

关于建立商品交易市场信用分类监管制度的指导意见 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/302/2021_2022__E5_85_B3_E4_BA_8E_E5_BB_BA_E7_c80_302316.htm

关于建立商品交易市场信用分类监管制度的指导意见工商市字[2007]208号为贯彻落实党的十六届六中全会关于加快社会信用体系建设、规范市场主体行为的精神，合理配置市场监管力量，强化监管力度，提高行政监管效能，促进经营者守法经营，诚信经营，努力实现监管与发展、服务、维权、执法的统一，切实维护市场交易秩序和消费者的合法权益，促进经济社会又好又快发展，现就建立商品交易市场信用分类监管制度，提出如下指导意见：一、商品交易市场信用分类监管的含义及适用范围商品交易市场信用分类监管，是指工商行政治理机关以商品交易市场开办单位和场内经营者的信用状况、日常经营活动情况和违法行为记录为依据，设定标准，将商品交易市场划分为不同信用类别，并采取不同方式对其实施监管的治理制度。商品交易市场信用状况依据本《意见》规定的标准和国家工商行政治理总局《关于对企业实行信用分类监管的意见》（工商企字[2003]131号）、《个体工商户信用分类监管指导意见》（工商个字[2007]248号）有关规定进行认定。商品交易市场信用分类监管适用于已在工商行政治理部门进行企业注册登记的商品交易市场开办单位，场内经营者不包含临时性、季节性进入市场销售自产自销农副产品的农民。二、商品交易市场信用类别和认定标准商品交易市场信用状况根据市场开办单位和场内经营者两个经营主体市场准入、经营行为、市场退出等指标进行综合认定，具体分为A类、B

类、C类、D类四个类别。商品交易市场信用类别由省级工商行政治理局根据本《指导意见》规定，并结合本地实际情况组织进行认定，并报国家工商行政治理总局备案。商品交易市场信用类别实行定期复核制，根据市场信用状况动态检查情况，调整其相应信用等级。具体办法由省级工商行政治理局负责制定并组织实施。

(一) A类市场认定标准

- 1、市场开办单位企业信用连续三年以上为A级，市场内没有发生过重大或严重商品质量安全责任事故和销售国家明令禁止交易商品的行为。
- 2、市场经营治理责任主体明确，市场经营治理组织机构、规章制度健全，市场开办单位认真履行市场经营治理职责：
 - (1) 市场开办单位与场内经营者全部签定进场经营合同，双方权利义务责任明确。其中涉及商品安全质量保障、知名品牌商品保护、消费者权益保护等主要责任条款，双方约定具体清楚；
 - (2) 建立经营者市场准入制度，严格审查入场经营者经营资格，把握场内经营者基本信息和经营信息，并建立登记档案；
 - (3) 建立商品准入治理制度和质量治理责任制度。配备相应的检测机构人员，对关系消费者身体健康和生命安全的商品进行检测治理。在工商行政治理机关组织进行的商品质量监测中，市场商品质量合格率高；
 - (4) 建立市场退出治理制度，及时清退违规经营者和不合格商品；
 - (5) 建立市场检查制度。对市场治理制度实施情况进行经常性的检查，并采取相应的治理措施。市场内配备了市场交易安全电子监控设备设施；
 - (6) 建立品牌商品市场准入和监督制度，把握场内经营者知名品牌商品经销情况，并建立登记治理档案；
 - (7) 建立消费者权益保护制度，并通过合同与场内经营者约定了消费侵权损害赔偿办法，

有机构、人员处理交易纠纷投诉和消费投诉，消费纠纷解决率达到 95% 以上。在市场显著位置设置投诉信箱，公布投诉电话。对消费者投诉率进行统计分析，并把处理结果和投诉者满足度记录备案；（8）建立信息公示制度。在商品交易市场内显著位置建立信息公示牌，及时发布商品质量监测、商品安全、消费警示和提示、消费者申（投）诉处理、场内经营户的奖惩及违法违规等信息；（9）积极配合工商行政管理部门市场监管工作。在场内显著位置公布市场治理制度以及行政监督治理部门、投诉机构的地址和电话。对于场内经营者的违法经营行为，能够及时予以制止，并报告工商行政治理及时进行处理；（10）建立市场服务监督制度，定期对入场的经销商、采购商、消费者进行满足度抽样调查，征询对市场服务意见，并记录在案，及时整改；（11）建立市场应急治理制度。具有应对紧急突发事件的预案和应急治理队伍；（12）努力培育客户，积极创造条件吸引知名企业进场经营，引导现有经营主体按照现代流通方式转换经营业态，场内经营者整体素质较高。入场经营的知名企业数不低于场内经营总户数的 20%；（13）积极引导场内经营者诚信经营，开展了信用经营户创建活动，建立了场内经营者信用奖惩制度。

3、场内经营者自觉遵守法律和市场治理制度，经营行为规范，A 级信用经营者总数占场内经营者总数的 90% 以上：（1）证照齐全、亮照（证）经营，有照率、亮照率为 100%；（2）建立并认真执行进货验收、索证索票、购销台帐、销售票据、不合格商品退货制度；（3）经营的商品符合国家质量安全卫生标准，商品标识完整清楚，证件齐全；（4）交易商品明码标价，属于国家价格治理的商品，符合

国家价格治理的有关规定；（5）计量器具符合法定要求，交易计量准确、公正；（6）全面履行交易合同。没有故意利用合同实施欺骗和其它违法违规行为的发生；（7）近三年内有严重违法行为记录的场内经营者占场内经营者总数比例低于1%；有一般违法行为记录的场内经营者占场内经营者总数比例低于3%。（二）B类市场认定标准

- 1、市场开办单位企业信用连续二年以上为A级，市场内没有发生过重大商品质量安全责任事故和销售国家明令禁止交易商品的行为。
- 2、市场经营治理责任主体明确，市场经营治理组织机构、规章制度比较健全，建立并执行了下列治理制度和措施：
 - （1）市场开办单位与场内经营者全部签定进场经营合同，权利义务责任明确；
 - （2）建立经营者市场准入制度，认真审查场内经营者经营资格，建有登记档案；
 - （3）建立商品准入治理制度和质量治理责任制度。配备检测机构人员，对关系消费者身体健康生命安全的产品进行检测治理。在工商行政治理机关组织进行的商品质量监测中，商品质量合格率较高；
 - （4）建立市场退出治理制度，能够按照国家规定清退违规经营者和不合格商品；
 - （5）建立市场检查制度。对市场治理制度实施情况进行经常性的检查，并采取相应措施。配备了市场交易安全电子监控设备设施；
 - （6）建立执行知名品牌商品市场准入和督查制度，市场内无严重侵权行为发生；
 - （7）建立了消费者权益保护制度，有机构或专职人员处理交易纠纷投诉和消费投诉，消费纠纷解决率达到90%以上。在市场显著位置设置投诉信箱，公布投诉电话。通过合同与场内经营者约定了消费侵权损害赔偿办法，消费投诉能够得到较好解决；
 - （8）建立了信息公示制度。在商品交易市

场内的显著位置建立信息公示牌，发布商品质量监测、商品安全、消费警示和提示、消费者申（投）诉处理、场内经营户的违法违规等信息；（9）配合工商行政管理部门市场监管工作，在场内显著位置公布市场治理制度以及行政监督管理部门、投诉机构的地址和电话。对于场内经营者的违法经营行为，能够及时予以制止，并及时报告工商行政治理进行处理；（10）建立市场应急治理制度。具有应对紧急突发事件的预案和应急治理人员；（11）创造条件吸引知名企业进场经营，入场经营的知名企业数不低于场内经营总户数的15%；（12）引导场内经营者诚信经营，开展了信用经营户创建活动，建立了场内经营者信用奖惩制度。

3、场内经营者遵守法律和市场治理制度，经营行为规范，A级信用经营者总数占场内经营者总数的80%以上：（1）证照齐全、亮照（证）经营，有照率、亮照率为100%；（2）建立执行进货验收、索证索票、购销台帐、销售票据、不合格商品退货制度较好；（3）经营的商品符合国家质量安全卫生标准；商品标识完整清楚，证件齐全；（4）交易商品明码标价，属于国家价格治理的商品，符合国家价格治理的有关规定；（5）计量器具符合法定要求，交易计量准确、公正；（6）履行与客户签定的交易合同。没有故意利用合同实施欺骗和其它严重违法违约行为的发生；（7）近两年内有严重违法行为记录的场内经营者占场内经营者总数比例低于3%；有一般违法行为记录的场内经营者占场内经营者总数比例低于5%。

（三）C类市场认定标准

- 1、市场开办单位企业信用为B级，市场有严重商品质量安全责任事故发生。
- 2、市场经营治理组织机构、规章制度不够健全，市场开办单位与进场经营者

之间权利义务责任约定不清楚，市场开办单位履行治理职责情况不到位，进场经营资格审查、商品市场准入查验、知名品牌商品保护等主要治理制度落实执行一般；对于场内经营者的违法经营行为制止和处理不及时，不报告相关部门进行处理。3、在工商行政治理机关组织进行商品质量监测中，市场商品质量合格率稳定性较低。4、缺乏保障消费者合法权益的制度措施，消费投诉不能得到及时处理和解决，消费纠纷解决率不足80%。5、A级信用经营者总数不足场内经营者总数的70%，有照率低于90%。6、场内经营者不规范经营行为屡有发生，近一年内严重违法记录的场内经营者占场内经营者总数比例高于5%；有一般违法记录的场内经营者占场内经营者总数比例高于10%；发生过两次场内经营者因销售假冒伪劣商品被查处事件。（四）D类市场认定标准1、市场开办单位企业信用为C级，近一年内严重违法违反工商行政治理法规和国家其它法律法规违法行为记录；市场有重大商品质量安全责任事故发生。2、市场治理机构、制度不健全且落实情况较差，市场开办单位不履行市场经营治理职责，对进入市场交易的经营者经营资格不进行认真审查，放任无照经营者进场经营；对进入市场交易的商品质量不履行查验责任，市场内有伪劣、侵权商品、国家明令禁止交易的商品等销售；消费者合法权益得不到保障，投诉举报率高，消费纠纷解决率不足70%。3、在工商部门组织进行商品质量监测中，市场商品质量合格率较低。4、场内经营者经营行为不规范程度高，A级信用经营者总数占场内经营者总数的60%以下；进货查验、索证索票、购销台帐等商品准入制度没有得到确实执行；商品场内经营者有照率低于70%；近一年内

较严重违法行为记录的场内经营者比例占场内经营者总数比例高于 10%；有一般违法行为记录的场内经营者比例占场内经营者总数比例高于 20%；发生过两次以上场内经营者因销售假冒伪劣商品被查处事件。

三、市场分类监管措施

工商行政治理机关应根据市场的信用类别实施不同的监管方式、方法。

（一）A 类市场监管措施除开展专项检查、市场巡查、接申诉举报或发现其他线索开展检查外，一般每季度检查一次。重点检查有过违法行为记录的场内经营者。对检查中发现的没有造成严重后果的稍微违法行为，应以教育和责令改正为主。对市场开办单位和场内经营者验照或变更登记时提供便捷服务，符合条件的当场办理。优先推荐 A 类市场参加“守合同、重信用”单位认定活动。

（二）B 类市场监管措施除开展专项检查、市场巡查、接申诉举报或发现其他线索开展检查外，至少每季度进行 1 至 3 次日常巡查。重点检查有过违法行为记录的场内经营者。对检查中发现的一般性违法行为，应以责令改正和警告为主。对市场开办单位和场内经营者验照或变更登记时，进行针对性的审查。

（三）C 类市场监管措施除开展专项检查、市场巡查、接申诉举报或发现其他线索开展检查外，至少每季度进行 3 次以上日常巡查。重点检查市场开办单位健全市场治理制度及履行治理职责情况，有过违法行为记录的场内经营者。对检查中发现的违法行为，依法查处，并加大市场预警频度；加强对市场开办单位和场内经营者的法律法规培训和责任意识教育，督促其自觉履行治理职责。对市场开办单位和场内经营者验照或变更登记时，进行重点审查。

（四）D 类市场监管措施除开展专项检查、市场巡查、接申诉举报或发现其他线索开展检查外

，至少每周进行一次日常巡查，必要时，检查市场整改情况不受每周检查一次的限制，通过检查及时发现并查处市场内违法经营行为；将市场开办单位和场内经营者列为年检重点检查对象，对违法违章行为，依法从重处罚；公开违法记录，加强对市场开办单位和场内经营者的法律法规教育和惩戒教育，强化其老实信用、守法经营。对市场开办单位和场内经营者验照或变更登记时，进行全面审查。经认定的信用类别市场，发生下列行为之一的，经核实后，应立即调整其信用类别，并采取相应的监管措施：1、销售假冒伪劣商品，并造成严重恶劣影响的；2、发生严重质量、安全和卫生事故的；3、监督检查结果证实市场运营不符合信用类别标准的；4、其他严重违法违规行为。

四、商品交易市场信用分类监管信息网络化建设各地在开展商品交易市场信用分类监管工作时，要注重与市场监管信息化、网络化建设工作紧密结合起来。在开展商品交易市场信用分类监管工作的同时，将市场信用信息数据库的建设工作和网络监管平台建设列入工作日程，研究制定市场信用信息数据采集、录入、加工、传输和治理标准规范，统一开发具有自动分类、提示、预警，自动解除过期信息，满足多方面查询需求等功能，与各业务软件兼容的商品交易市场信用分类监管软件，并与网络实现有机对接，逐步建立起互联共享、传输迅速、查询方便、运转高效的商品交易市场信用分类监管网络平台，有效提高市场治理水平和效能。

五、加强组织领导 确保商品交易市场信用分类监管取得实效各级工商行政治理机关要切实加强对商品交易市场信用分类监管工作的组织领导工作，结合本地实际，制定具体工作实施方案、实施措施、实施步骤，建立健全

与商品交易市场信用分类治理相配套的工作机制和工作制度，切实保障人员、资金和技术落实到位。商品交易市场信用分类监管主要用于工商行政治理机关实施分类监管，严禁利用信用分类搞评选、评定，颁发信用等级牌匾等活动。各地应于2007年年底完成商品交易市场信用分类认定和信息汇总录入工作，初步构建起商品交易市场信用分类监管网络平台框架。各地商品交易市场信用分类认定汇总情况，请各省、自治区、直辖市工商行政管理局于2007年12月31日之前报总局备案。为及时把握商品交易市场发展动态，加强对商品交易市场发展与监管的指导，及时总结推广各地成功创新的市场监管制度、机制和方式，国家工商行政治理总局对于信用度好、辐射面大、政府和社会各界反映良好的A类信用市场，将确定为重点联系市场。请各省、自治区、直辖市工商行政管理局在完成本地区市场信用分类认定工作后向总局提出重点联系市场荐名单，并于2008年1月31日之前报送总局。二00七年九月二十九日 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com