国家市场监督管理总局文件

国市监稽发〔2026〕110号

市场监管总局关于全面开展放心消费单元和集聚区培育的通知

各省、自治区、直辖市和新疆生产建设兵团市场监管局(厅、委):

为贯彻落实党中央、国务院关于大力提振消费、优化消费环境的决策部署,以放心消费培育带动消费环境整体优化,牵引消费市场良性循环,推动消费需求扩大升级,根据《优化消费环境三年行动方案(2025—2027年)》《市场综合监管体系建设"十五五"规划》《扩大消费"十五五"规划》等要求,现就在全国范围内开展放心消费单元和集聚区培育工作通知如下。

一、工作目标

深入贯彻党的二十大和二十届历次全会精神,树立和践行正

确政绩观，坚持社会共治、问题导向、尊重规律，广泛培育一批提升消费品质、改善消费体验、创新消费场景的放心消费单元和集聚区，带动消费持续扩大。到2030年，全国放心消费集聚区达5000个以上，重点行业领域放心消费单元广泛覆盖，“放心消费在中国”品牌基本形成，消费者获得感明显增强。

二、培育对象

（一）放心消费单元。聚焦直接面向消费者提供商品或者服务、有营业执照的单个经营主体培育，包括商店、超市、餐饮店、宾馆、网店、直播间、工厂直营店等。

（二）放心消费集聚区。聚焦空间范围清晰、消费集中、入驻商家较多、有第三方经营主体管理的商业区域培育，包括商业综合体、商圈、市场、景区、街区、农村、高速公路服务区等。

（三）经营者参与范围。参与培育的消费单元和集聚区需满足主体资质合法有效、经营状况诚信守法等基本条件。市场监管部门引导经营者规范提升，不断扩大适格主体范围。

三、培育内容

（一）经营者自主承诺。构建以经营者自主承诺为核心、以信用激励约束为引导、以数字化平台为支撑的新型培育制度。各级市场监管部门要加强引导，鼓励支持具备基本条件的单元和集聚区积极参与放心消费培育，主动公开放心消费承诺。

（二）经营者承诺内容。放心消费单元需要围绕“安全放心、质量放心、价格放心、服务放心、维权放心”作出公开承诺；放心消费

集聚区还需要围绕提供消费维权服务站、首问负责、在线消费争议解决、入驻商家管理等方面作出公开承诺。

（三）经营者履行承诺。各级市场监管部门要有针对性地进行合规指导和源头治理，有效预防和化解消费纠纷。引导经营者将放心消费承诺事项纳入日常经营管理，自觉兑现承诺事项，逐步提升承诺水平，实现“更优承诺带动更多消费”。

四、培育方式

（一）统一培育流程。市场监管总局制定全国放心消费培育指引，明确发动引导、自主承诺、系统核验、在线公示、赋码赋标等培育方式，统一培育整体框架和流程。

（二）以点带面培育。各地市场监管部门要结合本地产业和消费结构，统筹规划、分类施策、重点突破、梯次推进，以放心消费集聚区为突破口，形成以集聚区带动单元培育、以单元支撑集聚区培育的良性循环，迅速提高放心消费的知晓度和覆盖面。

（三）数字化培育。市场监管总局提供全国放心消费数字化培育支撑，推广全国放心消费承诺码，系统集成在线承诺、在线评价、在线核验等功能，为消费者和经营者提供一站式服务。引导放心消费单元和集聚区主动亮码，让消费更透明更放心。

（四）协同培育。充分发挥消协组织和行业组织作用，探索出台重点行业放心消费指引，广泛发动经营者参与，实现培育与行业发展同频共振。用好各级消费者权益保护工作部门协调机制，与行业主管部门联动，拓展培育内容和领域。强化区域协作和乡村

联建，打造放心消费区域联盟和特色品牌。

五、培育机制

（一）正向激励。各级市场监管部门推动放心消费单元和集聚区纳入信用联合激励机制，依法降低检查比例和频次；加大政策资源投入，强化对经营者权益的保护。在线打造放心消费地图、专区专栏、优质服务打卡点等，激发经营者活力。支持金融机构创新信贷产品、保险产品，为经营者减负赋能。加强对放心消费标杆的宣传推介，开展典型案例征集推广活动。

（二）社会监督。支持消费者、消协组织、行业组织、新闻媒体、专家学者、志愿者等社会各界参与放心消费监督评价，积极推广放心消费观察员、放心消费体验试验、行业自律联盟、第三方评价评估等，不断提升放心消费培育质量。

（三）动态管理。将放心消费单元和集聚区合规履约情况纳入日常监管和综合检查事项，对于无故不履行承诺、投诉举报异常增长、出现重大违法行为等不宜继续参与放心消费培育的，由市场监管部门及时予以退出并向社会公示。

六、培育品牌

（一）发布全国放心消费承诺标识。市场监管总局制作发布全国放心消费承诺标识，各级市场监管部门共同推广，由放心消费单元和集聚区在线上线下经营场所的显著位置持续展示。全国放心消费承诺标识可以和本地标识配套使用。

（二）打造放心消费新场景。将放心消费培育与提振消费紧密

结合，对放心消费单元和集聚区进行资源整合和市场化运营，推出以放心消费为主题的消费新场景、新路线，打造区域名片和消费地标，让消费者对身边的放心消费品牌可感可及。

（三）加强放心消费宣传推广。积极利用新媒体、户外广告等媒介和形式，嵌入展销会、购物节、文旅节、演出、赛事等重大活动以及3·15、优化消费环境月、质量月等主题宣传，全面推广放心消费培育成果，提升放心消费品牌的显示度和美誉度。

各级市场监管部门要把放心消费培育作为大力提振消费、优化消费环境、提升监管效能的重要抓手，完善工作机制，明确重点任务，强化跟踪评估，切实提高培育的综合效益，全面推动消费市场高质量发展，增强人民群众获得感。

附件：全国放心消费单元和集聚区培育指引（试行）

国家市场监督管理总局

市场监管总局

2026年8月21日

（此件公开发布）

附件

全国放心消费单元和集聚区培育指引（试行）

第一章　总　则

第一条 为贯彻落实党中央、国务院决策部署，在全国推进放心消费单元和集聚区培育工作，健全培育工作体系，加强培育工作的科学性、有效性和可操作性，制定本指引。

第二条 本指引所称的放心消费单元是指直接面向消费者提供商品或者服务、作出并履行放心消费承诺、有营业执照的单个经营主体，培育重点为商店、超市、餐饮店、宾馆、网店、直播间、工厂直营店等。

放心消费集聚区是指空间范围清晰、消费规模较大、入驻商家较多、有第三方经营主体管理、具备消费维权基础设施、一体化打造放心消费场景的商业区域，培育重点为商业综合体、商圈、市场、景区、街区、乡村、高速公路服务区等。

第三条 坚持社会共治，建立健全政府引导、行业自律、经营者自主、消费者参与的培育工作格局。坚持问题导向，聚焦消费集中、纠纷多发的区域先行先试、重点突破。坚持尊重规律，创新标杆引领、信用激励、社会监督机制，激发培育内生动力。树立正确政绩观，为基层减负，让群众可感可及。

第四条 市场监管总局统筹推进全国放心消费单元和集聚区培育工作，制定全国放心消费培育制度和标准，提供全国放心消费

数字化培育支撑，推广全国放心消费承诺码和全国放心消费承诺标识，整合激励政策措施，加强宣传引导。

省级市场监管部门统筹推进本区域放心消费培育工作，完善工作机制，明确培育工作整体规划和重点任务，加强对市县的指导评估，及时总结推广基层经验做法。

市县级市场监管部门组织实施本区域放心消费培育工作，承担发动引导、数据核验、信用激励、动态退出、宣传推广等基础性工作，调动各方力量参与，细化任务落实。

第五条 支持地方市场监管部门在本指引基础上，倡导更优放心消费承诺，创新培育工作机制，拓展培育行业领域，积极争创可检验、可推广的全国放心消费标杆和特色品牌。

第二章 培育内容

第六条 参与放心消费单元培育的需要满足以下基本条件：

（一）取得营业执照及经营许可满1年，有直接面向消费者的固定经营场所（线上亮证亮照），未停业、歇业、注销。

（二）自主作出并自觉履行放心消费承诺，在经营场所（网站网页）显著位置持续展示放心消费承诺。

（三）畅通消费者售后渠道，在经营场所（网站网页）显著位置公布有效的售后联系方式，积极配合市场监管部门、消协组织调解，近1年内调解成功率不低于全国平均水平。

（四）核验时在国家企业信用信息公示系统无市场监管领域行

政处罚、列入经营异常名录、列入严重违法失信名单等违法失信信息，且不属于市场监管信用风险类别C类或者D类。

第七条 参与放心消费集聚区培育的需满足以下基本条件：

（一）商业区域相对固定清晰，入驻商家一般超过30家，有负责该区域运营、管理、出租的第三方经营主体（管理方）。

（二）该区域内超过30%的入驻商家已成为放心消费单元。

（三）管理方在该区域内显著位置设立消费维权服务站，建立首问负责制度，有专门人员处理投诉；加入全国12315平台ODR机制，积极协助市场监管部门、消协组织解决投诉。

（四）管理方在该区域内显著位置持续展示放心消费承诺、公示对入驻商家的投诉信息、公布消费维权服务站位置。

（五）管理方组织入驻商家订立放心消费的自律公约，定期开展培训宣传引导，建立动态管理机制。

（六）近1年内该区域未发生消费侵权领域重大违法行为、重大负面舆情、重大安全事故。

对于以管理方营业执照统一对外经营、统一收款开票，以联营合作协议开展经营的独立店铺，视为集聚区的入驻商家。

第八条 放心消费承诺主要包括“安全放心、质量放心、价格放心、服务放心、维权放心”等内容。

（一）安全放心是指商品服务符合保障消费者人身、财产及个人信息安全的要求，经营场所及设施无安全隐患。

（二）质量放心是指商品服务来源可溯、质量合格，符合标准和

事先承诺，无侵权假冒、以次充好、偷工减料等问题。

（三）价格放心是指经营者明码标价、规范价格行为、履行价格承诺，无价格欺诈、价外加价、大数据杀熟等问题。

（四）服务放心是指经营者诚信经营、公平交易、服务规范，无虚假宣传、霸王条款、消费欺诈、缺斤短两等问题。

（五）维权放心是指经营者建立畅通售后渠道，履行“三包”及召回义务，无故意拖延或者无理拒绝售后等问题。

鼓励经营者持续提升服务品质，针对服务时效、服务流程、服务规范、服务保障、售后响应等具体事项作出高于国家标准且清晰可验证的承诺，差异化展现自身服务品质。

第九条 鼓励和引导放心消费单元和集聚区从以下方面进一步作出个性化承诺，提升消费体验，打造放心消费标杆：

（一）开通网站、公众号、小程序等线上消费维权渠道或者接入“一键和解”机制，支持消费者离店在线维权。

（二）零售业单元支持线下购物无理由退货，探索异地异店退换货，具体适用的商品范围由经营者自主公开承诺。

（三）餐饮业单元支持“互联网＋明厨亮灶”，餐前向消费者确认价格、规格和分量等。

（四）住宿业单元自主承诺节假日等旺季的价格上涨幅度，支持消费者阶梯式退订等。

（五）农贸市场公示入驻摊位经营者姓名和联系方式，统一明码标价形式，接入电子计价秤智慧监管平台等。

（六）商业综合体、商圈、景区等集聚区管理方建立先行赔付制度，设立先行赔付资金。

各级市场监管部门对放心消费标杆加大宣传推广力度，可以结合本地特色，创新展示差异化放心消费标识。

第三章　培育流程

第十条 放心消费单元和集聚区培育流程包括发动引导、自主承诺、核验公示、赋码赋标等环节。市场监管总局上线全国放心消费培育模块，推广全国放心消费承诺码和全国放心消费承诺标识，实现全过程动态培育、全生命周期管理。

第十一条 各地市场监管部门通过数据分析并结合日常工作掌握情况，根据本地产业分布和消费结构，聚焦重点消费行业和消费区域，摸排形成一批拟纳入培育的放心消费单元和集聚区。要结合登记注册、投诉举报咨询处理、抽查检查、普法宣传培训等日常工作，有针对性地向经营者开展放心消费培育政策解读，引导经营者积极参与承诺、提升消费品质，指导集聚区管理方健全规章制度和消费维权基础设施，改善消费场景。

第十二条 经营者（管理方）通过全国放心消费培育模块自主参与放心消费单元和集聚区培育并在线发起承诺，由系统对其是否符合放心消费基本条件进行数据核验。必要时，市场监管部门还可以采取调查问卷、委托第三方消费体验等方式评估。

第十三条 经核验符合放心消费基本条件的，将经营者（管理

方）及其放心消费承诺内容在线公示1个月。公示期满未发现不符合放心消费基本条件或者不履行放心消费承诺情形的，自动成为放心消费单元（集聚区）。

第十四条 市场监管总局依托全国放心消费培育模块开发推广全国放心消费承诺码。成为放心消费单元和集聚区的由系统自动赋码，在经营场所（网站网页）显著位置持续展示，为消费者提供一键查阅、评价、售后等服务，引导与经营者先行和解。推动将已使用的放心码、信用码、电子营业执照等逐步整合。

第十五条 市场监管总局推广“放心消费承诺”全国系列标识。成为放心消费单元和集聚区的由系统自动赋标，在全国放心消费培育模块和经营场所（网站网页）显著位置持续展示。全国放心消费承诺标识可以和本地标识配套使用。

第十六条 全国放心消费培育模块上线前，省级市场监管部门可依托现有信息化系统，先行组织开展发动引导、自主承诺、数据核验等工作，做好相关储备。上线后，各级市场监管部门可直接通过全国培育模块开展培育工作，地方培育平台可通过系统对接方式统一纳入全国培育模块，也可逐步整合归并。

第四章　激励机制

第十七条 将放心消费单元和集聚区纳入信用联合激励机制，合理降低检查比例和频次；按程序纳入质量强企强链、名优特新培育等；加大合规辅导、业务培训、行政调解、认证认可检测和计量服

务、知识产权保护等资源投入。

第十八条 支持电商平台、导航软件、社交媒体等贴近消费第一线的应用场景，在线点亮放心消费单元和集聚区，打造放心消费地图、专区等，为消费者的消费决策提供参考，激发经营者积极性和消费市场向上竞争动力。

第十九条 支持金融机构按照市场化原则丰富信贷产品，探索为放心消费单元和集聚区增加信用额度、降低利率、减免费用；创新推广放心消费责任险、无理由退货责任险等保险产品，为经营者减负赋能，降低消费门槛，提振消费信心。

第二十条 支持金融机构、第三方支付平台等推广“一键和解”新模式，将放心消费培育融入移动支付、聚合收款码等实用性强、消费者感知度高的数字化场景，提高放心消费相关标识和承诺的曝光度，打通经营者培育和消费者维权的闭环。

第二十一条 将放心消费培育与提振消费工作紧密结合，加强对放心消费单元和集聚区的资源整合和市场化运营，创新打造放心消费主题的消费新场景、新路线、打卡点，支持纳入消费券使用范围、展销会、购物节、文旅节、演出、赛事等各类促消费政策和重大活动中，同频共振释放消费潜力。

第二十二条 支持各类媒体开设放心消费专题专栏，制作放心消费公益广告，宣传推广放心消费品牌和标杆，提高放心消费品牌在全社会的显示度和美誉度。

第二十三条 支持消协组织、行业组织开展放心消费标杆及典

型案例征集活动，选树一批承诺内容实、履行效果好、社会反响佳的标杆主体及优秀案例，通过现场经验推广、成果发布、媒体宣传等方式发挥示范引领作用。

第五章　约束机制

第二十四条 县级市场监管部门应当加强对本区域内放心消费单元和集聚区的跟踪评估，将放心消费基本条件和履行承诺情况纳入“双随机”综合监管事项，并依托智慧监管手段动态监测，对发生退出情形的及时识别和处理。

地市级、省级市场监管部门应当加强对下级市场监管部门的指导和监督，发现未按要求及时退出的，可以直接予以退出。

第二十五条 市场监管部门依托全国放心消费培育模块为消费者提供在线评价渠道，推动与电商平台、导航软件等信息共享，多方位展现消费者评价状况。鼓励放心消费集聚区管理方依托自身公众号、小程序等，提供消费者在线评价渠道。

第二十六条 充分发挥消协组织、行业协会商会、新闻媒体、专家学者、志愿者、社区工作者等社会监督评价作用，积极探索推广放心消费观察员、放心消费体验试验、行业自律联盟等，不断提升放心消费单元和集聚区培育质量。

第二十七条 放心消费单元和集聚区发生以下情形的，市场监管部门予以退出并在线公示；经营者不得继续使用放心消费承诺标识或以放心消费名义开展商业活动：

（一）已不符合第六条、第七条的放心消费基本条件，或者近1年内经核实3次以上未能履行放心消费承诺的。

（二）发生重大负面舆情、重大安全事故、群体性消费维权事件，造成不良影响的；集聚区入驻商家发生上述情形，但管理方确已尽到管理义务、依法无需承担法律责任并积极协助消费者解决争议的除外。

（三）受到市场监管部门约谈、通报批评、消费警示等，且拒不整改或者在规定期限内未整改到位的。

（四）投诉举报异常增长或者投诉举报率明显上升，对消费者敷衍塞责、拒不配合行政调解、怠于履行售后责任的。

（五）经营者自愿退出放心消费承诺或者停业、注销的。

放心消费单元和集聚区已退出满1年且符合基本条件的，可以再次按照本指引参与放心消费培育。

第二十八条 各地市场监管部门发现经营者履行放心消费承诺不到位但尚不符合退出情形的，应当及时指导改进；对仍不整改的予以退出，并将退出情况予以公示。

第六章　工作要求

第二十九条 各级市场监管部门要加大放心消费培育的工作力度，整合各层级、各条线、各方面资源，明确路线图、时间表和标志性成果，分类施策、以点带面、梯次推进，通过放心消费单元和集聚区的标杆引领，带动消费环境从量变到质变。

第三十条 各级市场监管部门对已创建的放心消费示范单位，应当按照本指引的培育流程进行存量转化。对已经不符合基本条件或者存在退出情形的，应当及时清理相关标识；对符合基本条件的可以直接成为放心消费单元和集聚区并纳入全国放心消费培育，不再重复开展培育过程，切实为企业和基层减负。

第三十一条 各省级市场监管部门可以结合实际情况，细化培育标准、流程和层级，合理安排培育工作计划和重点方向；但不得简单以挂牌贴牌、摊派指标等方式代替实质性培育过程，也不得违规开展评比达标表彰和创建示范活动。集聚区管理方不得强制或者变相强制入驻商家参与放心消费培育。

第三十二条 以其他部门为主监管的行业领域，市场监管部门可以联合有关行业主管部门开展放心消费培育。支持各地市场监管部门开展区域一体化培育、跨区域消费环境联建、放心消费乡村联建等，打造放心消费区域品牌，服务区域重大战略。

第七章 附 则

第三十三条 已将放心消费创建活动保留为省级创建示范、评比表彰、达标认定等项目的地区，可以另行制定专门程序；专门程序未作要求的，可以参照本指引执行。

第三十四条 本指引自印发之日起实施，由市场监管总局负责解释，并根据工作需要适时更新。

市场监管总局办公厅　　2026年8月21日印发