

河南省地方标准

DB41/T XXXX—XXXX

经营主体 放心消费服务提质指南

(征求意见稿)

在提交反馈意见时，请将您知道的相关专利连同支持性文件一并附上。

XXXX—XX—XX 发布

XXXX—XX—XX 实施

目 次

前言 II

1 范围 1

2 规范性引用文件 1

3 术语和定义 1

4 基本原则 1

5 经营资质与信息公示 2

6 消费安全保障 2

7 消费质量管理 3

8 价格与计量 3

9 消费服务 3

10 消费维权 4

11 标识使用 5

12 保障措施 5

附录 A（规范性） 河南省“放心消费承诺”标识 1

附录 B（资料性） 放心消费服务自查表 2

附录 C（资料性） 放心消费公开承诺书 4

参考文献 5

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。

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。

本文件由河南省市场监督管理局提出并归口。

本文件起草单位：河南省市场监督管理局、许昌市市场监督管理局、许昌市胖东来商贸集团有限公司。

本文件主要起草人：陶云峰、胡志军、梁 威、王世志、王雅莉、邓鹏举。

经营主体 放心消费服务提质指南

1 范围

本文件围绕安全放心、质量放心、价格放心、服务放心、维权放心等“五个放心”要求，为经营主体在经营资质与信息公示、消费安全保障、消费质量管理、价格与计量、消费服务、消费维权、标识使用及保障措施等方面提供指导和建议。

本文件适用于生产、销售商品或提供消费服务的经营主体（含商店、网店、直播间、餐饮店、工厂等基础单元及市场、商圈、景区、街区等集聚区）。

2 规范性引用文件

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

GB/T 16868 商品经营服务质量管理规范

GB 17859 计算机信息系统 安全保护等级划分准则

GB 17945 消防应急照明和疏散指示系统

GB 19517 国家电气设备安全技术规范

GB/T 40248 人员密集场所消防安全管理

GB/T 44904 售后服务 无理由退货服务规范

GB 55001 工程结构通用规范

GB 50016 建筑设计防火规范

GB 55036 消防设施通用规范

3 术语和定义

本文件没有需要界定的术语和定义。

4 基本原则

4.1 合法合规

依法取得经营资质，有合法的销售场所，在国家有关法律规定的范围内开展相关经营活动。

4.2 诚信责任

全面地履行自己的义务，公平公正进行商品交易活动或提供服务，信守承诺，所售商品质量合格、计量准确、价格合理。

4.3 自愿平等

自愿确立经营关系，在各项经营要素达成一致后进行交易。具有平等的经营地位，交易合同和行为能平等体现交易双方的真实意愿。

4.4 主动承诺

经营主体主动围绕安全放心、质量放心、价格放心、服务放心、维权放心等方面做出放心消费承诺，并接受社会监督。

5 经营资质与信息公示

5.1 经营资质

5.1.1 经营主体具备法律、法规和规章规定的资质，办理并持有齐全、有效的营业执照、生产经营许可证等资质。

5.1.2 若所处行业存在特定准入许可要求，在获得相应许可后开展生产经营活动。如食品生产企业需取得食品生产许可证，餐饮服务单位需持有食品经营许可证等。

5.2 信息公示

5.2.1 线下经营主体，在经营场所显著位置，清晰悬挂营业执照、经营许可证等相关证照。

5.2.2 线上经营主体，在网页明显的位置提供相应的资质证明以便查询，如营业执照、ICP备案号、税务登记证、经营商品类别许可证、特殊业务许可证（如涉及特殊业务）、第三方信用评价以及实体经营地址和联系方式等。条件允许时，各项备案、许可证、评价等发布信息采用链接的方式，供顾客直接到相关部门网站或第三方网站查询。

6 消费安全保障

6.1 场所与设施安全

6.1.1 生产经营场所建筑结构、消防设施、电气线路、特种设备、安全通道等符合 GB 17945、GB

19517、GB 40248、GB 50016、GB 55001、GB 55036 等相关国家标准，定期维保并设置安全标识与疏散图，不出现堵塞消防通道，使用过期或不合格消防器材的情况；不出现地面湿滑、尖锐物暴露的情况。

6.1.2 生产经营场所保持环境清洁卫生，落实防疫要求，管控人流密度，制定并常态化演练防踩踏和消防等应急预案。

6.2 商品与服务安全

6.2.1 生产销售的商品符合相关安全标准及认证要求，依据《中华人民共和国产品质量法》的规定，不销售“三无”（无生产日期、合格证、生产厂家）、假冒伪劣、过期及禁售商品。

6.2.2 生产经营主体提供商品和服务具备的安全资质与条件，对风险项目事先明示安全须知。

6.3 信息安全

鼓励经营者建立信息安全管理体系，采取有效技术和管理措施防泄露、篡改、丢失，非经消费者同意或法定要求，不向第三方提供个人信息。在不同环境和条件下保障交易和满足顾客利益保护需求，包括但不限于：

- a) 收集、使用个人信息合法、正当、必要，明示目的并获得同意（法定除外）；
- b) 交易数据、顾客账户和顾客信息等安全保密；
- c) 不含有有损顾客客户端信息安全的行为或程序。

注：采用GB 17859的要求建设和维护网站系统。

7 消费质量管理

7.1 源头与过程管控

7.1.1 建立供应商审核与商品准入制度，评估供应商资质与信誉。

7.1.2 严格进货查验，索要并留存重点商品的许可证、合格证明等票证台账，进口商品查验来源及检疫证明。

7.2 储存与内控

7.2.1 定期检查储存商品状态，商品分类存放，符合温湿度等储存条件（尤其生鲜、药品），及时处理过期、变质、破损商品。

7.2.2 鼓励建立内部质量管理体系，明确标准与职责。

7.3 信息公开与追溯

7.3.1 主动公示商品的质量标准和关键信息，明确公示服务项目、内容、流程、时限和标准。

7.3.2 对耐用消费品、电子产品等，提供清晰的使用说明和保养指南。

7.3.3 销售的商品其性能、功能、材质、成分等与标示、说明、广告宣传一致。

7.3.4 鼓励建立质量安全追溯体系，实现来源可查、去向可追、责任可究，便于问题定位与召回。

8 价格与计量

8.1 价格

8.1.1 依据《中华人民共和国价格法》等法律法规的规定，定价合理，不牟取暴利，不串通涨价、哄抬价格，不利用虚假或使人误解的价格手段诱骗交易。

8.1.2 价格与质量、服务、品牌相符，清晰标注价格、规格、计价单位，不出现以次充好、短斤缺两变相提价的情况。如有收费项目（如包间费、茶位费、服务费），宜事先告知。

8.1.3 促销活动明示期限、规则及除外条款，不出现低标高结、虚假打折、强制搭售、虚构原价、虚假优惠等价格欺诈等情况。

8.2 计量

8.2.1 计量器具依法定期检定合格，且在检定合格有效期内使用。在器具明显位置粘贴检定合格标志，每年送法定计量技术机构检定一次。

8.2.2 称重商品时，去除包装的皮重，按照净重量计价，对消费者提出的计量复核要求，积极配合，免费进行复核。

8.2.3 商场超市等设置“公平秤”接受监督，保证计量准确。

9 消费服务

9.1 服务保障

9.1.1 制定并醒目公示服务承诺，保持服务渠道畅通、响应及时。

9.1.2 服务人员专业规范、用语文明，提供便捷咨询、预约、支付方式，尊重消费者，不因消费金额高低区别对待，可参考 GB/T 16868 的要求执行。

9.1.3 优化服务流程，减少消费者等待时间，关怀特殊群体需求，为特殊人群（老人、孕妇、残障人士）提供必要便利。

9.1.4 完善预约、退换货、配送等制度并清晰告知。

9.1.5 员工被充分授权解决顾客问题，退货流程设计要以顾客体验为中心，最大限度减少顾客的心理负担和操作成本，提升退货体验的流畅度和舒适感。

9.2 服务内容

9.2.1 按照《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国产品质量法》的规定，实行“三包”（包修、包换、包退）规定，对存在质量问题的商品或服务，主动承担退、换、修、赔等责任。

9.2.2 按照《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》的规定，执行网络购物七日无理由退货，履行法定责任，不拖延或拒绝合理诉求。

9.2.3 依据《河南省线下实体店无理由退货指引（试行）》规定，鼓励经营者线下七天无理由退货承

诺。结合自身实际经营条件及经营商品属性，确定承诺线下购物无理由退货的具体商品品种范围（有一定的代表性和覆盖面）、退货时限（不少于七日）、退货条件、退款时限和方式及有关退货流程等，并在店内公示。

9.2.4 退换货的服务方式可参考 GB/T 44904 的要求。

10 消费维权

10.1 维权渠道

10.1.1 设立并公示便捷有效的维权渠道，指定专人负责处理消费者咨询、投诉和售后服务。提供电话、网络、现场、信函等多种投诉受理方式。

10.1.2 线上平台主页清晰公示售后服务台或联系方式（电话、邮箱、在线客服入口）、负责人信息、消费纠纷解决流程。

10.2 维权方式

10.2.1 消费维权服务站

鼓励有条件场所设立消费维权服务站，配备必要的人员、场地及设施，为消费者提供便利的维权渠道。经营者依法履行消费维权第一责任人的责任，依据“谁销售商品谁负责，谁提供服务谁负责”的原则，及时受理和依法处理消费者投诉，主动和解消费纠纷。

10.2.2 赔偿先付制度

鼓励为销售者、服务者提供经营场所或平台服务的经营者建立赔偿先付制度，当发生侵害消费者权益行为，且因销售者、服务者故意拖延、无理拒赔或撤场导致消费者无法获赔时，由提供经营条件的经营者先行向消费者赔付，其赔付后可依法或依约向责任方追偿。

10.2.3 在线消费纠纷解决机制

鼓励生产经营主体向辖区主管部门申请加入在线消费纠纷解决（Online Dispute Resolution, ODR）机制，辖区市场监管部门对符合条件的，在全国12315平台上为生产经营主体开通账号及用户权限，生产经营主体可直接与消费者协商，将消费纠纷化解在源头。

10.3 处理原则

10.3.1.1 认真核查事实，依据相关法律法规、合同约定和承诺，公平公正处理。

10.3.1.2 积极与消费者沟通协商，争取和解，化解矛盾。能当场解决的当场解决，不能当场解决的，明确告知处理时限和流程。

10.3.1.3 建立标准化处理流程，消费者的诉求及时响应，告知受理情况及初步意见，并详实记录。

10.3.1.4 确属经营者责任主动退换、修理、赔偿，对于涉及人身安全、群体性投诉或可能引发重大舆情的消费纠纷，要及时向有关部门报告。

11 标识使用

11.1 使用范围

11.1.1 纳入主管部门放心消费承诺培育库的商店、网店、直播间、餐饮店、工厂等基础单元及市场、商圈、景区等集聚区（以下简称主体）可以在其生产经营场所、网店和直播间首页、集聚区显著位置使用“放心消费承诺”标识，见附录 A。

11.1.2 各级人民政府、行业主管部门、新闻媒体、社会组织等在进行公益宣传时，可使用“放心消费承诺”标识。

11.1.3 未纳入放心消费承诺培育库的主体不使用“放心消费承诺”标识。

11.1.4 不宜在商业广告、商品包装说明书及网络宣传页面等载体进行营销推广。

11.2 使用要求

11.2.1 “放心消费承诺”标识可以按照比例放大或者缩小标识图案使用，不拆分使用，不更改图案的比例关系，在应用辅助色时符合规定标准。

11.2.2 纳入放心消费承诺培育库的主体提高标识使用意识，主动在其生产经营场所、网店和直播间首页、集聚区显著位置亮标用标。

11.2.3 “放心消费承诺”标识使用主体维护标识形象，不利用“放心消费承诺”标识进行虚假宣传、欺骗或者误导公众等。

11.3 使用管理

对出现下列情形的，“放心消费承诺”标识的不宜使用：

- a) 超出规定范围使用“放心消费承诺”标识的；
- b) 因存在重大侵害消费者权益等行为，被移除放心消费承诺培育库的；
- c) 退出放心消费承诺培育库的主体；
- d) 使用主体因更名、并购、分拆、合并、注销、吊销等原因发生变化，达不到使用条件的；
- e) 其他需要停止使用的情形。

12 保障措施

12.1 制度管理

建立健全内部管理制度，明确各部门、各岗位在保障消费安全、质量、价格、服务、维权等方面的具体职责，加强员工培训教育，确保各项要求落实到位。

12.2 内部监督

建立内部监督检查机制，定期对第6～10章内容落实情况进行自查自纠，并填写自查表（见附录B），发现问题及时整改。

12.3 承诺公示

鼓励生产经营主体主动参与“放心消费承诺”活动，签署并公示《放心消费公开承诺书》（见附录C），自觉接受消费者、行业组织、新闻媒体和社会公众的监督。

附 录 A

(规范性)

河南省“放心消费承诺”标识

A.1 标识样式

河南省“放心消费承诺”标识见图A.1。



图 A.1 河南省“放心消费承诺”标识

A.2 标识释义

河南省“放心消费承诺”标识的释义如下：

- a) 标识以“象”“购物车”“心”形为元素构成，直观展望河南省放心消费的主题；
- b) 大象的元素取自河南省的简称“豫”，豫中取象，同时选取青铜色与象形相结合，突出河南文化底蕴深厚，源远流长；
- c) 象形的购物车，心形的象耳，体现“诚信服务，放心消费”的特征，寓意河南省各界积极行动起来，营造放心安全的消费环境。

附 录 B
(资料性)
放心消费服务自查表

放心消费服务自查表的样式见表B.1。

表 B.1 放心消费服务自查表

主体名称： 责任人： 检查日期： 年 月 日

大项	自查内容	是否	大项
1 亮证亮照	1.1 悬挂营业执照、经营许可证等相关证照	☐ 是 ☐ 否	检查记录表、现场核查
	1.2 主动向消费者公示经营主体基本信息、售后服务电话、投诉渠道等重要信息	☐ 是 ☐ 否	检查记录表、现场核查
2 安全放心	2.1 消费场所、设施设备是否安全，维保记录完整，是否设置安全标识与疏散图	☐ 是 ☐ 否	检查记录表、现场核查
	2.2*临期商品设专区陈列并明示	☐ 是 ☐ 否	现场照片
3 质量放心	3.1 商品进货台账完整，大宗商品记录保存≥2年	☐ 是 ☐ 否	进货查验记录
	3.2 商品分类存放，符合储存条件，定期检查库存商品状态，及时处理过期、变质、破损商品	☐ 是 ☐ 否	现场核查
	3.3 商品信息真实，鼓励二维码公示检测报告	☐ 是 ☐ 否	价签样本/促销记录
4 价格放心	4.1 价签是否安装到位、清晰（含规格、单位）	☐ 是	自检台账、现场测试

大项	自查内容	是否	大项
		☐ 否	
	4.2*公平秤每日启用前自检，记录可查	☐ 是 ☐ 否	服务承诺公示牌
5 服务放心	5.1公示线下无理由退货品类/期限，设无障碍设施、现金通道	☐ 是 ☐ 否	培训记录
	5.2 服务人员岗前培训覆盖指南要求	☐ 是 ☐ 否	投诉登记簿，测试服务电话
6 维权放心	6.1 投诉渠道畅通，投诉电话是否接通	☐ 是 ☐ 否	处理报告

表C.1 放心消费服务自查表（续）

大项	自查内容	是否	大项
6 维权放心	6.2 投诉办结情况，处理全程记录存档	☐ 是 ☐ 否	现场核查、现场测试记录
备注：标*条款为选择性适用条款，各经营主体可根据实际情况选择适用 自查结论： ☐ 全部达标 ☐ 部分达标（需整改项：_） ☐ 未达标 整改措施：_____			

大项	自查内容	是否	大项
签字确认： （负责人）			

附 录 C
(资料性)
放心消费公开承诺书

下面给出了放心消费公开承诺书的样式。

放心消费公开承诺书

为积极响应“放心消费在中原”行动倡议，营造放心、舒心、安心、省心的消费环境，我单位主动接受社会监督，并向社会公开承诺如下：

1. 安全放心：确保消费场所、设施设备、环境秩序等符合保障人体健康和人身、财产安全，个人信息和交易数据不存在泄露、被盗用等情况。
2. 质量放心：进货查验齐全，渠道来源可溯，不生产销售提供假冒伪劣产品、侵权产品及其他违禁产品。建立消费品质量追溯机制和质量保障体系，确保商品品质符合相关标准或要求。
3. 价格放心：明码标价，质价相符，计量规范，严守合同，不虚假宣传，不低价倾销。在经营场所和交易平台清晰、准确地标明商品或服务的价格、计价单位等信息，确保产品或服务价格公平、合理。
4. 服务放心：服务承诺醒目公示，售后保障无忧。能提供优质快捷的服务，服务行为规范，服务人员热情、周到、耐心，尊重消费者，及时响应消费者的需求。
5. 维权放心：为消费者提供高效便捷的维权渠道，消费维权投诉处理和监督机制健全，能公平、公正、及时地处理消费者的投诉和纠纷，虚心接受意见，记录保存完整。

承诺单位及负责人：

参 考 文 献

- [1] 全国人大常委会. 中华人民共和国价格法. 1997
 - [2] 全国人大常委会. 中华人民共和国消费者权益保护法. 2013
 - [3] 全国人大常委会. 中华人民共和国产品质量法. 2018
 - [4] 国家市场监督管理总局. 网络购买商品七日无理由退货暂行办法. 2020
 - [5] 河南省市场监督管理局. 河南省线下实体店无理由退货指引（试行）. 2020
-