

售后服务与品牌评价国家标准实用丛书之二

售后服务与品牌评价 相关法律文件集粹

主编 谭新政 褚峻 王寿魁



中国质检出版社
中国标准出版社

售后服务与品牌评价国家标准实用丛书之二

售后服务与品牌评价 相关法律文件集粹

主编 谭新政 褚峻 王寿魁

中国质检出版社
中国标准出版社
北 京

图书在版编目(CIP)数据

售后服务与品牌评价相关法律文件集粹/谭新政,褚峻,王寿魁主编. —北京:中国标准出版社,2012
(售后服务与品牌评价国家标准实用丛书;2)
ISBN 978-7-5066-6740-1

I. ①售… II. ①谭… ②褚… ③王… III. ①商品-售后服务-法规-汇编-中国②商业品牌-评价-法规-汇编-中国 IV. ①D922.294.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 054951 号

中国质检出版社 出版发行
中国标准出版社
北京市朝阳区和平里西街甲 2 号(100013)
北京市西城区三里河北街 16 号(100045)
网址 www.spc.net.cn
总编室:(010)64275323 发行中心:(010)51780235
读者服务部:(010)68523946
中国标准出版社秦皇岛印刷厂印刷
各地新华书店经销

*

开本 880 × 1230 1/16 印张 20.5 字数 605 千字
2012 年 4 月第一版 2012 年 4 月第一次印刷

*

定价 55.00 元

如有印装差错 由本社发行中心调换
版权专有 侵权必究
举报电话:(010)68510107

编审委员会

顾问 张志刚 步正发 王茂林

编委会主任 姜明 赵宗勃 陈胜昌 侯贵良

编委会副主任 王民 谭新政

主编 谭新政 褚峻 王寿魁

副主编 杨谨蜚 杨欣 王日辉 傅瑞云
刘凌 秦佃刚

编委 姜明 赵宗勃 陈胜昌 侯贵良
王民 谭新政 褚峻 王寿魁
杨谨蜚 杨欣 王日辉 刘凌
唐智贤 张兵 张千智 丁广林
谭伟 秦辉 李梦玲 赵毅
李永生 卢成绪 孙文怡 王燕江

丛 书 序

经济的全球化意味着中国与世界经济真正接轨，企业面临的竞争环境日趋全球化。在这种背景下，企业的经营管理除了在生产工艺、质量控制、技术研发等方面不断改进外，更要注重企业软实力的提升。这种软实力的着眼点可以用“抓服务、建文化、树品牌”这九个字来概括。

服务，是一项与社会公众息息相关的企业行为，尤其是售后服务，是“售前、售中、售后”服务链条中最重要、最核心的环节。提高服务水平，是国家大政方针的要求，是提高企业竞争和品牌价值的需要，是企业竞争的最有力武器，也是构造和谐社会的重要组成部分。党和国家领导人历来都十分重视企业服务水平的提高。胡锦涛总书记在党的“十七大”报告中指出：“要发展现代服务业，提高全社会服务水平”。温家宝总理指出：“逐步引导企业以品牌、标准、服务为重点”。抓好售后服务也是中国的企业品牌走向世界的重要途径。由“中国制造”过渡到“中国创造”，从“中国创造”走向品牌中国，走向品牌强国，其中很重要的因素，取决于整体服务水平的高低。可以说，我们的市场已经从“市场竞争”时期进入“服务竞争”时期，服务经济时代已经悄然来临了。

企业文化，是员工在长期的生产实践中培育起来，并且共同遵守的目标、价值观、行为规范的总和，它有着丰富的内涵，包括企业形象、经营理念、道德规范、企业精神等内容。可以说，企业文化在经营活动中能起着无法替代的核心作用，虽然它不是刚性的制度，却能比制度更有效地约束员工自觉规范自己的行为，因此有人把企业文化喻为企业的灵魂。一个成功的企业，一定有非常优秀的企业文化，因为企业文化是企业行动的指南，加强企业文化建设、提炼企业精神、树立企业管理风格、塑造好企业形象是现代企业竞争力提升的必然选择。

而企业品牌建设，更是被提升到了国家战略的层面。加入 WTO 以后，越来越多的跨国企业进入我国，我国企业也要走出国门，进入国际市场。在这一背景下，自主品牌形象具有十分重要的现实意义。2011 年以来，我国政府大力提倡自主创新，企业不断自我完善，逐步形成以全球市场为品牌的定位。对消费者而言，品牌竞争在很大程度上克服了商品在质量和价格竞争中存在的对消费者信息不对称的弊端，是市场经济公开、公平、公正这一优越性的充分体现。政府提倡，消费者支持，企业的品牌之路也就发展得更加迅速。企业要在激烈的市场竞争中立于不败之地，就必须创造名牌产品。名牌就是质量，就是效益，就是竞争力，就是生命力。我们广大企业及企业家要树立

和践行科学发展观，努力为打造中国的品牌而奋斗，努力为打造中国的世界品牌而奋斗。

上述问题已经越来越被重视。近年来，我们也在这方面做了系列研究，包括商品售后服务评价体系研究、商务策划行业评价研究、零售商与供应商诚信交易行为研究、珠宝首饰经营服务规范研究等，并在这些研究的基础上起草、制定了相应的行业标准。自2006年以来，国家商务部陆续颁布了国内贸易标准《商品售后服务评价体系》、《商务策划评价规范》、《零售商供应商公平交易行为规范》、《珠宝首饰经营服务规范》等，这些标准的出台，有效地规范了市场行为，也为行业管理部门提供了有力的管理工具。例如，国家商务部于2007年推荐，由国家认监委批准成立了“北京五洲天宇认证中心”，专业从事“商品售后服务评价体系认证”，几年来，已完成了汽车、家电、服装、珠宝、家居家装、工程机械、电器、信息服务、电动车、航空等15个行业的认证试点工作。

国家标准化管理委员会于2009年批准立项，由中国商业联合会、北京五洲天宇认证中心、北京五洲创意营销策划有限公司、中国人民大学、中国认证认可协会、中国质量协会、中国消费者协会、中国保护消费者基金会等机构，以及海尔集团、康佳集团股份有限公司、佛山市顺德区美的微波电器制造有限公司、广东美的精品电器制造有限公司、广州中标联检验认证技术开发有限公司、长沙中联重工科技发展股份有限公司、五粮液股份公司、合肥美菱股份有限公司、淮海车辆集团有限公司、江苏雅迪科技发展有限公司、北京城乡贸易中心股份有限公司、山东梦金园珠宝首饰有限公司、广东志高空调有限公司、北京金殿友谊商城、浙江金洲管道科技股份有限公司、博洛尼家居用品（北京）有限公司、江苏威腾母线有限公司、波司登股份有限公司、四川沱牌集团有限公司、远东控股集团有限公司、恺王科技（北京）有限公司等21家知名企业分别作为“售后服务”和“品牌评价”两项国家标准的起草单位。经过两年多的努力，完成了两项国家标准的起草、专家审定工作。2011年12月30日，国家质量监督检验检疫总局、国家标准化管理委员会颁布了GB/T 27922—2011《商品售后服务评价体系》、GB/T 27925—2011《商业企业品牌评价与企业文化建设指南》两项国家标准，并于2012年2月1日起实施。

大力宣贯“售后服务”和“品牌评价”两项国家标准，除了能够帮助企业提高服务水平，赢得消费者的信赖以外，还可以形成品牌效应，引导消费者选择经过“国家标准”认证的企业进行消费。在激烈的市场竞争中，服务的优劣，直接影响消费者把货币选票投在何种商品之上。因此，企业能够获得“国家标准”的认证，不仅是一项殊荣，同时也是效果最为显著的商业、商品广告，更是企业持续发展与壮大的动力。

为大力宣贯并促进两项国家标准的施行，我们组织专家编撰了“售后服务”与“品牌评价”国家标准实用丛书。丛书的出版发行旨在帮助企业在宣

贯两项“国家标准”的活动中得到指导与启发，促使企业更好地做好售后服务工作，更进一步地强化企业品牌战略，为强大企业自身，并最终走向国际市场作出贡献。

本系列丛书中的研究报告，由谭新政、褚峻主编，张苏、朱则荣等参与编撰。

编 者

2012 年 4 月

编者的话

市场经济是法制经济，在宣传、贯彻实施《商品售后服务评价体系》、《商业企业品牌评价与企业文化建设指南》两项国家标准时，最重要的就是依法办事、依法实施。只有依法，才能对售后服务、企业品牌和企业文化建设进行指导和做出正确评价，才能使售后服务质量上一个新台阶，使企业品牌和企业文化建设得到新的提高，以更好地维护企业和用户的合法权益，更好地维护社会主义市场经济秩序，让社会更和谐、更安定。

有鉴于此，我们精选了与宣贯上述两项国家标准相关的、具有普遍适用性的法律文件，汇编成书，以备读者不时之需。

这些法律文件包括：

法律 15 件；

法规 5 件；

规章及规范性文件 38 件；

司法解释 2 件。

希望这些法律文件成为开展售后服务评价、开展企业品牌评价、开展企业文化建设的原则和法律依据。

编者
2012 年 4 月

目 录

第一部分 法 律

质量发展纲要	2
中华人民共和国侵权责任法	12
中华人民共和国反垄断法	18
中华人民共和国物权法	24
中华人民共和国合同法	42
中华人民共和国价格法	70
中华人民共和国食品安全法	75
中华人民共和国广告法	88
中华人民共和国消费者权益保护法	93
中华人民共和国反不正当竞争法	98
中华人民共和国产品质量法	101
中华人民共和国标准化法	108
中华人民共和国计量法	111
中华人民共和国药品管理法	114
中华人民共和国节约能源法	124

第二部分 法 规

物业管理条例	132
中华人民共和国食品安全法实施条例	139
信息网络传播权保护条例	146
中华人民共和国工业产品生产许可证管理条例	150
中华人民共和国行政复议法实施条例	157

第三部分 规 章

禁止价格欺诈行为的规定	166
价格违法行为行政处罚规定	168
价格违法行为行政处罚实施办法	171
工商行政管理机关禁止垄断协议行为的规定	173
医疗事故处理条例	175
商业、服务业诚信计量行为规范	183

餐饮服务食品安全监督管理办法..... 186

电信服务规范..... 192

铁路旅客人身伤害及自带行李损失事故处理办法..... 194

电力监管机构举报处理规定..... 199

缺陷汽车产品召回管理规定..... 201

食品召回管理规定..... 207

化妆品标识管理规定..... 211

儿童玩具召回管理规定..... 214

邮政业消费者申诉处理办法..... 218

保健食品管理办法..... 222

新资源食品管理办法..... 226

家电以旧换新实施办法..... 229

家用汽车产品修理更换退货责任规定（第二次征求意见稿）..... 234

家用视听商品修理更换退货责任规定..... 239

微型计算机商品修理更换退货责任规定..... 244

固定电话机商品修理更换退货责任规定..... 250

移动电话机商品修理更换退货责任规定..... 255

农业机械产品修理、更换、退货责任规定..... 260

摩托车商品修理更换退货责任实施细则..... 267

部分商品修理更换退货责任规定条文释义..... 272

产品质量申诉处理办法..... 278

产品标识标注规定..... 280

零售商品称重计量监督管理办法..... 282

商品量计量违法行为处罚规定..... 284

定量包装商品计量监督管理办法..... 285

零售商供应商公平交易管理办法..... 288

零售商促销行为管理办法..... 291

健康相关产品卫生行政许可程序..... 293

政府制定价格行为规则..... 298

酒类流通管理办法..... 300

美容美发业管理暂行办法..... 303

国内航空运输旅客身体损害赔偿暂行规定..... 305

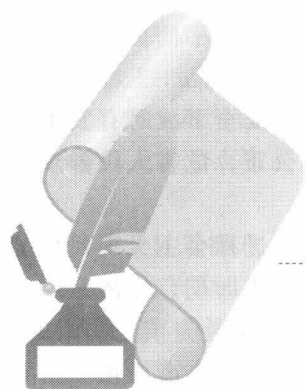
第四部分 司法解释

最高人民法院关于审理人身损害赔偿案件适用法律若干问题的解释..... 308

最高人民法院关于确定民事侵权精神损害赔偿责任若干问题的解释..... 312

第一部分

法律



质量发展纲要

(2011—2020 年)

国发〔2012〕9 号

为深入贯彻落实科学发展观，促进经济发展方式转变，提高我国质量总体水平，实现经济社会又好又快发展，特制定本纲要。

一、质量发展的基础与环境

质量发展是兴国之道、强国之策。质量反映一个国家的综合实力，是企业和产业核心竞争力的体现，也是国家文明程度的体现；既是科技创新、资源配置、劳动者素质等因素的集成，又是法治环境、文化教育、诚信建设等方面的综合反映。质量问题是经济社会发展的战略问题，关系可持续发展，关系人民群众切身利益，关系国家形象。

党和国家历来高度重视质量工作。新中国成立尤其是改革开放以来，国家制定实施了一系列政策措施，初步形成了中国特色的质量发展之路。特别是国务院颁布实施《质量振兴纲要（1996 年—2010 年）》以来，全民质量意识不断提高，质量发展的社会环境逐步改善，我国主要产业整体素质和企业质量管理水平有较大提高，产品质量、工程质量、服务质量明显提升，原材料、基础元器件、重大装备、消费类及高新技术类产品的质量接近发达国家平均水平，一批国家重大工程质量达到国际先进水平，商贸、旅游、金融、物流等现代服务业服务质量明显改善，覆盖第一二三产业及社会事业领域的标准体系初步形成。但是，我国质量发展的基础还很薄弱，质量水平的提高仍然滞后于经济发展，片面追求发展速度和数量，忽视发展质量和效益的现象依然存在。产品、工程等质量问题造成的经济损失、环境污染和资源浪费仍然比较严重，质量安全特别是食品安全事故时有发生。一些生产经营者质量诚信缺失，肆意制售假冒伪劣产品，破坏市场秩序和社会公正，危害人民群众生命健康安全，损害国家信誉和形象。

新世纪的第二个十年，是我国全面建设小康社会、加快推进社会主义现代化的关键时期，是深化改革、加快转变经济发展方式的攻坚时期。在这一重要历史时期，经济全球化深入发展，科技进步日新月异，全球产业分工和市场需求结构出现明显变化，以质量为核心要素的标准、人才、技术、市场、资源等竞争日趋激烈。同时，我国工业化、信息化、城镇化、市场化、国际化进程加快，实现又好又快发展需要坚实的质量基础，满足人民群众日益增长的质量需求也对质量工作提出更高要求。面对新形势、新挑战，坚持以质取胜，建设质量强国，是保障和改善民生的迫切需要，是调整经济结构和转变发展方式的内在要求，是实现科学发展和全面建设小康社会的战略选择，是增强综合国力和实现中华民族伟大复兴的必由之路。

二、指导思想、工作方针和发展目标

（一）指导思想。高举中国特色社会主义伟大旗帜，以邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导，深入贯彻落实科学发展观，从强化法治、落实责任、加强教育、增强全社会质量意识入手，立足当前，着眼长远，整体推进，突出重点，综合施策，标本兼治，全面提高质量管理水平，推动建设质量强国，促进经济社会又好又快发展。

（二）工作方针。以人为本，安全为先，诚信守法，夯实基础，创新驱动，以质取胜。

——把以人为本作为质量发展的价值导向。质量发展必须不断满足人民群众日益增长的物质文化需要，更好地保障和改善民生。提高质量水平，促进质量发展，也必须依靠人民群众的共同努力。

——把安全为先作为质量发展的基本要求。强化质量安全意识，落实质量安全责任，严格质量安全监管，加强质量安全风险管理，提高质量安全保障能力，科学处置质量安全事件，切实保障广大人民群众的身体健康和生命财产安全。

——把诚信守法作为质量发展的重要基石。倡导诚实守信、合法经营。增强质量诚信意识，完善质量诚信体系，严厉打击质量违法行为，充分发挥市场机制作用，营造公平竞争、优胜劣汰的市场环境，发展先进的质量文化。

——把夯实基础作为质量发展的保障条件。深化理论研究，加强质量法治建设，夯实质量管理基础，加强质量人才培养，推进标准化、计量、认证认可以及检验检测能力建设，不断完善有利于质量发展的体制机制。

——把创新驱动作为质量发展的强大动力。加快技术进步，实现管理创新，提高劳动者素质，优化资源配置，增强创新能力，增强发展活力，推动质量事业全面、协调、可持续发展。

——把以质取胜作为质量发展的核心理念。坚持好字优先，好中求快。全面提高各行各业的质量管理水平，发挥质量的战略性、基础性和支撑性作用，依靠质量创造市场竞争优势，增强我国产品、企业、产业的核心竞争力。

（三）发展目标。到2020年，建设质量强国取得明显成效，质量基础进一步夯实，质量总体水平显著提升，质量发展成果惠及全体人民。形成一批拥有国际知名品牌和核心竞争力的优势企业，形成一批品牌形象突出、服务平台完备、质量水平一流的现代企业和产业集群，基本建成食品质量和重点产品质量检测体系，为全面建设小康社会和本世纪中叶基本实现社会主义现代化奠定坚实的质量基础。

1. 产品质量：到2020年，产品质量保障体系更加完善，产品质量安全指标全面达到国家强制性标准要求，质量创新能力和自有品牌市场竞争力明显提高，品种、质量、效益显著改善，节能环保性能大幅提升，基本满足人民群众日益增长的质量需求。农产品和食品实现优质、生态、安全，制造业主要行业和战略性新兴产业的产品质量水平达到或接近国际先进水平。

到2015年，产品质量发展的具体目标：

——农产品和食品质量安全水平稳定提高。农业标准化生产普及率超过30%，主要农产品质量安全抽检合格率稳定在96%以上。重点食品质量安全状况保持稳定良好。农产品和食品质量安全得到有效保障。

——制造业产品质量水平显著提升。产品质量合格率稳步提高，其中产品质量国家监督抽查合格率稳定在90%以上，主要工业产品的质量损失率逐步下降，质量竞争力逐步提高，重大装备部分关键零部件、基础元器件、基础材料等重点工业产品和重要消费类产品的技术质量指标达到或接近国际先进水平。培育一批具有国际竞争力的自有品牌，品牌价值和效益明显提升。

——战略性新兴产业发展能力大幅提升。形成一批由我主导的国际标准，主要产品质量处于国际先进水平，培育一批质量素质高、品牌影响力大和核心竞争力强的大企业和一批创新活力旺盛的中小企业，推动战略性新兴产业发展成为先导性、支柱性产业。

2. 工程质量：到2020年，建设工程质量水平全面提升，国家重点工程质量达到国际先进水平，人民群众对工程质量满意度显著提高。

到2015年，工程质量发展的具体目标：

——工程质量水平显著提升。工程质量整体水平保持稳中有升，建筑、交通运输、水利电力等重大建设工程的耐久性、安全性普遍增强，工程质量通病治理取得显著成效，大中型工程项目一次验收合格率达到100%，其他工程一次验收合格率达到98%以上。人民群众对工程质量（尤其住宅质量）满意度明显提高，建设工程质量投诉率逐年下降。

——工程质量技术创新能力明显增强。在建筑、交通基础设施、清洁能源和新能源等重要工程领

域拥有一批核心技术，节能、环保、安全、信息技术含量显著增加。建筑工程节能效率和工业化建造比重不断提高。绿色建筑发展迅速，住宅性能改善明显。

3. 服务质量：到 2020 年，全面实现服务质量的标准化、规范化和品牌化，服务业质量水平显著提升，建成一批国家级综合服务业标准化试点，骨干服务企业和重点服务项目的服务质量达到或接近国际先进水平，服务业品牌价值和效益大幅提升，推动实现服务业大发展。

到 2015 年，服务业质量发展的具体目标：

——生产性服务业质量全面提升。在金融服务、现代物流、高技术服务、商务服务、交通运输和信息服务等重点生产性服务领域，建立健全服务标准体系，全面实施服务质量国家标准。重点提升外包服务、研发设计、检验检测、售后服务、信用评价、品牌价值评价、认证认可等专业服务质量，促进生产性服务业与先进制造业融合。培育形成一批品牌影响力大、质量竞争力强的大型服务企业（集团）。生产性服务业顾客满意度达到 80 以上。

——生活性服务业质量显著改善。批发、零售、住宿、餐饮、居民服务、旅游、家庭服务、文化体育产业等生活性服务领域质量标准与国际先进水平接轨，标准覆盖率大幅提升，建成一批国家级服务标准化示范区。培育形成一批凝聚民族文化特色的服务品牌和精品服务项目，基本形成专业化、品牌化、网络化经营模式，服务产品种类不断丰富，满足人民群众多样化需求。行业自律能力和质量诚信意识明显增强，生活性服务业顾客满意度达到 75 以上。

专栏 1 质量发展主要指标	
01	产品质量（2015 年） 农业标准化生产普及率超过 30% 主要农产品质量安全抽检合格率稳定在 96% 以上 产品质量国家监督抽查合格率稳定在 90% 以上
02	工程质量（2015 年） 大中型工程项目一次验收合格率达到 100% 其他工程一次验收合格率达到 98% 以上
03	服务质量（2015 年） 生产性服务业顾客满意度达到 80 以上 生活性服务业顾客满意度达到 75 以上

三、强化企业质量主体作用

（一）严格企业质量主体责任。建立企业质量安全控制关键岗位责任制，明确企业法定代表人或主要负责人对质量安全负首要责任、企业质量主管人员对质量安全负直接责任。严格实施企业岗位质量规范与质量考核制度，实行质量安全“一票否决”。企业要严格执行重大质量事故报告及应急处理制度，健全产品质量追溯体系，切实履行质量担保责任及缺陷产品召回等法定义务，依法承担质量损害赔偿责任。

（二）提高企业质量管理水平。企业要建立健全质量管理体系，加强全员、全过程、全方位的质量管理，严格按标准组织生产经营，严格质量控制，严格质量检验和计量检测。大力推广先进技术手段和现代质量管理理念方法，广泛开展质量改进、质量攻关、质量比对、质量风险分析、质量成本控制、质量管理小组等活动。积极应用减量化、资源化、再循环、再利用、再制造等绿色环保技术，大力发展低碳、清洁、高效的生产经营模式。

（三）加快企业质量技术创新。把技术创新作为企业提高质量的抓手，切实加大技术创新投入，加快科技成果转化，注重创新成果的标准化和专利化，扭转重制造轻研发、重引进轻消化、重模仿轻创新的状况。积极应用新技术、新工艺、新材料，改善品种质量，提升产品档次和服务水平，研究开发具有核心竞争力、高附加值和自主知识产权的创新性产品和服务。鼓励有条件的企业建立技术中心、

工程中心、产业化基地，努力培育集研发、设计、制造和系统集成于一体的创新型企业。

（四）发挥优势企业引领作用。努力推动中央企业和行业骨干企业成为国际标准的主要参与者和国家标准、行业标准的实施主体，将质量管理的成功经验和先进方法向产业链两端延伸推广，带动提升整体质量水平。发挥优势企业对中小企业的带动提升作用，鼓励制定企业联盟标准，引领新产品开发和品牌创建，带动中小企业实施技术改造升级和管理创新，提升专业化分工协作水平和市场服务能力，增强质量竞争力。

（五）推动企业履行社会责任。强化以确保质量安全、促进可持续发展为基本要求的企业社会责任理念，建立健全履行社会责任的机制，将履行社会责任融入企业经营管理决策。推动企业积极承担对员工、消费者、投资者、合作方、社区和环境等利益相关方的社会责任。鼓励企业发布社会责任报告，强化诚信自律，践行质量承诺，在经济、环境和社会方面创造综合价值，树立对社会负责的良好形象。

四、加强质量监督管理

（一）加快质量法治建设。牢固树立质量法治理念，坚持运用法律手段解决质量发展中的突出矛盾和问题。健全质量法律法规，研究制定完善质量安全和质量责任追究等法律法规。严格依法行政，规范执法行为，保证严格执法、公正执法、文明执法。加强执法队伍建设，开展对执法人员的培养与培训，提高执法人员综合素质和执法水平。完善质量法制监督机制，落实执法责任，切实做到有权必有责、用权受监督、侵权须赔偿、违法要追究。加强质量法制宣传教育，普及质量法律知识，营造学法、用法、守法的良好社会氛围。

（二）强化质量安全监管。制定实施国家重点监管产品目录，加强对关系国计民生、健康安全、节能环保的重点产品、重大设备、重点工程及重点服务项目的监管。加强对食品、药品、妇女儿童老人用品以及农业生产资料、建筑材料、重要消费品、应急物资的监督检查，完善生产许可、强制性产品认证、重大设备监理、进出口商品法定检验、特种设备安全监察、登记管理等监管制度。强化城乡结合部和农村市场等重点区域，以及生产、流通、进出口环节质量安全监管，增强产品质量安全溯源能力，建立质量安全联系点制度，健全质量安全监管长效机制。

（三）实施质量安全风险管理。建立企业重大质量事故报告制度和产品伤害监测制度，加强对重点产品、重点行业和重点地区的质量安全风险监测和分析评估，对区域性、行业性、系统性质量风险及时预警，对重大质量安全隐患及时提出处置措施。建立和完善动植物外来有害生物防御体系、进出口农产品和食品质量安全保障体系、进出口工业品质量安全监控体系和国境卫生检疫风险监控体系，有效降低动植物疫情疫病传入传出风险，保障进出口农产品、食品和工业品质量安全，防止传染病跨境传播。完善质量安全风险管理工作机制，制定质量安全风险应急预案，加强风险信息资源共享，提升风险防范和应急处置能力，切实做到对质量安全风险的早发现、早研判、早预警、早处置。

专栏 2 建立健全质量安全风险管理体系	
01	强化食品质量安全风险预警 组织实施集中、高效、针对性强的食品安全风险预警，完善食品安全信息收集、风险监测、预警通报等功能。重点加强食品安全风险监测网络建设，强化非法添加物和食品添加剂监测，及时开展安全评估，切实防范系统性风险。
02	完善产品伤害监测系统 质检、卫生等部门共同建立产品伤害监测系统，收集、统计、分析与产品相关的伤害信息，评估产品安全的潜在风险，及时发出产品伤害预警，为政府部门、行业组织及企业等制定防范措施提供依据。
03	加强产品质量安全风险预警 搭建产品质量安全信息收集网络，建立产品质量安全信息舆情监控系统，完善产品质量安全风险预警公共技术服务，加强高危行业、重点产品及进出口商品的质量安全风险监测，提升产品质量安全风险评估和预警效能。

专栏 2 建立健全质量安全风险管理体系	
04	健全进出境动植物检疫和国境卫生检疫疫情风险监控 完善进出境动植物检疫和国境卫生检疫疫情风险信息收集网络，做好进出境动植物检疫标准法规、风险监测、风险评估、风险预警、疫情信息、检疫截获信息等公共技术和信息服务，增强口岸卫生检疫和动植物检疫能力。

（四）加强宏观质量统计分析 建立健全以产品质量合格率、出口商品质量合格率、顾客满意指数以及质量损失率等为主要内容的质量指标体系，推动质量指标纳入国民经济和社会发展统计指标体系。各地方、各行业要结合实际情况，建立和完善质量状况分析报告制度，定期评估分析质量状况及质量竞争力水平，比较研究国内外质量发展趋势，为宏观经济决策提供依据。

（五）推进质量诚信体系建设 健全质量信用信息收集与发布制度。搭建以组织机构代码实名制为基础、以物品编码管理为溯源手段的质量信用信息平台，推动行业质量信用建设，实现银行、商务、海关、税务、工商、质检、工业、农业、保险、统计等多部门质量信用信息互通与共享。完善企业质量信用档案和产品质量信用信息记录，健全质量信用评价体系，实施质量信用分类监管。建立质量失信“黑名单”并向社会公开，加大对质量失信惩戒力度。鼓励发展质量信用服务机构，规范发展质量信用评价机构，促进质量信用产品的推广使用，建立多层次、全方位的质量信用服务市场。

（六）依法严厉打击质量违法行为 加大生产源头治理力度，强化市场监督管理，深入开展重点产品、重点工程、重点行业、重点地区和重点市场质量执法，严厉查办制假售假大案要案，严厉打击危害公共安全、人身健康以及生命财产安全等质量违法行为，严厉查办利用高科技手段从事质量违法活动。加强执法协作，建立健全处置重大质量违法突发事件快速反应机制和执法联动机制，加强行业性、区域性产品质量问题集中整治，深入开展农业生产资料、建筑材料等产品打假，保护人民群众的合法权益。建立健全质量安全有奖举报制度，切实落实对举报人的奖励，保护举报人的合法权益。做好行政执法与刑事司法的有效衔接，加大质量违法行为的刑事司法打击力度。

五、创新质量发展机制

（一）完善质量工作体制机制 完善符合社会主义市场经济发展要求、具有中国特色的质量宏观管理体制。健全地方政府负总责、监管部门各负其责、企业是第一责任人的质量安全责任体系。构建政府监管、市场调节、企业主体、行业自律、社会参与的质量工作格局，充分运用经济、法律、行政等手段维护质量安全，充分发挥市场和企业促进质量发展中的能动作用。加大政府质量综合管理和质量安全保障能力投入，合理配置行政资源，强化质量工作基础建设，提升质量监管部门的履职能力，逐步在经济技术开发区、高新技术产业园区等功能区以及产业集中的乡镇建立质量监管和技术服务机构。广泛开展质量强省（区、市）活动，形成全社会齐抓共管的良好氛围。

（二）健全质量评价考核机制。建立健全科学规范的质量工作绩效考核评价体系，完善地方各级人民政府和有关行业质量工作的评价指标和考核制度，将质量安全和质量发展纳入地方各级人民政府绩效考核评价内容。加强考核结果的反馈，强化考核结果运用，绩效考核结果作为领导班子和领导干部综合考核评价的内容，作为领导班子建设和领导干部选拔任用、培养教育、管理监督、激励约束的依据。严格质量事故调查和责任追究，加大警示问责和督导整改力度，严肃查处质量事故涉及的渎职腐败行为。

（三）强化质量准入退出机制。发挥质量监管职能作用，对高污染、高耗能、高排放及资源浪费的行业和产品，严格市场准入，加快淘汰落后产能，促进结构优化升级。对涉及人身健康、财产安全的产品和重要敏感进出口商品，进一步严格质量准入条件，提高市场准入门槛。建立健全缺陷产品和不安全食品召回制度。对不能满足准入条件、不能保证质量安全和整改后仍然达不到要求的企业，依法强制退出。对存在严重违法行为的，坚决依法取缔

（四）创新质量发展激励机制。建立国家和地方质量奖励制度，对质量管理先进、成绩显著的组织和个人给予表彰奖励，树立先进典型，激励广大企业和全社会重质量、讲诚信、树品牌。通过国家中小企业发展专项资金，支持中小企业产品研发、质量攻关。鼓励企业积极开展争创质量管理先进班组和质量标兵活动，鼓励质量工作者争创“五一”劳动奖。

（五）创建品牌培育激励机制。大力实施名牌发展战略，发挥品牌引领作用，制定并实施培育品牌发展的制度措施，开展知名品牌创建工作。加大自主知识产权产品的保护力度，建设有利于品牌发展的长效机制和良好环境。支持企业依托技术标准开拓海外市场，实施品牌经营和市场多元化战略，打造世界知名品牌。建立品牌建设国家标准体系和品牌价值评价制度，完善与国际接轨的品牌价值评价体系，增强品牌价值评价国际话语权。进一步加强地理标志产品、中国驰名商标及地方名牌产品等工作。

专栏 3 品牌建设重点措施	
01	建立品牌建设标准体系 围绕质量核心，加强品牌培育、品牌管理和品牌评价方法研究，制定品牌的术语、要素、评价要求和建设指南等国家标准，建立符合中国国情、与国际接轨的品牌建设国家标准体系。
02	建立品牌价值评价制度 以消费者认可、市场竞争中产生为原则，参照国际标准和国际惯例，以品牌货币价值评价为主要内容，以装备制造、钢铁有色、纺织服装、轻工家电、电子信息、汽车制造、石油化工、现代物流、旅游等优势产业为重点，建立具有中国特色的品牌价值评价体系 and 制度，提高中国品牌的国际化水平。
03	开展知名品牌创建工作 制定创建条件和配套政策措施，以产业聚集区、国家自主创新示范区、经济技术开发区、高新技术产业园区、现代服务区、旅游景区等为重点，推动地方人民政府开展知名品牌创建工作，规范产业发展，扩大品牌影响，提升区域经济竞争力。

（六）建立质量安全多元救济机制。积极探索实施符合市场经济规则、有利于消费者维权的产品质量安全多元救济机制。完善产品侵权责任制度，建立产品质量安全责任保险制度，保障质量安全事故受害者得到合理、及时的补偿。引导企业、行业协会、保险以及评估机构加强合作，降低质量安全风险，切实维护企业和消费者合法权益。

六、优化质量发展环境

（一）加强质量文化建设。牢固树立质量是企业生命的理念，实施以质取胜的经营战略。将诚实守信、持续改进、创新发展、追求卓越的质量精神转化为社会、广大企业及企业员工的行为准则，自觉抵制违法生产经营行为。推进社会主义先进质量文化建设，提升全民质量意识，倡导科学理性、优质安全、节能环保的消费理念，努力形成政府重视质量、企业追求质量、社会崇尚质量、人人关心质量的良好氛围，提升质量文化软实力。

（二）营造良好市场环境。建立各类企业依法使用生产要素、公平参与市场竞争、平等受到法律保护的环境。把优质安全作为扩大市场需求的积极要素，进一步释放城乡居民消费潜力，促进社会资源向优质产品、优秀品牌和优势企业聚集。打击垄断经营和不正当竞争，坚决破除地方保护，维护市场秩序，形成公平有序、优胜劣汰的市场环境。引导企业参与国际合作与交流，树立我国企业、产品良好国际形象，提升国际竞争力。

（三）完善质量投诉和消费维权机制。健全质量投诉处理机构，运用现代信息技术完善质量投诉信息平台，充分发挥 12365、12315 等投诉热线的作用，畅通质量投诉和消费维权渠道。积极推进质量仲裁检验和质量鉴定，有效调解和处理质量纠纷，化解社会矛盾。增强公众的质量维权意识，建立社会质量监督员制度。支持和鼓励消费者依法开展质量维权活动，更好地维护用户和消费者权益。