

# 团 体 标 准

T/NHFA 16—2026  
T/SHUNDEFA 8—2026  
T/FSFA 7—2026

## 家具行业放心消费承诺单位创建指南

Guidelines for establishing consumer assurance commitment organization in the  
furniture industry

2026 - 01 - 23 发布

2026 - 01 - 23 实施

佛山市南海区家具行业协会  
佛山市顺德区家具协会 发布  
佛山市家具行业协会



## 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 原则 .....	1
4.1 自愿加入 .....	1
4.2 公开承诺 .....	1
4.3 共建共治 .....	2
4.4 鼓励创新 .....	2
5 创建内容 .....	2
5.1 制度建设 .....	2
5.2 场所 .....	2
5.3 人员管理 .....	3
5.4 诚信经营 .....	3
5.5 维权保障 .....	3
6 创建方法 .....	3
7 宣传推广 .....	4
8 动态管理 .....	4
8.1 配合监督 .....	4
8.2 持续改进 .....	4
8.3 退出、变更 .....	4
附录 A（资料性） 家具行业放心消费承诺单位自评表 .....	6

## 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。

本文件由佛山市南海区家具行业协会、佛山市顺德区家具协会和佛山市家具行业协会提出并归口。

本文件起草单位：广东省佛山市质量技术监督标准与编码所、佛山市南海区家具行业协会、佛山市顺德区家具协会、佛山市家具行业协会、佛山维尚家具制造有限公司、广东林氏家居股份有限公司、广东宜奥家居集团有限公司、佛山市赛可度家具有限公司、佛山市迪奥比家具有限公司、佛山市南海区市场监督管理局、佛山市源田床具机械有限公司、佛山市置尚攀智能科技家具有限公司、广东省澳舒健家具制造有限公司、广东精一家具股份有限公司、广东韦富家居科技股份有限公司、佛山市前进家具有限公司、佛山市虹桥家具有限公司、广东顺德富凯家具有限公司、广东金龙恒家居有限公司、佛山市维格家具制造有限公司、佛山市菲丽蒙特家具有限公司、佛山市漫朴家具有限公司、佛山市三顾家具有限公司、佛山市顺德区美柔洁家居用品有限公司、佛山市顺德区卡琳家具有限公司、广东顺德皓匠家具有限公司、广东博领智能家居科技有限公司、佛山市头等仓酒店家具有限公司、佛山和家供应链管理有限责任公司、广东领梦科技实业有限公司、佛山市穗龙家具有限公司、佛山市吕克智能家具有限公司、佛山市正瑞家具有限公司、广东富美家具实业有限公司、广东科优韵智能家居有限公司、佛山市腾科家具有限公司、佛山市金恒隆家具有限公司、佛山市旋得利科技有限公司、广东雅柏家具实业有限公司、佛山誉境家居有限公司、佛山市南海区世纪隆五金制品有限公司、佛山和师傅家居有限公司、佛山市爱意家居用品有限公司、佛山市磐钢五金有限公司、佛山市南海金贤华家具实业有限公司、佛山市巨欧家具制造有限公司、佛山市珍美之家家具有限公司、广东耀展升宸智能家居科技有限公司、佛山市聚联家居有限公司、广东鲸广物流科技有限公司、广东文豪家具有限公司、佛山市帝栢家具有限公司、佛山市高尔顿家具有限公司、佛山市顺德区华伦蒂诗家具有限公司、佛山市南海格美天雅家具有限公司、广东迪奥比科技有限公司、佛山市美童儿童桌椅有限公司、佛山市宜奥科技实业有限公司、广东宜骏科技有限公司、佛山市带来幸福家具有限公司、广东名派家具有限公司、佛山市南海区名方家具制造有限公司、佛山市益轩家具有限公司。

本文件主要起草人：何颖嘉、吴星宇、温佩佩、麦华浩、蔡卫旭、李云、黄梓麒、刘杭辉、黄国维、王显丰、周怀章、李肖、谭尚恩、周力、欧桥峰、梅桂能、温琪欣、朱政臣、张伟明、谭光勇、左伯良、李畅驰、黄豪昌、王书福、黄浩鹏、何海、杨尧、郑焯君、陈安民、彭青松、刘振飞、王稳根、赵梓跟、崔智豪、陈秋媚、曾少文、周敏、刘顺辉、陈锦芬、何启华、崔称文、贺琴丝、廖家军、叶传贵、曾昭健、刘晓惠、梅兆行、崔友维、王俊、崔纯维、张杰棋、王文均、胡嘉伟、邓胜锦、钟石军、周伟健、李恒训、薛恒江、朱健、沈才前、彭书伟、冯瑞强、崔旨桃。

# 家具行业放心消费承诺单位创建指南

## 1 范围

本文件确立了家具行业放心消费承诺单位的创建原则，提供了创建内容、创建方法、宣传推广、动态管理等方面的指导。

本文件适用于家具行业放心消费承诺单位的创建及管理。

## 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/T 15566.1 公共信息导向系统 设置原则与要求 第1部分：总则  
GB/T 17242—2025 投诉处理规范  
GB 17927 家具阻燃性能安全技术规范  
GB 18584 家具有害物质限量  
GB/T 18883 室内空气质量标准  
GB 28007 婴幼儿及儿童家具安全技术规范  
GB 28008 家具结构安全技术规范  
GB/T 37652—2019 家具售后服务要求  
T/FSFA 2、T/NHFA 11、T/SHUNDEFA 3 家具产品交付服务规范  
T/FSFA 4、T/NHFA 13、T/SHUNDEFA 5 家具产品质量分级规范  
T/FSFA 5、T/NHFA 14、T/SHUNDEFA 6 家具产品标签标识规范  
T/FSFA 6、T/NHFA 15、T/SHUNDEFA 7 家具行业商业秘密保护指南

## 3 术语和定义

GB/T 37652—2019界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

### 3.1

**放心消费承诺单位** consumer assurance commitment organization

符合相关条件，以提升消费环境安全度、经营诚信度和消费者满意度为目的，通过主动承诺提升消费环境、规范经营行为、开展消费维权服务和消费教育活动等，满足消费者安全、舒心和满意等需求的经营主体。

### 3.2

**消费维权服务站** consumer rights service station

符合相关条件，由经营者自愿提出设立申请，接受相关主管部门的管理和指导，旨在落实经营者消费维权主体责任，加强消费者合法权益保护的工作站。

## 4 原则

### 4.1 自愿加入

经营者自主参与“放心消费承诺”活动，自觉履行承诺内容。

### 4.2 公开承诺

放心消费承诺单位主动公开承诺内容。

T/NHFA 16—2026  
T/SHUNDEFA 8—2026  
T/FSFA 7—2026

### 4.3 共建共治

政府机构、行业组织、经营者和社会各界共同参与放心消费体系建设和监督。

### 4.4 鼓励创新

鼓励放心消费承诺单位建立消费者权益保障创新机制，提升服务质量。

## 5 创建内容

### 5.1 制度建设

- 5.1.1 根据工作需求制定与经营业态特点相适宜的创建方案，有明确的建设目标、具体任务、保障措施。
- 5.1.2 建立健全并有效落实产品质量控制和追溯、产品销售、售后服务、缺陷产品召回、消费投诉处理、消费纠纷突发事件应急处理和服务评价等管理制度。
- 5.1.3 建立健全并有效运行质量管理体系、企业诚信管理体系和服务质量评价体系等管理体系。

### 5.2 场所

#### 5.2.1 安全措施

- 5.2.1.1 经营场所的地面、楼梯、台阶、斜坡等进行防滑处理。
- 5.2.1.2 各楼层配备充足的消防设施设备，陈列易燃产品的展厅、公共活动区域和其他有需要的场所宜设自动报警或喷淋设备，定期检查和维修全部消防设施设备。
- 5.2.1.3 经营场所各楼层醒目位置设置消防安全标志、应急照明、安全疏散图和疏散指引标识，所有通道和安全出口保持畅通无阻。
- 5.2.1.4 制定突发事件预案，定期组织经营者和工作人员进行安全、消防培训和应急事项演练。
- 5.2.1.5 经营场所的公共活动区域、出入口等重点区域安装 24 小时安保系统，并配备安保人员不定期进行安全巡查。
- 5.2.1.6 室内的电器线路按照有关规定铺设，不乱拉乱接和裸露；电源安装漏电保护装置，电源线合理隐藏或固定。

#### 5.2.2 环境、布局

- 5.2.2.1 经营场所整体整洁卫生、光线充足，无异味、无污水污物、无乱建、无乱堆乱放现象。
- 5.2.2.2 室内保证良好通风，空气质量达到 GB/T 18883 的要求。
- 5.2.2.3 经营场所根据不同功能和经营需要划分相对独立的区域，布局合理，整体风格协调一致。

#### 5.2.3 设施设备

- 5.2.3.1 经营场所设置足够的公共活动空间、公共厕所、自助服务设备和特殊人群服务设施等服务保障设施设备；鼓励设置客户休憩区，并配备沙发、椅子等休息设施和饮用水。
- 5.2.3.2 鼓励经营场所外提供停车位，有条件的配备充电桩，并参照 GB/T 15566.1 设置指示标志，进行人车分流管理。
- 5.2.3.3 经营场所设服务（咨询）中心，为消费者提供便捷的咨询服务和消费维权投诉指引。
- 5.2.3.4 经营场所醒目位置设置服务意见箱，提供便捷的投诉反馈渠道。
- 5.2.3.5 宜指定一个相对固定的区域作为和解（调解）室，专门接待和处理消费投诉纠纷。
- 5.2.3.6 鼓励建设与经营类型相配套的智能管理系统，配置 AI 智能服务设备，配套或升级数字化设施，提供智慧化便民服务。

#### 5.2.4 服务指引

- 5.2.4.1 宜按照 GB/T 15566.1 的要求在经营场所公共出入口、楼层出入口和主要通道等醒目位置标识服务导向指引，图案和字迹清晰、易于辨认，引导消费者快速到达服务区域。
- 5.2.4.2 在公共活动区域醒目位置公示服务承诺内容、消费维权投诉流程和方式、监督举报热线等信息，为消费者进行消费维权提供清晰指引。

5.2.4.3 按照 T/FSFA 2、T/NHFA 11、T/SHUNDEFA 3 的要求向客户提供清晰的产品交付服务指引。

### 5.3 人员管理

5.3.1 配置与经营规模、服务内容相匹配的岗位和工作人员，明确岗位职责。

5.3.2 规范工作人员仪容仪表、文明用语、行为举止。

5.3.3 每年对工作人员开展培训不少于 1 次，使其具备与岗位要求相适应的专业素质和服务能力，培训内容包括但不限于：

a) 上岗前或岗位变动时进行岗前培训，培训内容包括但不限于法律法规、职业道德、业务能力、服务规范和作风建设等内容，通过考核方可上岗；

b) 鼓励工作人员参加政府部门或行业组织举办的业务能力培训。

5.3.4 工作人员变动时做好工作交接，确保工作和服务的连贯性和持续性。

5.3.5 建立考核评价机制，定期对工作人员进行考核，将考核评价结果与其绩效、晋升或评优等挂钩。

### 5.4 诚信经营

#### 5.4.1 商品质量

5.4.1.1 确保商品符合 GB 17927、GB 18584、GB 28007、GB 28008 和相关产品标准的要求。

5.4.1.2 不提供假冒伪劣商品、“三无”产品、来源不明商品和缺陷商品，不以假充真、以次充好、掺杂掺假。

5.4.1.3 鼓励产品按照 T/FSFA 4、T/FSFA 5、T/NHFA 13、T/NHFA 14、T/SHUNDEFA 5、T/SHUNDEFA 6 对产品进行质量分级和标识。

5.4.1.4 鼓励建设产品质量追溯系统，通过产品赋码实现产品追溯和信息查询，为消费者快速了解产品提供便捷方式。

#### 5.4.2 规范经营

5.4.2.1 经营场所证照齐全、亮证亮照，依据相关规定自觉履行商品质量查验、不合格商品退市、召回、销毁等责任和义务。

5.4.2.2 产品宣传时，确保产品内容真实、准确，不使用虚假、引人误解等宣传语，不进行夸大、误导宣传。

5.4.2.3 按照 T/FSFA 2、T/NHFA 11、T/SHUNDEFA 3 的要求向客户提供产品交付、配送、安装、保养等全流程服务，并根据消费者需求提出适当建议。

5.4.2.4 服务过程中与消费者保持良好沟通，根据消费者的需求和合理化建议，提出建设性方案。

5.4.2.5 销售商品或提供服务时明示价格，最终结算与公示价格一致，不虚假宣传、不作不实承诺。

5.4.2.6 销售商品时明确三包服务范围和实施流程，依据 GB/T 37652—2019 第 4.2 条履行三包服务。

5.4.2.7 收费性的售后服务提前向消费者明示，并以消费者自愿接受为原则。

5.4.2.8 建立并留存完整的销售和售后服务档案，保存年限与产品质保年限一致。

### 5.5 维权保障

5.5.1 设专门（兼职）机构或人员，负责消费投诉的受理、接待、跟进和处理；鼓励依据有关规定设消费维权服务站。

5.5.2 建立便捷、有效的投诉、举报机制，主动公示消费维权信息，明确消费维权渠道，及时响应和处理投诉、举报，主动与消费者协商和解。

5.5.3 宜针对不同产品种类、投诉的严重及缓急程度分级应对，及时制定处理方案。

5.5.4 参照 GB/T 17242—2025 的投诉处理程序 and 解决争议途径处理投诉纠纷。

5.5.5 消费纠纷、投诉处理后，对消费者进行回访并保存回访记录。

5.5.6 依据 T/FSFA 6、T/NHFA 15、T/SHUNDEFA 7 和相关规定采取有效措施保护消费者隐私，不将消费者信息泄露给第三方。

5.5.7 鼓励建立“先行赔付”“异地购买本地退货”“7 天无理由退货”等创新机制。

## 6 创建方法

6.1 创建单位自主向注册地的所属主管部门或消费者委员会提出参与“放心消费承诺”活动的申请。申请材料包括：

- a) 放心消费承诺单位申请表；
- b) 放心消费承诺表；
- c) 申报单位的营业执照；
- d) 申报单位的国家企业信用信息公示系统查询报告；
- e) 申报单位场所、人员等相关佐证材料；
- f) 按照规定需要提供的其他材料。

6.2 通过审核获得“放心消费承诺单位”称号的创建单位，自觉履行承诺内容、接受社会各界和行政部门的监督、积极配合开展宣传。

## 7 宣传推广

7.1.1 主动引导理性消费和解决消费纠纷，在开展经营活动时主动宣传消费维权法律法规、消费维权方法等。

7.1.2 宜在经营场所或门户网站的显著位置规范展示“放心消费承诺单位”标识，营造放心消费创建氛围。

## 8 动态管理

### 8.1 配合监督

8.1.1 自觉接受社会各界和消费者对履行承诺内容进行共同监督，收集改进意见。

8.1.2 主动接受消费者权益保护机构的监督和指导。

8.1.3 主动配合有关部门开展日常监督检查，并对监管中提出的整改意见在限期内完成整改。

### 8.2 持续改进

8.2.1 主动开展消费者满意度测评和消费者意见收集，不断改进服务质量。

8.2.2 发生严重投诉时，及时组织相关部门开展有针对性的分析和评估，制定改进方案，避免同类投诉再次发生。

8.2.3 每年定期开展承诺内容履行效果自评（自评表参见附录 A），根据自评结果制定服务质量改进措施，并对改进措施的实施成效进行跟踪记录，持续优化服务质量。

### 8.3 退出、变更

8.3.1 放心消费承诺单位有以下情况时，主动申请退出或变更：

- a) 拟退出“放心消费承诺”活动；
- b) 经营主体办理营业执照注销登记或经营期限届满；
- c) 经营主体名称、地址或联系人等信息发生变更。

8.3.2 在日常监管中，放心消费承诺单位在承诺期内有以下行为之一的，可撤销其称号：

- a) 申报材料隐瞒真实情况或弄虚作假；
- b) 被列入经营异常名录（经营异常状态）或企业失信“黑名单”；
- c) 在经营中有违法违规行为并被行政处罚或受到司法追究；
- d) 发生重大安全、质量事故，产生不良社会影响；
- e) 发生重大群体性投诉事件，造成社会危害；
- f) 故意不落实承诺内容或落实承诺不到位，经劝导仍不改正的或一年内 3 次被投诉举报经查属实；
- g) 针对监管中提出的整改意见，限期整改不达标；
- h) 出现注销、破产等不能正常经营情形；
- i) 其他可撤销的情形。

8.3.3 主动退出或被撤销称号的经营者不再继续使用“放心消费承诺单位”标识，不再以“放心消费

承诺单位”的名义对外开展宣传活动。

全国团体标准信息平台

附 录 A  
(资料性)  
家具行业放心消费承诺单位自评表

表A.1适用于家具行业放心消费承诺单位创建的自评。家具行业放心消费承诺单位宜满足基本项的全部内容。

表 A.1 家具行业放心消费承诺单位自评表

序号	评估指标	评估内容	评分细则	分值	指标类型	得分	自评说明
1	一、管理机制	配备管理人员	创建单位主动履行消费环境安全管理责任（2分）	2	基本项		
			成立专职机构，并任命人员和明确职责分工，对接政府相关部门配合开展放心消费创建活动（2分）	2	鼓励项		
2	一、管理机制	制定建设方案	有编制放心消费承诺单位创建建设方案、符合经营业态特点，目标明确，具体任务细化可行（3分）	3	基本项		
3		建立管理制度	1) 有建立诚信经营、消费投诉处理和消费纠纷突发事件应急处理等相关管理制度。（6分，缺一项扣2分）	6	基本项		
			2) 根据自身情况和便于消费者权益保护需求，创新建立其他放心消费承诺相关管理制度（2分）	2	鼓励项		
4	二、宣传培训	营造创建氛围	1) 有放心消费承诺单位创建动员会及创建活动（2分） 2) 使用放心消费承诺单位形象标识（2分）	4	基本项		
			3) 结合本身的视觉形象标识设置宣传物料，打造富有特色的放心消费承诺单位宣传形象（2分） 4) 有效公开承诺内容、消费投诉指引等放心消费承诺创建工作内容，提升知晓率（2分）	4	鼓励项		
5	二、宣传培训	加强载体宣传	创新方式多渠道广泛发布消费维权服务的工作动态、放心消费承诺单位创建相关活动过程、成果（4分）	4	鼓励项		
6		提炼总结经验	向相关部门报送可推广可借鉴的创建经验和成果绩效（3分，每一篇加1分）	3	鼓励项		

表A.1 家具行业放心消费承诺单位自评表（续）

序号	评估指标	评估内容	评分细则	分值	指标类型	得分	自评说明
7	三、诚信经营	守法诚信经营	1) 证照齐全, 亮证亮照, 严格执行消费者权益保护、产品质量和食品安全等相关法律法规和行业规范, 自觉履行商品进货查验、不合格商品退市、召回、销毁等责任义务 (2分) 2) 不销售假冒伪劣商品、“三无”产品、侵犯知识产权产品, 严格落实商品“三包”政策和相关规定 (2分) 3) 明码标价, 无虚假宣传, 无欺诈行为 (2分) 4) 自觉接受行政主管部门和消费者监督 (2分)	8	基本项		
8		消费风险管控	1) 对消费者进行虚假或者引人误解的宣传以及其他情节严重的违法违规行为被行政部门处罚的商户, 鼓励有法律约束关系的创建单位与其解除合同, 清除出场 (2分)	2	基本项		
			2) 构建信用惩戒机制, 通过制度规制和行业自治, 防范和减少违法生产经营行为 (2分) 3) 开展消费风险预警提示 (2分)	4	鼓励项		
9		推行激励评价	对进驻商户或服务网点开展信用评价, 将依法经营、货真价实、公平竞争、明码标价、价质相符等纳入诚信评价指标, 定期或不定期表彰诚信经营商户或服务网点 (6分)	6	鼓励项		
10		配置服务资源	1) 具备处理消费投诉所必需的场所、机构、人员 (2分) 2) 在显著位置公示“12345/12315”等政府相关部门投诉举报电话、创建单位投诉维权电话和维权流程 (2分)	4	基本项		
			3) 服务现场设置投诉举报箱 (1分)	1	鼓励项		
11	四、消费维权服务	落实先行和解	1) 设立消费投诉受理点, 配置人员负责消费纠纷处理工作 (2分) 2) 主动参与“放心消费承诺”活动 (2分)	4	基本项		
			3) 设立消费维权服务站, 优化消费投诉快速反应机制 (3分) 4) 鼓励和引导有条件的经营者加入在线消费纠纷解决 (ODR) 等便捷服务机制, 提供消费者投诉维权入口, 便捷处理消费者的投诉, 从源头化解消费纠纷 (3分)	6	鼓励项		
12		建立创新机制	1) 推行先行赔付 (1分) 2) 推行“异地购买本地退货” (1分) 3) 推行“7天无理由退换货” (1分)	3	鼓励项		
13		定期开展培训	1) 定期开展或参与产品质量、保护消费者权益等相关法律法规、政策的宣讲 (3分, 培训每场次加1分)	3	基本项		
			2) 定期对消费投诉处理岗位工作人员开展行业消费纠纷处理案例的宣讲或实操培训 (3分, 每场次加1分)	3	鼓励项		

表A.1 家具行业放心消费承诺单位自评表（续）

序号	评估指标	评估内容	评分细则	分值	指标类型	得分	自评说明
14	四、消费维权服务	开展满意度调查	有效开展消费者满意度测评和消费者意见收集活动（3分）	3	鼓励项		
15		建立专家团队	涉及技术鉴定、法律、会计等专业性问题的行业，提倡从行业内筛选具备资质的专家组成专家组，为维权服务提供技术鉴定或者法律、会计等专业性咨询服务（3分）	3	鼓励项		
16	五、消费环境	维护良好消费环境	1) 经营场所整体环境卫生整洁，无脏乱差、无乱张贴等现象（1分） 2) 经营场所布局合理，配置满足服务需求的功能区域（2分） 3) 经营场所道路畅通，无乱停乱放（2分） 4) 经营场所内无扰乱正常经营秩序的行为（1分）	6	基本项		
17		硬件设施建设	1) 在重点区域、场所安装摄像头等监控装置（2分） 2) 在场所内醒目位置、人流较多的地方设立固定的宣传栏、电子显示屏或广播（2分）	4	基本项		
18		开展消费维权教育	建设消费教育基地，开展体验式消费教育活动，持续提升消费者参与度（5分）	5	鼓励项		
19		配合监管	有政府部门的监督检查和执法检查配合的工作记录。（5分）	5	基本项		
20	加分情形		1) 配合相关部门开展放心消费建设，工作有创新、有成效，获得各级荣誉称号的，酌情加（5分） 2) 放心消费做法被市级以上主要媒体正面报道或在政府组织的推广活动中分享经验（5分）	10	/		
<p><b>注1：</b>“自评说明”栏中，创建单位逐项详细、清晰描述工作过程和成果，附佐证材料。合理缺项说明具体原因，该项判为满分。</p> <p><b>注2：</b>总分（含加分项）60分为基准线，低于该分数的视情况加大放心消费承诺单位创建工作力度。</p>							