

# DB 3301

## 浙江省杭州市地方标准

DB 3301/T XXXX—XXXX

### 放心消费商圈建设与管理规范

(征求意见稿)

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 基本要求 .....	1
6 建设要求 .....	2
7 管理要求 .....	4
附录 A（资料性） 放心消费单位证照标识 .....	6
附录 B（资料性） 放心消费公开承诺 .....	10
附录 C（资料性） 放心商圈（街区）评价细则 .....	11
参考文献 .....	13

## 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。

本文件由杭州市标准化研究院（杭州标准化国际交流中心）提出。

本文件由杭州市市场监督管理局归口。

本文件起草单位：\*\*\*。

本文件主要起草人：\*\*\*。

# 放心消费商圈建设与管理规范

## 1 范围

本文件规定了放心消费商圈建设与管理术语和定义、基本原则、建设要求、管理要求。  
本文件适用于对放心消费商圈、街区建设与管理工作的指导。

## 2 规范性引用文件

本文件没有规范性引用文件。

## 3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

### 3.1

#### 商圈

在特定空间范围内，能够满足人们商业的综合性、专业性和社会性需要，具有餐饮、购物、休闲娱乐、文化展示、游览等功能，有专门机构统一管理，由一种或多种业态、各种规模商业集群组成的集聚区。

### 3.2

#### 放心消费商圈

遵守《中华人民共和国产品质量法》、《中华人民共和国食品安全法》、《中华人民共和国消费者权益保护法》等相关法律法规规章，自愿参加“放心消费在浙江”创建活动，共同营造安全放心的消费环境，达到消费安全、消费质量、消费价格、消费服务、消费维权更放心等相应要求的商圈。

### 3.3

#### 放心消费维权联络站

承担宣传消费维权法律法规和消费知识、解答消费者咨询，受理、调解消费者的一般性投诉，对商品和服务进行社会监督，报送有关投诉处理的统计报表、工作情况、意见建议、典型案例的联络站。

## 4 基本原则

放心消费商圈建设应遵循政府推动引导、经营者公开承诺、消费者实地体验、第三方评估评价、社会动态监督、市场手段激励、失信即时退出原则。

## 5 基本要求

5.1 商圈内放心消费单位数达符合创建条件的经营主体总量的 60%以上。

5.2 商圈内承诺无理由退货单位占符合条件商家的 80%以上。

5.3 参与建设的商圈应在近两年内无重大消费安全、舆情事件，未造成重大不良社会影响。

5.4 商圈内经营主体近两年内未受到与消费相关严重行政处罚的记录，无重大不良社会影响的事件。

## 6 建设要求

### 6.1 组织建设

6.1.1 商圈内有专门的服务机构和服务管理制度，开展放心消费商圈建设培训，管理人员和经营从业人员知晓放心消费建设主要内容。

6.1.2 商圈内主要入口、公共场所等处应通过固定 LED 屏幕、灯箱、横幅、公告栏、海报等形式进行放心消费创建公益宣传，宣传标识标牌宜融合地域文化、企业文化、品牌文化。

6.1.3 放心消费单位证照标识（见附录 A）和放心消费承诺（见附录 B）应展示于经营场所醒目位置，并履行承诺事项。

6.1.4 商圈内商家应结合自身情况对照放心消费单位建设标准（见表 1），开展日常创建活动。

表1 放心消费单位建设标准

标准区分	适用单位	建设内容
通用标准	实施和未实施风险分级管理行业单位	证照齐全，合法有效。展示位置醒目无遮挡，易于消费者查看。
		经营场所内无违法广告，营业人员无夸大产品性能、无虚假宣传和误导消费者行为。
		提供商品或服务落实明码标价，无价格欺诈行为。
		及时自主和解消费纠纷，一般消费投诉 3 个工作日内处置完毕，无维权障碍。
		规范履行各项放心消费承诺，自觉落实消费维权主体责任，未发生严重消费冲突。
业务标准	实施风险分级管理行业单位	提供商品或服务质量安全有保障，不销售假冒伪劣商品。
		在售药品均须明码标价、提供有偿药事服务的必须在醒目位置公示服务内容和价格。
		药学技术人员在职在岗、认真履职，严格执行处方药销售相关管理规定。
	未实施风险分级管理行业单位	执行国家三包服务规定，主动解决消费者售后服务诉求，商品来源可追溯，管控措施落实，无“三无产品”。
落实各项法律法规制度。在售商品质量安全有保障，无假冒伪劣商品。		
		使用通过强制检定的计量器具，计量准确，无短斤缺两行为。
承诺标准	承诺放心消费的单位	经营场所醒目展示放心消费后评价标识和承诺内容。
		对消费者提出的符合条件的诉求，按照承诺自觉履行。
承诺标准	承诺无理由退货的单位	负责人或从业人员知晓本店放心消费承诺内容。
		经营场所醒目展示无理由退货标识和承诺内容，无理由退货期限和范围清晰明确。
		对消费者提出的符合条件的无理由退货诉求，按照承诺自觉履行。
		负责人或从业人员知晓本店无理由退货期限、范围、条件等承诺内容。

### 6.2 消费环境

6.2.1 商圈内应环境整洁、温度适宜、光线恰当、无影响顾客的噪音。

- 6.2.2 商圈内应设有区域地图、信息说明、方向指示等标识导示系统。
- 6.2.3 消防安全设施布局应符合消防管理要求，扶梯、落地玻璃等存在安全风险商圈，设有明显的安全警示标志，具有安保措施和突发事件应急处置措施。
- 6.2.4 商圈内宜提供礼品包装、大件物品寄存、送货上门、便民伞（车、药箱）等服务。
- 6.2.5 商圈内宜设有无障碍通道、母婴服务设施、公共休息椅凳等设施。
- 6.2.6 商圈内宜设有专属停车泊位或设置停车导引。
- 6.3 质量安全
- 6.3.1 经营主体应建立健全质量准入、售后服务等内部管理制度，且执行商品进货查验、索证索票等规定，原料、商品来源可追溯。
- 6.3.2 商品抽检应无不合格情况，无假冒伪劣商品，质价相符，计量准确。
- 6.4 明码标价
- 6.4.1 经营者销售、收购商品和提供服务，应按照政府价格主管部门的规定明码标价，注明商品的品名、产地、规格、等级、计价单位、价格或者服务的项目、收费标准等有关情况。经营者不应在标价之外加价出售商品、收取任何未予标明的费用。
- 6.4.2 经营者应建立健全内部价格管理制度，准确记录与核定商品和服务的生产经营成本，不应弄虚作假。
- 6.5 维权保障
- 6.5.1 商圈内应设有消费维权联络站（点）或维权绿色通道，建立消费纠纷首问责任制、消费投诉先行赔付机制或保证金机制。消费维权联络站（点）建设标准见表 2。
- 6.5.2 商圈内普通有效消费投诉 3 个工作日内处理完毕，一般消费纠纷自行和解率达到 90%以上，无重大消费纠纷和群体投诉事件。

表2 消费维权联络站（点）建设标准

序号	建设项目	建设内容
1	维权机构	1. 有相对固定的消费维权工作场所，相关制度有条件的可以上墙。 2. 消费维权工作场所可以是独立场所或多种场所合用，也可以设立在市场主体经营场所内。
2	工作制度	1. 消费维权工作联络站（点）制度健全，应有工作职责、维权流程、受理范围、调解须知等。 2. 建立信息报送制度。 3. 其他与消费投诉相关制度。
3	工作人员	1. 消费维权工作联络站（点）至少配备 1 名专兼职工作人员；工作人员应熟悉消费维权业务，具有一定的工作经验。 2. 督促区域内市场主体守法经营、规范经营，增强自律意识、法律意识，指导市场主体按规定做好放心消费标识悬挂、放心消费承诺书张贴、无理由退货承诺落实等；受理、处理区域内各类消费争议、投诉等事项。

		3. 做好乡村放心消费、保护消费者合法权益的法律法规宣传，营造放心消费建设浓厚氛围。 4. 及时解答消费者有关消费维权和消费知识咨询问题，组织发展区域内的消费维权志愿者队伍。
4	台账记录	1. 建立消费维权工作台账，记录规范完整。 2. 及时收集经营者诚信经营、商品质量、消费投诉等相关情况，以及消费者的意见建议并及时上报市场监管部门。
5	培训指导	1. 自觉接受市场监管部门业务指导，了解掌握消费维权工作的相关规定要求。 2. 县级市场监管部门要加强培训指导；联络站（点）工作人员每年至少参加一次消费维权业务知识培训。
6	考评测评	县级市场监管部门每年对消费维权联络站（点）至少组织一次考评测评，确保建设质量。

## 6.6 满意服务

6.6.1 服务人员应持证上岗，并定期开展业务培训，着装得体，服务文明规范。

6.6.2 经营者应履行无理由退换货服务承诺及其他售后服务。

6.6.3 商圈内购物环境有保障，消费者有效消费投诉处理率达 100%。

6.6.4 商家的格式条款、通知、声明、店堂告示等无对消费者不公平、不合理的规定。

6.6.5 商品的广告宣传和促销信息真实，不存在虚假、夸大等误导和欺诈行为。

## 7 管理要求

### 7.1 认定管理

#### 7.1.1 认定原则

7.1.1.1 放心消费商圈的认定遵循“自愿申报、好中选优、社会评价、动态管理”的原则，对标筛选。原则上每年度组织一次评价并公布。

7.1.1.2 放心消费商圈的认定采取自下而上、逐级推荐、审核评价并公示的方式。

#### 7.1.2 认定程序

放心消费商圈的认定程序为：经营主体申请→当地行政主管部门审核→消费者体验→社会评估→异议公示→正式公布

#### 7.1.3 社会评价

7.1.3.1 放心消费商圈的认定评价工作可委托第三方组织实施，认定评价分为专家现场评价（见附录 C）和消费者体验评价两部分，专家现场评价和消费者体验评价均通过的申请对象，经 7 个工作日集中公示后，向社会公布。

7.1.3.2 消费者体验评价工作应遵循公正、公平、公开的原则，评价前组织体验员进行培训和学习评价标准，遵守保密规定。

### 7.2 动态管理

7.2.1 对参与建设活动的商圈应纳入放心消费单位智慧监管平台管理进行动态周期管理，消费者可通过本平台查看商户信息，对商品和服务进行评价和投诉等；商圈管理机构可通过本平台查看商户相关信息，介入处理，维护消费者权益。

7.2.2 对参与建设活动的商圈可通过“放心消费在浙江”智慧平台进行线上抽查和线下督查。

7.2.3 对参与建设活动的商圈应采取实地走访、现场检查、询问了解和消费体验的方式开展检查，检查内容包括主体信息、标识展示、应知应会、规范经营、环境整洁等内容。

### 7.3 结果运用

7.3.1 对公布的放心消费商圈可按照“放心消费单位”统一标识使用规范要求，制作标牌悬挂于经营场所醒目位置，或加载于网店首页醒目位置。

7.3.2 对公布的放心消费商圈进行跟踪检查，对检查管理中发现的先进经验、特色做法，予以推广；对检查发现问题较多、媒体曝光消费事件影响较坏的，视情作通报批评或工作约谈；如存在下列情形之一的，应在相应平台上进行公示，撤销“放心消费单位”标记：

- 经查实在申报过程中弄虚作假、隐瞒真实情况的；
- 因未尽到经营者法定责任导致商品质量抽检不合格，或发生食物中毒安全事故（事件）产生较大社会不良影响的；
- 因销售假冒伪劣商品，或因严重侵害消费者权益行为被行政处罚或追究刑事责任的；
- 消费纠纷投诉频发且处置不当的，或发生重大或群体性消费投诉事件影响社会稳定，或造成较大社会负面影响的；
- 在消费者组织、媒体舆论、社会公众等消费监督中反映与其承诺不相符问题，经查证属实的；
- 经营主体停业或经营异常被纳入异常经营名录的；
- 主动申请退出或被认定已达不到建设标准的；
- 其他应当予以撤销的情形。

### 7.4 持续改进

放心消费商圈管理机构应根据检查结果，完善管理办法，加强对区域区经营主体的动态监管，制定落实改进、激励措施，提升巩固放心消费商圈创建质量。



附录 A  
(资料性)  
放心消费单位证照标识



图A.1 “放心消费在杭州”LOGO



图A.2 放心消费单位标识




图A.3 放心消费单位（无理由退货承诺单位）标识



图A.4 放心消费商圈（街区）标识

标识要求：宽15cm,长20cm,要素主要包括：“放心消费在杭州”LOGO、年度放心消费单位、投诉举报电话、评定单位，以及记载生产经营单位相关信息的二维码，落款单位统一为属地市场监管部门。各地宜结合实际，大小、式样可作适当改动。

附录 B  
(资料性)  
放心消费公开承诺



## 放心消费公开承诺

为进一步深化“放心消费在浙江”行动，落实企业主体责任，优化放心消费环境，规范生产经营行为，接受社会监督，我单位依据相关法律法规，向社会公开承诺如下：

1. 做到证照齐全、合法有效，亮证亮照经营。
2. 把好销售商品质量关，落实进货查验、索证索票等管控措施，不生产销售假冒伪劣商品、违规商品、侵权商品、“三无”商品。
3. 规范经营服务行为，加强价格自律，公开商品和服务质量真实信息，明码标价，无价格欺诈行为。
4. 在用的计量器具均按规定通过强制检定，确保计量准确，无短斤缺两行为。
5. 健全消费纠纷处理机制，能主动自行协商和解消费争议。
6. 重视商品和售后服务保障，生产经营场所环境整洁，经营行为文明有礼。
7. 我单位承诺实行 天无理由退货，退货范围包括：
8. 为保障消费者权益，我单位设立消费维权赔付保障金 万元。
9. 其他需要承诺的事项。

承诺单位：  
(盖章或负责人签名)

图 B.1 放心消费公开承诺

## 附录 C

(资料性)

## 放心商圈（街区）评价细则

放心商圈（街区）评价细则见表 C.1。

表 C.1 放心消费商圈评价细则

序号	评价指标	评价内容	评价细则	分值	得分
1	有浓厚氛围	区域内醒目处有创建宣传公益广告； 区域内放心消费单位证照标识展示到位。	1. 无创建宣传公益广告的，不得分。 2. 宣传氛围不浓厚的，扣5分。 3. 区域内放心消费单位证照标识展示不到位的，每家扣1分，最多扣5分。	10	
2	有制度规范	建立健全质量管控、售后服务等内部管理制度。	未建立相应内部管理制度的，不得分。	5	
3	有维权站点	设立消费维权处理机构，积极开展消费纠纷自主和解。	1. 未设立消费维权服务机构的，不得分。 2. 存在拒不接受消费者合理诉求，无理拒绝行政调解的，不得分。	10	
4	有先行赔付	鼓励推行消费投诉先行赔付机制。	建立并落实消费投诉先行赔付机制的，得满分，未建立的不得分。 建立先行赔付机制，但实际执行不到位的，酌情扣2-3分。	5	
5	有鼓励引导	区域内放心消费单位数达区域内符合创建条件的经营主体（含联营柜台）总量的60%以上。	放心消费单位数未达到区域内符合创建条件的经营主体（含联营柜台）总量的60%以上的，每少一个百分点扣1分。	10	
6	有宣传培训	开展消费维权等业务培训，商圈管理者、经营者或从业人员知晓放心消费内容。	区域内管理方及放心消费单位经营者和主要从业人员（抽查）不知晓放心消费建设主要内容的，酌情扣2-5分。	5	
7	有满意服务	有良好消费口碑。	1. 有效消费投诉处理率未达到100%，扣3分。 2. 因商圈主办方未妥善处置，导致发生重大消费纠纷或群体性投诉事件的，不得分。	10	
8	有购物保障	商圈购物环境有保障，主办方和区域内商户无消费侵权行为。	1. 商圈主办方受到行政处罚但违法违规情节较轻的，酌情扣3-5分。 2. 因失信、违法、违规行为受到查处的市场主体超过区域内市场主体总数的10%的，扣10分；每多1个百分点，加扣1分。	15	

表 C.1 放心消费商圈评价细则（续）

序号	评价指标	评价内容	评价细则	分值	
9	无理由退货	区域内承诺无理由退货单位占符合条件商家的80%以上。	承诺无理由退货单位未达到符合条件商家的80%以上的，每少一个百分点扣1分。	10	
10	无投诉出圈	督促商家履行消费维权主体责任，妥善处置商圈内消费纠纷，一般消费纠纷自行和解率达到90%以上，无重大消费纠纷和群体投诉事件。	1. 一般消费纠纷自行和解率未达到90%以上的，扣5分。 2. 抽查普通有效消费投诉，未在7个工作日内处理完结的，每件扣1分。	20	
	一票否决项	1. 区域内近两年发生重大消费安全、舆情事件，造成重大不良社会影响的。 2. 区域内主体近两年内受到与消费相关严重行政处罚，或因消费侵权行为被媒体曝光，造成重大不良社会影响的。		-	
	加分情形	1. 设立消费争议快速处理绿色通道、消费维权联络站（点）的，加5分。 2. 积极配合相关部门开展放心消费建设，工作有创新、有成效，获得各级荣誉称号的，酌情加5-10分。 3. 放心消费做法被市级以上主要媒体正面报道的，加5分。		-	
评价总分					

### 参 考 文 献

- [1] 浙江省人民政府办公厅关于全面实施“放心消费在浙江”行动的意见
  - [2] 浙江省市场监督管理局关于印发《进一步深化放心消费建设工作方案》的通知(浙市监消(2021)12号)
  - [3] 浙江省市场监督管理局关于印发分行业放心消费“1+X”评价标准(试行)的通知(浙市监消(2020)5号)
  - [4] 浙江省放心消费示范单位建设评估管理办法
-