ICS 03.080
CCS A 12

DB3201

南 京 市 地 方 标 准

DB3201/TXXXX—2023

放心消费示范单位创建规范
第 1 部分：企业（单位）

Specification for establishing rest assured consumption demonstration units-Part 1：Enterprise (Unit)

（报批稿）

（本草案完成时间：2023-09-21）

XXXX-XX-XX 发布 XXXX-XX-XX 实施

南京市市场监督管理局 发 布

前　　言

本文件按照GB/T 1.1—2020《标准化工作导则　第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

本文件是《放心消费示范单位创建规范》的第1部分。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由南京市市场监督管理局提出并归口。

本文件起草单位：南京市市场监督管理局、南京市标准化研究院。

本文件主要起草人：麻丽梅、夏滢、沈玉奇、张瑞雪、袁红、宁海、李瑞、刘晓苏。

引　言

为规范放心消费创建示范单位的认定管理工作，推进全市放心消费创建工作，进一步营造安全放心的消费环境，结合全市放心消费创建工作实际，制定本文件。

DB3201/T XXXX《放心消费示范单位创建规范》拟由四个部分构成：

——第 1 部分：企业（单位）；

——第 2 部分：街区；

——第 3 部分：行业；

——第 4 部分：区域。

这四个部分共同组成放心消费示范单位的创建规则，各申报单位根据自身规模、属性、所属行业等选择相应的分类申报并开展评价活动。

放心消费示范单位创建规范
第 1 部分：企业（单位）

1 范围

本文件规定了放心消费示范企业（单位）创建的基本条件、创建要求、评价与监督管理。

本文件适用于放心消费示范企业（单位）的创建。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

GB 7718 食品安全国家标准 预包装食品标签通则
GB/T 20647.9 社区服务指南 第9部分:物业服务
GB/T 26353 旅游娱乐场所基础设施管理及服务规范
GB/T 26355 旅游景区服务指南
GB/T 26356 旅游购物场所服务质量要求
GB/T 28841 家用电子电器维修业服务经营规范
GB 31654 食品安全国家标准 餐饮服务通用卫生规范
GB/T 33491批发商交易行为规范
GB/T 34400 消费品召回 生产者指南
GB/T 36739 歌舞娱乐场所服务规范
GB 37487 公共场所卫生管理规范
GB 37488 公共场所卫生指标及限值要求
JT/T 1372 汽车维修救援服务规范
LB/T 004 旅行社国内旅游服务规范
LB/T 005 旅行社出境旅游服务规范
SB/T 10467零售商供应商公平交易行为规范
SB/T 10475经济型饭店经营规范
SB/T 10763 零售药店经营服务规范
SB/T 11045商务饭店经营服务规范
TSG 08 特种设备使用管理规则
DGJ32/TJ 221 住宅装饰装修服务标准
DB32/T 4460线下实体店无理由退货服务规范

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

放心消费示范单位创建 establishing rest assured consumption demonstration

由与生活消费密切相关的企业（单位）、行业、区域、街区等参与，通过完善创建工作机制、提高消费维权水平，发挥示范引领作用，带动消费环境整体优化的活动。

3.2

放心消费示范企业（单位） rest assured consumption demonstration enterprise (unit)

符合放心消费示范单位创建（3.1）要求的企业或有关单位和组织。

4 基本条件

4.1 参与放心消费示范单位创建的企业（单位）应符合以下基本条件：

a) 依法登记，具备合法主体资格，并取得相关资质的法人或其他组织；
b) 有与经营规模相适应的经营场所；
c) 开业已满 2 个会计申报年度，且经济效益良好；
d) 商品或服务与生活消费密切相关。

4.2 近 2 年有以下情形之一的企业（单位）不具备创建示范资格：

a) 有较大质量、安全生产、环境污染、公共卫生、食品、药品安全等事故（事件）；
b) 有侵害消费者权益相关的行政处罚记录；
c) 被列入严重违法失信名单；
d) 被列入经营异常名录；
e) 引发严重侵害消费者权益的群体投诉或者因侵害不特定多数消费者合法权益被消费者组织提起消费民事公益诉讼。

5 创建要求

5.1 创建参与度

5.1.1 组织保障

5.1.1.1 企业（单位）应设立由主要负责人或分管领导牵头的放心消费创建工作管理机构，建立健全相关创建组织领导工作制度，明确管理机构的工作职责，出台工作实施方案并将具体工作任务落实到企业（单位）各部门。企业（单位）主要负责人每年至少召开 1 次专题会议研究和推进放心消费创建工作，并宜将放心消费创建工作纳入企业对各部门的绩效考核。

5.1.1.2 建立健全涉及安全、价格、质量、服务、维权等方面的管理规则体系和工作机制。

5.1.1.3 根据需求配置一定数量的放心消费宣传员、法律顾问等工作人员，明确工作职责及要求。

5.1.2 氛围营造

5.1.2.1 围绕创建活动内容、目标任务及行业特点开展动员，每年组织不少于 2 次关于放心消费创建工作宣传教育及培训活动，内容涉及诚信合规、消费维权法律法规、放心消费创建要求等，企业（单位）员工对创建活动的知晓率不低于 90%。

5.1.2.2 在经营场所（含电子商务平台的首页）展示宣传标识（含放心消费统一标识）、提示语、公益广告（包含但不限于诚信经营、绿色消费、反对浪费、光盘行动）等，展示方式与环境场景相融合，创建氛围浓厚。

5.2 消费安全度

5.2.1 安全管理

5.2.1.1 生产经营企业（单位）应落实安全主体责任，建立健全安全责任制，定期开展从业人员安全教育培训。
5.2.1.2 经营场所应保持环境整洁，广告张贴规范，垃圾分类投放，公共场所及从业人员的卫生管理符合《公共场所卫生管理条例》的要求。
5.2.1.3 从事特殊行业的单位（企业）及从业人员，应具备法定资质和从业资格，开展岗前培训和定期继续教育。

5.2.2 场所安全

5.2.2.1 经营场所、设施设备、环境秩序、卫生管理等方面应符合相关标准，定期巡检维护并及时排查安全隐患，确保消费场所设施设备的安全运行，保障消费者身体健康和人身、财产安全。
5.2.2.2 应制定并执行相关设施设备的安全标准和操作规范，按照 TSG 08 的要求进行特种设备的日常检查和维护保养。
5.2.2.3 应在经营场所或网站页面设置提示注意人身财产安全、支付安全的显著警示标志。

5.2.3 食品安全

5.2.3.1 食品经营者应建立健全生产、加工、流通、销售全过程的质量安全追溯制度，落实索证索票制度，并保留完整、真实的记录。
5.2.3.2 散（裸）装食品、生鲜食品、现场制售食品、预包装食品经营者应在销售环节明示食品的相关信息，预包装食品标签应符合 GB 7718 的要求，应根据《食品召回管理办法》制定并严格执行不合格食品及原材料的退市、销毁制度。
5.2.3.3 餐饮经营者应以安全合理为原则设置食品处理区域，落实餐饮食品安全管理制度，建立自查制度并保留自查记录，落实“明厨亮灶”，提倡使用公筷。

5.2.4 个人信息安全

5.2.4.1 收集、使用消费者个人信息前应征得其同意并告知其收集、使用信息的目的、方式、范围和规则，信息收集范围应以合法、正当、必要为原则，应制定消费者个人信息的保护制度和泄露应急处置方案。
5.2.4.2 向消费者推送商业性信息时应明示退订方式，消费者退订后，应终止推送商业性信息。

5.2.5 缺陷产品召回

对于缺陷产品，从事生产的企业（单位）应按照GB/T 34400的要求及时进行缺陷产品召回，从事经营的企业（单位）应积极配合生产方进行缺陷产品召回。

5.2.6 应急机制

5.2.6.1 应对生产经营和服务环节可能出现的公共安全事故建立健全应急处置机制方案、制度措施，各项保障措施到位。
5.2.6.2 应根据安全监管职能部门的要求定期开展应急演练，主要人员掌握处置紧急情况下的知识和技能，保留完整记录。

5.3 经营规范度

5.3.1 经营行为

5.3.1.1 应亮照亮证经营，在经营场所（含电子商务平台的首页）显著位置公示营业执照、经营许可等信息，经营范围与营业执照相符或业务范围与相关经营资质证书相符。

5.3.1.2 应合法经营，充分尊重消费者意愿，采购规范、计量规范、公平交易、明码标价，主动向消费者出具购物凭证，无生产、经销假冒伪劣产品、侵权商品、“三无”产品及以次充好、短斤少两、价格欺诈、强制交易、设定不公平交易条件等国家禁止的经营、服务行为。

5.3.1.3 应诚信经营：

——重视商业信誉和社会责任，建立健全信用合规内控机制，守合同、重信用，无虚假宣传、违法促销等违法行为；

——自觉执行企业信息公示和年报制度，就产品（商品）或服务标准、质量、守法经营、诚信自律、信用修复等通过国家企业信用信息公示系统、门户网站、经营场所向社会公开承诺。

5.3.2 经营与服务质量

5.3.2.1 应严格执行所属行业相关法律法规和生产、经营、服务质量标准与规范，履行生产、经营和服务法定责任与义务，满足所属行业特殊经营与服务质量要求。

5.3.2.2 对生产、加工和销售产品（商品）及经营服务等应建立严格的质量管理标准和检验、认证管理制度，并符合国家有关质量标准和行业管理规范与要求以及合同约定，严格执行进货检查验收制度、索证索票制度、购销台账制度等，保留完整、真实的采购、运输、存储、上架、保质、退换等销售及服务记录，建立健全质量查询和追溯机制，制定并实施商品或服务质量监督举报奖励制度。

5.3.2.3 应建立产品（商品）和服务信息披露机制，产品（商品）、服务质量和价格、计量等信息公开透明，保证商品质价相符。

5.3.2.4 以预收款方式提供产品（商品）或服务时，应与消费者约定产品（商品）或服务的数量、质量、价款、履约方式及期限、售后方式、责任归属等注意事项，并按照约定及相关法律法规的要求为有需求的消费者提供退款服务。向消费者收取押金时，应明示押金退还方式、程序，不应对押金退还设置不合理条件。

5.3.2.5 大型商场、超市、银行、通信服务等窗口单位的经营者应在经营和服务场所配备必要的无障碍设施及便民设施。

5.4 消费满意度

5.4.1 服务承诺

5.4.1.1 除不适用的情况外，应承诺七日无理由退货并在经营场所（含电子商务平台的首页）显著位置持续公示，电子商务经营者收到退货通知后及时向消费者提供真实、准确的退货地址、退货联系人、退货联系电话等有效联系信息。不适用七日无理由退货时，应对相关商品进行明确标注，并在销售必经流程设置显著的确认程序。

5.4.1.2 应自觉公开和主动兑现“商品保修”、“快速服务”、“规范服务”、“免费服务”等具体和特色的经营和服务承诺。

5.4.1.3 生产企业有实体门店的应推行“厂商一体化”退换货承诺，品牌连锁实体店、厂方直营实体店、品牌连锁商场和超市等应按照 DB32/T 4460 的要求推行异地异店无理由退换货承诺。

5.4.2 售后服务

5.4.2.1 应建立完善的售后服务制度，严格执行商品“三包”及相关规定，履行其他售后承诺及相关责任。

5.4.2.2　应推行首问负责制，商品或服务出现问题时，积极联系消费者协商解决，收到退货后应根据相关规定或双方约定返还货款。不应故意拖延或者无理由拒绝消费者提出的修理、重作、更换、退货、补足商品数量、退还货款和服务费用或者赔偿损失的要求。

5.4.3　投诉管理

5.4.3.1　根据企业（单位）生产经营和服务特点及行业属性，建立健全消费者权益保护和投诉受理机构，并公开投诉举报渠道（包含投诉电话、投诉链接等），建立非诉讼调解机制和消费投诉快速处理机制，消费者有效投诉处理率和处理综合满意率分别达到100%和90%以上，应真实、完整地记录和保存投诉问题、处理措施、处理结果等台账信息。

5.4.3.2　应积极推行先行赔付工作机制。

5.4.3.3　应加强对消费维权和投诉处理情况检查。

5.5　社会认同度

5.5.1　各项工作与成效在本地区或同行业、同系统内具有领先地位，获得各级政府及职能部门颁发的相关荣誉表彰。

5.5.2　宜设立消费者权益保证金。

5.5.3　宜积极参加社会公益活动，获得有关部门颁发的荣誉证书。

5.5.4　宜根据行业和企业（单位）特点，形成可复制可推广的“放心消费示范单位创建”具体做法。

6　评价

企业（单位）应根据附录A的内容对创建工作进行自我评价，自评分不低于90的企业（单位）可向所在地放心消费领导小组办公室申报“放心消费创建示范企业（单位）”。

7　监督管理

7.1　定期报告

放心消费创建示范企业（单位）应切实履行放心消费公开承诺，持续深化放心消费创建，定期开展抽查检查，不断提高产品（商品）和服务质量，努力提升消费维权效能。每年将上一年度放心消费创建工作情况报送所在地放心消费领导小组办公室。

7.2　自觉接受监督

放心消费创建示范企业（单位）应主动接受监管部门、消费者及社会各方监督，持续改进。

附　录　A
（规范性）
放心消费创建示范企业（单位）评价指标

放心消费创建示范企业（单位）评价指标见表A.1。

表A.1 放心消费创建示范企业（单位）评价指标

一级指标	二级指标	三级指标	指标内容	评估方式
创建参与度（25分）	组织保障（15分）	机构设置（10分）	建立健全由主要负责人或分管领导牵头的放心消费创建工作管理机构、制度，明确工作职责和分工，设专职人员负责；出台工作实施方案并将具体工作任务落实到企业（单位）各部门；企业（单位）主要负责人每年至少召开1次专题会议研究和推进放心消费创建工作，并宜将放心消费创建工作纳入企业对各部门的绩效考核	查看台账资料、现场随机抽查
		制度保障（3分）	建立健全涉及交易、安全、质量、价格、售后等方面的管理规则体系和工作机制	查看台账资料
		人员保障（2分）	配置一定数量的放心消费宣传员、法律顾问等，明确工作职责及要求	查看台账资料、现场随机抽查
	氛围营造（10分）	宣传教育（5分）	每年组织不少于2次关于放心消费创建工作宣传教育及培训活动，提供培训记录，企业（单位）员工对创建活动的知晓率不低于90%	查看台账资料、现场随机抽查
		创建氛围（5分）	在经营场所（含电子商务平台的主页）展示宣传标识（含放心消费标识）、提示语、公益广告等	查看台账资料、现场随机抽查
消费安全度（25分）	安全管理（5分）	管理责任（2分）	应落实安全主体责任，建立健全安全责任制，定期开展从业人员安全教育培训	查看台账资料、现场随机抽查
		卫生管理（1分）	经营场所应保持环境整洁，广告张贴规范，垃圾分类投放，公共场所及从业人员的卫生管理符合《公共场所卫生管理条例》的要求	现场随机抽查
		特殊行业[a]（2分）	从事特殊行业的企业（单位）及从业人员，应具备法定资质和从业资格，开展岗前培训和定期继续教育	查看台账资料

表 A.1 放心消费创建示范企业（单位）评价指标（续）

一级指标	二级指标	三级指标	指标内容	评估方式
消费安全度（25分）	场所安全（5分）	环境设施（2分）	经营场所、设施设备、环境秩序、卫生管理等方面应符合相关标准，定期巡检维护并及时排查安全隐患	查看台账资料
		安全操作（2分）	制定并执行相关设施设备的安全标准和操作规范，按照TSG 08的要求进行特种设备的日常检查和维护保养	查看台账资料
		安全标识（1分）	在经营场所或网站页面设置提示注意人身财产安全、支付安全的显著警示标志	现场随机抽查
	食品安全[b]（5分）	安全追溯（2分）	建立健全生产、加工、流通、销售全过程的质量安全追溯制度，落实索证索票制度，并保留完整、真实的记录	查看台账资料
		明示信息（1分）	散（裸）装食品、生鲜食品、现场制售食品、预包装食品经营者应在销售环节明示食品的相关信息，预包装食品标签应符合GB 7718的要求	现场随机抽查
		退市销毁（1分）	对不合格食品及原材料应根据《食品召回管理办法》制定并执行退市、销毁制度	查看台账资料
		餐饮经营（1分）[c]	以安全合理为原则设置食品处理区域，落实餐饮食品安全管理制度，建立自查制度并保留自查记录，落实“明厨亮灶”，提倡使用公筷	查看台账资料、现场随机抽查
	个人信息安全（3分）	信息收集（2分）	收集、使用消费者个人信息前应征得其同意并告知其收集、使用信息的目的、方式、范围和规则，信息收集范围应以合法、正当、必要为原则，应制定消费者个人信息的保护制度和泄露应急处置方案	查看台账资料、现场随机抽查
		信息推送（1分）	向消费者推送商业性信息时应明示退订方式，消费者退订后，应终止推送商业性信息	现场随机抽查
	缺陷产品召回[d]（2分）	生产企业（1分）	按照GB/T 34400的要求及时进行缺陷产品召回	查看台账资料
		经营企业（1分）	积极配合生产方按照GB/T 34400的要求进行缺陷产品召回	查看台账资料
	应急管理（5分）	制度建设（3分）	对生产经营和服务环节可能出现的公共安全事故建立健全应急处置机制方案、制度措施，各项保障措施到位	查看台账资料、现场随机抽查

表 A.1 放心消费创建示范企业（单位）评价指标（续）

一级指标	二级指标	三级指标	指标内容	评估方式
消费安全度（25分）	应急管理（5分）	应急演练（2分）	根据安全监管职能部门的要求定期开展应急演练，主要人员掌握处置紧急情况下的知识和技能，保留完整记录	查看台账资料、现场随机抽查
经营规范度（25分）	经营行为（10分）	亮照经营（2分）	亮照亮证经营，在经营场所（含电子商务平台的首页）显著位置公示营业执照、经营许可等信息，经营范围与营业执照相符或业务范围与相关经营资质证书相符	现场随机抽查
		依法经营（4分）	合法经营，充分尊重消费者意愿，采购规范、计量规范、公平交易、明码标价，主动向消费者出具购物凭证，无生产、经销假冒伪劣产品、侵权商品、“三无”产品及以次充好、短斤少两、价格欺诈、强制交易、设定不公平交易条件等国家禁止的经营、服务行为	现场随机抽查
		诚信经营（4分）	重视商业信誉和社会责任，建立健全信用合规内控机制，守合同、重信用，无虚假宣传、违法促销等违法行为；自觉执行企业信息公示和年报制度，就产品（商品）或服务标准、质量、守法经营、诚信自律、信用修复等通过国家企业信用信息公示系统、门户网站、经营场所向社会公开承诺	查看台账资料、现场随机抽查
	经营与服务质量（15）	规范经营（2分）	严格执行国家相关法律法规和生产、经营、服务质量标准与规范，履行生产、经营和服务法定责任与义务	现场随机抽查
		达标合规（5分）	银行业、保险业应使用规范合同文本，合同内容表述准确、规范，合同条款不应侵害消费者合法权利，建立健全消费者适当性机制，落实消费者风险偏好、风险认识和风险承受能力测评机制，产品风险提示率达100%，保险业应对合同条款逐一解释，银行业应以显著方式向消费者提醒与其切身利益相关的重要信息，建立销售行为可回溯管理机制，并依照法律法规和监管规定留存相关资料	现场随机抽查
			餐饮业经营符合GB 31654的要求	
			旅游景区及购物场所服务应GB/T 26355及GB/T 26356的要求，旅行社应按照LB/T 004及LB/T 005的要求提供旅游服务，不以不合理的低价组织旅游活动	
			汽车维修应符合JT/T 1372的要求	
			住宅装饰装修应符合DGJ32/TJ 221的要求	
			家用电子电器维修服务应符合GB/T 28841的要求	
			物业服务应符合GB/T 20647.9的要求	
			农贸市场交易服务应符合文明城市创建工作的相关要求	

表 A.1 放心消费创建示范企业（单位）评价指标（续）

一级指标	二级指标	三级指标	指标内容	评估方式
经营规范度（25分）	经营与服务质量（15）	达标合规（5分）	通信服务经营者应遵守国家有关电信安全的规定，报当地通信管理局备案，执行国家电信资费管理的有关规定，为用户交费和查询费用明细提供便捷渠道；电信业务宣传资料应清晰、易懂、醒目地在同一页面明示业务的资费标准、服务内容、适用范围、使用规则、优惠政策、在网期限、退订方式、违约责任等重点事项，未予明示的，不应作为限制性条件；非消费者原因导致电信服务故障时应及时通知并免收障碍期月租费用；消费者通信费用异常（含巨额消费及欠费）时，应及时告知	
			零售药店的经营应符合GSP 《药品经营质量管理规范》的要求，经营中药饮片的营业场所配置符合卫生要求的调配处方设施设备；中药饮片不错斗、串斗，防止混药，包装标示内容完整、清晰；中药饮片柜斗谱的书写应正名正字，定期清斗，并记录	
			快递服务经营者应向邮政管理部门递交《快递企业安全承诺书》，认真履行收寄验视，拒绝收寄禁止寄递物品，认真开展寄递渠道反恐、禁毒和“扫黄打非”工作；积极使用“隐私面单”，积极推进回收快递包装物和使用可循环封装材料；使用规范的快递面单和包装，服务人员统一服装并佩戴工号牌或胸卡，遵守承诺时限，确保旺季及高峰时段寄递服务有序开展，规范收寄、分拣、运输、投递服务行为	
			文化娱乐场所的服务应符合GB/T 26353及GB/T 36739的要求	
			批发及零售行业应分别符合GB/T 33491及SB/T 10467的要求	
			住宿行业基本卫生要求、卫生管理和从业人员卫生等管理环节应符合GB 37487的要求；场所室内空气质量、生活饮用水、游泳池水、沐浴用水、集中空调通风系统和公共用品用具的卫生应符合GB 37488的要求；应符合SB/T 10475或SB/T 11045的要求，执行住房实名登记制度，实施入住动态的溯源管理	
			商场、超市等经营者应对场所内各经营行为严格监管，确保商品销售、促销、标价、商标授权、品牌代理、特约专卖等各类经营服务行为和资格规范，每季度至少开展1次相关检查	
			金融、文化娱乐、商场、住宿、快递等行业应落实监控覆盖相关区域的要求	
		质量合格（3分）	对生产、加工和销售产品（商品）及经营服务等应建立严格的质量管理标准和检验、认证管理制度，并符合国家有关质量标准和行业管理规范与要求以及合同约定，严格执行进货检查验收制度、索证索票制度、购销台账制度等，保留完整、真实的采购、运输、存储、上架、保质、退换等销售及服务记录，建立健全质量查询和追溯机制，制定并实施产品（商品）或服务质量监督举报奖励制度	查看台账资料、现场随机抽查

表 A.1 放心消费创建示范企业（单位）评价指标（续）

一级指标	二级指标	三级指标	指标内容	评估方式
经营规范度（25分）	经营与服务质量（15）	信息公开（2分）	应建立产品（商品）和服务信息披露机制，产品（商品）、服务质量和价格、计量等信息公开透明，保证商品质价相符	现场随机抽查
		预收款及押金[e]（2分）	以预收款方式提供商品或服务时，应与消费者约定商品或服务的数量、质量、价款、履约方式及期限、售后方式、责任归属等注意事项，并按照约定及相关法律法规的要求为有需求的消费者提供退款服务。向消费者收取押金时，应明示押金退还方式、程序，不应对押金退还设置不合理条件	查看台账资料、现场随机抽查
		便民服务（1分）	大型商场、超市、银行、通信服务等窗口单位的经营者应在经营和服务场所配备必要的无障碍设施及便民设施	现场随机抽查
消费满意度（25分）	服务承诺（10分）	七天无理由退货（5分）	应承诺七日无理由退货并在经营场所（含电子商务平台的首页）显著位置持续公示，电子商务经营者收到退货通知后及时向消费者提供真实、准确的退货地址、退货联系人、退货联系电话等有效联系信息	现场随机抽查
			不适用七日无理由退货时，应对相关商品进行明确标注，并在销售必经流程设置显著的确认程序。	
		承诺公开（2分）	自觉公开和主动兑现“商品保修”、“快速服务”、“规范服务”、“免费服务”等具体和特色的经营和服务承诺	现场随机抽查
		厂商一体化[f]（3分）	生产企业有实体门店的应推行“厂商一体化”退换货承诺，品牌连锁实体店、厂方直营实体店、品牌连锁商场和超市等应按照DB32/T 4460的要求推行异地异店无理由退换货承诺	查看台账资料
	售后服务（5分）	三包服务（2分）	建立完善的售后服务制度，严格执行商品“三包”及相关规定，履行其他售后承诺及相关责任	查看台账资料3
		退换货服务（3分）	推行首问负责制，商品或服务出现问题时，积极联系消费者协商解决，收到退货后应根据相关规定或双方约定返还货款；不应故意拖延或者无理由拒绝消费者提出的修理、重作、更换、退货、补足商品数量、退还货款和服务费用或者赔偿损失的要求	现场随机抽查
	投诉管理（10分）	维权保障（4分）	根据企业（单位）生产经营和服务特点及行业属性，建立健全消费者权益保护和投诉受理机构，并公开投诉举报渠道（包含投诉电话、投诉链接等），建立非诉讼调解机制和消费投诉快速处理机制，消费者有效投诉处理率和处理综合满意率分别达到100%和90%以上，应真实、完整地记录和保存投诉问题、处理措施、处理结果等台账信息	查看台账资料、现场随机抽查

表 A.1 放心消费创建示范企业（单位）评价指标（续）

一级指标	二级指标	三级指标	指标内容	评估方式
消费满意度（25分）	投诉管理（10分）	先行赔付[g]（3分）	积极推行先行赔付工作机制	查看台账资料
		回访检查（3分）	加强对消费维权和投诉处理情况检查，建立消费投诉处理情况回访、消费者满意度调查、随机抽查等制度	查看台账资料、现场随机抽查
社会认同度（加10分）	荣誉表彰（加2分）		各项工作与成效在本地区或同行业、同系统内具有领先地位，获得各级政府及职能部门颁发的相关荣誉表彰	查看台账资料
	保证金（加2分）		设立消费者权益保证金	查看台账资料
	社会责任（加3分）		对教育、扶贫、救灾等公益慈善事业进行捐赠，组织员工积极参加社会公益活动，有相关部门颁发的证书	查看台账资料
	特色举措（加3分）		根据行业、企业特点，形成可复制可推广的“放心消费示范单位创建”具体做法	查看台账资料
一票否决项[h]	有较大质量、安全生产、环境污染、公共卫生、食品、药品安全等事故（事件）			查看台账资料
	有侵害消费者权益相关的行政处罚记录			查看台账资料
	被列入严重违法失信名单			查看台账资料
	被列入经营异常名录			查看台账资料
	引发严重侵害消费者权益的群体投诉或者因侵害不特定多数消费者合法权益被消费者组织提起消费民事公益诉讼			查看台账资料
基础项				100
加分项				10
合计				110

[a]非特殊行业则自动获得该项得分。

[b]如为非食品企业则该项分值分散到“场所安全”一项。

[c]如为食品非餐饮企业则自动获得该项得分。

表 A.1 放心消费创建示范企业（单位）评价指标（续）

[d]根据企业性质选择“生产企业”或“经营企业”评价。 [e]无预收款及收取押金的经营者则自动获得该项得分。 [f]不适用“厂商一体化”的经营者则自动获得该项得分。 [g]不适用“先行赔付”的经营者则自动获得该项得分。 [h]具有“一票否决项”中任一情形的经营者取消创建示范资格。

参 考 文 献

[1]工商总局等27部门. 关于开展放心消费创建活动 营造安全放心消费环境的指导意见.（工商消字〔2017〕252号）[Z].

[2]江苏省市场监督管理局. 关于印发《江苏省放心消费创建示范认定管理办法（试行）》的通知.（苏市监规〔2022〕1号）[Z].

[3]南京市放心消费工作领导小组办公室. 关于印发《南京市放心消费创建示范单位认定管理办法》的通知. （宁放心消费办〔2022〕3号）[Z].

[4]中华人民共和国旅游法. （中华人民共和国主席令〔2013〕第3号）[Z].

[5]银行保险机构消费者权益保护管理办法.（中国银行保险监督管理委员会令〔2022〕第9号）[Z].

[6]中国人民银行金融消费者权益保护实施办法. （中国人民银行令〔2020〕第5号）[Z].

[7]公共场所卫生管理条例. （中华人民共和国国务院令 第714号）[Z].

[8]食品召回管理办法. （国家食品药品监督管理总局令〔2015〕第12号）[Z].

[9]DB37/T 3698 放心消费示范单位创建指南[S].

[10]DB45/T 2276 放心消费单位创建指南[S].

[11]T/JSAS 037 放心消费创建示范建设[S].