给工作，帮助建立食堂采购平台、定点直供等工作机制，切实维护高校食堂饭菜价格稳定。

四、严格行业治理，确保食品安全 严格执行节日值班、巡查和重大事件报告等制度，对群众举报或媒体反应的各类市场问题，要及时把握情况并协调有关部门从快处理。在整治工作中发现、处理的重大案件要及时上报。落实商务部制定的《流通领域食品安全治理办法》和《超市食品安全治理规范》，健全市场准入、经销商治理、索证索票、购销台账及不合格食品退市等制度。深入做好“三绿工程下乡”工作，加强农家店的经营治理，杜绝销售假冒伪劣商品。集中精力做好猪肉质量安全专项整治工作，严厉打击私屠滥宰，深入屠宰场进行检查，杜绝病害肉、注水肉等不合格肉品上市流通。集中开展一次酒类市场专项检查，

严格执行酒类流通随附单制度。配合有关部门加强节日期间餐饮市场供给治理，重点做好中小餐馆、乡镇餐馆的卫生监管。五、抓好安全工作，规范经营行为 加强商场（店）、宾馆、饭店、批发市场、集贸市场等人员密集经营场所的消防安全工作，完善大型展销、促销等活动的应急预案。加强节日期间流通企业经营活动治理，规范企业促销行为，提倡明折明扣，不得降低促销商品的质量和售后服务水平。严厉查处侵害消费者权益的违规、违法行为，通过广播、电视、报刊、网络等媒体，曝光违法案件，揭露欺骗手法，提高消费者识假辨假意识和能力。特此通知。 商务部办公厅 二
七年九月十九日 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com