

附件 1:

山西省放心消费示范单位评估细则

第 1 页共 4 页

序号	一级指标	二级指标	三级指标	指标内容	评估方式
1	基本情况 (10分)	创建申报	资质齐全 (3分)	主体资格有效,依法取得相应资质。	资料审核
2			诚信申报 (4分)	申报资料真实,承诺内容与实际相符,全面客观进行自评。	资料审核
3			程序规范 (3分)	在规定时间内完成申报,经县市级评估初审、复审合格。	资料审核
4	创建参与度 (15分)	组织领导	机构设置 (2分)	放心消费创建活动组织机构健全,工作职责明确。	资料审核
5			制度机制 (3分)	创建工作方案、相关规章制度健全,创建目标任务明确。	资料审核
6		创建氛围	宣传培训 (3分)	定期组织开展放心消费创建工作宣传教育、培训和诚信建设等活动,每年教育活动不少于2次。	资料审核
7	创建知晓率 (2分)		员工对放心消费创建工作知晓率>95%以上。	现场核查	
8	公开承诺 (5分)		主动开展承诺践诺活动,在经营场所主动公示商品和服务质量承诺、商品“三包”服务承诺、线下无理由退货承诺、主动兑现经营和服务承诺及快速维权服务承诺等。	现场核查 消费体验	
9	消费安全度 (15分)	安全放心	机制健全 (5分)	对生产经营和服务环节可能出现的公共安全事故应急处置预案、制度机制健全,保障措施到位。	资料审核
10			安全责任 (10分)	落实安全生产主体责任,从事特殊行业的企业(单位)及从业人员,具备法定资质和从业资格,严格落实从业人员安全教育培训。	资料审核

序号	一级指标	二级指标	三级指标	指标内容	评估方式
11	经营规范度 (25分)	诚信经营	亮证经营 (2分)	营业执照、许可证件、场地租赁等信息在显著位置公示，从事的经营活动与营业执照核准经营范围相符。	现场核查
12			规范经营 (5分)	商品或服务的质量、性能等信息真实全面，无虚假宣传等行为；按规定和商业惯例主动向消费者出具购货凭证或服务单据。 以预收款方式提供商品或者服务的，应当明确预收资金用途和管理方式、余额查询渠道、退款方式以及依照规定应当明示的有关事项。	现场核查
13		价格放心	明码标价 (3分)	落实商品和服务明码标价，主动履行价格告知义务。	现场核查
14			规范经营 (5分)	确保消费者价格权利的实现，执行政府定价、指导价以及价格干预措施、价格紧急措施等法定价格措施；按公平、合法和诚信原则制定实行市场调节价的商品和服务价格；近2年无操纵价格、价格欺诈、变相提压价等价格违法行为。	资料审核
15		质量放心	产品合格 (5分)	严格执行《中华人民共和国产品质量法》《中华人民共和国食品安全法》等相关法律法规、制度标准和管理规范，不销售国家明令淘汰并停止销售的产品和失效变质产品，不掺杂掺假、以假充真、以次充好等商品。	资料审核
16			规范经营 (5分)	商品的进货查验、下架退市、销毁等质量管理制度健全、有效；瑕疵、缺陷、不合格商品处置和“三包”等制度、规定落实到位；商品质量突发事件应急处置及时有效；设立质量监督检查岗位，明确工作职责，有专人负责并有相应的工作记录。	资料审核

序号	一级指标	二级指标	三级指标	指标内容	评估方式
17	消费满意度 (35分)	服务放心	消费服务 (5分)	有比较系统、完善和适合本单位特点的服务管理制度；主动履行商品修理、重作、更换、退货、补足商品数量、退还货款和服务费用或者赔偿损失等义务；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；主动开展消费服务满意度调查。	资料审核 消费体验
18			售后服务 (10分)	售后服务制度机制健全，建立退货台帐，明确专人负责；提供线下实体店无理由退货服务（主营商品如不适用无理由退货，应详细说明），公开退货服务承诺；具有良好的诚信记录，公开并自觉践行服务承诺，公开售后服务电话，主动接受社会监督。	资料审核 现场核查
19		维权放心	维权机制 (10分)	自觉履行消费纠纷和解第一责任人责任；在线消费纠纷解决机制健全，积极加入ODR快处平台，且办结率达100%；消费维权服务站应有固定场地及必要设施，并配有专人负责消费投诉处理；投诉处理制度机制健全、处理记录和档案资料齐备。	资料审核 现场核查
20			处理质量 (10分)	建有消费投诉处理结果满意度调查、回访等工作制度；对消费维权和投诉处理及时有效，投诉和解率>95%。	资料审核 查看 12315中心数据
21	激励清单 (加分项)	荣誉表彰		获得“山西精品”“绿色认证”的+3分。获得其他与消费、质量安全相关的国家级（国务院）、省部级（省人民政府，国家有关部委局）、市厅级（市人民政府，省各委办厅局）颁发的企业荣誉表彰，国家级+15分，省部级+5分，市厅级+3分。最高不超过15分。	资料审核

序号	一级指标	二级指标	三级指标	指标内容	评估方式
22	激励清单 (加分项)	社会责任		积极参加社会公益活动,对教育、扶贫、救灾等公益慈善事业进行捐赠,有相关部门颁发的证书。以类别计分,每类加1分,最高不超过5分。	资料审核
23		特色举措		根据行业、企业特点,创新性的开展放心消费示范创建,积极开展先行赔付或异地异店退换货服务等。以项目累计计分,每项加2分,最高不超过10分。	资料审核
24	负面清单 (一票否决项)	责任事故		近2年有较大安全生产、环境污染、公共卫生、产品质量、食品安全等事故。	征求有关部门意见
25		行政处罚		近2年有侵害消费者权益相关的行政处罚记录。	征求有关部门意见
26		信用情况		近2年被列入严重违法失信名单的、提交虚假材料的、承诺严重不实的等。	征求有关部门意见
27		严重侵权		近2年引发严重侵害消费者权益的群体投诉或者因侵害不特定多数消费者合法权益被消协组织提起消费民事公益诉讼。	征求有关部门意见
说明	<p>评估结论判定原则:</p> <p>1.评估项目单项得分无0分且总得分率$\geq 80\%$的,判定为通过评估。</p> <p>2.当出现以下两种情况之一时,判定为未通过评估:(1)评估项目总得分率$< 80\%$的;(2)有一项一票否决项。</p>				

附件 2:

山西省放心消费示范行业评估细则

第 1 页共 4 页

序号	一级指标	二级指标	三级指标	指标内容	评估方式
1	基本情况 (10分)	创建申报	行业规模 (3分)	行业属性与生活消费密切相关, 所属与生活消费密切相关的会员单位数量不低于 50 家。	资料审核
2			资质齐全 (2分)	主体资格有效, 依法取得相应资质。	资料审核
3			诚信申报 (3分)	申报材料真实, 承诺内容与实际相符, 全面客观进行自评。	资料审核
4			程序规范 (2分)	在规定时间内完成申报, 经县市级评估初审、复审合格。	资料审核
5	创建参与度 (25分)	组织领导	机构设置 (3分)	放心消费创建活动组织机构健全, 具有固定办公场所, 设置有专门的工作部门, 有专职人员负责统一组织协调放心消费创建各项工作落实。	资料审核
6			制度机制 (3分)	创建工作方案、相关规章制度健全, 创建目标任务、工作职责、人员分工明确, 制定有内部考核标准。	资料审核
7			组织创建 (10分)	承担本行业创建活动的组织、协调、指导和考核, 对活动开展情况定期组织检查、评比和通报。所属会员单位积极参加创建活动, 参加创建率 $\geq 80\%$;	资料审核
8		创建氛围	宣传培训 (3分)	组织开展创建工作的动员、宣传、教育培训和诚信建设等活动, 每年行业内围绕放心消费创建内容开展宣传教育活动不少于 2 次。	资料审核
9			创建氛围 (6分)	所属会员单位积极参加创建活动, 对创建活动知晓率 $\geq 95\%$, 营业场所所有创建宣传标识、提示语等, 创建氛围浓厚。	资料审核 现场核查

序号	一级指标	二级指标	三级指标	指标内容	评估方式
10	消费安全度 (5分)	安全管理	机制健全 (5分)	对商品和服务的安全预防、应急处置、信息报告等制度健全，制定有切实可行的应急预案。	资料审核
11	行业主导 (30分)	行业管理	业务指导 (5分)	结合行业协会商会职能，主动配合行业主管部门加强对所属会员单位服务质量和经营行为的日常管理。	资料审核
12			标准规范 (10分)	积极制定或参与国家标准、行业标准、地方标准和行业规范的制定。	资料审核 征求有关部门意见
13		行业自律	会员合规 (10分)	规范行业自律行为的制度机制健全；所属会员单位诚实守信、依法经营；所属会员单位经营管理和服务质量口碑好、商业信誉良好；所属会员单位近2年未被列入严重违法失信名单。	资料审核 现场核查 消费体验
14			公开承诺 (5分)	行业协会商会向社会公开承诺，督促指导行业内会员单位践约守约。	资料审核 现场核查
15	消费满意度 (30分)	消费投诉处理	制度机制 (5分)	在线消费纠纷解决、消费投诉快速处理制度机制健全，积极加入 ODR 快处平台；投诉处理制度机制健全、处理记录和档案资料齐备；建有消费投诉处理结果满意度调查、回访、通报及消费投诉信息公示等制度。	资料审核 现场核查 消费体验
16			维权保障 (5分)	建有消费维权服务站，且有固定场地、必要设施、投诉电话公开，并配有专人负责消费投诉处理；对所属会员单位消费维权和投诉处理情况进行指导和监督。	资料审核 现场核查 消费体验

序号	一级指标	二级指标	三级指标	指标内容	评估方式
17	消费满意度 (30分)	消费投诉处理	处理质量 (10分)	建有与12315投诉维权热线以及消协组织消费纠纷调解衔接工作机制, 及时为消费者提供专业的救济服务。对消费维权和投诉处理及时有效, 投诉和解率>90%。	资料审核
18		售后服务	售后保障 (10分)	售后服务制度机制健全, 建立退货台帐, 明确专人负责; 所属会员单位提供线下实体店无理由退货服务(主营商品如不适用无理由退货, 应详细说明), 公开退货服务承诺; 具有良好的诚信记录, 公开并自觉践行服务承诺, 公开售后服务电话, 主动接受社会监督。	资料审核 现场核查
19	激励清单 (加分项)	荣誉表彰		行业协会商会获得与放心消费创建、消费维权等有关表彰的; 所属会员单位获得“山西精品”“绿色认证”的+2分, 获得其他与消费、质量安全相关的国家级、省部级、市厅级表彰的。国家级+5分, 省级+3分, 市级+1分。最高不超过15分。	资料审核
20		社会责任		行业协会商会及所属会员单位积极参加社会公益活动, 对教育、扶贫、救灾等公益慈善事业进行捐赠, 有相关部门颁发的证书。以类别计分, 每类加1分, 最高不超过5分。	资料审核
21		特色举措		根据行业特点, 创新性的开展放心消费示范创建, 积极开展先行赔付, 引导所属会员单位提供异地异店退换货服务或建立先行赔付保障措施等。最高不超过5分。	资料审核 现场核查

序号	一级指标	二级指标	三级指标	指标内容	评估方式
22	负面清单 (一票否决项)	责任事故		近 2 年行业协会商会或所属会员单位有较大质量、安全生产、环境污染、公共卫生、食品、药品安全等事故。	征求有关部门意见
23		行政处罚		近 2 年行业协会商会涉及有行政处罚或有侵害消费者权益相关行为的。	征求有关部门意见
24		信用情况		近 2 年被列入严重违法失信名单的、提交虚假材料的、承诺严重不实的等。	资料审核 征求有关部门意见
25		严重侵权		近 2 年行业协会商会或所属会员单位引发严重侵害消费者权益的群体投诉或者因侵害不特定多数消费者合法权益被消协组织提起消费民事公益诉讼。	征求有关部门意见
说明	<p>评估结论判定原则：</p> <p>1.评估项目单项得分无 0 分且总得分率$\geq 80\%$的，判定为通过评估。</p> <p>2.当出现以下两种情况之一时，判定为未通过评估：（1）评估项目总得分率$< 80\%$的；（2）有一项一票否决项。</p> <p>3.对所属会员单位的评估参照示范单位评估细则。</p>				

附件 3:

山西省放心消费示范区域评估细则

第 1 页共 4 页

序号	一级指标	二级指标	三级指标	指标内容	评估方式
1	基本情况 (10分)	创建申报	经营主体 (3分)	区域内生产、经营的商品或服务与生活消费密切相关,且区域内相关经营主体数量在50家以上。	资料审核
2			资质齐全 (2分)	主体资格有效,依法取得相应资质。	资料审核
3			诚信申报 (3分)	申报材料真实,承诺内容与实际相符,全面客观进行自评。	资料审核
4			程序规范 (2分)	在规定时间内完成申报,经县市级评估初审、复审合格。	资料审核
5	创建参与 度(25分)	组织领导	机构设置 (3分)	放心消费创建活动组织机构健全,具有固定办公场所,设置有专门的工作部门、配置的人员满足工作要求,且有专职人员负责统一组织协调放心消费创建各项工作落实。	资料审核
6			制度机制 (3分)	创建工作方案、相关规章制度健全,创建目标任务、工作职责、部门和人员分工等明确,制定有内部考核标准。	资料审核
7			组织创建 (10分)	坚持党建引领,承担本区域内创建活动的组织、协调、指导和考核,对活动开展情况定期组织检查、评比和通报;区域内市场经营主体积极参加创建活动,参加创建率 \geq 80%。	资料审核
8		创建氛围	宣传培训 (3分)	组织开展创建工作的动员、宣传、教育培训和诚信建设等活动,每年区域内围绕放心消费创建内容开展宣传、教育培训活动不少于2次。	资料审核

序号	一级指标	二级指标	三级指标	指标内容	评估方式
9	创建参与度 (25分)	创建氛围	创建氛围 (6分)	区域内市场经营主体积极参加创建活动,对创建活动知晓率 $\geq 95\%$,区域内有创建宣传标识、提示语等,创建氛围浓厚。	资料审核 现场核查
10	消费安全度 (10分)	安全管理	机制健全 (5分)	涉及安全生产、商品和服务的安全预防、应急处置、信息报告、消费风险预警提示等制度机制健全,制定有切实可行的应急预案,区域内建有安全责任网络。	资料审核
11			环境治理 (5分)	针对消费者反映强烈的问题,组织区域内经营者联合开展消费环境治理活动;主动配合行业主管部门加强对区域内市场经营主体服务质量和经营行为的日常管理,强化区域内经营者主体责任落实,市场消费环境规范有序。	资料审核 现场核查
12	经营规范度 (25分)	经营行为	依法经营 (10分)	区域内与生活消费密切相关的市场经营主体依法经营,严格遵守国家相关法律、法规、规章和标准,具体包括亮证亮照、采购规范、价格合理、计量规范、公平交易、明码标价、出具购物凭证,无以次充好、短斤少两、假冒伪劣、价格欺诈等情况,未出现预付卡消费纠纷;区域内与生活消费密切相关的经营主体近2年被列入失信异常名录或严重违法失信名单。	资料审核 现场核查
13		产品或服务	规范经营 (10分)	规范区域内市场经营主体经营行为的制度机制健全,设立质量监督检查岗位,明确工作职责,有专人负责并有相应的工作记录,督促指导市场经营主体践约守约;区域内市场经营主体诚实守信、依法经营;区域内市场经营主体严格执行进货检查验收、索证索票等商品或服务质量管理制,经营管理和和服务质量口碑好、商业信誉良好。	资料审核 现场核查

序号	一级指标	二级指标	三级指标	指标内容	评估方式
14	经营规范度 (25分)	产品或服务质量	产品合格 (5分)	区域内市场经营主体建立有确保产品质量的制度机制, 严格执行《中华人民共和国产品质量法》《中华人民共和国食品安全法》等相关法律法规、制度标准和管理规范, 不销售国家明令淘汰并停止销售的产品和失效变质产品, 不掺杂掺假、以假充真、以次充好等商品。	资料审核 现场核查
15	消费满意度 (30分)	消费投诉处理	制度机制 (5分)	在线消费纠纷解决、消费投诉快速处理制度机制健全, 积极加入 ODR 快处平台; 投诉处理制度机制健全、处理记录和档案资料齐备; 建有消费投诉处理结果满意度调查、回访、通报及消费投诉信息公示等制度。	资料审核 现场核查 消费体验
16			维权保障 (5分)	区域内消费维权网络健全, 建有专门的消费维权和投诉处理站 (点), 且有固定场地、必要设施、投诉电话公开, 并配有专人负责消费投诉处理; 对一般性消费投诉处理做到不出商家 (门店), 较大投诉处理不出区域, 对区域内市场经营主体消费维权和投诉处理情况进行指导和监督。	资料审核 现场核查
17			处理质量 (10分)	建有与 12315 投诉维权热线以及消协组织消费纠纷调解衔接工作机制, 及时为消费者提供专业的救济服务; 对消费维权和投诉处理及时有效, 投诉和解率 >90%。	资料审核
18			售后服务 (10分)	售后服务制度机制健全, 建立退货台帐, 明确专人负责; 区域内市场经营主体提供线下实体店无理由退货服务 (主营商品如不适用无理由退货, 应详细说明), 公开退货服务承诺; 具有良好的诚信记录, 公开并自觉践行服务承诺, 公开售后服务电话, 主动接受社会监督。	资料审核 现场核查

序号	一级指标	二级指标	三级指标	指标内容	评估方式
19	激励清单 (加分项)	荣誉表彰		区域管理机构获得与放心消费创建、消费维权等有关表彰的；区域内市场经营主体获得“山西精品”“绿色认证”的+2分，获得其他与消费、质量安全相关的国家级、省部级、市厅级表彰的。国家级+5分，省级+3分，市级+1分。最高不超过15分。	资料审核
20		社会责任		区域管理机构及区域内市场经营主体积极参加社会公益活动，对教育、扶贫、救灾等公益慈善事业进行捐赠，有相关部门颁发的证书。以类别计分，每类加1分，最高不超过5分。	资料审核
21		特色举措		根据区域特点，创新性的开展放心消费示范创建，积极开展先行赔付，引导区域内市场经营主体提供异地异店退换货服务或建立先行赔付保障措施等。最高不超过5分。	资料审核 现场核查
22	负面清单 (一票否决项)	责任事故		近2年申报主体或区域内市场经营主体有较大质量、安全生产、环境污染、公共卫生、食品、药品安全等事故，有因商品或服务质量引发的重大投诉举报和群体、集访事件。	征求有关部门意见
23		行政处罚		近2年申报主体涉及有行政处罚或有侵害消费者权益相关行为的。	征求有关部门意见
24		信用情况		近2年被列入严重违法失信名单的、提交虚假材料的、承诺严重不实的等。	资料审核 征求有关部门意见
25		严重侵权		近2年申报主体或区域内市场经营主体引发严重侵害消费者权益的群体投诉或者因侵害不特定多数消费者合法权益被消协组织提起消费民事公益诉讼。	征求有关部门意见
说明	<p>评估结论判定原则：</p> <p>1.评估项目单项得分无0分且总得分率$\geq 80\%$的，判定为通过评估。2.当出现以下两种情况之一时，判定为未通过评估：（1）评估项目总得分率$< 80\%$的；（2）有一项一票否决项。3.对所属会员单位的评估参照示范单位评估细则。</p>				