

乌鲁木齐市社区蔬菜副食品直销点 管理规范

(送审稿)

第一章 总则

第一条 为进一步规范乌鲁木齐市社区蔬菜（牛羊肉）副食品直销点（以下简称：直销点）建设运营管理，根据有关法律、法规和规定，结合本市实际，制定本管理规范。

第二条 本规范适用于在乌鲁木齐市行政区域内社区蔬菜副食品直销点的建设运营及相关管理活动。

第三条 本规范所称“社区蔬菜副食品直销点”，是指由政府主导、企业运作，实行连锁化管理，经授权统一悬挂“乌鲁木齐市社区蔬菜副食品直销点（LOGO）”标牌，以方便社区居民生活、平抑和稳定市场蔬菜肉类价格，具有公益属性，主要从事蔬菜、粮油、肉蛋奶等农副产品的经营场所。

第四条 市商务主管部门负责全市直销点建设运营管理的组织推动、协调指导和督促检查。区（县）商务主管部门负责本辖区直销点的建设运营管理工作。

第二章 直销点标识标牌使用和管理

第五条 “乌鲁木齐市社区蔬菜副食品直销点（LOGO）”标识标牌所有权归市商务主管部门，任何单位和个人未经授权不得擅自占有、使用、处置。

第六条 市商务主管部门负责统一授权标识标牌的使用和管

理。

第七条 “乌鲁木齐市社区蔬菜副食品直销点（LOGO）”标识标牌授权至符合运营主体条件的企业或单位，仅供在所属直销点经营活动使用。

第八条 运营企业或直销点应按照《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国商标法实施条例》等规定管理使用，承担相应的违法责任。

第三章 直销点规划建设管理

第九条 各区（县）人民政府负责各自辖区内直销点具体规划、建设工作。市商务、自然资源、发展改革、住建、公安、市场监管等部门，按照各自职责做好全市直销点规划、建设的指导、审批及其相关运营管理工作。

第十条 直销点网点规划，按照总量合理、布局科学的原则设置。原则上小区居民5—10分钟步行距离，服务半径300-500米。

第十一条 新建住宅项目配建的直销点，按照住房和城乡建设部办公厅《关于印发完整居住社区建设指南的通知》（建办科〔2021〕55号）执行。

第十二条 新建（包含未交付）住宅项目配建的直销点，按照《关于印发〈乌鲁木齐市关于进一步促进房地产市场平稳健康发展的十五条措施〉通知》（乌住建规〔2025〕4号）规定，由开发建设单位在取得用地后，与各区（县）政府或政府指定部门协商确定无偿移交事宜并签订无偿移交的文字协议。对经评估新建直销点难以实现可持续运营的，由区（县）政府或政府

指定部门向自然资源和开发建设单位出具《不具备条件开设蔬菜直销点函》，开发建设单位可向自然资源主管部门申请变更规划用途。

第十三条 未签订移交协议的已建成住宅项目配建的直销点，区（县）人民政府根据辖区实际，可以采取下列措施：

（一）在直销点用途不变的基础上，由区（县）政府或指定辖区职能部门、市或区（县）国有企业按成本价回购。

（二）对于暂未回购的，由运营企业优先向开发建设单位租赁，具体使用期限由双方协商确定。

（三）对经评估该蔬菜直销点难以实现持续经营的，由区（县）人民政府向自然资源部门和开发建设单位出具《不具备条件开设蔬菜直销点函》，在取得相关利害关系人意见后，开发建设单位可向自然资源主管部门申请变更规划用途。

第十四条 在老旧小区闲置用地上临建直销点，应取得业主委员会或街道办事处及居委会开展居民代表（如楼栋长、单元长、网格长）民意调查同意的前提下，在满足消防安全、日照采光与周边环境相协调的前提下，由辖区住建部门负责，会同商务、自然资源部门联审同意后可采取移动集装箱、装配式建筑等方式建设。

第十五条 鼓励支持运营企业投资建设直销点，可采取新建、租赁商铺或加盟等市场化方式，扩大企业规模。

运营企业自建的直销点，除占道或在公共绿地外，原则上按照建筑结构使用年限上限并结合固定资产折旧相关规定，确定直销点使用期限。企业投入建设成本收回后，资产归政府所有。

第十六条 由辖区政府对已建成的彩板房（钢结构）直销点进行排查，对不符合质量安全、消防、占用人行通道等与周边环

境不协调并造成影响的，稳步有序组织拆除。对确有需求的，可利用周边存量建筑，采用购买、租赁等方式进行配置。

第十七条 任何单位和个人不得擅自拆除、迁移、改建直销点或将直销点挪作他用。

第四章 直销点运营企业管理

第十八条 直销点运营企业应为独立法人单位；甘泉堡经开区、达坂城区、乌鲁木齐县可由企业或个体工商户单店运营。各区（县）直销点运营企业数量、运营管理直销点数量，根据辖区实际情况自行确定。

第十九条 运营企业基本条件：

（一）具有独立承担民事责任的能力；

（二）具有健全的财务管理制度，财务状况良好；具有较好的商业信誉、较强的抗风险能力，组织机构、管理制度健全完善；

（三）从事蔬菜肉类经营业务三年以上，具有稳定的货源基地（产地）；具有与申请运营直销点数量相匹配的仓储和冷藏物流配送场地、车辆、人员；

（四）具有与企业经营规模相匹配的信息化结算系统和供应链管理系统；

（五）近1年内企业及实际控制人未列入失信名单；无违法经营记录，在以往经营活动中无重大食品安全事故、价格欺诈等行为；未涉及重大法律诉讼；

（六）配合各级政府及部门开展应急保供工作，提供各项应急保障服务；积极推进农产品流通标准化建设，依法依规承担市级储备肉菜投放工作。

第二十条 运营企业申报程序

（一）申请。符合条件的企业，可向辖区（县）商务主管部门提交书面申请及相关材料。各区（县）商务主管部门予以受理。

（二）审核。区（县）商务主管部门组织辖区相关部门对材料、企业条件进行审核并开展实地检查，确定拟参与运营企业名单报市商务局审定。

（三）公示。对拟参与运营企业名单按程序向社会公示，公示时间不少于7天。公示期满无异议后，按程序与所属区（县）商务主管部门签订《乌鲁木齐市社区蔬菜副食品直销点建设运营管理协议》，并报市商务局备案。

第二十一条 政府出资建设、回购或接收产权的直销点，根据《中华人民共和国政府采购法》《中华人民共和国招标投标法》有关规定，按照公开择优原则，建立竞争性准入机制，组织采用公开招标、邀请招标、竞争性磋商等方式确定运营企业。

第五章 直销点日常经营管理

第二十二条 直销点运营模式

（一）运营企业对直销点应采取直营或连锁化模式管理。根据经营发展需要，也可采取加盟方式发展直销点。

（二）严格执行“六统一”标准，即所有直销点必须统一标识、统一经营、统一采购、统一配送、统一营销策略、统一核算。

（三）直销点具体管理内容，按照《乌鲁木齐市社区蔬菜副食品直销点管理细则》执行。

第二十三条 资产管理

（一）由政府出资或政府免费提供土地企业建设以及区（县）

政府、国有企业回购的直销点，均为国有资产，全部纳入国有资产管理范围。

（二）运营企业可根据本企业投入资产、人力情况、直销点地理位置、面积大小等因素，收取一定的折旧费、管理费（加盟费）。根据《关于加强公益性农产品市场体系建设的指导意见》（商建函〔2016〕146号）要求，直销点蔬菜经营区销售面积，不计入折旧费、管理费（加盟费）。具体收取情况报辖区商务部门备案。

第六章 直销点监督评价管理

第二十四条 直销点评价

（一）评价依据。根据国务院办公厅《关于印发“菜篮子”市长负责制考核办法的通知》（国办发〔2017〕1号），农业农村部、国家发展改革委、财政部、自然资源部、生态环境部、交通运输部商务部、国家卫生健康委、市场监管总局、中国银保监会、中国证监会《关于修订〈“菜篮子”市长负责制考核办法实施细则〉的通知》（农市发〔2023〕1号）等规定，采取对直销点运营企业开展评价工作，淘汰落后，以点带面，提升我市直销点运营体系质量和服务水平。

（二）评价原则。坚持重点考核与全面推进相结合、自评自查与综合评定相结合、过程监管与结果考评相结合、定量评价与定性评估相结合的原则。

（三）评价组织。由市商务部门牵头，会同市发展改革、市场监管、各区（县）商务主管部门负责落实直销点评价工作。原则上每两年开展一次评价工作。

第二十五条 直销点监督

（一）严格执行区（县）、街道（管委会）、社区三级直销点监管机制，采取月度（季度）随机抽查或不定期日常检查等方式，重点对运营企业或直销点日常运营情况进行监督检查。

（二）市商务部门负责每季度开展一次巡查工作，巡查情况报送市人民政府并通报各区（县）人民政府及商务部门。

（三）市、区（县）两级商务部门在检查中发现涉嫌食品（农产品）安全、质量、计量及经营范围等违法违规行为的，依职责移交市场监管、农业农村等部门依法查处。

（四）运营企业存在下列情形之一，市、区（县）商务部门会同市场监管部门责令限期改正，整改期满仍不能达到要求的，按照程序，依法解除与运营企业签订的《乌鲁木齐市社区蔬菜副食品直销点建设运营管理协议》。

1. 未按照与政府相关部门签订的经营协议履行责任和义务，不配合政府部门开展储备投放、应急配送等各项工作任务；年度评价不符合要求责令限期整改仍不达标的；

2. 不执行“六统一”要求；未按规定明码标价，或存在价格欺诈、哄抬物价等情形，且在规定期限内未完成整改的；

3. 所属直销点销售农药残留超标、“三无产品”、变质腐烂及未经检疫检验、来源不明等不合格蔬菜肉品或出现重大食品安全事故，经相关部门认定为企业责任的；

4. 所属直销点销售蔬菜品种（平价菜）达不到规定数量，蔬菜等鲜活农产品销售所占面积低于本细则规定比例的，且在规定期限内未完成整改的；

5. 所属直销点销售不合格商品、过期商品，或出现计量作弊等违法行为累计超过（含本数）2次，或因服务质量问题被有权

机关认定侵害消费者权益累计超过（含本数）3次，或工作人员的服务等被举报投诉，1年内总次数超过（含本数）5次。

6.将直销点出租、转让给其他企业或个人经营的。

第二十六条 相关行业协会（社区直销企业联合会）应当加强行业自律，按照章程建立健全行业规范，研究制定行业职业道德准则，规范从业人员行为，推动行业诚信建设；配合政府有关部门开展检查和市场管理，维护公平竞争的市场环境。

第七章 附则

第二十七条 本规范自2026年 月 日施行，有效期 年。原《乌鲁木齐市社区蔬菜副食品直销点管理规范（试行）》（乌商务〔2020〕109号）同时作废

第二十八条 本规范根据国家相关法律法规规章和市场变化情况适时进行调整完善，确保社区蔬菜直销点运营管理工作的科学性和有效性。

附件：1.乌鲁木齐市社区蔬菜副食品直销点日常经营管理细则
2.乌鲁木齐市社区蔬菜副食品直销点建设运营管理协议（范本）

附件 1

乌鲁木齐市社区蔬菜副食品直销点 日常经营管理细则

一、经营品种管理

(一) 蔬菜直销点经营品种面积 100 平方米(含 100 平方米)以下的店面, 中心城区不少于 40 种, 偏远地区不少于 25 种; 100 平方米以上的店面, 中心城区不得少于 60 种、偏远地区不少于 40 种。

(二) 允许销售由直销点运营企业统一标识、统一配送、统一定价、统一售后的精品包装菜; 直销点兼营商品销售区标准为 100 平方米以下的店面不得超过 1 个标准货架, 100 平方米以上的店面不得超过 2 个标准货架。

(三) 社区便民牛羊肉直销点经营的商品主要以新鲜牛羊肉为主, 可适当搭配冷冻肉品销售; 允许销售由直销点运营企业统一标识、统一配送、统一定价、统一售后的精品分割小包装肉品。

二、价格管理

(一) 直销点销售平价蔬菜不得超过政府有关部门每日按规格、等级、质地等标准制定的 60 种蔬菜参考价; 新鲜羊肉、牛肉零售价不超过政府参考价。

(二) 经营者要严格遵守《明码标价和禁止价格欺诈规定》, 销售商品应当标示商品品名、价格和计价单位。做到真实准确、货签对位、标识醒目。

(三) 鼓励企业通过设立价格公示牌、电子显示屏等多种方

式落实价格公示机制；严禁价格欺诈、随意涨价或变相涨价等不正当价格行为。

三、质量管理

（一）严格执行《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》等法律法规，建立健全商品进销存管理制度，严格落实进货查验、索证索票、购销登记、不合格食品退市、检验检测和溯源管理等食品安全管理制度，确保菜品新鲜、品种齐全。

（二）散装熟食应配备具有防腐、防尘、防蝇、防鼠、防虫及保温或冷藏功能的设施，设置可开闭式食品传递设施。食品经营者销售散装食品，应当在散装食品的容器、外包装上标明食品的名称、生产日期或者生产批号、保质期以及生产经营者名称、地址、联系方式等内容。牛羊肉直销点应配备与经营生鲜肉规模相适应的冷藏柜等符合临时储存条件的设施设备。

对易腐烂变质的食品要严格管理，特别是夏季，发现已腐烂变质的食品要立即下架处理，不得销售。严格按照保质期限销售，超过保质期或有效期的食品必须及时清理下架，不得销售。

（三）应加强蔬菜的日常保鲜管理，根据蔬菜的特性采取适宜的保鲜措施，确保蔬菜新鲜度。严禁销售腐烂变质、以次充好、感官性状异常的食用农产品；严禁将腐烂变质、严重蔫吧蔬菜打捆打包，以强买强卖方式销售。

四、配货管理

（一）鼓励企业优先选择与产地蔬菜种植基地、大型农产品批发市场、定点生产企业等建立长期稳定的合作关系，减少中间环节，降低采购成本，确保蔬菜肉类供应的稳定性和新鲜度。

(二) 建立高效的配送体系，原则上冬季蔬菜储备量应保持在 3—5 天的配货量，并结合各直销点的销售情况和库存水平，合理安排配送时间和频次，确保蔬菜货源充足稳定。

(三) 配送车辆应保持清洁卫生，肉类运输应使用具备温控能力的专用设备，防止蔬菜肉品在运输过程中受到污染和变质。

五、陈列管理

(一) 店内商品陈列整齐有序，分类明确，标签朝外，便于顾客选购。原则上直销点经营面积 $>50\text{ m}^2$ 的，蔬菜及主要副食品经营面积须占 50%；直销点经营面积 $\leq 50\text{ m}^2$ ，蔬菜及主要副食品经营面积须占 60%。

(二) 蔬菜销售应设置特价区或促销区。

(三) 定期清理货架，确保货架无灰尘、污渍，为顾客提供良好的购物环境。

六、计量管理

严格执行《中华人民共和国计量法》、《零售商品称重计量监督管理办法》、《定量包装商品计量监督管理办法》。直销点出具的各类票据、票证、商品标签、价目表等使用国家法定计量单位。

七、卫生管理

(一) 严格执行国家、自治区及我市有关环境卫生要求，对营业场所及设施设备定时（定期）进行清洁、消毒，及时处理干湿垃圾，防止虫害、鼠害及传染病的传播；

(二) 保持场地整洁，过道通畅，不乱堆乱放；

(三) 保持店内设备、货架、柜台、橱窗等干净、明亮，不得擅自乱贴广告等。

八、安全管理

（一）严格执行国家、自治区及我市有关维护稳定和安全生产的标准和规定，落实各项措施，制定企业内部消防安全管理制度，责任落实到人。

（二）按照有关规定配备消防设施器材和监控设备等，做到不遮不挡，并加强对消防安全的日常监督和管理，确保营业场所的消防安全。

（三）定期开展消防知识培训和演练，确保直销点工作人员掌握基本消防操作技能。

九、服务管理

（一）直销点应统一装饰风格，统一门店名称和形象标识，统一管理制度，统一标价牌（签），统一公示监督电话，统一悬挂“乌鲁木齐市社区蔬菜副食品直销点（*区（县）--编号）”标牌。

（二）直销点统一店面营业时间，即每日9：00-21：00（北京时间），保证正常营业，公休日、节假日正常营业。如因特殊原因不能正常营业的，须向区（县）商务部门报备并批准，同时向社会公示。

（三）热情接待顾客，解答顾客咨询，提供必要的购物帮助；尊重顾客的选择权和知情权，不得强买强卖；店内应设立公示牌，统一悬挂相关证照、举报投诉和企业及直销点店长信息等，及时处理顾客的投诉和建议，不断改进服务质量。

附件 2

合同编号：

乌鲁木齐市社区蔬菜副食品直销点 建设运营管理协议（范本）

甲方（管理方）： _____

地址： _____

联系人： _____

联系电话： _____

乙方（运营方）： _____

地址： _____

联系人： _____

联系电话： _____

根据《中华人民共和国民法典》、《中华人民共和国价格法》、《中华人民共和国食品安全法》等法律法规，以及《乌鲁木齐市社区蔬菜副食品直销点管理规范》（以下简称《管理规范》）等政策文件，甲乙双方在平等、自愿、公平、诚实信用的基础上，就甲方辖区内直销点的委托运营事宜，经协商一致，订立本协议。

第一条 定义与解释

除非本协议另有约定，下列词语在本协议中具有如下含义：

1. 社区蔬菜（牛羊肉）直销点：指由甲方提供或确认，由乙方依据本协议运营管理，统一悬挂“乌鲁木齐市社区蔬菜副食品直销点（LOGO）”标识，以蔬菜、粮油、肉蛋奶等农副产品为主，具有公益属性的社区蔬菜副食品直销点。本协议中亦称“直销点”。

2. 公益性经营义务：指乙方根据本协议及附件约定，履行包括但不限于销售平价商品、保证商品品类与质量、执行应急保供任务、维持特定营业时间等保障民生需求的责任。

3. 不可抗力：指不能预见、不能避免且不能克服的客观情况，包括但不限于地震、台风、洪水、战争、法律法规或政策重

大调整，以及社会公共卫生紧急事件等。

第二条 合作内容与期限

1. 合作范围：甲方将位于新疆维吾尔自治区乌鲁木齐市家社区直销点（具体名单、位置及资产状况详见附件一《直销点资产移交清单》）委托乙方进行统一运营管理。乙方可在本协议授权范围内，使用统一的“乌鲁木齐市社区蔬菜副食直销点（LOGO）”视觉标识系统。

2. 乙方今后新增的直销点（直营店、加盟店）使用“乌鲁木齐市社区蔬菜副食直销点（LOGO）标识标牌”，应依程序报批授权后使用。

3. 合作期限：本协议期限自 ____ 年 ____ 月 ____ 日起至 ____ 年 ____ 月 ____ 日止，共计 ____ 年。协议期满后，双方可协商续签。（建议不低于5年，双方视具体情况协商确定）

第三条 直销点资产交付与维护

1. 资产交付：甲方应于本协议生效之日起 ____ 日内，按照附件一清单将门店资产交付乙方。双方应签署《资产交接确认书》，作为资产状况的基准文件。

2. 资产权属：甲方移交的直销点房屋及附属设施产权归甲方或甲方指定机构所有。协议期内，乙方享有使用权。

3. 维修责任：日常维护、小修由乙方负责并承担费用。房屋主体结构、共用设施设备的大修、更新改造，由甲方负责并承担费用。乙方发现需大修情形时，应及时书面报告甲方。

4. 保险：乙方应为直销点内其自行购置的设备、商品及公众责任投保适当的保险，费用自理。

第四条 乙方的运营义务与标准

乙方承诺严格遵守以下运营标准，该标准构成本协议的核心条款（具体量化指标见附件二《运营管理考核实施细则》）：

1. 平价销售义务：

乙方必须确保每日供应不少于 _____ 种平价蔬菜，其零售价格不得高于市级商务主管部门每日发布的《60种蔬菜参考价格表》中对应品种的价格。平价蔬菜销售区域面积应不少于门店总经营面积的 %。牛羊肉销售应严格执行市级商务主管部门发布参考价格。

2. 商品管理义务：商品品类、数量、质量须符合《管理规范》及附件二的要求。建立健全进货查验、索证索票、台账记录制度，确保商品来源可溯、质量合格。严禁销售过期、变质、假冒伪劣商品；严禁将腐烂变质、严重蔫吧蔬菜打捆打包，以强买强卖方式销售。

3. 日常运营义务：严格执行统一的门店形象、营业时间 9:00-21:00（北京时间）、服务规范和信息公示制度。使用经检定合格的计量器具，明码标价，杜绝价格欺诈、计量作弊。落实安全生产、消防安全、环境卫生主体责任。

4. 数据报送与应急保供义务：按要求接入政府指定的信息监测系统，实时、准确报送商品价格、销售、库存等数据。无条件服从并配合市、区两级政府在本协议期内组织的应急保供、储备投放等任务。

第五条 甲方的支持与保障

1. 协助乙方办理直销点运营所需的各类证照、备案手续；

协调解决乙方在直销点改造、物流配送、社区对接等方面遇到的困难。

2. 政策传达与兑现：及时向乙方传达并协助落实各级政府部门出台的相关扶持、补贴政策。

3. 对乙方的运营进行监督、检查与考核，应依法依规进行，避免不当干预乙方正常的经营活动。

第六条 费用、补贴与结算

1. 乙方可根据本企业投入资产、人力情况、直销点地理位置、面积大小等因素，收取管理费（加盟费），鉴于乙方已承担本协议第四条约定的公益性经营义务，其中直销点蔬菜经营区销售面积 _____ 平方米，不计入管理费（加盟费）收取范围。总计收取管理费人民币 _____ 元/年（大写：_____ 元整）。支付方式：按年支付，乙方应于每个计费周期开始后 15 日内支付。

2. 对于政府针对直销点因履行平价销售、应急保供等特定公益性义务而发放的专项补贴资金，在乙方履约合格的前提下，归乙方所有。甲方有义务协助乙方申请。对于政府针对直销点固定资产更新、信息化建设等发放的专项投资补助，其归属与使用方式由双方另行书面约定。

3. 所有费用支付与补贴发放，均通过银行转账进行。乙方收款账户信息如下：

开户名： _____

开户行： _____

账 号： _____

第七条 考核与协议退出机制

1. 常态化考核：甲方依据附件二《运营管理考核实施细则》，每季度对乙方运营的所有直销点进行考核评分。考核结果作为补贴发放、评优及协议续签的依据。

2. 严重违约与协议解除：乙方发生以下情形之一的，构成严重违约，甲方有权单方发出书面通知解除本协议，并无偿收回直销点运营权：

(1) 一个自然年度内，累计 _____ 次未履行平价销售义务，或因价格欺诈受到市场监管部门行政处罚。

(2) 销售假冒伪劣、过期变质食品，造成重大食品安全事故或引发恶劣社会影响。

(3) 擅自将直销点整体转租、转包或用于其他非约定经营用途。

(4) 未经甲方同意，擅自停业连续 _____ 日以上。

(5) 季度考核连续两次低于 _____ 分，且经限期整改后仍不达标。

(6) 出现《管理规范》第二十五条规定的其他应解除协议的情形。

3. 协议终止与资产返还：无论因何种原因协议终止，乙方应在 _____ 日内清空自有商品设备，将直销点资产按《资产交接确认书》的标准（合理损耗除外）交还甲方。双方办理资产交还手续。

第八条 违约责任

1. 任何一方违反本协议约定，除按本协议第七条规定处理

外，应赔偿给守约方造成的实际损失。

2. 若因法律法规或政策重大调整，导致本协议无法继续履行，双方互不承担违约责任，应就协议终止及善后事宜友好协商。

第九条 争议解决

因履行本协议发生的一切争议，双方应首先友好协商解决；协商不成的，任何一方均有权向甲方住所地人民法院提起诉讼。

第十条 其他约定

1. 本协议一式 _____ 份，甲方执 _____ 份，乙方执 _____ 份，具有同等法律效力。自双方盖章之日起生效。本协议将报乌鲁木齐市商务局备案。

2. 与本协议有关的任何通知、函件，应以书面形式（包括电子邮件）送达本协议首部的通讯地址、联系人以及电话。一方变更地址应提前书面通知对方，否则按原地址送达视为有效。

3. 协议附件：以下附件为本协议不可分割的组成部分，与本协议正文具有同等法律效力：

附件一：《直销点资产移交清单》

附件二：《运营管理考核实施细则》

附件三：《“乌鲁木齐市社区蔬菜副食品直销点”标识使用规范》

4. 本协议构成双方就此事宜达成的完整合意，取代所有先前口头或书面的沟通与协议。

5. 本协议任何条款被认定为无效或不可执行，不影响其他条款的效力。

甲方（盖章）： _____

法定代表人/授权代表（签字）： _____

签订日期： ____ 年 __ 月 __ 日

乙方（盖章）： _____

法定代表人/授权代表（签字）： _____

签订日期： ____ 年 __ 月 __ 日