

DB5104

四川省（攀枝花市）地方标准

DB 5104/T 50—2022
代替 DB 5104/T 50—2021

放心舒心消费环境建设指南

Guideline for reliable and comfortable consuming environment construction

2022 - 11 - 10 发布

2022 - 12 - 10 实施

目 次

前言	III
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 机制制度	2
6 人才队伍	2
7 宣传教育	2
8 市场监督管理	2
9 消费维权	3
10 评价机制	3
11 诚信体系	3
参考文献	4

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。

本文件代替DB5104/T 50—2021《放心舒心消费环境建设指南》，与DB5104/T 50—2021相比，除结构和编辑性改动外，主要技术变化如下：

- a) 删除了参考文件部分内容（见参考文献）；
- b) 调整了部分条款的篇章结构和表述方式。

本文件由攀枝花市保护消费者权益委员会提出。

本文件由攀枝花市市场监督管理局归口。

本文件主要起草单位：攀枝花市保护消费者权益委员会、攀枝花市市场监督管理局、攀枝花市商务局、攀枝花市文化广播电视和旅游局、攀枝花市民政局、攀枝花市住房和城乡建设局、攀枝花市卫生健康委员会。

本文件主要起草人：冉光明、庞洁、朱跃红、杨文元、邓春莉、周朝华、陈晓燕、成晓、王家元、李凯、梁华、杨华龙、王李、欧沁华、刘志东、吴仁本、朱芳文、刘永彬、陈秀丽、何丽君、易文峰、胡礼梅、黄堃、贤安娃、彭莉、周蓉、赵友刚、蒋颜、张雁儒、黄金、陈沿桦、韩燕、刘攀虹、魏忠燕、王强、张银、罗磊。

本文件及其所代替文件的历次版本发布情况为：

- 2021年首次发布为DB5104/T 50—2021；
- 本次为第一次修订。

放心舒心消费环境建设指南

1 范围

本文件规定了放心舒心消费环境建设的术语和定义、基本原则、机制制度、人才队伍、宣传教育、市场监督管理、消费维权、评价机制、诚信体系等基本要求。

本文件适用于放心舒心消费环境建设工作。

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。

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

放心舒心消费 *reliable and comfortable consuming*

放心主要指商品质量安全可靠，体现了商品的客观属性；舒心主要指消费过程中产生愉悦的消费体验；“放心舒心消费”，就是提高消费环境安全度、经营者诚信度、消费者满意度和消费过程体验舒心度，以营造良好消费环境，挖掘消费潜力，促进消费增长，推动经济社会发展。

4 基本原则

4.1 因地制宜

体现攀枝花市特色，与文明城市创建、社会信用体系建设等工作任务结合，通过优化和改善消费环境，提升城市的商贸辐射力、品牌影响力、经济带动力。

4.2 经营自律

督促和引导经营者自觉履行消费维权第一责任人责任，自觉遵循“自愿、平等、公平、诚信”交易原则，自觉做到依法诚信经营。

4.3 问题导向

紧盯投诉热点、消费难点、民生焦点，着眼与群众生产生活密切相关的重点领域和行业，加大监管执法力度，逐步破除侵害消费者权益的明规则、潜规则。

4.4 信用约束

以信用监管为着力点，创新完善监管理念、监管制度和监管方式，建立健全贯穿消费者权益保护全周期，衔接事前、事中、事后全监管环节的新型消费体制机制。

4.5 社会共治

推动构建政府主导、部门协作、经营者自治、行业自律、社会监督、消费者参与、信用约束为一体的共治格局。

5 机制制度

5.1 应成立专门的建设工作领导小组，领导机构负责人应由市、县（区）相关领导担任，领导机构成员单位尽可能全面。

5.2 应建立放心舒心消费环境建设系列制度，包括但不限于建设工作方案、联席会议制度、联络员工作制度、督察督办制度等，鼓励将放心舒心消费环境建设纳入政府目标考核和督查。

6 人才队伍

6.1 应建立放心舒心消费环境建设工作人才队伍培养计划。

6.2 应适时组织开展放心舒心消费环境建设培训，培训内容包括但不限于《中华人民共和国民法典》《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》《中华人民共和国食品安全法》《市场监管投诉举报处理暂行办法》以及法律素养、法治思维、纠纷和矛盾化解技巧等。

6.3 鼓励有条件的县（区）开展消费维权志愿者队伍和公益律师团组织建设。

7 宣传教育

7.1 应通过电视、电台、报纸、网络、微信、微博、短视频等传统媒体和新媒体，宣传建设工作。

7.2 应围绕3·15国际消费者权益日、食品安全周等重要消费节点，开展消费教育宣传。

7.3 应组织开展消费维权“五进”活动、消费体察、消费调查等类型宣传活动，宣传内容包括但不限于《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》《四川省消费者权益保护条例》等法律法规以及消费维权、识假辨假知识等。

8 市场监督执法

8.1 聚焦重点服务领域消费维权，围绕消费欺诈、个人信息泄露、预付卡跑路等消费领域突出问题，加大整治力度，规范市场主体经营行为。

8.2 围绕“衣食住行”“水电气”等民生重点领域和重点行业“堵点”问题，开展行政约谈，规范经营者经营行为。针对消费投诉高发领域，应防范群体性消费维权事件和系统性区域性风险。

8.3 优化行政调解制度，健全与人民法院、仲裁机构、人民调解组织、专业组织之间的消费争议多元化解机制。拓展消费投诉“五进”、绿色通道等基层维权网络，建立小额消费争议速裁制度，支持消费领域的公益诉讼。

8.4 建立跨部门信息交换机制，依托全国信用信息共享平台和国家企业信用信息公示系统，推动部门间及时、有效交换共享信息；建立健全市场主体信用分类监管机制，推动落实黑名单、经营异常名录、警示等管理制度，加强对经营者信用管理，充分发挥社会信用联合惩戒作用，实现“一处违法、处处受限”。

8.5 综合运用市场主体双随机抽查、专项或综合检查等手段，加强对消费突出问题和重点领域的市场整治，严厉查处制假售假、虚假宣传、违法广告、消费欺诈、拒不履行商品服务责任义务等消费侵权违法案件，建立大案要案督办、协办和联动查处机制。

8.6 建立完善产品和商品质量监测、抽查检验和依法公开发布等机制，严格落实问题和缺陷产品召回、下架、退市等制度；加快推进产品质量安全追溯体系建设，发挥市场倒逼作用，推动产品质量全程监管。

9 消费维权

9.1 应依托消费投诉平台，实现“一号对外、集中管理、便民利企、高效执法”。

9.2 及时受理和依法处理消费者投诉，鼓励在大商场、大超市、重点行业推动落实线下无理由退货制度，引导经营者自觉落实消费环节首问和赔偿先付制度，引导企业主动发布综合信用承诺或产品和服务质量等专项承诺，发挥行业协会商会的行业诚信自律作用。

9.3 健全完善覆盖城乡和行业组织的维权网络，建立维权直通车等快速解决机制和反应机制。

9.4 推进“诉转案”，建立跨地区跨部门执法协作、纠纷多元化解决等机制。

9.5 建立消费纠纷在线受理调解工作机制、风险预警机制，强化数据分析，做好突发性、倾向性、苗头性问题的实时监控和动态预警，预警和防范重大消费风险，通过机制保障消费维权的快捷和圆满。

9.6 通过“互联网+消费维权”，便利消费者随时随地在线投诉举报，推动消费纠纷在线和解。指导实施消费投诉科学评估评价，加强消费投诉举报数据的深度挖掘运用，开展动态风险监测预警和常态趋势研判，对苗头性问题防微杜渐。

9.7 加强基层消费维权工作，充分运用放心消费建设工作平台，建立健全消费维权部门协作和联席会议等制度，畅通投诉热线，拓宽消费者诉求与维权渠道，拓展互联网及移动受理渠道，扩大消费维权网络体系覆盖面，形成全社会共同保护消费者合法权益的良好工作格局。

9.8 加强基层消费维权组织建设，推进消费维权服务站建立快速和解机制，提高消费纠纷调处和矛盾化解能力。

10 评价机制

10.1 开展消费投诉举报满意回访及满意度调查。

10.2 引导企业建立以消费者感受为核心的售后服务评价体系，探索建立适应不同行业特点的消费后评价机制。

11 诚信体系

11.1 完成消费投诉举报热线和信息化平台整合工作，开展消费投诉公示，促进经营者落实消费维权主体责任。

11.2 推动消费领域信用体系建设，用好企业信用信息公示系统，完善消费领域信用信息共享共用机制，及时发布消费领域守信失信典型案例，发挥好“经营异常名录”和“严重违法失信企业名单”的约束作用。

参考文献

[1] 《中华人民共和国产品质量法》（2018年12月29日第十三届全国人民代表大会常务委员会第七次会议通过修改）

[2] 《中华人民共和国消费者权益保护法》（2013年10月25日第十二届全国人民代表大会常务委员会第五次会议通过修改）

[3] 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）
