

T/HZPH

黄山市质量品牌促进会团体标准

T/HZPH 00X—2026

放心消费“真不二价”经营单位培育规范

Cultivate specification for trustworthy consumption "genuine and fixed price"
business unit

(征求意见稿)

2026 - XX - XX 发布

2026 - XX - XX 实施

目 次

前言	II
引言	III
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	2
6 培育要求	2
7 培育程序	4
8 监督管理	5
9 鼓励引导	5
附录 A（资料性） 放心消费“真不二价”经营单位培育申报表	6
附录 B（规范性） 自我承诺书	7
附录 C（资料性） 放心消费“真不二价”经营单位认定规则	8
附录 D（规范性） 放心消费“真不二价经营主体（店）”Logo	10
参考文献	11

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。

本文件由黄山市市场监督管理局、黄山市消费者权益保护委员会提出。

本文件由黄山市质量品牌促进会归口。

本文件起草单位：

本文件主要起草人：

本文件首次提出与发布。

引 言

徽州文化博物馆藏有清代徽商詹成圭笔墨店文房用品价目单，载明“不二价”；清末徽商胡雪岩创立胡庆余堂，立“真不二价”金字招牌，彰显货真价实、童叟无欺。为传承徽商“戒欺、律己、守诺、重信”经营理念，弘扬“真不二价”诚信传统，黄山市于2023年出台专项工作方案，率先开展放心消费“真不二价”店推荐评选活动。经过两年多的实践探索，成功形成一套可复制、可推广、可落地的成熟培育模式，成为全市放心消费创建的标杆经验，为深入推进黄山市放心消费创建，打造地域特色消费品牌，规范“真不二价”经营单位培育、认定与管理，保障消费者合法权益，制定本文件。

本文件为全市食、住、行、游、购、娱等领域放心消费“真不二价”经营单位培育提供统一规范，建立公开、公平、公正的培育与动态管理机制，形成可复制、可推广的放心消费培育模式，推动全市放心消费培育工作从“点上开花”向“面上结果”全面升级。

放心消费“真不二价”经营单位培育规范

1 范围

本文件规定了放心消费“真不二价”经营单位培育的基本原则、基本条件、培育要求、培育程序、监督管理、鼓励引导等内容。

本文件适用于提供商品或者服务的市场经营单位放心消费“真不二价”的培育、评价与管理,也可供经营单位内部质量提升、服务改进与合规自查参照使用。

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 44904 售后服务 无理由退货服务规范

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

真不二价 genuine and fixed Price

经营主体(店)坚守徽商“戒欺、律己、守诺、重信”的传统理念,以货真价实、童叟无欺为准则,对提供的商品或者服务实行明码实价、无虚价、无欺诈的诚信经营方式。

3.2

放心消费“真不二价”经营单位 trustworthy consumption“genuine and fixed price” business unit

依法登记、信用良好,全面落实价格诚信、质量安全、服务规范、维权高效要求,经认定并授牌的市场经营主体(店)。

3.3

培育主体 cultivating entitie

自愿参与培育,按本文件完成规范化建设,拟申报“放心消费‘真不二价’经营主体(店)单位”的合法经营主体(店)。

3.4

先行赔付 advance compensation

消费者在无法及时获得应承担实体义务的经营单位赔偿时,由相关第三方先行对消费者进行赔偿,再由该第三方向应承担实体义务的经营主体(店)追偿的一种机制。

3.5

ODR 单位 online dispute resolution unit, ODR

通过全国 12315 平台开展在线消费纠纷和解的单位。

4 基本原则

4.1 自愿参与

经营单位自主申报、自愿承诺、自主对标提升。

4.2 公平公正

标准统一、程序公开、结果公示,接受社会监督。

4.3 动态管理

定期复评、能进能出、失信退出。

5 基本条件

5.1 主体资质

5.1.1 依法在行政区域内登记设立，经营期限自营业执照载明的成立日期起满2年及以上。

5.1.2 经营范围符合国家及地方法律法规相关规定，无超范围经营行为。

5.2 经营条件

5.2.1 具有固定的经营场所，经营场所地址与营业执照登记地址一致。如需变更地址，应按规定完成变更登记。

5.2.2 经营场所及设施应符合保障人身、财产安全的要求，符合国家及地方关于安全、消防、卫生、环保、特种设备等相关要求，应取得相关行业必备的行政许可或备案。

5.3 信用与安全

近2年内信用状况良好，无下列情形：

——发生产品质量、食品药品、特种设备、消防安全等责任事故，造成人员伤亡或严重财产损失的；

——存在侵害消费者权益行为，被主流媒体曝光、引发群体投诉或集体维权、被提起消费民事公益诉讼；

——被列入经营异常名录、存在不良失信记录，且未按规定移出或未完成信用修复；

——法人代表或负责人被列入严重违法失信名单。

6 培育要求

培育主体在培育期内（通常为3-6个月）应达到以下全部标准，培育期从县级及以上消费者权益保护委员会（以下简称消保委）确定初选入围名单之日起计算。

6.1 戒欺：价格与质量管控

6.1.1 价格诚信

6.1.1.1 应按照国家有关规定，以显著方式标明商品的名称、价格和计价单位或者服务的项目、内容、价格和计价方法等信息，做到价签价目齐全、货签对位、标识清晰醒目；价格变动时，应及时更新。

6.1.1.2 不得实施虚标价格、价外加价、串通定价等不正当价格行为。

6.1.1.3 促销活动应提前公示规则、期限、范围、退换货政策，结束后应及时恢复原价。

6.1.1.5 旅游旺季、法定节假日应提前30d向社会公示调整的价格，涨幅合理合规，接受社会监督。

6.1.2 质量管控

6.1.2.1 应保证提供的商品或者服务具有的质量、性能、用途和有效期限；应保证提供的商品或者服务的实际质量与表明的质量状况相符。

6.1.2.2 应落实进货查验、索证索票等制度，全流程可追溯。

6.1.2.3 不销售过期、变质、伪劣、“三无”、假冒侵权商品。

6.1.2.4 提供商品或者服务质量与宣传一致，不做虚假、夸大、误导性宣传。

6.2 守信：诚信与守法经营

6.2.1 消费公平

- 6.2.1.1 对消费者应一视同仁，不得歧视性与差别化服务。
- 6.2.1.2 不得以暴力、胁迫、限制人身自由等方式或者利用技术手段强制或者变相强制消费者购买商品或者接受服务。
- 6.2.2 计量诚信
 - 6.2.2.1 计量器具应经法定计量检定机构检定合格并在有效期内，保证计量器具完好、准确、可靠。
 - 6.2.2.2 应按照规定规范计量操作，计量准确，不得短斤缺两。
- 6.2.3 宣传诚信
 - 6.2.3.1 提供商品或者服务的广告、宣传资料、推广信息应真实、合法、准确，符合《中华人民共和国广告法》等相关法律法规要求。
 - 6.2.3.2 不得进行虚假宣传、夸大宣传、误导性宣传，不得隐瞒提供商品或者提供服务的关键信息，不得作出无法兑现的虚假承诺。
 - 6.2.3.3 通过线上平台（电商平台、社交媒体、小程序等）宣传的内容，应与线下实际经营状况保持一致。
- 6.2.4 契约诚信
 - 6.2.4.1 向消费者提供的商品或者服务，应按相关法律法规规章履行义务。
 - 6.2.4.2 不得设立不公平、不合理的交易条件。
 - 6.2.4.3 与消费者有约定的，应按照约定履行义务，双方的约定不得违背法律法规的规定。
- 6.3 律己：服务优质与售后无忧
 - 6.3.1 无理由退货
 - 6.3.1.1 应执行 GB/T 44904 相关规定，退货期限不少于 7 个工作日；特殊品类可按国家规定另行约定。
 - 6.3.1.2 在经营场所醒目位置及线上经营平台，应公示无理由退货规则。
 - 6.3.1.3 不设置不合理退货门槛，不拖延、不拒绝合法退货请求；落实三包义务，退款应及时足额支付。
 - 6.3.2 客诉处理
 - 6.3.2.1 在经营场所醒目位置及线上经营平台，公示投诉举报电话（含全国 12315 热线）及负责人联系方式。
 - 6.3.2.2 接到消费客诉应及时处理；接到 12345 或 12315 转办的投诉应在 5 个工作日内完成；投诉办结率 100%。
 - 6.3.2.3 应建立投诉台账，如实记录。
 - 6.3.3 先行赔付
 - 6.3.3.1 鼓励设立先行赔付资金专户，确保发生消费纠纷时能够快速响应、及时赔付。
 - 6.3.3.2 鼓励接入 ODR 在线纠纷解决，线上和解率 $\geq 90\%$ 。
 - 6.3.3.3 应配合消保委与相关部门组织的纠纷调解，自觉履行调解协议。
- 6.4 放心：环境与社会责任
 - 6.4.1 环境管理
 - 6.4.1.1 经营场所应保持干净、整洁、有序、明亮，环境卫生应符合国家及地方相关要求。

6.4.1.2 经营场所的设施设备配置齐全、运行正常，消防设施、应急照明、疏散通道、安全警示标识等应符合相关安全管理规定。

6.4.1.3 应建立常态化的经营环境与安全管理机制，及时消除安全隐患，为消费者提供安全、舒适的消费环境。

6.4.2 社会责任

6.4.2.1 应依法纳税，保障从业人员合法权益。

6.4.2.2 应积极参与公益事业、志愿服务及放心消费培育等活动。

6.4.2.3 应维护消费者合法权益和公益服务，树立负责任、守信用、有担当的市场主体形象，发挥行业示范作用。

7 培育程序

放心消费“真不二价”经营单位培育工作按照发布通知→自愿申报→资格审查→对标培育→考核认定→命名授牌的程序开展，由县级及以上消保委牵头组织实施。

7.1 发布通知

消保委结合本地实际，面向辖区内食、住、行、游、购、娱等行业经营单位，公开发布培育通知，明确培育目标、申报条件、申报材料、申报时限及相关事宜。

7.2 自愿申报

7.2.1 符合本文件 5 章基本条件的经营单位，自愿向所在地消保委提交申报表（见附录 A）及相关佐证材料。

7.2.2 培育主体在提交申报材料时，应签署自我承诺书（见附录 B）。

7.2.3 申报材料应真实、完整、有效，不得弄虚作假。

7.3 资格审查

7.2.4 所在地消保委在收到申报材料后 15 个工作日内完成资格审查。

7.2.5 资格审查重点核查申报培育主体的经营资质、经营期限、信用记录、守法经营状况、消费维权落实情况及申报材料的真实性、完整性。

7.2.6 对存在失信记录、违法违规行为、有效投诉频发且整改不到位，或提供虚假申报材料的申报培育主体，实行一票否决；对符合条件的申报培育主体，择优确定初选入围名单。

7.3 对标培育

7.3.1 对初选入围的培育主体，由所在地消保委联合相关部门组织开展标准化培训、一对一对标指导和精准帮扶。

7.3.2 培育主体应对照本文件培育要求，开展自查自纠，补齐短板。

7.4 考核认定

7.4.1 培育期满后，消保委联合相关部门按照统一认定标准与工作程序开展认定工作。

7.4.2 考核认定采取量化评分 + 综合评估的方式进行，90 分及以上为合格。认定方式包括但不限于：

- 现地检查：查看经营场所、价格标签、进货台账、制度建设、投诉记录、公示信息等，
- 暗访体验：以消费者身份体验商品购买、服务提供全过程，核查价格诚信、服务质量、消费公平等实际情况；
- 消费调查：随机访问消费者，开展满意度调查，了解消费者实际体验和评价。

7.5 命名授牌

7.5.1 拟命名的经营单位公示不少于 5 个工作日，无异议后授牌，并在官方平台公布名单。

7.5.2 应在经营场所显著位置明示统一牌匾，式样见附录 D。

8 监督管理

8.1 动态管理

8.1.1 对已命名的经营单位实行常态化日常监督与定期复评的动态管理机制。

8.1.2 每 2 年复评一次，复评合格保留命名，不合格撤销命名。

8.2 退出机制

出现下列情形之一，撤销命名、收回牌匾，1 年内不得重新申报：

- 营业执照被吊销、注销或停止经营 6 个月及以上；
- 发生价格欺诈、假冒伪劣、食品安全等严重违法违规行为；
- 不履行无理由退货、先行赔付承诺，一年内有效投诉 ≥ 3 次且拒不整改；
- 投诉办结率低于 90%，引发群体投诉或负面舆情；
- 伪造、涂改、转借认定牌匾；
- 其他严重损害消费者权益的行为。

8.3 社会监督

应接受消费者、媒体、社会各界监督。

9 鼓励引导

对认定的经营单位，宜通过政策支持、宣传推广、信用激励、服务指导、行业示范等方式予以鼓励引导，发挥示范引领作用，营造诚信经营、放心消费的良好环境。

附 录 B
(规范性)
自我承诺书

严格遵守国家相关法律法规规章,自觉履行消费维权主体责任,提供的商品或者服务实行明码实价、无虚价、无欺诈的诚信经营行为,全面落实提供的商品或者服务货真价实、质量安全、价格诚信、服务规范、维权高效,积极执行无理由退货、先行赔付、快速投诉处理等服务承诺;主动接受政府部门、社会各界及消费者监督,认真履行社会责任,共同营造安全放心、诚信有序的消费环境。

承诺单位(签名、盖章)

年 月 日

附 录 C

(资料性)

放心消费“真不二价”经营单位认定规则

培育项目与分值	认定内容	认定细则
(一) 戒欺：价格与质量管控 (30分)	对商品和服务实施严格的价格、质量管控，坚守货真价实、童叟无欺准则	<ol style="list-style-type: none"> 1. 应按照国家有关规定，以显著方式标明商品的名称、价格和计价单位或者服务的项目、内容、价格和计价方法等信息，做到价签价目齐全、货签对位、内容真实准确、标识清晰醒目；价格变动时，应及时调整。 2. 不得实施虚标价格、价外加价、串通定价等不正当价格行为。 3. 促销活动应提前公示规则、期限、范围、退换货政策，结束后应及时恢复原价。 4. 旅游旺季、法定节假日应提前 30d 向社会公示调整的价格，涨幅合理合规，自觉接受社会监督。 5. 应保证提供的商品或者服务应具有的质量、性能、用途和有效期限；应保证提供的商品或者服务的实际质量与表明的质量状况相符。 6. 不销售明令淘汰、过期变质、掺杂掺假等不合格商品，不伪造、冒用他人商标、厂名、厂址，不销售“三无”产品。 7. 建立服务质量管控体系，明确服务流程、标准、时限及考核要求；从业人员经岗前培训合格后上岗，文明、规范、优质服务，无欺诈性服务行为。
(二) 守信：诚信与守法经营 (30分)	恪守诚信理念、依法合规经营，强化计量管控，维护公平公正的消费市场环境	<ol style="list-style-type: none"> 1. 执行统一、规范、公开的商品销售和服务标准，对消费者一视同仁，无性别、年龄、职业等歧视性、差别化服务；不欺客、宰客、强制交易、强制捆绑消费，不设置消费门槛限制消费者合法权益。 2. 使用的计量器具经法定计量检定机构检定合格且在有效期内，定期维护、校准；计量操作规范，无短斤缺两、篡改计量数据等行为。 3. 提供的商品或者服务广告、宣传资料等真实、合法、准确、完整，符合《中华人民共和国广告法》；无虚假、夸大、误导性宣传，不隐瞒关键信息、不作无法兑现的虚假承诺；线上宣传与线下实际经营相一致。 4. 向消费者提供商品或者服务，按相关法律法规规章履行义务。 5. 不得设立不公平、不合理的交易条件。 6. 与消费者有约定的，应按照约定履行义务，双方的约定不得违背法律法规的规定。 7. 近 2 年内未发生重大产品质量、食品药品、特种设备、消防安全等责任事故，未造成人员伤亡或重大财产损失。 8. 近 2 年内无严重侵害消费者权益行为，未被主流媒体曝光、引发群体投诉 / 集体维权、被提起消费民事公益诉讼，无未完成信用修复的行政处罚。 9. 近 2 年内未被列入经营异常名录、严重违法失信名单，或已按规定移出并完成信用修复，无相关不良信用记录。 10. 法人代表或负责人无严重违法失信记录。

<p>(三) 律己: 服务优质与售后无忧 (20分)</p>	<p>健全优质服务体系和高效售后机制, 消费者权益保护工作成效显著</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 执行 GB/T44904 及国家相关规定, 依法作出无理由退货承诺, 退货期限不少于 7 个工作日 (特殊品类按国家规定约定并公示); 2. 在经营场所及线上平台醒目位置公示无理由退货规则。 3. 在经营场所及线上平台醒目位置规范公示投诉举报电话 (含 12315)、线上受理渠道及负责人联系方式; 4. 接到消费客诉应及时处理; 接到 12345 或 12315 转办的投诉应在 5 个工作日内完成; 投诉办结率 100%。 5. 应建立投诉台账, 如实记录。 6. 按规定设立先行赔付资金专户, 明确赔付条件、流程、时限及标准; 积极配合消保委与相关部门开展纠纷调解, 自觉履行调解协议; 7. 主动申请成为 ODR 单位, 完成全国 12315 平台注册备案, 配备线上纠纷处理人员。 8. 严格履行国家规定的修理、更换、退货“三包”义务, 售后服务及时、高效、优质。
<p>(四) 放心: 环境与社会责任感 (20分)</p>	<p>打造安全舒适消费环境, 自觉履行社会责任, 积极参与放心消费培育</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 经营场所干净、整洁、有序、明亮, 环境卫生符合国家及地方相关标准; 设施设备配置齐全、运行正常, 消防设施、应急照明、疏散通道、安全警示标识等符合相关安全管理规定; 建立常态化经营环境与安全管理机制, 明确专人负责, 及时消除安全隐患。 2. 在经营场所显著位置统一规范悬挂/张贴放心消费“真不二价”标识、诚信经营承诺书、价格公示牌、无理由退货规则、投诉渠道等信息; 线上经营平台在首页显著位置公示上述信息, 内容完整、字迹清晰、易于查阅, 信息变更及时更新, 不随意涂改、遮挡、撤除。 3. 自觉履行法定社会责任, 依法纳税, 保障从业人员合法权益, 遵守劳动用工相关法律法规。 4. 积极参与公益事业、志愿服务及放心消费等相关活动。 5. 积极发挥行业示范作用。
<p>(五) 退出情形 (一票否决)</p>	<p>存在违法违规、失信违约等情形, 取消培育 / 认定资格</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 申报材料弄虚作假、内容不属实的。 2. 发生价格欺诈、假冒伪劣、安全等严重违法违规行为, 造成不良社会影响的。 3. 存在欺诈、欺骗消费者的行为, 或欺客宰客、强制交易等情节严重的。 4. 对消费者的有效投诉消极推诿、拒不处置, 或未履行无理由退货等公开承诺, 一年内因同一问题被有效投诉超 3 次且查证属实、拒不整改的。 5. 被依法吊销营业执照, 或主动申请退出、停止经营的。 6. 出现本文件中 8.2 情况的。

注: 根据不同行业特点可制订具体的认定细则, 90分及以上为合格。

附录 D
(规范性)
放心消费“真不二价经营主体(店)” Logo



注：发放的《放心消费“真不二价”经营主体(店)》牌匾中应含此Logo。

参 考 文 献

1. 《中华人民共和国消费者权益保护法》
2. 《中华人民共和国产品质量法》
3. 《中华人民共和国价格法》
4. 《中华人民共和国食品安全法》
5. 《中华人民共和国广告法》
6. 《无证无照经营查处办法》
7. 黄消保委〔2023〕8号 黄山市放心消费“真不二价”店推荐评选活动工作方案