

吉 林 省 地 方 标 准

DB22/T 3230—2024

代替 DB22/T 3230—2021

放心消费环境建设规范

Specification for the construction of trustworthy consumption  
environment

2024 - 12 - 31 发布

2025 - 02 - 10 实施

## 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DB22/T 3230—2021《放心消费环境建设规范》，与DB22/T 3230—2021相比，除结构调整和编辑性改动外，主要技术变化如下：

- a) 删除了“消费环境”“放心消费示范店（企业）”“放心消费示范街区（商圈）”“放心消费示范行业”的术语和定义（见2021年版的3.2、3.3、3.4和3.5）；
- b) 修改了“基本原则”（见第4章，2021年版的第4章）；
- c) 修改了放心消费环境建设有关宣传的要求（见5.3，2021年版的7.8）；
- d) 修改了放心消费创建申报条件（见第6章，2021年版的7.1）；
- e) 删除了已获得“放心消费在吉林”创建命名的参创、审批及公示要求（见2021年版的7.1.2、7.4.3和7.5的e)项）；
- f) 修改了创建主体主动承诺的相关要求（见7.1.1，2021年版的7.2.1）；
- g) 修改了放心消费创建申请材料相关要求（见7.2，2021年版的7.3）；
- h) 修改了放心消费创建申报信息及材料审核要求（见7.3，2021年版的7.4）；
- i) 修改了放心消费创建主体开展日常创建工作要求（见7.4、附录C，2021年版的第6章）；
- j) 删除了放心消费参创单位信息公示（见2021年版的7.5）；
- k) 增加了放心消费创建评估认定要求（见7.5）；
- l) 修改了放心消费创建主体自评要求（见7.5.1，2021年版的7.7.1）；
- m) 修改了放心消费创建主体和示范单位、行业、区域的动态管理（见第8章，2021年版的7.9）；
- n) 修改了《放心消费创建承诺书》示例（见附录A，2021年版的附录A）；
- o) 修改了《放心消费示范参创申请表》（见附录B，2021年版的附录B）；
- p) 增加了《放心消费示范评估申请表》（见附录E）；
- q) 修改了《放心消费示范创建自评报告》（见附录F，2021年版的附录D）；
- r) 增加了《放心消费示范单位退出申请表》（见附录G）；
- s) 增加了《放心消费示范命名撤销申报表》（见附录H）。

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。

本文件由吉林省市场监督管理厅提出、归口、组织实施并负责解释。

本文件起草单位：吉林省标准研究院、吉林省市场监督管理厅、长春市市场监督管理局、长春市市场监督管理局朝阳分局。

本文件主要起草人：刘晶、黄秀丽、吴金楼、郑巍、刘岩峰、李涛、曲优、杜东博、张宪、杨皓章、葛力。

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DB22/T 3230—2021；

——本次为第一次修订。

# 放心消费环境建设规范

## 1 范围

本文件规定了放心消费环境建设的基本原则、总体要求、放心消费创建申报条件、创建程序和动态管理。

本文件适用于放心消费环境建设工作。

## 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

**放心消费环境建设** trustworthy consumption environment construction

以提升消费环境安全度、经营者诚信度和消费者满意度为目的，营造放心消费体验，挖掘消费潜力，促进消费增长，推动经济社会发展的消费环境建设过程。

## 4 基本原则

应坚持政府主导、行业自律、企业主体、部门联动、群众参与、社会监督的原则。

## 5 总体要求

5.1 放心消费环境建设应由省级行业主管部门牵头组织，联合市场监管领域相关部门及社会组织，以经营单位为建设主体，发挥消费者评价和社会监督作用。

5.2 放心消费环境建设牵头部门及相关部门在引导和组织放心消费环境建设工作中应注重以下方面：

- a) 完善适应消费需求升级的制度环境，消除不利于消费需求释放的制度性阻碍，完善消费者权益保护机制，促进消费环境净化升级；
- b) 加快消费领域信用体系建设，形成公正、科学、公开的信用评价体系，发挥信用对经营者的激励约束作用；
- c) 健全消费维权共治格局，发挥消费者协会和其他消费者组织社会监督和桥梁纽带作用，推动调查体验、比较试验等评价信息和消费者投诉信息与经营者信用评价机制的对接；
- d) 解决消费者的商品服务质量、投诉举报渠道不畅、消费争议解决难等重点、难点问题，引导经营者建立产品质量追溯、服务责任追溯机制和质量监督举报奖励制度；
- e) 引导经营者落实进货检查验收、进（销）货台账、商品质量承诺、无理由退货、不合格商品退市召回、赔偿先付、消费争议和解等制度，建立自我管理的行业自律机制；
- f) 推动消费升级和消费文化环境建设，鼓励企业树立绿色产品供给和服务理念，引导消费者绿色、环保、节约消费；

- g) 加强对新消费领域的跟踪、引导和监管，包括但不限于以下方面：
  - 1) 跟踪新消费领域、新消费方式的市场态势、舆论导向、商品质量和服务评价等，及时建立行业准入、市场监管等规章制度；
  - 2) 加强消费监管的前瞻性和风险管理，消除隐患；
  - 3) 加强对电商、微商等新消费业态侵害消费者权益行为的监管和运营管理约束；
  - 4) 建立行业准入、产品、服务及评价等标准，形成以标准为依托促进新消费领域行业发展、规范企业行为、提升商品和服务质量的标准化监管模式；
- h) 定期开展消费环境状况调研、评价，为放心消费环境建设、实施和改进提供依据；
- i) 加强网络、数字化技术的应用，逐步实现企业信用、经营评价、商品信息、承诺制度等的查询、评价功能。

5.3 放心消费环境建设工作应注重宣传，包括但不限于以下方面：

- a) 放心消费环境建设组织单位应将创建工作中的成功做法、特色亮点、典型经验，梳理形成常态长效开展放心消费创建活动的基本经验做法，组织宣传推广；
- b) 通过电视、广播、出版物、新媒体、政务公开栏等开展广泛持久的宣传，提升企业和公众对放心消费环境建设的认知度，鼓励更多单位和组织参与建设；
- c) 通过宣传海报、宣传栏或公示牌（栏）、摆放宣传册、悬挂标语等方式，在消费场所及周边，提供活动信息、放心消费指引、建设成果展示等；
- d) 建立长期宣贯教育机制，将有关工作融入商品服务监督、消费引导、维权宣传、新闻宣传等活动中，形成长期、持久的宣传引导效果；
- e) 定期调查经营者和群众对建设工作的知晓率，掌握宣传效果，及时改进，不断扩大和提高经营者的知晓率和参与度；
- f) 倡导经营者立足厉行节约、杜绝浪费经营理念，不断改进经营方式方法；引导消费者树立品质消费理念，追求绿色、协调、共享的消费观念，让消费行为更加环保、可持续，促进人与自然和谐共生。

## 6 放心消费创建申报条件

6.1 放心消费创建示范单位申报主体为本省区域内登记的、与生活消费密切相关的法人或其他组织，包括线下经营主体、网络交易平台经营者、网络交易平台内经营者等。申报放心消费示范单位，应同时具备以下基本条件：

- a) 具备合法经营主体资格，依法取得相应资质，线下经营的有固定场所；
- b) 经营满一年以上且经济效益良好，商品或服务与生活消费密切相关；
- c) 放心消费创建工作制度健全；
- d) 参加线下实体店无理由退货承诺活动（不适用于无理由退货的除外），有专人负责退货处理，消费维权制度完善；
- e) 建立赔偿先付制度（不适用于赔偿先付的除外）；
- f) 投诉处理制度健全、处理记录和档案资料齐备；
- g) 具有良好的诚信记录，主动公开、自觉践行经营和服务承诺，积极履行社会责任和消费维权主体责任，商业信誉良好；
- h) 严格遵守国家相关法律、法规、规章和标准，近1年内无行政处罚记录且无安全生产、环境污染、公共卫生、产品质量、食品安全等事故，无重大消费争议和群体投诉、群访事件。

6.2 放心消费创建示范行业申报主体为本省区域内登记的行业协会商会。申报放心消费示范行业，应同时具备以下基本条件：

- a) 具备合法主体资格，具有固定办公场所；
- b) 行业属性与生活消费密切相关；
- c) 放心消费创建活动组织机构、工作制度健全；
- d) 行业组织自律与政府桥梁纽带作用突出，围绕规范行业生产经营和服务行为，积极制定或参与制定国家标准、行业标准、地方标准和行业规范，指导行业内生产经营者践约守约；
- e) 放心消费氛围浓厚，定期开展放心消费宣传教育，会员单位积极参加创建活动，推进线下实体店无理由退货承诺活动；
- f) 建有消费维权服务站和消费投诉快速处理机制，对会员单位消费维权和投诉处理情况监督、指导；
- g) 会员单位诚实守信，依法经营，经营管理和服务质量口碑好、商业信誉良好，近 2 年行业协会商会及会员单位无较大安全生产、环境污染、公共卫生、产品质量、食品安全等事故，无重大消费争议和群体投诉、群访事件。

6.3 放心消费创建示范区域申报主体为本省行政区域内具有一定规模和组织形式，从事与生活消费密切相关的商品生产、经营和服务的购物中心、商圈、街区、园区、景区、商品集中交易市场、旅游度假区等。申报放心消费示范区域，应同时具备以下基本条件：

- a) 具备合法主体资格，有管理机构和固定办公场所；
- b) 区域内生产、经营的商品或服务与生活消费密切相关；
- c) 放心消费创建管理组织机构、人员、工作制度健全，定期组织开展放心消费宣传教育；
- d) 有一定规模和组织形式，商品销售和服务集中度高，在本地区具有一定规模和影响力；
- e) 区域内经营主体诚实守信、依法经营，经营管理和服务质量口碑好、社会美誉度高，能积极参加放心消费创建活动和线下实体店无理由退货承诺活动，建立消费争议和解机制；
- f) 消费维权网络和投诉处理制度健全，建有专门的消费维权和投诉处理站（点），有完整的投诉举报记录，对区域内经营主体消费维权和投诉处理情况监督、指导；
- g) 严格遵守国家相关法律、法规、规章和标准，区域内建有安全责任网络和重大事故应急处置、消费风险预警提示等工作机制，近 2 年内无较大安全生产、环境污染、公共卫生、产品质量、食品安全等事故，无重大消费争议和群体投诉、群访事件。

## 7 创建程序

### 7.1 主动承诺践诺

7.1.1 创建主体应结合自身实际情况，根据所属行业领域及销售商品和提供服务的特点，围绕质量、价格、计量、交易、安全、争议处理等方面，做出不低于相关法律法规规章要求的承诺，并制作《放心消费创建承诺书》（示例见附录 A）。

7.1.2 创建主体应在经营场所（办公场所）、官方网站或媒体公众号等醒目位置公开展示《放心消费创建承诺书》。

7.1.3 创建主体应按照主动承诺事项积极践行承诺，相关承诺内容可作为解决消费争议的依据。

### 7.2 提出创建申请

申报信息应真实、完整、合法、有效。符合基本条件的单位和组织应向属地县级市场监管部门提交以下申请材料：

- a) 《放心消费示范参创申请表》（见附录 B）；
- b) 申报主体登记证书、相关行政许可或备案凭证等有效文件复印件；

- c) 申报主体法定代表人（主要负责人）签署的申报经办人授权委托书；
- d) 申报主体放心消费创建承诺书；
- e) 申报主体放心消费创建方案；
- f) 政府及有关部门颁发的与放心消费创建、产品质量、信用监管、维权服务等方面有关的荣誉证书、资质证书复印件；
- g) 其他需要提交的相关证明材料。

### 7.3 信息及材料审核

申报信息及申请材料由各级有关部门进行审核，主要包括初审、复审等审核程序。审核内容及方式包括但不限于以下方面：

- a) 审核是否具备基本条件，是否符合第6章有关要求；
- b) 审核申报信息及材料的真实性、完整性和有效性；
- c) 审核《放心消费创建承诺书》是否符合7.1.1要求。

### 7.4 开展创建工作

7.4.1 经有关部门审核通过后，申报主体结合所属行业领域特点及自身情况，对照《放心消费创建指引》（见附录C），根据创建方案积极主动开展日常创建工作，及时总结成效、发现问题并持续改进。对发现的问题应提出整改方案，制订整改时间表。

7.4.2 创建主体应在经营场所、官方网站、公众号等显著位置使用“放心消费在吉林”标识（见附录D），表示自愿参与放心消费创建活动，主动做出放心消费承诺，自觉接受社会各界监督。

7.4.3 放心消费环境建设组织单位应向创建主体提供标识使用说明、标识模板下载及印制方法介绍等，其中标识使用要求说明应包括：

- a) 标识组成元素及含义；
- b) 标识原始比例直径；
- c) 标识原始颜色组成及色值；
- d) 标识可印制制品范围；
- e) 标识可印制比例及颜色；
- f) 标识适用范围；
- g) 标识授予和撤销要求；
- h) 其他相关要求及说明。

### 7.5 评估认定

7.5.1 条件成熟的创建主体对照创建方案以及《放心消费创建指引》（见附录C），根据适用于本行业领域的有关要求开展自评，将《放心消费示范评估申请表》（见附录E）、《放心消费示范创建自评报告》（见附录F）和相关佐证材料报属地县级市场监管部门。

7.5.2 经各级有关部门初审、复审、实地检查、审核验收，同时征求相关部门意见后，形成评估结果。

7.5.3 对评估合格的创建主体名单进行为期7天的公示，接受社会监督。公示期间有异议的，由相关部门组织调查核实。公示期满，社会无异议或者经核实异议不成立的，经有关部门批准认定为省、市、县级放心消费创建示范单位、行业、区域，授予证书，发放牌匾，并向社会公布。

7.5.4 对未通过评估验收的，创建对象可在下一个年度再次申请评估。

## 8 动态管理

- 8.1 放心消费环境建设组织单位应对放心消费创建申报主体和已认定的示范单位、行业、区域等施行动态管理。
- 8.2 放心消费环境建设组织单位或由其指定的机构应每年组织 1 次放心消费环境建设抽查评价。抽查评价应覆盖主要行业、领域，每个行业、领域的抽查评价单位数量应不少于该行业、领域已命名单位总数的 1%。
- 8.3 放心消费环境建设组织单位或由其指定的机构可直接或委托第三方机构，根据建设要求和创建单位自评报告，通过资料查阅、现场调查、问卷调查和专家评议等方式进行抽查评价。
- 8.4 放心消费环境建设组织单位应及时对抽查评价结果汇总，总结重点、突出问题，分析成因，提出整改意见，制定实施方案。
- 8.5 应综合运用舆论监测、投诉举报分析、开展消费体验、组织评估等方式，对创建单位进行常态化跟踪检查，及时发现问题，就地整改。
- 8.6 对已认定的放心消费示范单位、行业、区域，在抽查检查中发现问题的，应限期整改，整改不到位的应撤销其命名。
- 8.7 放心消费示范单位有下列情形之一的，应撤销其命名：
- a) 参与放心消费示范单位创建活动的经营者因自身经营等原因提出书面退出申请（见附录 G）不再参加放心消费创建活动的；
  - b) 在申报与考核过程中虚报、隐瞒真实情况的；
  - c) 有违法违规行为被政府监管部门行政处罚的，或发生重大安全、质量事故或有违法违规行为造成不良社会影响的；
  - d) 因失信等违法行为被政府监管部门列入黑名单的；
  - e) 严重侵害消费者合法权益，引发重大消费争议或群体投诉、群访事件的；
  - f) 放心消费创建工作明显下滑、不再具备示范引领作用的；
  - g) 破产、注销或被吊销营业执照、许可证的；
  - h) 不再满足放心消费示范单位创建条件的；
  - i) 其他应当予以撤销的情形。
- 8.8 放心消费示范行业有下列情形之一的，应撤销其命名：
- a) 在申报与考核过程中虚报、隐瞒真实情况的；
  - b) 行业内有违法违规行为被政府监管部门行政处罚的，或发生重大安全、质量事故或有违法违规行为造成不良社会影响的；
  - c) 因失信等违法行为被政府监管部门列入黑名单的；
  - d) 因商品和服务质量引发重大消费争议或群体投诉、群访事件的；
  - e) 放心消费创建工作明显下滑、不再具备示范引领作用的；
  - f) 不再满足放心消费行业创建条件的；
  - g) 其他应当予以撤销的情形。
- 8.9 放心消费示范区域有下列情形之一的，应撤销其命名：
- a) 在申报与考核过程中虚报、隐瞒真实情况的；
  - b) 有违法违规行为被政府监管部门行政处罚的，或发生重大安全、质量事故或有违法违规行为造成不良社会影响的；
  - c) 被政府监管部门列入黑名单的；
  - d) 区域内商品和服务质量引发重大消费争议或群体投诉、群访事件的；
  - e) 放心消费创建工作明显下滑、不再具备示范引领作用的；
  - f) 不再满足放心消费示范区域创建条件的；
  - g) 其他应当予以撤销的情形。

8.10 放心消费示范单位、行业、区域名称或地址发生变更时，应及时向属地县级市场监管部门提交申请。

8.11 撤销县级放心消费示范单位、行业、区域的命名，应由县放心消费创建活动办公室填写《放心消费示范命名撤销申报表》（见附录 H），依次由县、市、省放心消费创建活动办公室给出意见。撤销市级放心消费示范单位、行业、区域的命名，应由市放心消费创建活动办公室填写附录 H，依次由市、省放心消费创建活动办公室给出意见。撤销省级放心消费示范单位、行业、区域的命名，应由省放心消费创建活动办公室填写附录 H 并给出意见。

8.12 被撤销放心消费示范单位、行业、区域命名的，由属地县级市场监督管理部门收回其证书及牌匾，并由省级有关部门向社会公告，并自撤销之日起 3 年内不得再次申报。



附 录 A  
(资料性)  
《放心消费创建承诺书》示例

下面给出了《放心消费创建承诺书》示例。

示例：

放心消费创建承诺书

为保障放心消费，优化消费环境，我单位做出如下承诺：

1. 严格遵守《消费者权益保护法》等法律法规规章，遵循放心消费创建各项标准和要求，自觉接受社会监督和评价。
2. 严把生产经营商品质量关，建立并执行进货查验、索证索票、自查自检、不合格商品退市、召回、销毁等管控措施，不销售假冒伪劣商品和“三无”商品。
3. 规范经营服务行为，严格遵守《价格法》等价格法律法规，加强价格自律，推行明码标价、质价相符，公开商品和服务的质量、价格等真实信息，无虚假宣传和其他商业欺诈、价格欺诈行为。
4. 重视商品服务售后保障，严格执行商品“三包”及相关规定，履行承诺、诚实守信。
5. 健全消费争议处理机制，建立与行政部门、消费者权益保护组织投诉举报体系互联互通的消费争议快速处理通道，主动协商和解消费争议。

我单位自行承诺提供以下特色服务：

1. 执行“线下购物15天无理由退货”；
2. 执行“本地购物异地退”；
3. 执行“先行垫付极速退”；
4. 执行“厂商一体化退货”；
5. ……

法定代表人（负责人）签字：

承诺单位名称（公章）：

年 月 日

附 录 B  
(规范性)  
放心消费示范参创申请表

表B. 1给出了《放心消费示范参创申请表》。

表B. 1 放心消费示范参创申请表

申报主体名称		统一社会信用代码	
地 址		法定代表人（负责人）	
联 系 人		联系电话	
申报类型	<div>（一）放心消费示范单位： <input type="checkbox"/>线下经营主体   <input type="checkbox"/>网络交易平台经营者   <input type="checkbox"/>网络交易平台内经营者</div> <div>（二）放心消费示范行业： <input type="checkbox"/>协会   <input type="checkbox"/>商会</div> <div>（三）放心消费示范区域： <input type="checkbox"/>购物中心   <input type="checkbox"/>商圈   <input type="checkbox"/>街区   <input type="checkbox"/>园区   <input type="checkbox"/>景区   <input type="checkbox"/>商品集中交易市场   <input type="checkbox"/>旅游度假区 <input type="checkbox"/>其他_____</div>		
申请级别	<input type="checkbox"/> 省级 <input type="checkbox"/> 市级 <input type="checkbox"/> 县级		
经营范围 (行业、领域)			
申请理由及承诺事项			
申请单位	<div>郑重承诺： 此表中所申报的内容和所附资料均真实、完整、合法、有效，并承担相应责任。</div> <div>法定代表人（负责人）签字： 单位名称（盖章）：</div> <div>年   月   日</div>		

附 录 C  
(规范性)  
放心消费创建指引

表C.1、表C.2和表C.3分别给出了放心消费示范单位、行业、区域的创建指引。

表C.1 放心消费示范单位创建指引

建设目标	具体内容
经营管理放心	按照放心消费创建方案有效推进各项工作。经营单位负责人和从业人员对开展放心消费创建工作及相关内容知晓率分别达到95%、90%、85%以上。
	分别于近3年、2年和1年无安全生产、环境污染、公共卫生、产品质量、食品安全等事故，无重大消费争议和群体投诉、群访事件。
	亮照亮证经营，证照齐全、合法有效，在显著位置公示。
	严格遵守相关法律法规规章、标准与规范，健全内部管理制度，诚信经营，规范管理，确保质量安全、交易公平。设置规范、醒目的安全警示标识。
服务承诺放心	围绕质量、价格、计量、交易、安全、争议处理等方面，做出不低于相关法律法规规章要求的承诺，并积极践诺。
	醒目公示放心消费创建承诺书。
	商品质量明显提升。涉及日常生活的商品质量抽检合格率分别达到90%、85%、80%以上。其中食品、药品、母婴用品、消防用品、特种设备等重点商品质量抽检合格率分别达到100%、98%、95%以上。
	建立完善的售后服务制度，线下实体店根据行业特点积极参加无理由退换货承诺活动。承诺无理由退货的期限分别不少于15天、10天和7天。
消费维权放心	定期开展满意度调查（每年至少一次）并落实改进意见，且满意率达90%以上。
	消费维权制度健全，有消费投诉快速处理机制。
	在经营场所显著位置公示消费者投诉电话。及时处理消费者投诉和争议。
	消费争议源头化解能力显著提升。经营者与消费者的消费争议自行和解率分别达到95%、90%、85%以上。
示范效应良好	消费诉求渠道进一步畅通。不断完善电话、互联网以及新媒体平台受理消费者投诉举报功能，有效投诉处理率分别达到95%、90%、85%以上，处理满意率分别达到95%、90%、85%以上，并有完整、真实的投诉处理记录。
	在行业或区域内发挥了较好的放心消费环境建设示范引领作用。
	*在放心消费创建工作中，有可推广的特色举措或典型经验。
*在消费、质量安全等方面，获得相关荣誉表彰。	
注1：相关指标要求以省、市、县依次为序。	
注2：加*项为鼓励项。	

表C.2 放心消费示范行业创建指引

建设目标	具体内容
创建组织有力	设有放心消费创建工作机构，明确放心消费创建责任单位、工作职责和责任人，按照创建方案有效推进各项工作。
	定期开展放心消费宣传教育，会员单位积极参加创建活动，与生活消费密切相关的经营主体参创率不低于70%。
	会员单位负责人和从业人员对开展放心消费创建工作及相关内容知晓率平均达到90%、85%、80%以上。
	定期组织检查和通报，有效激励和调动会员单位争创的积极性。
行业自律放心	主持或参与制定国家标准、行业标准、地方标准、行业规范不少于1项。
	建立健全行业经营主体依法经营、诚信经营的信用管理制度和监管措施，加强行业经营自律规范。
	健全商品和服务安全预防、应急处置、信息报告等制度，有切实可行的应急预案。
	主动配合监管部门加强对会员单位生产经营行为或服务质量的日常监管。
	建立健全会员单位监管记录档案并督导、指导会员单位整改落实。
	会员单位产品、商品和服务质量抽检合格率不低于地区同行业平均水平。
	对消费领域存在的突出问题，定期组织开展专项整治，并落实整改。
	建立行业内制假售假、虚假宣传、商业欺诈等违法行为打击机制，严厉打击和有效遏制，取得良好成效。
	近2年行业协会商会及会员单位无较大安全生产、环境污染、公共卫生、产品质量、食品安全等事故，无重大消费争议和群体投诉、群访事件。
消费维权放心	围绕质量、价格、计量、交易、安全、争议处理等方面，做出不低于相关法律法规规章要求的承诺，并积极践诺。醒目公示放心消费创建承诺书。承诺无理由退货的期限平均达到15天、10天和7天。
	消费维权制度健全。建有消费维权服务站和消费投诉快速处理机制，对会员单位消费维权和投诉处理情况监督、指导。
	消费争议源头化解能力显著提升。会员单位与消费者的消费争议自行和解率平均达到95%、90%、85%以上。
	消费诉求渠道进一步畅通。不断完善电话、互联网以及新媒体平台受理消费者投诉举报功能，有效投诉处理率分别达到95%、90%、85%以上，处理满意率分别达到95%、90%、85%以上，并有完整、真实的投诉处理记录。
	定期开展会员单位满意度调查（每年至少一次），并组织改进服务质量，且满意率达90%以上。
示范效应良好	在行业内发挥了较好的放心消费环境建设示范引领作用。
	*在放心消费创建工作中，有可推广的特色举措或典型经验。
	*在消费、质量安全等方面，获得相关荣誉表彰。
注1：相关指标要求以省、市、县依次为序。	
注2：加*项为鼓励项。	

表C.3 放心消费示范区域创建指引

建设目标	具体内容
创建组织有力	设有放心消费创建工作机构，明确放心消费创建责任单位、工作职责和责任人，按照创建方案有效推进各项工作。
	定期组织开展放心消费宣传教育，区域内经营主体积极参加创建活动，与生活消费密切相关的经营主体参创率不低于70%。
	区域内经营单位负责人和从业人员对开展放心消费创建工作及相关内容知晓率平均达到90%、85%、80%以上。
	定期组织检查和通报，有效激励和调动经营主体争创积极性。
区域监管放心	建立健全对辖区内经营主体依法经营、诚信经营的信用管理制度和监管措施。
	设置规范、醒目的安全警示标识。建有安全责任网络和重大事故应急处置、消费风险预警提示等工作机制。
	主动配合监管部门加强对所属辖区经营主体生产经营行为或服务质量的日常监管。
	建立健全辖区经营主体监管记录档案并督导、指导辖区单位整改落实。
	商品质量得到明显提升。涉及日常生活的商品质量抽检合格率平均达到90%、85%、80%以上。其中食品、药品、母婴用品、消防用品、特种设备等重点商品质量抽检合格率平均达到100%、98%、95%以上。
	辖区内建立制假售假、虚假宣传、商业欺诈等违法行为打击机制，严厉打击和有效遏制，取得良好成效。
消费维权放心	分别于近3年、2年和1年无安全生产、环境污染、公共卫生、产品质量、食品安全等事故，无重大消费争议和群体投诉、群访事件。
	围绕质量、价格、计量、交易、安全、争议处理等方面，做出不低于相关法律法规规章要求的承诺，并积极践诺。醒目公示放心消费创建承诺书。承诺无理由退货的期限平均达到15天、10天和7天。
	消费维权网络和投诉处理制度健全，建有专门的消费维权和投诉处理站（点），有完整的投诉举报记录，对区域内经营主体消费维权和投诉处理情况监督、指导。
	消费争议源头化解能力显著提升。经营者与消费者的消费争议自行和解率平均达到95%、90%、85%以上。
	消费诉求渠道进一步畅通。不断完善电话、互联网以及新媒体平台受理消费者投诉举报功能，有效投诉处理率平均达到95%、90%、85%以上，处理满意率平均达到95%、90%、85%以上，并有完整、真实的投诉处理记录。
示范效应良好	定期开展辖区满意度调查（每年至少一次），并组织改进服务质量，且满意率达90%以上。
	发挥了较好的放心消费环境建设示范引领作用。
	*在放心消费创建工作中，有可推广的特色举措或典型经验。
	*在消费、质量安全等方面，获得相关荣誉表彰。
注1：相关指标要求以省、市、县依次为序。	
注2：加*项为鼓励项。	

附 录 D  
(规范性)  
“放心消费在吉林”标识

图D. 1和图D. 2 分别给出了“放心消费在吉林”标识及其三色色值。



注：标识以“爱心（四颗爱心代表着处处放心与安心之意）”与“一双呵护之手”为创意主元素，同时图案中心主体由四个“吉”字构成，并融入四颗心形，从而体现了处处放心消费的概念，图中的“吉”字，充分体现了“吉林”的地域特征及文化内涵；“一双呵护之手”与四颗“爱心”之形，分别代表着处处“放心消费”的设计理念，更彰显出了“放心消费在吉林”的主体内涵。

图D. 1 “放心消费在吉林”标识



图D.2 “放心消费在吉林”标识三色色值

附 录 E  
(规范性)  
放心消费示范评估申请表

表E. 1给出了《放心消费示范评估申请表》。

表E. 1 放心消费示范评估申请表

申报主体名称		统一社会信用代码	
地 址		法定代表人（负责人）	
联 系 人		联系电话	
申报类型	<div>（一）放心消费示范单位： <input type="checkbox"/>线下经营主体 <input type="checkbox"/>网络交易平台经营者 <input type="checkbox"/>网络交易平台内经营者</div> <div>（二）放心消费示范行业： <input type="checkbox"/>协会 <input type="checkbox"/>商会</div> <div>（三）放心消费示范区域： <input type="checkbox"/>购物中心 <input type="checkbox"/>商圈 <input type="checkbox"/>街区 <input type="checkbox"/>园区 <input type="checkbox"/>景区 <input type="checkbox"/>商品集中交易市场 <input type="checkbox"/>旅游度假区 <input type="checkbox"/>其他_____</div>		
申请级别	<input type="checkbox"/> 省级 <input type="checkbox"/> 市级 <input type="checkbox"/> 县级		
自评结果			
申请单位	<div>郑重承诺： 此表中所申报的内容和所附资料均真实、完整、合法、有效，并承担相应责任。</div> <div>法定代表人（负责人）签字： 单位名称（盖章）：</div> <div>年 月 日</div>		



表E.1 放心消费示范评估申请表（续）

县放心消费创建活动 办公室意见	<div>(盖章)</div> <div>年 月 日</div>
市放心消费创建活动 办公室意见	<div>(盖章)</div> <div>年 月 日</div>
省放心消费创建活动 办公室意见	<div>(盖章)</div> <div>年 月 日</div>

附 录 F  
(规范性)  
放心消费示范创建自评报告

表F. 1给出了《放心消费示范创建自评报告》模板。

表F. 1 放心消费示范创建自评报告

创建主体名称		统一社会信用代码	
地 址		法定代表人（负责人）	
联 系 人		联系电话	
创建工作开展情况 及主要成效			
存在的问题 及改进措施			
自评依据及 具体评价结果			
自评单位意见	法定代表人（负责人）签字： 单位名称（盖章）：  年 月 日		

附 录 G  
(规范性)  
放心消费示范单位退出申请表

表G. 1给出了《放心消费示范单位退出申请表》。

表G. 1 放心消费示范单位退出申请表

单位名称		统一社会信用代码	
地 址		法定代表人（负责人）	
联 系 人		联系电话	
申请退出级别	<input type="checkbox"/> 省级 <input type="checkbox"/> 市级 <input type="checkbox"/> 县级		
申请退出的 主要原因	法定代表人（负责人）签字： 单位名称（盖章）：  年 月 日		
县放心消费创建活动 办公室意见	（盖章）  联系人及电话：年 月 日		
市放心消费创建活动 办公室意见	（盖章）  联系人及电话：年 月 日		
省放心消费创建活动 办公室意见	（盖章）  年 月 日		

附 录 H  
(规范性)  
放心消费示范命名撤销申报表

表H. 1给出了《放心消费示范命名撤销申报表》。

表H. 1 放心消费示范命名撤销申报表

拟撤销放心消费 示范命名的单位名称		统一社会信用代码	
地 址		法定代表人（负责人）	
拟撤销 放心消费示范命名			
撤销放心消费示范命名 的主要原因			
县放心消费创建活动 办公室意见	<div>（盖章）</div> <div>联系人及电话：年 月 日</div>		
市放心消费创建活动 办公室意见	<div>（盖章）</div> <div>联系人及电话：年 月 日</div>		
省放心消费创建活动 办公室意见	<div>（盖章）</div> <div>年 月 日</div>		