

ICS 03.080.30
CCS A 12

DB41

河 南 省 地 方 标 准

DB41/T 2979—2025

经营主体 放心消费服务提质指南

2025-10-15 发布

2026-01-14 实施

河南省市场监督管理局 发 布

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 基本条件	1
6 安全保障	2
7 质量保障	2
8 价格保障	3
9 服务保障	3
10 维权保障	3
11 标识使用	4
12 保障措施	4
附录 A (资料性) 放心消费公开承诺书 (样式)	5
附录 B (资料性) 河南省“放心消费承诺”标识	6
附录 C (资料性) 放心消费服务自查表	7
参考文献	9

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、河南省个体私营经济发展指导中心、河南省市场监督管理局食品安全和应急保障中心、河南省标准化和质量研究院、河南省平台经济发展指导中心。

本文件主要起草人：陶云峰、胡志军、梁威、王燕青、岳洋、王世志、王雅莉、陆进宇、邓鹏举、孔鹏、刘娟、王诗源、杨艳丽、李智、韦甜甜、周二磊、何新娜。

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、维权放心等要求，为经营主体在基本条件、安全保障、质量保障、价格保障、服务保障、维权保障、标识使用及保障措施等方面提供指导和建议。

本文件适用于经营主体（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）开展放心消费服务的提质活动。

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 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 50016 建筑设计防火规范
- GB 55001 工程结构通用规范
- 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，有合法的经营场所，在国家有关法律规定的范围内开展相关经营活动。

4.2 公平诚信

全面履行经营主体的责任与义务，公平公正进行商品交易活动或提供服务，信守承诺，所售商品或提供的服务质量合格、计量准确、价格合理。

4.3 主动承诺

经营主体围绕安全放心、质量放心、价格放心、服务放心、维权放心等方面主动作出不低于相关法律法规要求的放心消费承诺，并接受社会监督。

5 基本条件

- 5.1 具备法律、法规和规章规定的资质。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经营活动。
- 5.2 经营的商品和服务具有良好信誉，得到广泛的社会认同和赞誉。
- 5.3 签订《放心消费公开承诺书》（见附录A），并在经营场所、网站、平台等醒目位置公开展示，营造放心消费氛围。
- 5.4 线下经营主体在经营场所显著位置，悬挂营业执照、许可证等相关证照。
- 5.5 线上经营主体在网页明显的位置提供相应的资质以便查询。

6 安全保障

6.1 场所与设施安全

- 6.1.1 经营场所消防设施、电气线路、特种设备、安全通道等符合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。不使用过期或不合格消防器材，不出现地面湿滑、尖锐物暴露、堵塞消防通道等安全隐患。
- 6.1.2 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》《中华人民共和国食品安全法》等法律法规的规定，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 经营主体提供商品和服务具备的安全资质与条件，需对风险项目明示安全警示。
- 6.2.3 经营主体提供的商品和服务符合保障人身健康、财产安全的要求。

6.3 信息安全

鼓励经营主体建立信息安全管理体，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（法定除外），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消费者利益保护需求，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、消费者信息等安全保密；
- c) 不含有有损消费者客户端信息安全的行为或程序。

7 质量保障

7.1 质量管理

- 7.1.1 建立健全质量管理制度、内部质量管理体系和质量安全追溯体系。
- 7.1.2 建立供应商审核与商品准入制度，执行进货查验、索证索票等商品或服务质量管理制度。
- 7.1.3 商品质量符合有关标准，不生产经营失效变质、国家明令淘汰并停止销售的商品，不以假充真、以次充好。
- 7.1.4 商品分类存放，符合温度、湿度、避光、密封等储存条件，定期检查储存商品状态，及时处理过期、变质、破损商品。

7.2 信息公开与追溯

- 7.2.1 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。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。
- 7.2.2 生产经营的商品其性能、功能、材质、成分等与标识、说明、广告宣传一致。
- 7.2.3 不生产经营伪造产地和冒用他人厂名、厂址、认证标志的商品。

8 价格保障

- 8.1 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。
- 8.2 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、缺斤短两、变相提价等情况。
- 8.3 商品服务需明码标价，不在明码标价之外收取费用。
- 8.4 促销活动明示期限、规则及除外条款，不出现虚假优惠、低标高结、强制搭售等价格欺诈情况。
- 8.5 市场、商超等场所计量器具在检定合格有效期内使用，需设置“公平秤”，接受监督，确保计量准确。

9 服务保障

- 9.1 完善预约、退换货、配送等机制，优化服务流程。
- 9.2 服务人员熟练运用文明服务用语，态度诚恳、用语规范。关怀特殊群体需求，为特殊人群提供必要便利。
- 9.3 授权基层员工解决顾客诉求，以消费者体验为中心，最大限度减少消费者的心理负担和操作成本，提升消费体验。
- 9.4 依据《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》规定，实行“三包”规定，对存在质量问题的商品或服务主动承担退、换、修等责任。
- 9.5 线上经营主体依据《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》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。
- 9.6 鼓励线下经营主体依据《河南省线下实体店无理由退货指引（试行）》规定，做出线下七天无理由退货承诺。
- 9.7 退换货服务参考 GB/T 44904 的要求。

10 维权保障

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。线上平台主页清晰公示售后服务信息。
- 10.1.2 有条件的场所需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。经营主体依法履行消费维权第一责任人的责任，及时受理和依法处理消费者投诉，主动和解消费纠纷。
- 10.1.3 鼓励经营主体加入 ODR（在线消费纠纷解决）机制，直接与消费者协商，将消费纠纷化解在源头。

10.2 处理流程

- 10.2.1 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。
- 10.2.2 积极与消费者沟通协商，争取和解，化解矛盾。不能当场解决的，明确告知处理时限和流程。
- 10.2.3 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。
- 10.2.4 鼓励建立健全回访制度，结合客户满意度调查情况，制定改进措施。

10.3 赔偿先付制度

鼓励为经营者提供经营场所或平台服务的经营主体建立赔偿先付制度，当发生侵害消费者合法权益行为，而经营者无理拒赔、故意拖延或撤场导致消费者无法获赔时，由提供经营条件的经营主体先行向消费者赔付，其赔付后可依法或依约向责任方追偿。

11 标识使用

11.1 使用要求

- 11.1.1 放心消费承诺主体可以在其经营场所、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B。
- 11.1.2 “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 使用管理

对出现下列情形的，不宜使用“放心消费承诺”标识：

- a) 超出规定范围使用的；
- b) 存在重大侵害消费者合法权益等行为；
- c) 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；
- d) 利用标识进行虚假宣传、欺骗或者误导公众等；
- e) 其他需要停止使用的情形。

12 保障措施

12.1 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，确保各项制度落实到位。

12.2 经营主体在前期开展承诺、践行承诺的基础上，对照放心消费服务自查表（见附录C）进行自查，发现问题及时整改。

附录 A
(资料性)
放心消费公开承诺书(样式)

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、财产安全要求，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，确保商品质量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，虚心接受意见，记录保存完整。

承诺单位：
负责人：
承诺日期：

附录 B
(资料性)
河南省“放心消费承诺”标识

B. 1 标识样式

河南省“放心消费承诺”标识见图B. 1。



图 B. 1 河南省“放心消费承诺”标识

B. 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 C
(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C.1.

表 C.1 放心消费服务自查表

主体名称: 责任人: 检查日期: 年 月 日

项目	自查内容	是否	自查方式
1 基本条件	1.1 悬挂营业执照、经营许可证等相关证照	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	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	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	现场核查
	1.3 主动公开《放心消费公开承诺书》	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	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	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	检查记录表、现场核查
	2.2 消费环境清洁卫生, 未出现地面湿滑、尖锐物暴露等情况	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	现场核查
3 质量放心	3.1 商品进货台账完整	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	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, 及时处理失效变质、破损商品	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	现场核查
	3.3 商品信息真实, 来源可查、去向可追	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	自检台账
4 价格放心	4.1 价签是否标识到位、清晰(含规格、单位)	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	现场核查
	4.2 计量器具检定合格并在器具明显处贴有合格标志	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	现场核查
5 服务放心	5.1 公示线下无理由退货品类/期限	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	现场核查
	5.2 服务人员岗前培训覆盖指南要求	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	培训记录
6 维权放心	6.1 投诉渠道畅通, 投诉电话是否接通	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	现场核查、现场测试记录

表C.1 放心消费服务自查表（续）

项目	自查内容	是否	自查方式
6 维权放心	6.2 投诉办结情况，处理全程记录存档	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	处理报告
自查结论： <input type="checkbox"/> 全部达标 <input type="checkbox"/> 部分达标（需整改项： _____） <input type="checkbox"/> 未达标			
整改措施： _____			
签字确认（负责人）：			

参 考 文 献

- [1] 全国人民代表大会常务委员会. 中华人民共和国价格法. 1997
 - [2] 全国人民代表大会常务委员会. 中华人民共和国消费者权益保护法. 2013
 - [3] 全国人民代表大会常务委员会. 中华人民共和国产品质量法. 2018
 - [4] 全国人民代表大会常务委员会. 中华人民共和国食品安全法. 2025
 - [5] 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
 - [6] 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
-