北京市朝阳区市场监督管理局

服务型执法事项清单

前言

为践行“监管为民、服务发展”理念，坚守“宽严相济”执法原则，严格落实“四个最严”要求，北京市朝阳区市场监督管理局（以下简称“朝阳区市场监督管理局”）立足区域实际，聚焦市场主体事前、事中、事后全流程监管服务需求，系统整合执法资源、创新执法模式，编制本《朝阳区市场监督管理局服务型执法事项清单》（以下简称《清单》），核心目的是为企业提供清晰便捷的查询指引，助力企业精准掌握执法服务、合规要求与行为红线，提升办事效率与合规能力。

机构改革推动市场监管，从“碎片化治理”到“整体性治理”转型，但基层执法力量短缺与监管任务激增的矛盾凸显，传统“惩戒导向”执法模式难以适配新需求。在此背景下，朝阳区市场监督管理局推行服务型执法，既是落实法治政府建设、破解执法困境的必然路径，也是优化营商环境、服务高质量发展的核心举措，更是精准服务企业、明确行为边界的具体实践。

《清单》编制严格遵循国家市场监管总局服务型执法相关部署，契合北京市市场监管局统筹执法“力度”与“温度”、推行柔性执法的工作要求。同时作为服务型执法先行者，朝阳区市场监督管理局深耕服务型执法实践，自2019年起迭代3版《轻微违法行为容错纠错清单》；2025年优化出台相关清单，扩大14个重点领域免罚范围，将减轻处罚数额降至法定最低罚

款的5%，明确不予处罚考量因素，为《清单》编制奠定坚实实践基础。

《清单》聚焦企业全生命周期监管服务，构建“五位一体”服务型执法体系：登记准入明确办理流程，方便企业查询操作；合规指引梳理7个领域，筑牢经营风险防线；创新监管推出4项举措，实现“监管不缺位、服务不添扰”；容错纠错进一步优化，厘清容错边界、彰显执法温度；严格惩戒收录覆盖14个领域的典型案例，明确经营红线、发挥警示震慑。

《清单》是朝阳区市场监督管理局践行服务型执法理念、规范执法行为、优化营商环境的重要载体，既是规范执法、服务企业的实用指引，也是前期实践成果的系统总结。朝阳区市场监督管理局将以《清单》实施为契机，健全配套机制、强化执法培训，推动各项举措落地见效，让《清单》成为企业合规“指南针”、红线“警示灯”，以精准服务赋能企业发展，以严格监管守护市场安全，为朝阳区高质量发展提供坚实保障。

北京朝阳区市场监督管理局 编制

目录

登记准入类

一、公司设立登记一次性告知事项清单.....2
二、公司变更登记（备案）一次性告知事项清单.....10
三、公司注销登记一次性告知事项清单.....24
四、外国企业常驻代表机构设立登记一次性告知事项清单.....30
五、外国企业常驻代表机构变更登记（备案）一次性告知事项清单.....36
六、外国企业常驻代表机构增加、减少、遗失补领、补发证照一次性告知事项清单.....42
七、外国企业常驻代表机构注销登记一次性告知事项清单.....46
八、个人独资企业设立登记一次性告知事项清单.....50
九、个人独资企业变更登记（备案）一次性告知事项清单.....55
十、个人独资企业注销登记一次性告知事项清单.....61
十一、食品经营许可新办、延续、变更、注销一次性告知事项清单.....67
十二、北京市小餐饮店新办、延续、变更、注销一次性告知事项清单.....72
十三、朝阳区汽车企业 CCC 免办办理及监管工作指引（试行）.....76

合规指引类

一、价格监管类合规指引.....89
（一）《朝阳区实行商品和服务明码标价工作指南》.....89
（二）《朝阳区明码实价示范街标准》.....107

北京朝阳区市场监督管理局 编制

二、网络交易监督类合规指引.....112
《网络商品售卖类企业合规指引》.....112
三、广告监督类合规指引.....150
《朝阳区医疗美容广告发布合规指引》.....150
四、餐饮监管类合规指引.....155
《美食城档口类餐饮单位环境卫生管理要点》.....155
五、质量认证类合规指引.....157
《朝阳区汽车企业 CCC 免办办理及监管工作指引（试行）》.....157
六、消费者权益保护类合规指引.....169
（一）行政提示一.....169
（二）行政提示二.....171
（三）行政提示三.....173
七、企业年报公示及信用修复类合规指引.....176
（一）《年度年报公示指南及相关工作提示》.....176
（二）《信用修复》.....187

创新监管类

一、总则.....193
二、核心创新监管机制.....195
（一）朝阳区单用途预付卡治理机制.....195
（二）朝阳区预付类资金信托服务机制.....197

北京朝阳区市场监督管理局 编制

（三）非现场监管.....199
（四）三书同达制度.....204
三、保障措施.....210
四、公众参与.....210
五、附则.....210

容错纠错类

一、北京市朝阳区市场监管领域服务型执法事项清单（容错纠错类）的实施意见（2026修订）.....212
二、北京市朝阳区市场监管领域服务型执法事项清单（容错纠错类）（2026修订）.....222

严格惩戒类

一、广告、市场主体、反不正当竞争、消费者权益、教育类.....336
某餐饮管理公司发布违背社会良好风尚食品广告案.....336
某公司提交虚假材料取得公司变更登记案.....341
某科技有限公司擅自使用他人有一定影响的企业名称案.....347
某教育科技有限公司对其提供的服务作虚假宣传案.....352
某医疗美容公司擅自使用他人有一定影响的企业名称案.....356
某酒业有限公司传播误导性信息损害竞争对手商品声誉案.....362
某信息技术有限公司利用技术手段妨碍其他经营者合法提供的服务正常

运行案.....365
北京某科技有限公司组织策划传销行为案.....370
某信息科技有限公司利用网络实施混淆行为案.....376
北京某汽车销售服务有限公司在采用格式条款订立合同中排除就格式条款争议提起诉讼的权利案.....381
某艺术培训有限公司对消费者提出的退还费用故意拖延或者无理拒绝案.....386
某便利店向未成年人售酒案.....391
某托育服务有限公司无证举办幼儿园案.....396
二、产品质量、特种设备、计量、认证类.....401
某电动自行车销售有限公司从事经营性拼装、改装电动自行车行为案.....401
某物业管理有限公司使用检验不合格的特种设备案.....405
某商贸有限公司使用以欺骗消费者为目的的计量器具案.....410
某燃气用品有限公司未按申报用途使用 CCC 免办产品案.....416
三、食品、药品类.....421
某食品营销管理有限公司经营重金属含量超过食品安全标准限量的食品案.....421
某餐饮单位经营国家为防病等特殊需要明令禁止经营的食品、进货时未查验许可证和相关证明文件及未按规定建立并遵守进货查验记录制度案.....427
某蜂产品有限公司委托生产的蜂花粉中微生物项目不合格案.....434
某社区卫生服务中心使用劣药案.....440
四、知识产权、网络交易类.....445
北京某电气安装工程公司侵犯注册商标专用权案.....445

某商贸公司销售侵犯注册商标专用权商品案.....451
某电器设备有限公司与某装饰设计有限公司外观设计侵权纠纷案.....456
北京某商贸有限公司侵犯注册商标专用权案.....461
某公司销售侵犯注册商标专用权商品案.....465
北京某科技有限公司虚假宣传案.....468
五、价格监管类.....473
某餐饮分公司利用使人误解的价格手段诱骗消费者与其进行交易案.....473
某司法鉴定中心不执行政府指导价案.....479
某供热公司不执行政府定价案.....483

登记准入类

一、公司设立登记一次性告知事项清单

尊敬的申请人：

欢迎您到北京投资兴业，市场监管部门竭诚为您服务。您可通过北京市企业服务e窗通平台（网址：https://ect.scjgj.beijing.gov.cn）办理经营主体登记业务或查询相关信息。在此，您可获得全程零见面的一站式服务体验。

有限责任公司是依照《中华人民共和国公司法》设立，股东以其出资为限对公司承担责任，公司以其全部财产对公司债务承担的企业法人。

股份有限公司是指依照《中华人民共和国公司法》设立，股东以其认购的股份为限对公司承担责任，公司以其全部资产对公司的债务承担责任的企业法人。

国有独资公司是国家单独出资、由国务院或者地方人民政府授权本级人民政府国有资产监督管理机构履行出资人职责的有限责任公司。

（一）办理条件

1.有符合要求的公司名称

公司名称一般由四部分依次组成：行政区划+字号+行业特点+组织形式。

2. 有符合要求的股东

有限公司股东人数应为 1 个（含 1 个）以上 50 个（含 50 个）以下。

股份有限公司发起人符合法定人数，应当有 2 个（含 2 个）以上 200 个（含 200 个）以下的发起人，2 个（含 2 个）以上 200 个（含 200 个）以下发起人中需有过半数在中国境内有住所。

国有独资公司的投资人为各级人民政府国有资产监督管理机构。

3. 有符合要求的出资

股东可以用货币以及实物、知识产权、土地使用权、股权等非货币财产作价出资，但法律法规规定不得作为出资的财产除外。法律、行政法规以及国务院决定对有限责任公司注册资本最低限额另有规定的，应符合相关规定。

4. 有符合要求的公司章程

章程中应当载明“本章程与法律法规不符的，以法律法规的规定为准”。

登记部门提供章程参考格式服务，您可到各登记大厅领取参考格式范本，或登录我局网站获取。

5. 有符合要求的住所

市场主体采取住所承诺申报办理住所登记，应该使用真实、合法、安全的非住宅类规划用途的固定场所作为住所，并对住

所的真实性、合法性、安全性负责。

6. 从事的经营项目应符合国家规定

按照市场监管总局关于开展经营范围规范化工作的要求，市场主体在办理营业执照登记时，均使用规范条目办理登记；存量市场主体变更经营范围的，需使用规范条目规范原有经营范围登记的内容。您可以登录北京市企业服务e窗通平台方便快捷地查询、选择与您从事的经营活动相匹配的经营范围规范表述。

经营范围规范化改革实施后，营业执照上不再登记许可审批文件的具体内容。前置许可项目、后置许可项目均使用相关许可对应的规范条目办理登记。

市场主体申请从事前置许可项目的，应当在申请登记时提交有关批准文件。

（二）公司设立登记提交材料

序号	材料	提示
1	《公司登记（备案）申请书》	具体填写要求详见申请书注释； 全市实施市场主体登记告知承诺制，按照承诺制办理的，一并提交承诺书。
2	公司章程	有限责任公司由全体股东签署；

		股份有限公司由全体发起人签署； 国有独资公司章程由国有资产监督管理机构制定或由董事会制定报国有资产监督管理机构批准。 自然人由本人签字，法人和其他组织由法定代表人、负责人或有权签字人签字，并加盖公章。
3	股东主体资格文件或自然人身份证明	自然人股东提交身份证复印件，企业法人股东提交营业执照复印件。其他类别股东资格证明的提交方式请参见《市场主体登记注册通用指南》。
4	法定代表人、董事、监事和高级管理人员的任职文件	根据《公司法》和公司章程的规定，有限责任公司提交股东决定或股东会决议；发起设立的股份有限公司提交股东大会会议记录（募集设立的股份有限公司提交创立大会会议记录）；国有独资公司需提交国有资产监督管理机构批准董事会、监事会成员委派文件及董事长、监事会主席的制定文件。对

		《公司法》和章程规定公司组织机构人员任职须经董事会、监事会、职工大会（职工代表大会）等形式产生的，还需提交董事签字的董事会决议、监事签字的监事会决议、职工（职工代表）签字的职工大会（职工代表大会）决议等相关材料。 注： 1.高级管理人员，是指公司的经理、副经理、财务负责人，上市公司董事会秘书和公司章程规定的其他人员。 2.股份有限公司必须设立董事会、监事会，其董事会成员为五人至十九人；其监事会成员不得少于三人，监事会中职工代表的比例不得低于三分之一。 3.国有独资公司必须设立董事会、监事会，其监事会成员不得少于五人，其中职工代表的比例不得低于三分之一。

5	住所使用相关文件	产权人签字或盖章的房产证复印件。产权人为自然人的应亲笔签字，产权人为单位的应加盖公章。其他情况请参见《市场主体登记注册通用指南》。
6	验资证明	募集设立的股份有限公司提交依法设立的验资机构出具的验资证明。涉及发起人首次出资是非货币财产的，提交已办理财产权转移手续的证明文件。
7	国务院证券监督管理机构的核准文件	募集设立的股份有限公司公开发行股票的需提交。
8	批准文件或者许可证件的复印件	法律、行政法规和国务院决定规定设立公司必须报经批准的或公司申请登记的经营范围中有法律、行政法规和国务院决定规定必须在登机前报经批准的项目，提交有关批准文件或者许可证件的复印件。

（三）特别提请注意

1. 提交的登记申请文书与其他申请材料应当使用 A4 型白色纸张，用黑色或蓝色墨水港币或签字笔工整填写、签字。

2. 对于现场窗口提交材料的，未注明提交复印件的，应当提交原件（未注明复印件的即为原件）；提交复印件的，应当注明“与原件一致”并由申请人签署，或者由其指定的代表或共同委托的代理人签字。

3. 通过全程电子化方式申请登记注册的，主体资格证明、身份证吗、批准证书、章程、决议等文件可通过全程电子化登记系统提交原件影像（印）件，或通过登记业务系统设置的申请为文书格式规范生成相关材料并使用。

4. 提交材料涉及签署，参照申请书中申请人的注释，未注明签署人的，自然人由本人签字，法人和其他组织由法定代表人、负责人或有权签字人签字，并加盖公章。无法亲笔签署的，需提交授权人委托他人签字的授权委托书，授权委托书应为原件，且授权人应亲笔签字，被委托人应配合登记机关进行实名认证。

5. 提交材料、公证认证文书为外文的，应对其内容进行准确的中文翻译，同时提交中文翻译件、外文原件两种文书，并注明“翻译准确”字样。翻译单位应在翻译件上加盖翻译单位公章（翻译专用章）或者附营业执照复印件等主体资格证明文件复印件，同时注明翻译人及联系方式。自然人的应在翻译件上签名，注明联系方式，并附翻译人员相应翻译资质复印件或者身份证明复印件。

6. 在办理登记、备案事项时，申请人应当配合登记机关通

过实名认证系统，采用人脸识别等方式对相关人员进行实名验证。因特殊原因，当事人无法通过实名认证系统核验身份信息的，可以提交经依法公证的自然人身份证明文件，或者由本人持身份证件到现场办理。

二、公司变更登记（备案）一次性告知事项清单

尊敬的申请人：

欢迎您到北京投资兴业，市场监管部门竭诚为您服务。您可通过北京市企业服务e窗通平台（网址：https://ect.scjgj.beijing.gov.cn）办理经营主体登记业务或查询相关信息。在此，您可获得全程零见面的一站式服务体验。

（一）公司变更登记提交材料

序号	材料	提示
1	《公司登记（备案）申请书》	具体填写要求详见申请书注释； 全市实施市场主体登记告知承诺制，按照承诺制办理的，一并提交承诺书。
2	提交修改公司章程的决议、决定	变更登记事项涉及公司章程修改的需提交，内容应符合《公司法》和章程规定的议事规则和表决比例（其中变更住所、经营范围、股东姓名或名称的，无需提交该文件，公司章程另有规定的，从其规定）。

		有限责任公司提交由代表三分之一以上表决权的股东签署的股东会决议。 股份有限公司提交由会议主持人及出席会议的董事签署的股东大会会议记录。 一人有限责任公司提交股东签署的书面决定。 国有独资公司提交国务院、地方人民政府或者其授权的本级人民政府国有资产监督管理机构的批准文件复印件。
3	章程或者公司章程修正案	变更登记事项涉及公司章程修改的需提交，并由公司法定代表人在公司章程或公司章程修正案上签字确认。（其中变更住所、经营范围、股东姓名或名称的，无需提交该文件）。
4	批准文件或者许可证件复印件	法律、行政法规和国务院决定规定公司变更登记必须报经批准的，提交有关的批准文件或者许可证件复印件。

5	营业执照正、副本	已领取纸质版营业执照的缴回营业执照正、副本。
6	变更事项相关证明文件	涉及下述各登记事项变更的，还应当按相应的提交材料规范提交材料：
	变更名称	具体要求请参见《市场主体登记注册通用指南》。
	变更住所	产权人签字或盖章的房产证复印件。产权人为自然人的应亲笔签字，产权人为单位的应加盖公章。其他情况请参见《市场主体登记注册通用指南》。
	变更法定代表人	根据公司章程的规定提交法定代表人免职证明和新任法定代表人的任职证明（股东会决议、股东决定由股东签署，董事会决议由公司董事签字）。
	法定代表人更改姓名	提交公安部门出具的证明（自然人更改姓名后，其身份证号码与更改姓名前一致的，无需提交公安部门证明，只需提交新的身份证件复印件）。

	减少注册资本	提交公司债务清偿或债务担保情况的说明（公司盖章或法定代表人签字），仅通过报纸发布减少注册资本公告的，需要提交依法刊登公告的报纸样张。应当自公告之日起45日后申请变更登记。已通过国家企业信用信息公示系统发布减少注册资本公告的，可免于提交减资公告材料。
	变更经营范围	公司申请登记的经营范围中有法律、行政法规和国务院决定规定必须在登记前报经批准的项目，提交有关批准文件或者许可证件的复印件。
	变更股东	提交股东双方签署的股权转让协议或者股权交割证明；新股东的主体资格文件或自然人身份证件复印件。 注： 1.变更自然人股东的，提交与该股权交易相关的个人所得税税款

		缴纳或纳税申报凭证。 2.因继承、受遗赠取得股权，当事人申请办理股东登记的，应当提交经公证的材料或者生效的法律文书等继承证明材料。 3.公司章程对股权转让、股权继承另有规定的，从其规定。 4.人民法院依法判决、裁定划转股权的，应当提交人民法院的生效判决书或裁定书，无须提交股东双方签署的股权转让协议或者股权交割证明和其他股东过半数同意的文件；国务院、地方人民政府或者其授权的本级人民政府国有资产监督管理机构划转国有资产相关股权的，提交国务院、地方人民政府或者其授权的本级人民政府国有资产监督管理机构关于划转股权的文件，无须提交股东双方签署的股权转让协议或者股权交割证明。 5.涉及本市国有产权转让的，应提交北京产权交易所有限公司出

		具的《产权交易凭证》；涉及中央国有产权转让的，应提交中央企业国有产权交易试点机构出具的《产权交易凭证》；涉及外埠国有产权转让的，可依据国有产权属地政府有关规定，提交规定的产权交易机构出具的产权转让交割文件或国有资产管理部门出具的产权转让批准文件。 6.股份有限公司的股东名称和股份数额不是登记事项，股份有限公司无需到市场监管部门办理股东变更登记。
	变更股东或发起人名称或姓名	因股东或发起人自身更名需变更登记的股东或发起人名称或姓名，提交股东或发起人名称或姓名变更证明；股东或发起人更名后新的主体资格文件或者自然人身份证件复印件。其中，自然人股东或发起人更改姓名的，如其身份证号码与更改姓名前一致的，无需提交公安部门证明，只需提交新的身份证

		件复印件。 外国投资者的名称变更证明文件应当经所在国家公证机关公证并经中国驻该国使（领）馆认证。如其本国与中国没有外交关系，则应当经与中国有外交关系的第三国驻该国使（领）馆认证，再由中国驻该第三国使（领）馆认证。某些国家的海外属地出具的文书，应先在该属地办妥公证，再经该国外交机构认证，最后由中国驻该国使（领）馆认证。中国与有关国家缔结或者共同参加的国际条约对认证另有规定的除外。 香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾地区投资者的名称变更文件应当按照专项规定或者协议，依法提供当地公证机构的公证文件。提交港澳居民居住证或者往来内地通行证的，无需公证。大陆公安部门颁发的台湾居民居住证、大陆出入境管理部门颁发的台湾居民

		往来大陆通行证，可作为台湾地区自然人投资者的身份证明且无需公证。
	股份有限公司增加注册资本	股份有限公司以公开发行新股方式或者上市公司以非公开发行新股方式增加注册资本的，还应当提交国务院证券监督管理机构的核准文件。

注：

变更登记事项：名称、类型、经营范围、住所、注册资本、法定代表人姓名、有限责任公司或者股份有限公司发起人姓名或者名称。

（二）公司备案提交材料

序号	材料	提示
1	《公司登记（备案）申请书》	具体填写要求详见申请书注释； 全市实施市场主体登记告知承诺制，按照承诺制办理的，一并提交承诺书。
2	许可项目审批文件	法律、行政法规和国务院决定规定备案事项必须报经批准的，提交有关的批准文件或者许可证件复

		印件。
3	备案事项证明文件	涉及备案下述各登记事项的，还应当按相应的提交材料规范提交材料。公司备案与公司变更登记同时申请时，可一并提交有关材料：
	章程备案	提交修改后的公司章程或者公司章程修正案（公司法定代表人签署）；关于修改公司章程的决议、决定。有限责任公司提交由代表三分之二以上表决权的股东签署的股东会决议；股份有限公司提交由会议主持人及出席会议的董事签署的股东大会会议记录；一人有限公司提交股东签署的书面决定；国有独资公司提交国务院、地方人民政府或者其授权的本级人民政府国有资产监督管理机构的批准文件复印件。
	经营期限、认缴的出资数额备案	提交修改后的公司章程或者公司章程修正案（公司法定代表人签署）。其中因股东之间转让部分股权导致认缴的出资数额变更的，还

		需提交股东双方签署的股权转让协议或者股权交割证明。 自然人股东转让股权的，还需提交与该股权交易相关的个人所得税的税款缴纳或纳税申报凭证完税凭证。 涉及本市国有产权转让的，应提交北京产权交易所有限公司出具的《产权交易凭证》；涉及中央国有产权转让的，应提交中央企业国有产权交易试点机构出具的《产权交易凭证》；涉及外埠国有产权转让的，可依据国有产权属地政府有关规定，提交规定的产权交易机构出具的产权转让交割文件或国有资产管理部门出具的产权转让批准文件。
	董事、监事、高级管理人员备案	提交有关董事、监事、高级管理人员任免职的决议、决定。 根据《公司法》和公司章程的规定，有限责任公司提交股东决定或股东会决议，发起设立的股份有

		限公司提交股东大会会议记录（募集设立的股份有限公司提交创立大会会议记录）。对《公司法》和章程规定公司组织机构人员任职须经董事会、监事会、职工大会（职工代表大会）等形式产生的，还需提交董事签字的董事会决议、监事签字的监事会决议、职工（职工代表）签字的职工大会（职工代表大会）决议等相关材料。
	更换登记联络员	填写《联络员信息表》，提交联络员的身份证明复印件（粘贴在申请书中即可）。
	更换境外投资者法律文件送达接受人	提交《外商投资企业法律文件送达授权委托书》和被授权人的主体资格文件复印件或自然人身份证明复印件。

备案事项：章程、经营期限、有限责任公司股东或者股份有限公司发起人认缴的出资数额、董事、监事、高级管理人员、登记联络员、外商投资公司法律文件送达接受人

（三）歇业备案提交材料

序号	材料	提示

1	《市场主体歇业备案申请书》	具体填写要求详见申请书注释； 全市实施市场主体登记告知承诺制，按照承诺制办理的，一并提交承诺书。
2	《歇业备案承诺书》	有限公司由全体股东签署，股份有限公司由全体董事签署。

（四）申请增加、减少、遗失补领、换发证照提交材料

序号	材料	提示
1	《增、减、补、换发证照申请书》	具体填写要求详见申请书注释； 全市实施市场主体登记告知承诺制，按照承诺制办理的，一并提交承诺书。 执照遗失，办理注销登记时可免于提交。
2	营业执照正、副本	已领取纸质版营业执照的需缴回（遗失除外）。
3	报纸公告样张	办理遗失补领证照时需公告。 已在国家企业信息信息公示系统公示营业执照作废声明的不需提交。

依据《中外合资经营企业法》、《外资企业法》、《中外合作经营企业法》等法规设立的外商投资公司、非公司外商投资企业、外商投资公司分公司、非外商投资企业分支机构申请变更、备案、注销登记，在2014年12月31日前的过渡期内，可继续参照原要求提交材料。

（五）特别提请注意

1. 提交的登记申请文书与其他申请材料应当使用A4型白色纸张，用黑色或蓝色墨水港币或签字笔工整填写、签字。

2. 对于现场窗口提交材料的，未注明提交复印件的，应当提交原件（未注明复印件的即为原件）；提交复印件的，应当注明“与原件一致”并由申请人签署，或者由其指定的代表或共同委托的代理人签字。

3. 通过全程电子化方式申请登记注册的，主体资格证明、身份证吗、批准证书、章程、决议等文件可通过全程电子化登记系统提交原件影像（印）件，或通过登记业务系统设置的申请为文书格式规范生成相关材料并使用。

4. 提交材料涉及签署，参照申请书中申请人的注释，未注明签署人的，自然人由本人签字，法人和其他组织由法定代表人、负责人或有权签字人签字，并加盖公章。无法亲笔签署的，需提交授权人委托他人签字的授权委托书，授权委托书应为原件，且授权人应亲笔签字，被委托人应配合登记机关进行实名认证。

5. 提交材料、公证认证文书为外文的，应对其内容进行准确的中文翻译，同时提交中文翻译件、外文原件两种文书，并注明“翻译准确”字样。翻译单位应在翻译件上加盖翻译单位公章（翻译专用章）或者附营业执照复印件等主体资格证明文件复印件，同时注明翻译人及联系方式。自然人的应在翻译件上签名，注明联系方式，并附翻译人员相应翻译资质复印件或者身份证明复印件。

6. 在办理登记、备案事项时，申请人应当配合登记机关通过实名认证系统，采用人脸识别等方式对相关人员进行实名验证。因特殊原因，当事人无法通过实名认证系统核验身份信息的，可以提交经依法公证的自然人身份证明文件，或者由本人持身份证件到现场办理。

三、公司注销登记一次性告知事项清单

尊敬的申请人：

欢迎您到北京投资兴业，市场监管部门竭诚为您服务。您可通过北京市企业服务e窗通平台（网址：https://ect.scjgj.beijing.gov.cn）办理经营主体登记业务或查询相关信息。在此，您可获得全程零见面的一站式服务体验。

（一）公司注销登记提交材料

注销登记：

1.公司因解散、被宣告破产或者其他法定事由需要终止的，应当依法进行清算，并向登记机关申请注销登记。

2.清算组自成立之日起10日内，应登录国家企业信用信息公示系统向社会免费公示清算组信息，并于60日内通过国家企业信用信息公示系统发布债权人公告（也可在报纸上发布公告），公示期为45个自然日。

有分公司的，还应先行办理分公司的注销手续。

序号	材料	提示
1	《企业注销登记申请书》	具体填写要求详见申请书注释； 全市实施市场主体登记告知承诺制，按照承诺制办理的，一并提交承诺书。

2	公司依照《公司法》作出解散的决议或者决定	也可提交人民法院的破产裁定、解散裁判文书、裁定强制清算终结文书，行政机关责令关闭、公司依法被吊销营业执照或被撤销的文件。
3	清算报告	由股东会、股东大会、一人有限责任公司的股东或人民法院、公司批准机关确认。 有限责任公司由代表三分之二以上表决权的股东签署确认；一人有限责任公司由股东签署确认；股份有限公司由股东大会会议主持人及出席会议的董事签字确认。 公司破产程序终结后办理注销登记的，不提交此项材料。提交人民法院关于破产程序终结的裁定书。
4	国有资产监督管理机构的决定	国有独资公司需要提交。其中，国务院确定的重要的国有独资公司，还应当提交本级人民政府的批准文件复印件。
5	清税证明材料	经登记机关在线核查已办结清

		税手续的，无需提交纸质清税文书。
6	报纸样张	仅通过报纸发布债权人公告的，需要提交依法刊登公告的报纸样张。
7	人民法院指定其为清算人、破产管理人的证明	清算人、破产管理人申请注销登记的需提交。
8	批准文件复印件	法律、行政法规和国务院决定规定注销公司必须报经批准的，提交有关批准文件的复印件。
9	营业执照正、副本	已领取纸质版营业执照的缴回营业执照正、副本。
10	合并协议或分立决议、决定	因合并、分立而解散的公司，不进行清算的，办理公司注销登记时无需提交此规范第3项材料，提交合并协议或分立决议、决定。合并协议，分立决议或决定中载明解散公司需办理清算的，在办理注销登记时需提交清算报告。

（二）公司简易注销登记提交材料

简易注销：

企业决定解散，符合简易注销程序的，可以通过北京市企业服务e窗通平台“企业法人”中的“主体注销”模块向社会公共拟申请简易注销登记及全体投资人承诺信息（强制清算终结和破产程序终结的企业除外），公共将通过国家企业信用信息公示系统向社会公示，公示期为20日。

序号	材料	提示
1	《企业注销登记申请书》	具体填写要求详见申请书注释； 全市实施市场主体登记告知承诺制，按照承诺制办理的，一并提交承诺书。
2	营业执照正、副本	已领取纸质版营业执照的缴回营业执照正、副本。
3	《简易注销全体投资人承诺书》	\

注：

有下列情形之一的市场主体不适用于简易注销：

1.在经营异常名录或者市场监督管理严重违法失信名单中的；

2.存在股权（财产份额）被冻结、出质或者动产抵押。或者对其他市场主体存在投资的；

3.有正在被立案调查或者采取行政强制措施、正在诉讼或

者仲裁程序中；

4. 被吊销营业执照、责令关闭、撤销的；

5. 受到罚款等行政处罚尚未执行完毕的；

6. 不符合《市场主体登记管理条例》第三十三条规定的其他情形。

经人民法院裁定宣告破产并终结破产程序、强制清算程序终结后办理注销登记的，可持《企业注销登记申请书》、人民法院指定清算人、破产管理人的证明、营业执照正、副本以及人民法院宣告破产的裁定书和终结破产程序的裁定书原件、人民法院终结强制清算程序的裁定书原件（包括以无法清算或无法全面清算为由作出的裁定）申请办理简易注销登记，无需经过简易注销公告程序。

（三）特别提请注意

1. 提交的登记申请文书与其他申请材料应当使用 A4 型白色纸张，用黑色或蓝色墨水港币或签字笔工整填写、签字。

2. 对于现场窗口提交材料的，未注明提交复印件的，应当提交原件（未注明复印件的即为原件）；提交复印件的，应当注明“与原件一致”并由申请人签署，或者由其指定的代表或共同委托的代理人签字。

3. 通过全程电子化方式申请登记注册的，主体资格证明、身份证吗、批准证书、章程、决议等文件可通过全程电子化登记系统提交原件影像（印）件，或通过登记业务系统设置的申

请为文书格式规范生成相关材料并使用。

4. 提交材料涉及签署，参照申请书中申请人的注释，未注明签署人的，自然人由本人签字，法人和其他组织由法定代表人、负责人或有权签字人签字，并加盖公章。无法亲笔签署的，需提交授权人委托他人签字的授权委托书，授权委托书应为原件，且授权人应亲笔签字，被委托人应配合登记机关进行实名认证。

5. 提交材料、公证认证文书为外文的，应对其内容进行准确的中文翻译，同时提交中文翻译件、外文原件两种文书，并注明“翻译准确”字样。翻译单位应在翻译件上加盖翻译单位公章（翻译专用章）或者附营业执照复印件等主体资格证明文件复印件，同时注明翻译人及联系方式。自然人的应在翻译件上签名，注明联系方式，并附翻译人员相应翻译资质复印件或者身份证明复印件。

6. 在办理登记、备案事项时，申请人应当配合登记机关通过实名认证系统，采用人脸识别等方式对相关人员进行实名验证。因特殊原因，当事人无法通过实名认证系统核验身份信息的，可以提交经依法公证的自然人身份证明文件，或者由本人持身份证件到现场办理。

四、外国企业常驻代表机构设立登记一次性告知事项清单

（一）外国企业常驻代表机构设立登记提交材料

序号	材料	提示
1	《外国（地区）企业常驻代表机构登记（备案）申请书》	具体填写要求详见申请书注释： 全市实施经营主体登记告知承诺制，按照承诺制办理的，一并提交承诺书。
2	外国（地区）企业住所证明和存续2年以上的合法营业证明	合法营业证明指隶属外国（地区）企业所在国家或者地区有关部门出具的外国（地区）企业存续2年以上的主体资格文件或其他有关营业证明。代表机构驻在期限不应超过外国企业的存续期限。
3	外国（地区）企业的章程或者组织协议	\
4	外国（地区）企业出具的对有权签字人的授权或证明文件	\
5	外国（地区）企业	同时附每位代表的照片两张。

	对首席代表、代表的任命文件	代表机构的代表（含首席代表）人数不得超过4人，经审批机关批准的除外。
6	同外国（地区）企业有业务往来的金融机构出具的资信证明	该金融机构为中国大陆地区境内金融机构的，无需公证认证。 金融、保险业企业除资信证明外还应提交派出机构的资产和损益年报、组织章程、董事会名单。
7	首席代表、代表的简历和身份证明复印件	由中国公民担任首席代表或代表的，还应提交外事服务单位出具的派遣函。
8	代表机构驻在场所的合法使用相关文件	产权人签字或盖章的房产证复印件。产权人为自然人的应亲笔签字，产权人为单位的应盖单位公章。其他情况请参见《经营主体登记注册通用指南》。
9	批准机关的批准文件	法律、行政法规或者国务院规定代表机构从事的业务活动须经批准的，应当取得批准。
10	申请材料的人员（经办人）的自然人身份证明复印件	\

（二）材料 2-6 项具体要求

1. 香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾地区企业的主体资格文件应当按照专项规定或者协议，依法提供当地公证机构的公证文件。香港特别行政区、澳门特别行政区公证文件需经司法部专门机构转递。以上材料须提交原件。

2. 外国（地区）企业所属国为《取消外国公文书认证要求的公约》缔约国的（以外交部发布的《取消外国公文书认证要求的公约》缔约国名单的具体要求为准，下同），提交所属国有关机关的公证文书和当地有权机关签发的附加证明书（中国不承认具有主权国家地位以及与中国之间不适用公约的国家除外）。

3. 外国（地区）企业所属国非《取消外国公文书认证要求的公约》缔约国，或虽为缔约国但中国不承认具有主权国家地位以及与中国之间不适用公约的，相关主体资格文件应当经所在国家公证机关公证并经中国驻该国使（领）馆认证。如其本国与中国没有外交关系，则应当经与中国有外交关系的第三国驻该国使（领）馆认证，再由中国驻该第三国使（领）馆认证。

4.某些国家的海外属地出具的文书，应当先在该属地办妥公证，再经该国外交机构认证，最后由中国驻该国使（领）馆认证。如该国为《取消外国公文书认证要求的公约》缔约国，则应当先在海外属地办妥公证，再经该国外交机构认证，最后由该国有权机关签发附加证明书。中国与有关国家缔结或共同

参加的国际条约对认证另有规定的除外。

5. 按照中国缔结或者参加的国际条约、协定规定设立从事营利性活动的代表机构，还应当依法提交相应文件。

（三）特别提请注意

1. 提交的登记申请文书与其它申请材料应当使用 A4 型白色纸张，用黑色或蓝色墨水钢笔或签字笔工整填写、签字。

2. 对于现场窗口提交材料的，除明确注明要求提交复印件的材料外，其他材料均提交原件；明确注明要求提交复印件的，应当由申请人在复印件上注明“与原件一致”并签名或盖章确认，或根据授权委托情况，由登记联络员或登记注册代理人签名确认；应当提交原件，但确无法提交原件的，可以用复印件代替，由所有在原件上签署确认的人员或组织单位在复印件上重新签署确认，并注明“与原件一致”。

3. 通过全程电子化方式申请登记注册的，主体资格证明、身份证明、有关批准文件或许可证件、章程、决议等文件以及手写签名材料可通过全程电子化登记系统提交原件影像（印）件，或通过登记业务系统规范生成相关材料并使用。

4. 申请人通过全程电子化登记系统上传的手写签名申请材料图片或影像（印）件，经申请人确认并提交后，可直接以电子档案方式存储，登记机关可以不再收取原纸质材料。登记机关能通过数据共享等手段获取相关人员身份证明、清税信息、有关批准文件或许可证件等文件或数据信息，且可以在线核验、

存档的，可以不再收取对应的纸质材料。

5. 提交材料涉及签署，参照申请书中申请人的注释，明确要求签署人签名并加盖公章的，应当由法人（组织）的法定代表人、负责人或有权签字人签名并加盖法人（组织）的公章；未明确的，自然人由本人签名，法人（组织）由法定代表人、负责人或有权签字人签名，或盖法人（组织）的公章。无法亲笔签署的，需提交授权人委托他人签字的授权委托书，授权委托书应由授权人亲笔签字，被委托人应配合登记机关进行实名认证。

6. 提交材料、公证认证文书为外文的，应附加盖翻译单位公章的中文翻译件，由翻译单位注明“翻译准确”，投资人名称为非英文外文的，翻译件中应记载投资人英文名称，翻译单位应在翻译件上加盖翻译单位公章（翻译专用章）并附营业执照复印件等主体资格证明文件复印件，同时注明翻译人及联系方式。翻译人为自然人的，应当在翻译件上签名，注明联系方式，并附翻译人员相应翻译资质证书复印件及身份证明复印件。

7. 关于经营场所（住所）使用的相关文件，可参照《经营主体登记注册通用指南》中“如何提交经营场所（住所）使用文件”部分提交相关材料。

8. 在办理登记、备案事项时，申请人、登记联络员或登记注册代理人等相关人员应当配合登记机关通过实名认证系统，采用人脸识别等方式对相关人员进行实名验证。因特殊原因，

当事人无法通过实名认证系统核验身份信息的，可以提交经依法公证的自然人身份证明文件，或者由本人持身份证件到现场办理，在登记机关现场办理实名登记确认的，还应当提交《实名登记确认表》。

五、外国企业常驻代表机构变更登记（备案）一次性告知事项清单

（一）外国企业常驻代表机构变更登记（备案）提交材料

序号	材料	提示
1	《外国（地区）企业常驻代表机构登记（备案）申请书》	具体填写要求详见申请书注释； 全市实施市场主体登记告知承诺制，按照承诺制办理的，一并提交承诺书。
2	批准机关的批准文件	法律、行政法规或者国务院规定须经批准的，应当取得批准。外国（地区）企业应自批准之日起30日内向登记机关申请变更登记，逾期申请变更登记的，外国（地区）企业应报批准机关确认原批准文件的效力或另行报批。
3	登记证、代表证	办理变更登记提交登记证，办理备案登记提交登记证复印件。涉及代表证变更的，还需提交原代表证。需出具代表证的，同时附每位代表的照片两张。
4	提交申请材料的人	\

	员（经办人）的自然人身份证明复印件	
5	**变更事项相关证明文件**	**涉及下述各登记事项变更的，还应当按要求提交材料：**
	代表机构名称变更	提供外国（地区）企业存续2年以上的合法营业证明及同外国（地区）企业有业务往来的金融机构出具的资信证明。合法营业证明由隶属外国（地区）企业所在国家或者地区有关部门出具，证明该企业主体资格或其他有关营业存续2年以上；资信证明应提交同该外国（地区）企业有业务往来的金融机构出具的资本信用证明，该金融机构为中国大陆地区境内金融机构的，无需公证认证。
	驻在场所变更	产权人签字或盖章的房产证复印件。产权人为自然人的应亲笔签字，产权人为单位的应盖单位公章。其他情况请参见《经营主体登记注册通用指南》。

	首席代表变更	在《外国（地区）企业常驻代表机构登记(备案)申请书》中填写新任首席代表的相关信息，提交自然人身份证明复印件和简历，以及载明首席代表任免职情况的相关材料。由中国公民担任首席代表的，还应提交外事服务单位出具的派遣函。
	驻在期限变更	提供外国（地区）企业存续2年以上的合法营业证明复印件和资信证明。合法营业证明，由隶属外国（地区）企业所在国家或者地区有关部门出具，证明该企业主体资格或其他有关营业存续2年以上；资信证明应提交同该外国（地区）企业有业务往来的金融机构出具的资本信用证明，该金融机构为中国大陆地区境内金融机构的，无需公证认证。 代表机构驻在期限不得超过外国企业的存续期限。 代表机构应在有效期限届满前

		60日内办理有关延期登记。
	业务范围变更	法律、行政法规和国务院决定规定代表机构从事的业务活动须经批准的，提交相关批准文件。
	外国（地区）企业名称、住所变更	提交该外国（地区）企业所在国家（地区）法定登记机关出具的准予名称、住所变更的证明文件。
6	**备案事项相关证明文件**	**涉及下述各登记事项备案的，还应当按要求提交材料：**
	外国（地区）企业有权签字人备案	提交变更后的外国（地区）企业出具的对有权签字人的授权或证明文件。
	外国（地区）企业责任形式、资本（资产）、经营范围备案	提交外国（地区）企业责任形式、资本（资产）、经营范围发生变动的证明文件。
	外国（地区）企业代表备案	在《外国（地区）企业常驻代表机构登记（备案）申请书》中填写新任代表的相关信息，提交自然人身份证明复印件和简历，以及载明代表任免职情况的相关材料。由中国公民担任代表的，还应提交外

		事服务单位出具的派遣函。
	登记联络员备案	提交登记联络员的自然人身份证明复印件。

（二）涉及外国（地区）企业的变更证明文件材料具体要求

1. 香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾地区企业的主体资格文件应当按照专项规定或者协议，依法提供当地公证机构的公证文件。香港特别行政区、澳门特别行政区公证文件需经司法部专门机构转递。以上材料须提交原件。

2. 外国（地区）企业所属国为《取消外国公文书认证要求的公约》缔约国的（以外交部发布的《取消外国公文书认证要求的公约》缔约国名单的具体要求为准，下同），提交所属国有关机关的公证文书和当地有权机关签发的附加证明书（中国不承认具有主权国家地位以及与中国之间不适用公约的国家除外）。

3. 外国（地区）企业所属国非《取消外国公文书认证要求的公约》缔约国，或虽为缔约国但中国不承认具有主权国家地位以及与中国之间不适用公约的，相关主体资格文件应当经所在国家公证机关公证并经中国驻该国使（领）馆认证。如其本国与中国没有外交关系，则应当经与中国有外交关系的第三国驻该国使（领）馆认证，再由中国驻该第三国使（领）馆认证。

4. 某些国家的海外属地出具的文书，应当先在该属地办妥公证，再经该国外交机构认证，最后由中国驻该国使（领）馆

认证。如该国为《取消外国公文书认证要求的公约》缔约国，则应当先在海外属地办妥公证，再经该国外交机构认证，最后由该国有权机关签发附加证明书。中国与有关国家缔结或共同参加的国际条约对认证另有规定的除外。

5. 代表机构变更，外国（地区）企业应当在登记机关指定的媒体上向社会公告。

六、外国企业常驻代表机构增加、减少、遗失补领、补发证照一次性告知事项清单

（一）外国常驻代表机构增加、减少、遗失补领、补发证照提交材料

序号	材料	提示
1	《增、减、补、换发证照申请书》	具体填写要求详见申请书注释； 全市实施市场主体登记告知承诺制，按照承诺制办理的，一并提交承诺书。
2	提交申请材料的人员（经办人）的自然人身份证明复印件	\
3	登记证、代表证	缴回外国（地区）企业常驻代表机构登记证、代表证（遗失除外）。需重新出具代表证的，同时附每位代表的照片两张。
4	报纸公告样张	办理遗失补领证照时需公告。 已在国家企业信用信息公示系统公示作废声明的不需提交。

（二）特别提请注意

1. 提交的登记申请文书与其它申请材料应当使用 A4 型白色纸张，用黑色或蓝色墨水钢笔或签字笔工整填写、签字。

2. 对于现场窗口提交材料的，除明确注明要求提交复印件的材料外，其他材料均提交原件；明确注明要求提交复印件的，应当由申请人在复印件上注明“与原件一致”并签名或盖章确认，或根据授权委托情况，由登记联络员或登记注册代理人签名确认；应当提交原件，但确无法提交原件的，可以用复印件代替，由所有在原件上签署确认的人员或组织单位在复印件上重新签署确认，并注明“与原件一致”。

3. 通过全程电子化方式申请登记注册的，主体资格证明、身份证明、有关批准文件或许可证件、章程、决议等文件以及手写签名材料可通过全程电子化登记系统提交原件影像（印）件，或通过登记业务系统规范生成相关材料并使用。

4. 申请人通过全程电子化登记系统上传的手写签名申请材料图片或影像（印）件，经申请人确认并提交后，可直接以电子档案方式存储，登记机关可以不再收取原纸质材料。登记机关能通过数据共享等手段获取相关人员身份证明、清税信息、有关批准文件或许可证件等文件或数据信息，且可以在线核验、存档的，可以不再收取对应的纸质材料。

5. 提交材料涉及签署，参照申请书中申请人的注释，明确要求签署人签名并加盖公章的，应当由法人（组织）的法定代

表人、负责人或有权签字人签名并加盖法人（组织）的公章；未明确的，自然人由本人签名，法人（组织）由法定代表人、负责人或有权签字人签名，或盖法人（组织）的公章。无法亲笔签署的，需提交授权人委托他人签字的授权委托书，授权委托书应由授权人亲笔签字，被委托人应配合登记机关进行实名认证。

6. 提交材料、公证认证文书为外文的，应附加盖翻译单位公章的中文翻译件，由翻译单位注明“翻译准确”，投资人名称为非英文外文的，翻译件中应记载投资人英文名称，翻译单位应在翻译件上加盖翻译单位公章（翻译专用章）并附营业执照复印件等主体资格证明文件复印件，同时注明翻译人及联系方式。翻译人为自然人的，应当在翻译件上签名，注明联系方式，并附翻译人员相应翻译资质证书复印件及身份证明复印件。

7. 关于经营场所（住所）使用的相关文件，可参照《经营主体登记注册通用指南》中“如何提交经营场所（住所）使用文件”部分提交相关材料。

8. 在办理登记、备案事项时，申请人、登记联络员或登记注册代理人等相关人员应当配合登记机关通过实名认证系统，采用人脸识别等方式对相关人员进行实名验证。因特殊原因，当事人无法通过实名认证系统核验身份信息的，可以提交经依法公证的自然人身份证明文件，或者由本人持身份证件到现场办理，在登记机关现场办理实名登记确认的，还应当提交《实

名登记确认表》。

七、外国企业常驻代表机构注销登记一次性告知事项清单

（一）外国企业常驻代表机构注销登记提交材料

序号	材料	提示
1	《外国（地区）企业常驻代表机构登记（备案）申请书》	具体填写要求详见申请书注释； 全市实施经营主体登记告知承诺制，按照承诺制办理的，一并提交承诺书。
2	代表机构税务登记注销证明	登记机关和税务部门已共享清税信息的，无需提交纸质清税证明材料。
3	提交申请材料的人员（经办人）的自然人身份证明复印件	\
4	海关出具的证明	指海关出具的相关事宜已清理完结或该代表机构未办理相关手续的证明。 选择证明告知承诺制方式办理，提交申请人、提交人签署的证明告知承诺书，可不再要求提交相关证明。

5	原批准机关同意注销的文件	仅限涉及审批的外国企业常驻代表机构提交。
6	登记证、代表证	缴回外国（地区）企业常驻代表机构登记证、代表证。

（二）特别提请注意

1. 提交的登记申请文书与其它申请材料应当使用 A4 型白色纸张，用黑色或蓝色墨水钢笔或签字笔工整填写、签字。

2. 对于现场窗口提交材料的，除明确注明要求提交复印件的材料外，其他材料均提交原件；明确注明要求提交复印件的，应当由申请人在复印件上注明“与原件一致”并签名或盖章确认，或根据授权委托情况，由登记联络员或登记注册代理人签名确认；应当提交原件，但确无法提交原件的，可以用复印件代替，由所有在原件上签署确认的人员或组织单位在复印件上重新签署确认，并注明“与原件一致”。

3. 通过全程电子化方式申请登记注册的，主体资格证明、身份证明、有关批准文件或许可证件、章程、决议等文件以及手写签名材料可通过全程电子化登记系统提交原件影像（印）件，或通过登记业务系统规范生成相关材料并使用。

4. 申请人通过全程电子化登记系统上传的手写签名申请材料图片或影像（印）件，经申请人确认并提交后，可直接以电子档案方式存储，登记机关可以不再收取原纸质材料。登记机关能通过数据共享等手段获取相关人员身份证明、清税信息、

有关批准文件或许可证件等文件或数据信息，且可以在线核验、存档的，可以不再收取对应的纸质材料。

5. 提交材料涉及签署，参照申请书中申请人的注释，明确要求签署人签名并加盖公章的，应当由法人（组织）的法定代表人、负责人或有权签字人签名并加盖法人（组织）的公章；未明确的，自然人由本人签名，法人（组织）由法定代表人、负责人或有权签字人签名，或盖法人（组织）的公章。无法亲笔签署的，需提交授权人委托他人签字的授权委托书，授权委托书应由授权人亲笔签字，被委托人应配合登记机关进行实名认证。

6. 提交材料、公证认证文书为外文的，应附加盖翻译单位公章的中文翻译件，由翻译单位注明“翻译准确”，投资人名称为非英文外文的，翻译件中应记载投资人英文名称，翻译单位应在翻译件上加盖翻译单位公章（翻译专用章）并附营业执照复印件等主体资格证明文件复印件，同时注明翻译人及联系方式。翻译人为自然人的，应当在翻译件上签名，注明联系方式，并附翻译人员相应翻译资质证书复印件及身份证明复印件。

7. 在办理登记、备案事项时，申请人、登记联络员或登记注册代理人等相关人员应当配合登记机关通过实名认证系统，采用人脸识别等方式对相关人员进行实名验证。因特殊原因，当事人无法通过实名认证系统核验身份信息的，可以提交经依法公证的自然人身份证明文件，或者由本人持身份证件到现场

办理，在登记机关现场办理实名登记确认的，还应当提交《实名登记确认表》。

八、个人独资企业设立登记一次性告知事项清单

尊敬的申请人：

欢迎您到北京投资兴业，市场监管部门竭诚为您服务。您可通过北京市企业服务e窗通平台（网址：https://ect.scjgj.beijing.gov.cn）办理经营主体登记业务或查询相关信息。在此，您可获得全程零见面的一站式服务体验。

个人独资企业是指依照《中华人民共和国个人独资企业法》在中国境内设立，由一个自然人投资，财产为投资人个人所有，投资人以其个人财产对企业债务承担无限责任的经营实体。

（一）办理条件

1. 有符合要求的名称

名称一般由四部分依次组成：行政区划＋字号＋行业特点＋组织形式；个人独资企业名称中不得使用“有限”、“有限责任”或“公司”字样，且应当在名称中标明（个人独资）。

2. 有符合要求的投资人

投资人应为一个自然人，且法律、法规禁止从事营利性活动的人（如公务员、现役军人等）不得成为企业投资者。

3. 有符合要求的出资

个人独资企业投资人应当在申请设立登记时明确是以个人财产出资还是以其家庭财产作为个人出资。

4. 有符合要求的住所

经营主体应使用真实、合法、安全的非居住用途的建筑或者场地作为住所，不得利用违法建设或者已被认定为危险房屋的建筑开展生产经营活动。住所当符合有关法律法规及国家、本市有关产业政策要求。

5. 从事的经营项目应符合国家规定

按照市场监管总局关于开展经营范围规范化工作的要求，经营主体在办理营业执照登记时，均使用规范条目办理登记；存量经营主体变更经营范围的，需使用规范条目规范原有经营范围登记的内容。您可以登录北京市企业服务e窗通平台方便快捷地查询、选择与您从事的经营活动相匹配的经营范围规范表述。

经营范围规范化改革实施后，营业执照上不再登记许可审批文件的具体内容。前置许可项目、后置许可项目均使用相关许可对应的规范条目办理登记。

经营主体申请从事前置许可项目的，应当在申请登记时提交有关批准文件。

经营主体从事的经营活动需符合本市的产业政策，不违反《北京市新增产业的禁止和限制目录（2022年版）》。

（二）个人独资企业设立登记提交材料

序号	材料	提示
1	《个人独资企业登记（备案）申请	具体填写要求详见申请书注释；

	书》	全市实施经营主体登记告知承诺制，按照承诺制办理的，一并提交承诺书（包含《名称自主申报承诺书》等）。
2	投资人身份证明	提交投资人的自然人身份证明复印件。
3	住所使用相关文件	产权人签字或盖章的房产证复印件。产权人为自然人的应亲笔签字，产权人为单位的应盖单位公章。其他情况请参见《经营主体登记注册通用指南》。
4	批准文件或者许可证件的复印件	法律、行政法规和国务院决定规定在设立企业必须报经批准的，或企业申请登记的经营范围中有法律、行政法规和国务院决定规定须在登记前依法须经批准的项目的，提交有关批准文件或者许可证件的复印件。
5	申请材料的人员（经办人）的自然人身份证明复印件	\

（三）特别提请注意

1. 提交的登记申请文书与其它申请材料应当使用 A4 型白色纸张，用黑色或蓝色墨水钢笔或签字笔工整填写、签字。

2. 对于现场窗口提交材料的，除明确注明要求提交复印件的材料外，其他材料均提交原件；明确注明要求提交复印件的，应当由申请人在复印件上注明“与原件一致”并签名或盖章确认，或根据授权委托情况，由登记联络员或登记注册代理人签名确认；应当提交原件，但确无法提交原件的，可以用复印件代替，由所有在原件上签署确认的人员或组织单位在复印件上重新签署确认，并注明“与原件一致”。

3. 通过全程电子化方式申请登记注册的，主体资格证明、身份证明、有关批准文件或许可证件、章程、决议等文件以及手写签名材料可通过全程电子化登记系统提交原件影像（印）件，或通过登记业务系统规范生成相关材料并使用。

4. 申请人通过全程电子化登记系统上传的手写签名申请材料图片或影像（印）件，经申请人确认并提交后，可直接以电子档案方式存储，登记机关可以不再收取原纸质材料。登记机关能通过数据共享等手段获取相关人员身份证明、清税信息、有关批准文件或许可证件等文件或数据信息，且可以在线核验、存档的，可以不再收取对应的纸质材料。

5. 提交材料涉及签署，参照申请书中申请人的注释，明确要求签署人签名并加盖公章的，应当由法人（组织）的法定代表人、负责人或有权签字人签名并加盖法人（组织）的公章；

未明确的，自然人由本人签名，法人（组织）由法定代表人、负责人或有权签字人签名，或盖法人（组织）的公章。无法亲笔签署的，需提交授权人委托他人签字的授权委托书，授权委托书应由授权人亲笔签字，被委托人应配合登记机关进行实名认证。

6. 关于经营场所（住所）使用的相关文件，可参照《经营主体登记注册通用指南》中“如何提交经营场所（住所）使用文件”部分提交相关材料。

7. 在办理登记、备案事项时，申请人、登记联络员或登记注册代理人等相关人员应当配合登记机关通过实名认证系统，采用人脸识别等方式对相关人员进行实名验证。因特殊原因，当事人无法通过实名认证系统核验身份信息的，可以提交经依法公证的自然人身份证明文件，或者由本人持身份证件到现场办理，在登记机关现场办理实名登记确认的，还应当提交《实名登记确认表》。

8. 公司自然人股东、合伙企业自然人合伙人、个人独资企业投资人、农民专业合作社自然人成员、个体工商户经营者因特殊原因丧失民事行为能力的，可以由法定监护人凭人民法院出具的裁定办理相关登记。

九、个人独资企业变更登记（备案）一次性告知事项清单

尊敬的申请人：

欢迎您到北京投资兴业，市场监管部门竭诚为您服务。您可通过北京市企业服务e窗通平台（网址：https://ect.scjgj.beijing.gov.cn）办理经营主体登记业务或查询相关信息。在此，您可获得全程零见面的一站式服务体验。

（一）个人独资企业变更登记（备案）提交材料

序号	材料	提示
1	《个人独资企业登记（备案）申请书》	具体填写要求详见申请书注释； 全市实施经营主体登记告知承诺制，按照承诺制办理的，一并提交承诺书。
2	提交申请材料的人员（经办人）的自然人身份证明复印件	\
3	营业执照正、副本	办理变更登记的，缴回营业执照正、副本。
4	**变更事项相关证明**	**涉及下述各登记事项变更的，还应**

	文件	**当按要求提交材料：**
	变更名称	向登记机关提出申请，并提交《名称自主申报承诺书》。经营范围涉及前置许可且需变更名称的，应当先办理名称自主申报。 具体要求请参见《经营主体登记注册通用指南》。
	变更住所	产权人签字或盖章的房产证复印件。产权人为自然人的应亲笔签字，产权人为单位的应盖单位公章。其他情况请参见《经营主体登记注册通用指南》。
	变更经营范围	按照国家市场监督管理总局公布的经营项目分类标准办理经营范围登记。申请登记的经营范围中有法律、行政法规和国务院决定规定必须在登记前报经批准的项目，提交有关批准文件或者许可证件的复印件。
	变更投资人	提交变更后投资人的身份证明复印件； 提交转让协议书；

		因继承、受遗赠变更投资人的，应当提交公证机构出具的能够说明财产继承、受遗赠情况的公证文书，或生效的法律文书（包括但不限于人民法院生效判决、裁定，民事调解书或经人民法院确认的人民调解协议书以及其他足以证明继承关系的法律文书）等证明材料，可不提交转让协议书。
	变更投资人的姓名、居所	提交本人更名后的身份证明复印件及公安部门出具的证明（投资人更改姓名后，其身份证号码与更改姓名前一致的，无需提交公安部门证明）。
	变更出资额	向登记机关提出申请。
	个人独资企业转型	可转型为公司、合伙企业。具体材料参照《个体工商户（个人独资企业）转变为企业组织形式登记一次性告知单》。
5	**备案事项证明文件**	**涉及备案下述各登记事项的，还应当按要求提交材料，分支机构备案与分支机关变更登记同时申请时，**

		可一并提交有关材料：
	登记联络员备案	提交登记联络员的自然人身份证明复印件

（二）特别提请注意

1. 提交的登记申请文书与其它申请材料应当使用 A4 型白色纸张，用黑色或蓝色墨水钢笔或签字笔工整填写、签字。

2. 对于现场窗口提交材料的，除明确注明要求提交复印件的材料外，其他材料均提交原件；明确注明要求提交复印件的，应当由申请人在复印件上注明“与原件一致”并签名或盖章确认，或根据授权委托情况，由登记联络员或登记注册代理人签名确认；应当提交原件，但确无法提交原件的，可以用复印件代替，由所有在原件上签署确认的人员或组织单位在复印件上重新签署确认，并注明“与原件一致”。

3. 通过全程电子化方式申请登记注册的，主体资格证明、身份证明、有关批准文件或许可证件、章程、决议等文件以及手写签名材料可通过全程电子化登记系统提交原件影像（印）件，或通过登记业务系统规范生成相关材料并使用。

4. 申请人通过全程电子化登记系统上传的手写签名申请材料图片或影像（印）件，经申请人确认并提交后，可直接以电子档案方式存储，登记机关可以不再收取原纸质材料。登记机关能通过数据共享等手段获取相关人员身份证明、清税信息、有关批准文件或许可证件等文件或数据信息，且可以在线核验、

存档的，可以不再收取对应的纸质材料。

5. 提交材料涉及签署，参照申请书中申请人的注释，明确要求签署人签名并加盖公章的，应当由法人（组织）的法定代表人、负责人或有权签字人签名并加盖法人（组织）的公章；未明确的，自然人由本人签名，法人（组织）由法定代表人、负责人或有权签字人签名，或盖法人（组织）的公章。无法亲笔签署的，需提交授权人委托他人签字的授权委托书，授权委托书应由授权人亲笔签字，被委托人应配合登记机关进行实名认证。

6. 关于经营场所（住所）使用的相关文件，可参照《经营主体登记注册通用指南》中“如何提交经营场所（住所）使用文件”部分提交相关材料。

7. 在办理登记、备案事项时，申请人、登记联络员或登记注册代理人等相关人员应当配合登记机关通过实名认证系统，采用人脸识别等方式对相关人员进行实名验证。因特殊原因，当事人无法通过实名认证系统核验身份信息的，可以提交经依法公证的自然人身份证明文件，或者由本人持身份证件到现场办理，在登记机关现场办理实名登记确认的，还应当提交《实名登记确认表》。

8. 公司自然人股东、合伙企业自然人合伙人、个人独资企业投资人、农民专业合作社自然人成员、个体工商户经营者因特殊原因丧失民事行为能力的，可以由法定监护人凭人民法院

出具的裁定办理相关登记。

十、个人独资企业注销登记一次性告知事项清单

尊敬的申请人：

欢迎您到北京投资兴业，市场监管部门竭诚为您服务。您可通过北京市企业服务e窗通平台（网址：https://ect.scjgj.beijing.gov.cn）办理经营主体登记业务或查询相关信息。在此，您可获得全程零见面的一站式服务体验。

注：个人独资企业在注销前应当办理分支机构注销登记，处理对外投资及相关财产等。

（一）个人独资企注销登记提交材料（普通程序）

序号	材料	提示
1	《企业注销登记申请书（普通程序）》	具体填写要求详见申请书注释； 全市实施经营主体登记告知承诺制，按照承诺制办理的，一并提交承诺书。
2	清算报告	需经投资人或人民法院确认。
3	债权人公告（公告期60日）	投资人自行清算无法通知债权人的，应当发布债权人公告。通过国家企业信用信息公示系统向社会发布债权人公告的，无需提交公告材料。仅通过报纸发布债权人公告

		的，需提交已发刊登公告的报纸样张。
4	人民法院终结强制清算程序的裁定（包括以无法清算或无法全面清算为由作出的裁定）	经人民法院裁定强制清算并终结强制清算程序后办理注销登记的需提交。
5	人民法院指定其为清算人的证明	清算人申请注销登记的需提交。
6	清税证明材料	登记机关和税务部门已共享清税信息的，无需提交纸质清税证明材料。
7	批准文件复印件	法律、行政法规或者国务院规定注销个人独资企业须经批准的，提交有关批准文件复印件。
8	提交申请材料的人员（经办人）的自然人身份证明复印件	\
9	营业执照正、副本	缴回营业执照正、副本。

（二）个人独资企注销登记提交材料（简易程序）

序号	材料	提示

1	《企业注销登记申请书（简易程序）》	具体填写要求详见申请书注释； 全市实施经营主体登记告知承诺制，按照承诺制办理的，一并提交承诺书。
2	提交申请材料的人员（经办人）的自然人身份证明复印件	\
3	营业执照正、副本	缴回营业执照正、副本。
4	《简易注销全体投资人承诺书》	投资人签署，且经国家企业信用信息公示系统公告不少于20日。

注：

1. 依照《个人独资企业法》《市场主体登记管理条例》设立的个人独资企业，申请简易程序注销登记适用本规范。

2. 个人独资企业未发生债权债务或已将债权债务清偿完结，未发生或已结清清偿费用、职工工资、社会保险费用、法定补偿金、应缴纳税款（滞纳金、罚款），并由投资人书面承诺对上述情况的真实性承担法律责任的，可以按照简易程序办理注销登记。

3. 个人独资企业注销属于依法须经批准的，或被吊销营业执照、责令关闭、撤销，或被列入经营异常名录的，或属于

《市场主体登记管理条例实施细则》第四十八条所列情形的，不适用简易注销程序。

4. 申请办理简易注销登记，个人独资企业应当通过国家企业信用信息公示系统公示，公示期为 20 日。在公示期内无相关部门、债权人及其他利害关系人提出异议的，个人独资企业可以于公示期届满之日起 20 日内向登记机关申请注销登记。

（三）特别提请注意

1. 提交的登记申请文书与其它申请材料应当使用 A4 型白色纸张，用黑色或蓝色墨水钢笔或签字笔工整填写、签字。

2. 对于现场窗口提交材料的，除明确注明要求提交复印件的材料外，其他材料均提交原件；明确注明要求提交复印件的，应当由申请人在复印件上注明“与原件一致”并签名或盖章确认，或根据授权委托情况，由登记联络员或登记注册代理人签名确认；应当提交原件，但确无法提交原件的，可以用复印件代替，由所有在原件上签署确认的人员或组织单位在复印件上重新签署确认，并注明“与原件一致”。

3. 通过全程电子化方式申请登记注册的，主体资格证明、身份证明、有关批准文件或许可证件、章程、决议等文件以及手写签名材料可通过全程电子化登记系统提交原件影像（印）件，或通过登记业务系统规范生成相关材料并使用。

4. 申请人通过全程电子化登记系统上传的手写签名申请材料图片或影像（印）件，经申请人确认并提交后，可直接以电

子档案方式存储，登记机关可以不再收取原纸质材料。登记机关能通过数据共享等手段获取相关人员身份证明、清税信息、有关批准文件或许可证件等文件或数据信息，且可以在线核验、存档的，可以不再收取对应的纸质材料。

5. 提交材料涉及签署，参照申请书中申请人的注释，明确要求签署人签名并加盖公章的，应当由法人（组织）的法定代表人、负责人或有权签字人签名并加盖法人（组织）的公章；未明确的，自然人由本人签名，法人（组织）由法定代表人、负责人或有权签字人签名，或盖法人（组织）的公章。无法亲笔签署的，需提交授权人委托他人签字的授权委托书，授权委托书应由授权人亲笔签字，被委托人应配合登记机关进行实名认证。

6. 在办理登记、备案事项时，申请人、登记联络员或登记注册代理人等相关人员应当配合登记机关通过实名认证系统，采用人脸识别等方式对相关人员进行实名验证。因特殊原因，当事人无法通过实名认证系统核验身份信息的，可以提交经依法公证的自然人身份证明文件，或者由本人持身份证件到现场办理，在登记机关现场办理实名登记确认的，还应当提交《实名登记确认表》。

7. 公司自然人股东、合伙企业自然人合伙人、个人独资企业投资人、农民专业合作社自然人成员、个体工商户经营者因特殊原因丧失民事行为能力的，可以由法定监护人凭人民法院

出具的裁定办理相关登记。

十一、食品经营许可新办、延续、变更、注销一次性告知事项清单

（一）食品经营许可新办审批提交材料

序号	材料	提示
一	食品经营许可新办申请表	申请人自备原件1份；表格类；纸质、电子，属于本行政机关职权范围，申请材料齐全，符合法定形式。
二	经营平面布局流程图（包括主要设备设施布局） （仅申请食品经营管理类经营项目的除外）	申请人自备原件1份；其他；纸质、电子，材料齐全，符合法定形式。
三、如有以下情形，还需提交： 1.食堂的经营场所与主体资质标示地址不一致的，还应提供场所合法使用文件； 2.食堂的负责人与主体资质标示法人（或负责人）不一致的。还应提供任职说明； 3.没有条件设置检验室的中央厨房和集体用餐配送单位，还应提交委托协议文件； 4.利用自动售货设备从事食品经营的，还应提交食品安全		

风险管控方案、产品合格证明。		
四、申请人委托代理人提出食品经营许可的，还应提交：		
1	授权委托书	申请人自备原件1份；文本类；纸质、电子。（授权委托书为统一固定格式；委托人是否为申请人，且签字或加盖公章；办理时间是否在委托期限内）
2	身份证件（被委托人身份证件复印件）	政府部门核发复印件1份。（被委托人身份证件是否在有效期内；需确认材料是否按照办事指南中所列格式递交）

（二）食品经营许可延续审批提交材料

序号	材料	提示
一、延续（无变更）		
1	食品经营许可证延期申请表	申请人自备原件1份；其他，纸质、电子，材料齐全，符合法定形式。
二、延续（有变更） 1.食品经营许可延期申请表（延续变更表） 2.经营条件发生变化（许可事项、布局流程、主要设备设施改变），应提交平面布局图（包括主要设备设施布局）（仅申请食品经营管理类经营项目的除外）		

三、食堂的负责人与主体资质标示法人（或负责人）不一致的，应提供任职说明。		
四、利用自动售货设备从事食品经营的（新增此种经营方式的）需提供食品安全风险管控方案、产品合格证明。		
五、申请人委托代理人提出食品经营许可申请时，还需提交：		
1	授权委托书	申请人自备原件1份；文本类；纸质、电子（授权委托书为统一固定格式；委托人是否为申请人，且签字或加盖公章；办理时间是否在委托期限内）
2	身份证件（被委托人身份证件复印件）	政府部门核发复印件1份。（被委托人身份证件是否在有效期内；需确认材料是否按照办事指南中所列格式递交）

（三）食品经营许可变更审批提交材料

序号	材料	提示
一	食品经营许可变更申请表	申请人自备原件1份；表格类；纸质、电子；属于本行政机关职权范围，申请材料齐全，符合法定形式。
二、许可事项变更（如布局流程、设备设施有变化的）还需提交：		

1	平面布局图（包括主要设备设施布局）（仅申请食品经营管理类项目的除外）	申请人自备原件1份；其他；纸质、电子；申请材料齐全，符合法定形式
三、食堂的负责人与主体资质标示法人（或负责人）不一致的，还应提供任职说明。		
四、利用自动售货设备从事食品经营的（新增此种经营方式的）需提交食品安全风险管控方案、产品合格证明。		
五、申请人委托代理人提出食品经营许可申请的，还需提交：		
1	授权委托书	申请人自备原件1份；文本类；纸质、电子（授权委托书为统一固定格式；委托人是否为申请人，且签字或加盖公章；办理时间是否在委托期限内）
2	身份证件（被委托人身份证件复印件）	政府部门核发复印件1份。（被委托人身份证件是否在有效期内；需确认材料是否按照办事指南中所列格式递交）

（四）食品经营许可注销审批提交材料

序号	材料	提示
一	食品经营许可注销	申请人自备原件1份；表格

	申请表	类；纸质、电子；属于本行政机关职权范围，申请材料齐全，符合法定形式。
二、申请人委托代理人提出食品经营许可申请的，还应提交：		
1	授权委托书	申请人自备原件1份；文本类；纸质、电子（授权委托书为统一固定格式；委托人是否为申请人，且签字或加盖公章；办理时间是否在委托期限内）
2	身份证件（被委托人身份证件复印件）	政府部门核发复印件1份。（被委托人身份证件是否在有效期内；需确认材料是否按照办事指南中所列格式递交）

十二、北京市小餐饮店新办、延续、变更、注销一次性告知事项清单

（一）北京市小餐饮店新办提交材料

序号	材料	提示
一	北京市小餐饮店新办申请表	申请人自备原件1份；表格类；纸质、电子；属于本行政机关职权范围，申请材料齐全，符合法定形式。
二	平面布局图	申请人自备原件1份；其他；纸质、电子，材料齐全，符合法定形式。
三、申请人委托代理人提出小餐饮店许可申请的，还应提交：		
1	授权委托书	申请人自备原件1份；文本类；纸质、电子（授权委托书为统一固定格式；委托人是否为申请人，且签字或加盖公章；办理时间是否在委托期限内）
2	身份证件（被委托人身份证件复印件）	政府部门核发复印件1份。（被委托人身份证件是否在有效期内；需确认材料是否按照办事指南中所列格式递交）

（二）北京市小餐饮店延续提交材料

序号	材料	提示
一	北京市小餐饮店延续申请表	申请人自备原件1份；表格类；纸质、电子；属于本行政机关职权范围，申请材料齐全，符合法定形式。
二、布局发生变化还应提交：		
1	平面布局图	申请人自备原件1份；其他；纸质、电子，材料齐全，符合法定形式。
三、申请人委托代理人提出小餐饮店许可申请的，还应提交：		
1	授权委托书	申请人自备原件1份；文本类；纸质、电子（授权委托书为统一固定格式；委托人是否为申请人，且签字或加盖公章；办理时间是否在委托期限内）
2	身份证件（被委托人身份证件复印件）	政府部门核发复印件1份。（被委托人身份证件是否在有效期内；需确认材料是否按照办事指南中所列格式递交）

（三）北京市小餐饮店变更提交材料

序号	材料	提示
一	北京市小餐饮店变更申请表	申请人自备原件1份；表格类；纸质、电子；属于本行政机关职权范围，申请材料齐全，符合法定形式。
二、布局发生变化还应提交：		
1	平面布局图	申请人自备原件1份；其他；纸质、电子；材料齐全，符合法定形式。
三、申请人委托代理人提出小餐饮店许可申请的，还应提交：		
1	授权委托书	申请人自备原件1份；文本类；纸质、电子（授权委托书为统一固定格式；委托人是否为申请人，且签字或加盖公章；办理时间是否在委托期限内）
2	身份证件（被委托人身份证件复印件）	政府部门核发复印件1份。（被委托人身份证件是否在有效期内；需确认材料是否按照办事指南中所列格式递交）

（四）北京市小餐饮店注销提交材料

序号	材料	提示
一	北京市小餐饮店注	申请人自备原件1份；表格

	销申请表	类；纸质、电子；属于本行政机关职权范围，申请材料齐全，符合法定形式。
二、申请人委托代理人提出小餐饮店许可申请的，还应提交：		
1	授权委托书	申请人自备原件1份；文本类；纸质、电子（授权委托书为统一固定格式；委托人是否为申请人，且签字或加盖公章；办理时间是否在委托期限内）
2	身份证件（被委托人身份证件复印件）	政府部门核发复印件1份。（被委托人身份证件是否在有效期内；需确认材料是否按照办事指南中所列格式递交）

十三、朝阳区汽车企业CCC免办办理及监管工作指引（试行）

（一）适用范围及办理要求

所需申办的产品在CCC目录内，并在国家市场监管总局153号文中关于“符合CCC免办的条件中”规定的情形内。本规定适用于朝阳区推进汽车行业CCC免办相关管理服务活动，所涉及的产品、样品、零部件及相应目的活动均与汽车维修、科研测试、认证检测、商业展示活动相关。

1.申请人所在地归属于北京市朝阳区行政辖区内（指企业注册地/办公地/仓库所在地）。

2.申请产品纳入强制性产品认证目录范围内的产品。

3.为科研、测试和认证检测所需的产品和样品。

4.直接为最终用户维修目的所需的零部件产品。

5.仅用于商业展示但不销售的产品。

符合CCC免办条件的申请人，应当向所在地市场监管部门提交CCC免办申请。申请人应提交的材料以及后续监管要求，具体如下：

（一）为科研、测试和认证检测所需的产品和样品。此类产品的免办申请人必须是对此类产品进行研究、开发、测试的机构。CCC认证检测样品的免办申请人必须是CCC认证委托人。此类产品和样品均不得销售或提供给普通消费者使用。

（二）直接为最终用户维修目的所需的零部件产品。此类零部件产品的免办申请人必须是维修单位（包括整机整车集中

采购商仓储上其指定的零部件采购商）或者最终用户。零部件产品的数量应当控制在合理范围内。

（三）仅用于商业展示但不销售的产品。此类产品的免办申请人必须是负责商业展示的公司，申请人应当在申请资料中表明展示的时间及展示后该产品的处理方式（不得销售或提供给普通消费者使用），保证其不改变产品的用途。

（二）申请所需材料及要求

为科研、测试和认证检测所需的产品和样品			
序号	材料名称	形式及份数	材料审核要求
1	申请人营业执照	复印件1	申请人营业执照的复印件需加盖公司印章，印章不可以是复印的。
2	后续管理承诺书	原件1	按照制式格式填写，需正确填写抬头与落款，并加盖公司印章。销毁或退运的需列明销毁或退运具体时间。
3	本次研究、开发、测试计划书/项目数	复印件1	研究、开发、测试计划书/项目数应尽可能详细，以周为测试时间单位。 测试时间要求：一般测试计划周期为两年，测试时间不

			得早于申请时间。 测试地点要求：整车测试需一半时间以上在北京测试；汽车零部件测试则需全部在京，以便后续监管。涉及在京或外埠测试测试车辆需要详细描述测试起止时间、地点、对接人、联系方式、测试项目（越具体越利于后续监管）。另建议，出京测试整车在承诺书中承诺：由于本次申请车辆免办情况属于从北京获证入关，但测试需要跨省进行，我单位承诺积极做好跨省联合的后续监管工作。
4	附有产品明细的进口合同、发票或提单	复印件1	合同、发票或提单需加盖公司印章，如是外文版，应要求申请人提供中外语对照版本。
5	CCC指定认证机构出具的CCC认证送	原件1	CCC认证送样通知书应有认证机构的印章。

	样通知书（含认证委托人、样品名称、规格型号、数量等信息）		
注：	1.此类产品的免办申请人必须是对此类产品进行研究、开发、测试的机构。 2.CCC 认证检测样品的免办申请人必须是 CCC 认证委托人。 3.此类产品和样品均不得销售或提供给普通消费者使用。 4.此类产品所指在中国公路及城市道路上行驶的 M 类汽车、N 类汽车和 0 类挂车（须上普通拍照的车辆）及安全附件。用于赛车或特殊车类不适用。 5.在中国公路及城市道路上行驶的摩托车及安全附件。 6.电动自行车及安全附件（详见目录描述与界定表 十） 7.后续回传材料审核要求：（1）销毁公司提供的合规销毁报告；（2）报告中销毁产品数量、规格型号、名称与免办证明一致；（3）有销毁公司公章；（4）销毁照片清晰（销毁前中后照片）；（5）有销毁日期；（6）退运方式提供出口报关单。 8.针对整车出京测试的 CCC 免办进口车辆，申报企业		

	需将测试车辆外省临牌台账按月向区市场局报备。

直接为最终用户维修目的所需的零部件产品			
序号	材料名称	形式及份数	材料审核要求
1	申请人营业执照	复印件1	申请人营业执照的复印件需加盖公司印章，印章不可以是复印的。
2	后续管理承诺书	原件1	按照制式格式填写，需正确填写抬头与落款，并加盖公司印章。
3	附有产品明细的进口合同、发票或提单	复印件1	合同、发票或提单需加盖公司印章，如是外文版，应要求申请人提供中外语对照版本。 汽车零部件产品的数量应当控制在合理范围内（朝阳区将申请数量在100以上予以严格把控）。
4	关于相应产品符合国内安全标准的承诺	原件1	承诺书中应列明此次进口的所有产品及相应的国内安全标准，核对标准号正确、承诺

			书应加盖公司印章。
注： 	1.“直接为最终用户维修目的所需的零部件产品”为免办条件的申请人，必须是维修单位（包括整机整车集中采购商仓储商其指定的零部件采购商）或者最终用户。从事物流或进出口贸易的公司，不是进口维修零部件产品的实际使用方，不符合153号文中关于“直接为最终用户维修目的所需的零部件产品”办理条件的申请人要求。“直接为最终用户维修目的所需的零部件产品”的申请人，应为该整机整车品牌所有者，或从属于同一集团内的下属公司（提供全资或控股等相关资产证明），是所申报CCC免办产品的实际使用方（拥有完整物权），并承担相应的法律责任。 2.本款不适用于产品召回改进后复进关的情况。 3.此类产品所指在中国公路及城市道路上行驶的M类汽车、N类汽车和0类挂车（须上普通牌照的车辆）及安全附件。赛车或特殊车类不适用。 4.在中国公路及城市道路上行驶的摩托车及安全附件。 5.电动自行车及安全附件。（详见目录描述与界定表十） 6.后续回传材料审核要点：（1）维修服务报告（包括维修工单、需求订单等）；（2）申报主体企业章；（3）维修内容属实；（4）维修使用产品名称数量规格		

	型号与免办证明一致；（5）维修人员签字；（6）维修日期。

仅用于商业展示但不销售的产品			
序号	材料名称	形式及份数	材料审核要求
1	申请人营业执照	复印件1	申请人营业执照的复印件需加盖公司印章，印章是不可以复印的。
2	后续管理承诺书	原件1	按照制式格式填写，需正确填写抬头与落款，并加盖公司印章。 应当在申请资料中表明展示的时间、地点及展示后该产品的处理方式（不得销售或提供给普通消费者使用），保证其不改变产品的用途。展示时间要求：展示时间不得早于申请时间。 销毁或退运时间：销毁或退运的需列明销毁或退运具体时间，建议销毁或退运为展示

			结束后的一个月内，特殊情况可说明。
3	附有产品明细的进口合同、发票或提单	复印件1	合同、发票或提单需加盖公司印章，如是外文版，应要求申请人提供中外语对照版本。 合同、发票或提单中的产品应包含申请中的全部产品。
4	关于相应产品符合国内安全标准的承诺	原件1	承诺书中应列明此次进口的所有产品及相应的国内安全标准，核对标准号正确。承诺书应加盖公司印章。
注：	1.此类产品的免办申请人必须是负责商业展示的公司。 2.申请企业的注册地、办公地址或在京企业的商展地址其中之一在朝阳区即可受理，外省企业在京展示可根据具体情况咨询。 3.此类产品和样品均不得销售或提供给普通消费者使用。 4.汽车类申请此免办条件仅可用于商业展示，如后期道路试驾、摆拍等则改变产品用途，不符合申报条件。 5.此类产品所指在中国公路及城市道路上行驶的M类汽车、N类汽车和0类挂车（须上普通牌照的车辆）及		

	安全附件。赛车或特殊车类不适用。 6.在中国公路及城市道路上行驶的摩托车及安全附件。 7.电动自行车及安全附件。（详见目录描述与界定表十） 8.后续回传材料审核要点：（1）销毁公司提供的合规销毁报告；（2）报告中销毁产品数量，规格型号，名称与免办证明一致；（3）有销毁公司公章；（4）销毁照片清晰（销毁前中后照片）；（5）有销毁日期；（6）退运方式提供出口报关单。

（三）办理程序及工作时限

1. 通过“CCC 免办及特殊用途进口产品检测处理管理系统”在线办理。CCC 免办及特殊用途进口产品检测处理管理系统网址：https://cccmb.cnca.cn/login

（1）CCC 免办申请人须在 CCC 免办管理系统进行用户注册，注册后凭用户名和密码登录（具体操作方法可在系统首页下载并参考《企业用户手册》）。提交 CCC 免办申请时，须填报准确的联系人信息，联系人应当是申请人的正式员工，申请人应制定专门人员保管和使用用户名及密码，并负责通市场监管部门的业务联系。

（2）申请人在申请前应与发货方充分沟通、获取进口产品的准确信息并如实向市场监管部门提出 CCC 免办申请。

（3）申请人应按要求填写相关内容上传所需附件。加盖申

请人公章，并扫描成 PDF 格式或者 TIF 格式上传，务必确保清晰可辨，多页的材料应扫描成一个文档后上传。

2. 审核步骤及工作时限

在线审核包括初审、复审、发证三个步骤，对于用途符合条件、材料准确充分的 CCC 免办申请，北京市朝阳区市场监督管理局原则上在一个工作日内完成发证，因申请人原因造成的时间延误除外。

（四）后续监管及证明管理要求

1. 后续回传所需材料

（1）为科研、测试和认证检测所需的产品和样品

核销所需材料：

退运：提供出口报关单。

销毁：销毁公司出具的销毁报告。（整车，请提供车辆照片和相对应的视频均可）。

（2）直接为最终用户维修目的所需的零部件产品类

核销所需材料：维修工单（需涵盖免办证明上产品相关信息，维修日期及结果，用户签字，工程师签字并加盖企业章）或维修台账（均需与 CCC 免办或证时产品信息一致且匹配，加盖申请单位公章）。

（3）仅用于商业展示但不销售的产品

核销所需材料：

退运：提供出口报关单。

销毁：销毁公司出具的销毁报告（整车，请提供车辆照片和相对应的视频均可）。

2. CCC 免办证明管理

（1）CCC 免办证明修改、作废及延期

CCC 免办证明在有效期结束前，延期一次为期一个月，北京市朝阳区市场监督管理局根据企业合理实际情况予以批准。

CCC 免办证明在有效期内修改或作废，企业须提交情况说明备案后，北京市朝阳区市场监督管理局根据企业实际情况予以批准或驳回。

（2）CCC 免办产品核销管理

通过 CCC 免办进口的产品，建议自产品进口之日起 2 年内使用并完成核销。申请人需留存相应的加盖企业公章的申请资料（含各类证明性资料，留存期 2 年），以备市场监管部门核查。申请人应及时在申报系统中回传获证产品的使用、销毁及退运记录，形成产品追溯链条闭环管理。企业进行销毁时可自行寻找具备销毁能力的专业销毁公司。

因特殊原因导致 2 年内无法完成核销，且继续使用不存在明显安全隐患的，申请人应在测试期满前一个月内向北京市朝阳区市场监督管理局提出产品延期使用申请。北京市朝阳区市场监督管理局根据企业提供的测试延期申请情况说明予以延期一次，每批产品延期申请仅限一次，且一般不超过两年。

（五）现场核查的内容和要求

北京市朝阳区市场监督管理局会对CCC免办申报单位的产品使用情况进行随机抽查，企业需积极配合后续监管工作。应确保材料真实有效，产品流向可追溯，符合企业自我承诺书描述内容，无弄虚作假情形。对于产品管理混乱、产品流向存在隐患以及未及时完成核销的企业，北京市朝阳区市场监督管理局有权将CCC免办证明作废并暂停免办受理，情节严重者将承担相应法律责任。

合规指引类

一、价格监管类合规指引

（一）朝阳区实行商品和服务明码标价工作指南

前言

为落实2022年7月1日起施行的《明码标价和禁止价格欺诈规定》的新要求，进一步规范我区经营者的价格行为，维护消费者和经营者的合法权益，促进市场价格秩序稳定，朝阳区市场监管局结合本区实际，在充分征求有关方面意见、建议的基础上，研究起草了《朝阳区实行商品和服务明码标价工作指南》。本指南细化27个行业的明码标价行为，引导区内经营者规范自身价格行为，预防和减少违反明码标价规定等价格违法行为的发生，营造公开、公平、诚信的价格环境，同时引导消费者合理维护合法权益。

《朝阳区实行商品和服务明码标价工作指南》

第一章　总则

第一条　为规范经营者明码标价行为，维护市场价格秩序，保护消费者和经营者的合法权益，维护社会公共利益，促进我区市场经济健康发展，根据《中华人民共和国价格法》《价格违法行为行政处罚规定》和国家市场监督管理总局《明码标价和禁止价格欺诈规定》制定本指南。

第二条　凡在本区行政区域内收购、销售商品或者提供服务的价格行为，适用本指南。

本指南所称明码标价，是指经营者在销售、收购商品和提供服务过程中，依法公开标示价格及与价格相关的信息的行为。

第三条　经营者实行明码标价，应当遵循公开、公平、诚实信用的原则，遵守价格法律、法规、规章及有关文件规定，充分保障公众知悉知情权、自主选择权、公平交易权。

鼓励经营者明码实价，按照标示价格与消费者进行交易。使商品或服务价格反映其实际价值，营造消费者放心、高效购物的市场环境。

鼓励经营者以公众熟悉的计价单位标价，如出行里程费使用1公里做为计价单位、食品等称重商品使用500克做为计价单位、加油站加油使用1升做为一个计时单位等。

事例：A公司为一家主营梅子、果干、糖果类制品销售的休闲零食连锁企业，店内以可移动标价牌形式展示价格信息，标明商品的品名和以50g为计价单位的价格。因使用50g，而非公众熟悉的500g作为计价单位进行标价，造成实际成交金额与消费者对休闲食品类商品心理预期价格间存在较大偏差。

解析：A公司虽然已按照明码标价相关要求采用有效形式标示了商品的品名、价格和计价单位，但因未使用公众熟悉的计价单位造成消费者对成交价格产生质疑。

第四条　区市场监督管理局负责本区明码标价实施情况的

监督检查。

第五条　卖场、商场、市场、网络交易平台经营者等交易场所提供者应当依法配合市场监督管理部门对场所内（平台内）经营者开展价格监督管理工作。

行业组织应当遵守价格法律、法规，加强价格自律，配合市场监督管理部门开展工作，引导相关经营者规范明码标价。

第二章　经营者明码标价行为总则

第六条　明码标价应当做到标价内容真实准确，字迹清晰，标示醒目，明确所标示的价格对应的商品或服务。价格变动时应当及时调整。

经营者开展价格促销活动有附加条件的，应当显著标明条件。经营者开展限时减价、折价等价格促销活动的，应当显著标明期限。

鼓励经营者以承诺的方式向公众预先公示价格调整信息。

事例：近年，理发、洗车、家政等服务行业“节日性涨价”现象频现，对此，部分消费者考虑到节日期间人工成本上升等因素表示理解，另一部分消费者认为少数商家涨价幅度过高、结账时才告知涨价等趁“节”打劫行为不合理。

解析：理发、洗车、家政等行业服务价格，应当遵循公平、合法和诚实信用的原则合理定价，经营者应加强价格自律，严格落实明码标价要求。基于生活区域、习惯等因素可替

代性不强的基本民生行业经营者，事先告知消费者价格上涨事宜，能够方便消费者合理进行消费安排，减少纠纷发生。

鼓励经营者建立明确的错收价款退赔制度并有效实施，保护消费者合法权益，减少消费纠纷。

事例：贺先生在某超市蔬菜区购买参加优惠活动的芹菜，核对购物小票发现实际结算价格高于优惠活动价格，遂向超市反映。超市相关负责人查清是因为工作人员疏忽，忘记更换昨日已结束优惠活动的个别蔬菜品类标价签后，向贺先生进行解释，退还多收价款，并执行了超市错收价款退赔制度相关条款。

解析：有效实施错收价款退赔制度，能够在经营者偶有确因工作疏忽造成错收价款，且金额较小、交易笔数较少时，减少消费纠纷的发生。

第七条　经营者销售商品应当标示商品的品名、价格和计价单位；服务收费应当标示服务项目、内容、价格或计价方法。

经营者可以根据实际经营情况，自主增加标示对消费者选择商品或服务带来实质影响的价格相关的其他内容。

事例：方女士在奢侈品二手网络平台购买了某品牌经典款皮包，购买前通过网图确认皮包外观与商家描述新旧程度相符，商家未标示皮包有过维修的情况。收货后发现皮包内部五

金零件被更换过，非带品牌 logo 的原装零件，产生退货纠纷。

解析：经营者除按规定明码标价外，还可以根据商品和服务的特性，按照相关行业惯例、消费习惯,自主增加标示与商品或者服务价格相关的规格、等级、质地、产地、对消费者选择商品或服务带来实质影响的其他内容。

第八条　明码标价可以选择采用标价签（含电子标价签）、标价牌、价目表（册）、展示板、电子屏幕、商品实物或者模型展示、图片展示以及其他有效形式进行明码标价。金融、交通运输、医疗卫生等同时提供多项服务的行业，可以同时采用电子查询系统的方式进行明码标价。

法律、行政法规对经营者的标价形式有规定的，应当依照其规定。

鼓励辖区内经营者使用本区市场监督管理部门发布的标价签、标价牌、价目表（册）等参考样式。

事例：王女士到某医疗美容机构咨询整容事宜，在商家暗示“现在做有优惠”的情况下当日确认手术方案并签订协议，过程中机构工作人员按照王女士需求进行推荐介绍，未出示价目册。术后王女士因结算清单中列示项目名称与手术方案中不一致产生质疑，要求查看价目册。核对发现手术方案中多个项目价格信息未公示在仅有的纸质价目册上，价目册公示信息仅包含项目名称和金额，且存在同一项目在价目册、手术方案和

结算单中名称不一致的情况。

解析：经营者除按照市场监督管理部门的规定明码标价外，所属行业规范性文件中对明码标价内容有要求的，亦应当遵照执行。2022年9月朝阳区市场监督管理部门发布了营利性医疗机构医疗服务项目、药品、器械和材料、收费明细价目表（参考样式），指导公示医疗服务项目编码、项目名称、计价单位、收费标准、内容说明（项目内涵及除外内容）、收费依据，药品公示名称（西药公示通用名）、剂型、规格、计价单位、价格、生产厂家等。鼓励经营者推广使用。

第九条　经营者不得在标价之外加价出售商品或提供服务，不得收取任何未予标明的费用。

第十条　一项服务可分解为多个项目和标准的，经营者应当明确标示每一个项目和标准，及其收费标准。

事例：张女士6月下旬在某亲子活动预定平台抢购了M儿童乐园7月初的优惠活动套票，包含一大一小儿童乐园门票、双人简餐及2项当季限定原创亲子活动，购买页面仅显示套票包含项目名称和总金额。因2项原创亲子活动为7月起新设项目，持续一季度，乐园暂未公示价格，且市面上无相似活动可比较，张女士下单时并不清楚购买的套票优惠幅度有多大。

解析：经营者使用“套餐”形式将几项不同的产品或服务打包销售的，除标明“套餐”总金额外，还应当明确标示该

“套餐”中每一个细项的名称、相应金额或收费标准。标示细项价格信息也应做到真实准确，禁止混合标价、捆绑销售。

对于某一服务项目，具有行业管理职能的单位确定了服务的内容和范围的，经营者不得再将该项服务项目拆分标示。

事例：李某2023年4月22日到某民营口腔医院接受单颗常规种植牙医疗服务，因治疗需要，选择医学3D建模、打印相关项目，结算清单显示李某最后除支付单颗常规种植牙医疗服务费用外，还额外支付了口腔医学3D项目相关费用。

解析：我市自2023年4月20日起执行单颗常规种植牙医疗服务价格调控目标，医学3D建模（口腔）、医学3D模型打印（口腔）、医学3D导板打印（口腔）项目均计入单颗常规种植牙医疗服务价格调控目标，不得将上述医学3D项目拆分标示、另行收费。

第十一条　经营者通过网络等方式销售商品或者提供服务的，应当在商品或服务详情页面、结算页面等开展经营活动相关界面的醒目位置进行明码标价。

带有购买链接的商品或服务推介类软文中有价格标示的、电子商务第三方平台为电子商务经营者提供统一样式的标价模板的，应当符合市场监督管理部门明码标价的规定。

事例：B公司受某网红旅行景点所托，在其微信公众号上以旅行体验游记形式发布了一篇关于该景点的推介类软文。文中

附有仅限该景点较火爆的5处打卡区域使用的优惠门票购买链接，链接上方标明的价格信息中，除标示划线价和优惠价格两项金额外，没有标明仅限5处打卡区域使用等其他价格信息。

解析：推介类软文中有价格标示的，应当符合市场监督管理部门明码标价要求，该例中对消费者做出消费选择产生影响的“优惠门票仅限5处打卡区域使用”应当标示。

电子商务经营者向消费者专项收取快递物流服务费时，应当标明服务项目与服务价格。

第十二条　经营者提供服务，实行先消费后结算的，应当明码标价，在结算前向消费者出具结算清单，列明所消费的服务项目、价格以及总收费金额等信息。

事例：C公司是一家连锁宠物医院，专业提供宠物医疗保健、宠物美容造型、宠物商品销售等服务，实行先消费后结算。在一次为充值客户的宠物提供体检套餐、美容造型服务时，不慎将宠物皮肤划破致伤，经与客户协商，C公司按折后优惠价从客户充值卡中扣费。消费者事后发现C公司出具的结算票据中仅显示总金额，无法确认体检套餐、美容造型各项的价格。

解析：经营者提供服务实行先消费后结算的，应在结算前使用结算清单与消费者核对所消费服务情况，不应用结算后出具的结算票据代替。

第十三条　商品价格、服务价格一般应当使用阿拉伯数字标明人民币金额。文字标示一般应当使用规范汉字。

经营者可以根据自身经营需要，同时使用外国文字、民族自治地方通用的一种或者几种文字。

第十四条　经营者销售商品，同时有偿提供配送、搬运、安装、调试等附带服务的，应当按照市场监督管理部门的规定，对附带服务进行明码标价。因服务标准、结算方式等不同而实行不同服务价格的，应当针对不同价格分别标示服务项目，以示区别。

附带服务不由销售商品的经营者提供的，应当以显著方式区分标记或者说明。

事例：消费者在某4S店购买一辆N品牌纯电动汽车，合同中确认一年内可免费安装充电桩。安装过程中消费者因对线缆长度确认及收费相关问题产生争议，与该4S店发生纠纷并将其进行投诉举报。

解析：该例中实际为消费者提供充电桩安装服务的是汽车生产商，并不是销售车辆的4S店，但因为4S店未显著标记或说明该附带服务提供方等相关信息，引起消费者误解。

第三章　批发和零售业经营者明码标价行为

第十五条　开架柜台、自动售货机、自选商场等采取自选方式售货的，应当在商品陈列柜（架）处按照市场监督管理部

门的规定明码标价，方便消费者获悉商品价格信息。

提示：饮料自动售货机应在陈列架处明码标价。销售雪糕可在冰柜显著位置集中明码标价。少量销售指甲刀、直尺等小商品可使用标签贴一货一签明码标价。

第十六条　从事药品销售的经营者，应当在经营场所的醒目位置按照市场监督管理部门的规定明码标价，标明药品名称、规格、剂型、生产企业名称、计价单位、价格等内容。

第十七条　从事黄金、铂金、其他贵金属、珠宝饰品及工艺品销售的经营者，应当按照市场监督管理部门的规定明码标价，标明成色、重量、计价单位、计价方式、加工费标准、价格等内容。

第十八条　盲盒经营者提供商品或者服务应当按照市场监督管理部门的规定明码标价，应当将商品名称、商品种类、商品样式、抽取规则、商品分布、限量商品投放数量、抽取概率、商品价值范围等关键信息以显著方式对外公示，保证消费者在购买前知晓。

通过盲盒形式销售的，同一套系商品或者服务的成本差距不应过大。盲盒商品价格不应与相同非盲盒销售商品价格差距过大。

第四章　住宿和餐饮业经营者明码标价行为

第十九条　提供餐饮服务的经营者，应当按照市场监督管

理部门的规定明码标价，标明品名、规格、计价单位、价格等内容。餐饮经营者应当向堂食消费者出具结算清单后结帐收款。

提示：餐饮服务经营者应在明码标价时标明计价单位为每份、每例或其他，特殊食材按重量计价的应标明计价单位为每克或其他。

第二十条　餐饮经营者提供线下网络点餐服务，并同时备纸质菜单的，纸质菜单供应的服务产品价格须与线上产品价格保持一致性。

提示：餐饮经营者电子点餐系统（若使用）、纸质点餐单（若使用）和价目表等明码标价形式中的价格信息应一致。

第二十一条　提供饭菜半成品、鲜活商品应当标明是否包含加工费或者配料费。如需另收加工费或者配料费的，应当标明其计费办法和收费标准。

有偿提供打包盒、纸巾、扑克牌等商品的，应当在显著位置按照市场监督管理部门的规定明码标价。

第二十二条　鲜活水产品菜肴如注明为“时价”的，应当在经营场所显著位置标明当日价格。

提示：XXXX 年 XX 月 XX 日价格：XX 元/斤。

第二十三条　提供住宿服务的经营者，应当在收费地点醒目位置按照市场监督管理部门的规定明码标价，标明客房类

型、计价方式、价格、另付费项目及收费标准等。

提示：住宿服务经营者应在明码标价时标明押金（若有）、是否含早餐、加床费等。房间内有偿提供的商品应在客房显著位置明码标价。

第五章　居民服务和修理业经营者明码标价行为

第二十四条　提供中介服务的经营者，应当在其经营场所的醒目位置按照市场监督管理部门的规定明码标价，标明服务项目、服务内容和收费标准等。

与委托人签订中介服务合同时，经营者应当在合同中标明服务项目、服务内容、收费方式和收费标准等。

第二十五条　美发美容经营者除应当按照市场监督管理部门的规定明码标价外，还应当于消费前告知消费者另收费项目、退费方案等信息。消费者因实际需要增加、减少服务项目或者商品的，经营者应当通过增加或者重新出具消费清单等方便消费者获悉的方式，明示相关服务项目或者商品品名及对应价格等信息，并与消费者确认。

使用预付费方式的经营者应当在经营场所、网站等显著位置公示相关信息，不得在公示的项目和标准外收取其他费用。

第二十六条　提供车辆加油服务的经营者，应当采用价目表在营业场所醒目位置进行公示，标明品种、标号、计价单位、价格等内容。

提示：遇北京市汽、柴油批发、零售价格表更新，经营者应及时同步更新。

第二十七条　提供物业管理服务的经营者，应当在物业管理区域或者收费场所的醒目位置按照市场监督管理部门的规定明码标价，标明物业管理企业名称、服务内容、服务标准、计费方式、计费起始时间、收费项目、收费标准等。

第二十八条　电动自行车充电设施经营单位向用户收取充电电费和充电服务费时，两者应当分别计价、分别收取，不得打包混合收取。

提示：扫码收费小程序中应在消费者开始使用充电服务前告知充电电费和充电服务费。

第二十九条　提供汽车维修服务的经营者应当在收费窗口或者维修场所的醒目位置，按照市场监督管理部门的规定明码标价，标示内容应当包括：

（一）维修结算定额工时收费，具体应当标明：维修类别、维修汽车及车型类别、维修工种、维修工时、修理项目、计价单位、维修金额等；

（二）修理材料费应当标明总成系或者装置名称、基础零件、主要零件及其它零件系或者装置名称、计价单位和价格等；

（三）检测调试应当标明检测调试项目及收费标准等。

第六章　其他服务业经营者明码标价行为

第三十条　提供养老服务的经营者应当在经营场所醒目位置公示养老服务内容与等级、收费项目与标准、定价主体、收费依据以及投诉电话等信息，建有门户网站的同时在网站进行公示，主动接受入住老年人和社会的监督。

第三十一条　教育收费的明码标价，应当在收费场所的醒目位置按照市场监督管理部门的规定明码标价，并在招收简章、收费通知、官方网页、票据清单等便于公众知晓的途径中标明收费项目、计价单位、收费标准、收费依据等。

收费价格调整等对择校入学具有重要影响的价格信息，鼓励教育机构承诺在变更收费前，提前向社会公众告知价格变动的相关信息。

第三十二条　医疗收费的明码标价，应当在医疗机构的醒目位置按照市场监督管理部门的规定明码标价，标明医疗服务的项目名称、计价单位、收费标准等内容；标明医疗器械的名称、规格、生产企业名称、计价单位、价格等内容。

鼓励医疗机构在提供重大医疗服务时，以书面形式向患者或者其家属告知与医疗价格密切相关的因素。相关因素应当包括但不限于：治疗方案与实施路径；手术名称、手术特殊仪器设备的项目与预计使用情况；诊疗中涉及的医疗器械及预计使用情况。

第三十三条　提供租借服务的经营者应当按照市场监督管理部门的规定明码标价，标明品名、期限、计价单位、租金、押金等。

第三十四条　提供邮政、快递服务的经营者，应当在网页界面、收件点或者收费点等经营场所的醒目位置按照市场监督管理部门的规定明码标价，标明服务项目、服务内容、计费单位、收费标准、价格优惠措施等。

提示：首重、续重应标明是否包含边界重量，如：首重XX元/公斤（首重≤一公斤，不足一公斤的按一公斤计算），续重XX/公斤（一公斤<续重，不足一公斤的按一公斤计算）。

第三十五条　旅行社的明码标价，应当按照市场监督管理部门的规定明码标价，标明产品名称、产品内容、产品价格、行程信息、服务标准、主动提供的自费项目及收费标准等。

第三十六条　旅游景区的明码标价，应当在旅游景区售票场所或者售票网站等电子售票平台的醒目位置，按照市场监督管理部门的规定明码标价，标明内容应当包括：景点名称、景点等级、门票类型、游览项目（含另付费项目）、价格、价格优惠措施等。

第三十七条　知识付费、网络阅读应用程序经营者，应当按照市场监督管理部门的规定明码标价，标明商品名称、价格、计价单位、另付费项目等。

提示：使用年卡、会员形式的，如有限制性条款应显著标示。

第三十八条　司法鉴定服务收费应当按照市场监督管理部门的规定明码标价，司法鉴定机构应当在显著位置公示司法鉴定项目、收费标准、收费方式、收费金额、结算方式等信息。

第七章　文化、体育和娱乐业经营者明码标价行为

第三十九条　营业性演出、营业性电影放映场所的明码标价应当在经营场所、票务销售场所或者电子售票平台有效明码标价，标明价格、演出或放映内容、演出单位、演出或放映时间、座位信息等。

购票价格包含票面价格、服务费等分项的，应当列明各分项金额。

第四十条　早鸟票、预售票的明码标价，除应当在销售场所或者平台标明价格、内容、时间、座位信息等外，还应当标明销售起止时间。

第四十一条　艺术品、奢侈品的销售，应当按照市场监督管理部门的规定，在显著位置明码标价，标明商品名称、价格、计价单位、另付费项目等。

第八章　其他明码标价行为

第四十二条　水、电、气等的明码标价，应当在营业或者收费场所、网上缴费平台的醒目位置按照市场监督管理部门的

规定明码标价。结算时应当在发票或者收费票据上标明收费日期、收费项目、消费数量、收费金额等内容。

第四十三条　行业协会、商会应当在行业协会、商会门户网站等醒目位置公示收费项目、服务内容、收费标准及依据等信息。

第四十四条　商业银行等金额机构应当按规定进行服务价格信息公示。

鼓励在融资服务中为客户提供按要求应落实的小微企业收费优惠政策等信息查询。

第四十五条　经营者采取网络竞价方式确定商品销售价格的，应如实标示底价、最小加价幅度、当前出价以及成交价等价格相关信息。

第四十六条　国家机关收费，按照有关文件规定，在收费场所逐一公示收费明细项目和收费标准。

第九章　附录

第四十七条　经营者或者收费单位违反明码标价规定，由相关市场监督管理部门按照《中华人民共和国价格法》《价格违法行为行政处罚规定》和国家市场监督管理总局《明码标价和禁止价格欺诈规定》进行行政处罚。

第四十八条　经营者利用虚假的或者使人误解的标价形式或者价格手段，诱骗或者误导消费者或者其他经营者与之进行

交易的，构成《中华人民共和国价格法》第十四条第（四）项规定的不正当价格行为，依照《中华人民共和国价格法》《价格违法行为行政处罚规定》予以处罚。

第四十九条　国家与本市市场监督管理部门出台的规范性文件对商品或者服务的明码标价有专门规定的，依照其专门规定。

（二）朝阳区明码实价示范街标准

朝阳区明码实价示范街标准

第一条　为规范经营者标价行为，维护市场价格秩序，保护消费者和经营者的合法权益，根据《中华人民共和国价格法》《明码标价和禁止价格欺诈规定》等法律法规要求，制定本标准。

第二条　凡在示范街内收购、销售商品或者提供服务的价格行为，适用本标准。

第三条　经营者应当遵循公开、公平、诚实信用的原则，不得利用价格手段侵犯消费者和其他经营者的合法权益、扰乱市场价格秩序。对销售、收购的商品和提供的服务，应当按照市场监督管理部门的规定明码标价。

标示价格信息应当根据商品和服务、行业、区域等特点，做到真实准确、货签对位、标识醒目。经营者标示价格，一般应当使用阿拉伯数字标明人民币金额。

商品或者服务的价格发生变动时，经营者应当及时调整相应标价。

第四条　经营者应当按照所标示的价格销售商品和提供服务。不得对交易条件相同的消费者实行不同的价格。不得在标价之外加价出售商品或者提供服务，不得收取任何未予标明的费用。

第五条　经营者销售商品时标示价格为消费者购买该商品时应当一次性实际支付的人民币金额。

经营者对高价商品以提供分期付款为条件加收合理费用的，应当按照本标准予以明示。

除法律法规另有规定外，同一商品和服务多件（份）装或参加促销活动价格不应高于单独购买的价格。

第六条　经营者根据不同交易条件实行不同价格的，应当标明交易条件以及与其对应的价格。

经营者设置不同交易条件的依据应当公平、合理，规则应当公开。

经营者对会员分级或分类型在标示价格基础上实行不同折扣优惠的，应当在消费者办理会员前有效告知相关规则信息。

第七条　经营者提供服务，实行先消费后结算的，除按本标准进行明码实价外，还应当在结算前向消费者出具结算清单，列明所消费的服务项目、价格以及总收费金额等信息。

第八条　商品外包装上印有的价格、商品吊牌上标示的价格，若标示不清晰、不醒目，经营者应当使用标价牌进行有效明码实价。若经营者不以商品外包装印刷价格或吊牌价作为销售价，应当按照本标准明码实价，同时将印刷价格或吊牌价做遮挡处理。

对同一商品或者服务，在同一交易场所不得同时使用两种标价不同的价签或者价目表，以低价招徕顾客并以高价进行结算。

第九条　经营者因成本下降、产品临期、换季清仓等原因降低标示价格的，应当保留降价前的成交记录及可证明原标示价格的相关材料。

使用“花车货架”等形式销售商品，应按照本标准要求结合商品特点有效明码实价，不得仅标示价格区间。

第十条　经营者在销售商品或者提供服务时进行价格比较的，应当真实准确的标明被比较价格信息。

当且仅当被比较价格不高于该经营者在同一经营场所进行价格比较前七日内的最低成交价格；前七日内没有交易的，不高于本次价格比较前最后一次交易价格时，经营者可不标明被比较价格详细信息。

与厂商建议零售价进行价格比较的，应当明确标示被比较价格为厂商建议零售价，并可提供厂商出具的盖章材料备查。厂商建议零售价发生变动时，应当立即更新。

第十一条　经营者开展价格促销活动有附加条件的，应当显著标明条件。经营者开展限时减价、折价等价格促销活动的，应当显著标明期限。

第十二条　经营者赠送物品或者服务（以下简称赠品）

的，应当标示赠品的品名、数量。赠品标示价格或者价值的，应当标示赠品在同一经营场所当前销售价格。

第十三条　经营者以“满送”形式开展促销活动，以总的购买金额作为赠送条件的，应当有单价低于活动起点总金额的商品销售。

第十四条　若同种商品中仅其中一部分参加促销活动，经营者应当将参加促销活动的商品另行陈列，并明示活动相关信息，以区别不参加促销活动的商品。

使用“前 X 名消费者优惠”或“前 X 份商品或服务优惠”形式开展促销活动的，无需对参与活动商品另行陈列，但应留存促销活动展示信息及交易记录备查。

第十五条　经营者宣传广告中标示价格发生错误的，应当在发布宣传广告的同一媒体上相同版面予以更正，更正之前应当履行原宣传的价格承诺，不得以店堂告示的形式免责。

经营者自行印制的用于销售现场发送或者向会员投递的促销宣传广告中的价格发生错误的，应及时纠正，并在店内显著位置以店堂告示的形式予以更正。

第十六条　经营者销售商品和提供服务，应当建立价格（收费）台帐，保留相关的单据、凭证及价格调整记录。

第十七条　经营者应建立物价员制度，负责明码实价宣传，并对示范街内商户明码实价行为进行监督。

鼓励经营者建立明确的错收价款退赔制度并有效实施，保护消费者合法权益，减少消费纠纷。

二、网络交易监督类合规指引

前言

为有效解决网络商品售卖类企业合规发展问题，朝阳区市场监督管理局根据北京市市场监督管理局制发的《网络交易经营者落实主体责任指引（市场监管领域）》，结合朝阳区电子商务发展情况和服务监管实际，在总结被北京市列为2025年34个重要民生实事项目之一、由北京市委深改委发起的网络商品售卖类平台企业合规发展问题的解决“每月一题”工作的基础上，制定了《朝阳区网络商品售卖类企业合规指引》。此指引重点从网络交易经营主体责任、规范直播营销行为、维护公平竞争市场环境、维护消费者权益、规范价格行为、规范互联网广告行为、履行食品安全保障义务、保护用户个人信息和隐私等9个方面，对网络商品售卖类企业进行合规指导。

网络商品售卖类企业合规指引

第一章　网络交易经营主体责任

1. 网络交易经营者应当在其网站首页或者从事经营活动的主页面显著位置，持续公示经营者主体信息或者该信息的链接标识。鼓励链接到市场监管总局电子营业执照亮照系统，公示其营业执照信息。

2. 网络交易经营者通过网络社交、网络直播等网络服务开展网络交易活动，应当以显著方式展示商品或者服务及其实际经营主体、售后服务等信息，或者上述信息的链接标识。

3. 网络交易经营者公示的信息发生变更的，应当在十个工作日内完成更新公示。

4. 网络交易经营者自行终止从事网络交易活动的，应当提前三十日在其网站首页或者从事经营活动的主页面显著位置，持续公示终止网络交易活动公告等信息。

5. 网络交易经营者应当按照国家市场监督管理总局及其授权的省级市场监督管理部门的要求，提供特定时段、特定品类、特定区域的商品或者服务的价格、销量、销售额等数据信息。

6. 网络交易平台经营者应当要求申请进入平台销售商品或者提供服务的经营者提交其身份、地址、联系方式、行政许可等真实信息，进行核验、登记，建立登记档案，并至少每六个月核验更新一次。提示未办理市场主体登记的平台内经营者依法办理登记并进行动态监测，对个人从事网络交易活动年交易额累计超过 10 万元的，及时提醒其依法办理市场主体登记。网络交易平台内经营者申请将网络经营场所登记为经营场所的，其入驻的网络交易平台应当为其出具符合登记机关要求的网络经营场所相关材料。

7. 除法律、行政法规另有规定的，依照其规定外，网络交易平台经营者对平台内经营者身份信息的保存时间自其退出平台之日起不少于三年。

8. 网络交易平台经营者应当记录、保存平台上发布的商品和服务信息、交易信息，并确保信息的完整性、保密性、可用性。除法律、行政法规另有规定的，依照其规定外，对商品或者服务信息，支付记录、物流快递、退换货以及售后等交易信息的保存时间自交易完成之日起不少于三年；网络直播服务提供者对网络交易活动的直播视频保存时间自直播结束之日起不少于三年。

9. 网络交易平台经营者应当为平台内经营者依法履行信息公示义务提供技术支持。平台内经营者公示的信息发生变更的，应当在三个工作日内将变更情况报送平台，平台应当在七个工作日内进行核验，完成更新公示。

10. 网络交易平台经营者开展自营业务，应当以显著方式区分标记自营业务和平台内经营者开展的业务。应当以显著方式区分标记已办理市场主体登记的平台内经营者和未办理市场主体登记的平台内经营者。

11. 网络交易平台经营者应当在其首页显著位置持续公示平台服务协议和交易规则信息或者上述信息的链接标识。修改平台服务协议和交易规则的，应当在其首页显著位置公开征求

意见，采取合理措施确保有关各方能够及时充分表达意见，修改内容应当至少在实施前七日予以公示。应当完整保存修改后的版本生效之日前三年的全部历史版本，并保证经营者和消费者能够便利、完整地阅览和下载。

12. 网络交易平台经营者应当对平台内经营者及其发布的商品或者服务信息建立检查监控制度。发现平台内的商品或者服务信息有违反市场监督管理法律、法规、规章,损害国家利益和社会公共利益,违背公序良俗的,以及损害消费者合法权益等行为，应当依法采取必要的处置措施,保存有关记录,并向平台住所地县级以上市场监督管理部门报告。

13. 网络交易平台经营者依据法律、法规、规章的规定或者平台服务协议和交易规则对平台内经营者违法行为采取警示、暂停或者终止服务等处理措施的，应当自决定作出处理措施之日起一个工作日内予以公示，载明平台内经营者的网店名称、违法行为、处理措施等信息。警示、暂停服务等短期处理措施的相关信息应当持续公示至处理措施实施期满之日止。

14. 网络交易平台经营者应当在市场监督管理部门依法开展监管执法活动时，依照市场监督管理部门要求协助提供有关的平台内经营者身份信息，商品或者服务信息，支付记录、物流快递、退换货以及售后等交易信息，并在技术方面积极配合市场监督管理部门开展网络交易违法行为监测工作。市场监督

管理部门发现网络交易经营者有违法行为，依法要求网络交易平台经营者采取措施制止的，网络交易平台经营者应当予以配合。

15. 网络交易平台经营者设置内部合规管理部门，不断完善平台内部合规制度和合规机制，积极响应监管部门的监管要求。鼓励网络交易平台经营者建立内部定期教育培训机制，提高平台整体依法合规经营意识。

第二章 规范直播营销行为

16.从事网络直播营销活动，属于《中华人民共和国电子商务法》规定的“电子商务平台经营者”或“平台内经营者”定义的市场主体，应当依法履行相应的责任和义务。

17.从事网络直播营销活动，应当遵守法律法规，遵循公序良俗，遵守商业道德，坚持正确导向，弘扬社会主义核心价值观，营造良好网络生态。

18.从事网络直播营销活动，依法需要取得相关行政许可的，应当依法取得行政许可。

19.直播营销平台应当建立健全账号及直播营销功能注册注销、信息安全管理、营销行为规范、未成年人保护、消费者权益保护、个人信息保护、网络和数据安全管理等机制、措施。

20.直播间运营者、直播营销人员从事网络直播营销活动，应当遵守法律法规和国家有关规定，遵循社会公序良俗，真实、准确、全面地发布商品或服务信息，不得有下列行为：（一）违反《网络信息内容生态治理规定》第六条、第七条规定的；（二）发布虚假或者引人误解的信息，欺骗、误导用户；（三）营销假冒伪劣、侵犯知识产权或不符合保障人身、财产安全要求的商品；（四）虚构或者篡改交易、关注度、浏览量、点赞量等数据流量造假；（五）知道或应当知道他人存在违法违规或高风险行为，仍为其推广、引流；（六）骚扰、诋毁、谩骂及恐吓他人，侵害他人合法权益；（七）传销、诈骗、赌博、贩卖违禁品及管制物品等；（八）其他违反国家法律法规和有关规定的行为。

21.直播间运营者、直播营销人员发布的直播内容构成商业广告的，应当履行广告发布者、广告经营者或者广告代言人的责任和义务。

22.直播营销人员不得在涉及国家安全、公共安全、影响他人及社会正常生产生活秩序的场所从事网络直播营销活动。

23.直播间运营者、直播营销人员应当加强直播间管理，在下列重点环节的设置应当符合法律法规和国家有关规定，不得含有违法和不良信息，不得以暗示等方式误导用户：（一）直播间运营者账号名称、头像、简介；（二）直播间标题、封

面；（三）直播间布景、道具、商品展示；（四）直播营销人员着装、形象；（五）其他易引起用户关注的重点环节。

24.直播间运营者、直播营销人员应当依据平台服务协议做好语音和视频连线、评论、弹幕等互动内容的实时管理，不得以删除、屏蔽相关不利评价等方式欺骗、误导用户。

25.直播间运营者应当对商品和服务供应商的身份、地址、联系方式、行政许可、信用情况等信息进行核验，并留存相关记录备查。

26.直播间运营者、直播营销人员应当依法依规履行消费者权益保护责任和义务，不得故意拖延或者无正当理由拒绝消费者提出的合法合理要求。

27.直播间运营者、直播营销人员与直播营销人员服务机构合作开展商业合作的，应当与直播营销人员服务机构签订书面协议，明确信息安全管理、商品质量审核、消费者权益保护等义务并督促履行。

28.直播间运营者、直播营销人员使用其他人肖像作为虚拟形象从事网络直播营销活动的，应当征得肖像权人同意，不得利用信息技术手段伪造等方式侵害他人的肖像权。对自然人声音的保护，参照适用前述规定。

第三章 维护公平竞争市场环境

29. 网络交易经营者不得实施下列混淆行为，引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系：（1）擅自使用与他人有一定影响的商品名称、包装、装潢等相同或者近似的标识；（2）擅自使用他人有一定影响的企业名称（包括简称、字号等）、社会组织名称（包括简称等）、姓名（包括笔名、艺名、译名等）；（3）擅自使用他人有一定影响的域名主体部分、网站名称、网页等；（4）其他足以引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系的混淆行为。

30. 网络交易经营者不得采用财物或者其他手段贿赂下列单位或者个人，以谋取交易机会或者竞争优势：（1）交易相对方的工作人员；（2）受交易相对方委托办理相关事务的单位或者个人；（3）利用职权或者影响力影响交易的单位或者个人。

31.经营者不得采取下列方式，对商品生产经营主体以及商品性能、功能、质量、来源、曾获荣誉、资格资质等作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者或者相关公众：（一）通过网站、客户端、小程序、公众号等进行展示、演示、说明、解释、推介或者文字标注；（二）通过直播、平台推荐、网络文案等方式，实施商业营销活动；（三）通过热搜、热评、热转、榜单等方式，实施商业营销活动；（四）其他虚假或者引人误解的商业宣传。

经营者不得帮助其他经营者实施前款虚假或者引人误解的商业宣传行为。

32. 网络交易经营者不得以下列方式，作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者：（一）虚假交易、虚假排名；（二）虚构交易额、成交量、预约量等与经营有关的数据信息；（三）采用谎称现货、虚构预订、虚假抢购等方式进行营销；（四）编造用户评价，或者采用误导性展示等方式隐匿差评、将好评前置、差评后置、不显著区分不同商品的评价等；（五）以返现、红包、卡券等方式利诱用户作出指定好评、点赞、定向投票等互动行为；（六）虚构收藏量、点击量、关注量、点赞量、阅读量、订阅量、转发量等流量数据；（七）虚构投票量、收听量、观看量、播放量、票房、收视率等互动数据；（八）虚构升学率、考试通过率、就业率等教育培训效果；（九）采用伪造口碑、炮制话题、制造虚假舆论热点、虚构网络就业者收入等方式进行营销；

网络交易经营者不得实施混淆行为，引人误认为是他人商品、服务或者与他人存在特定联系。

33. 网络交易经营者不得实施下列侵犯商业秘密的行为：（1）以盗窃、贿赂、欺诈、胁迫、电子侵入或者其他不正当手段获取权利人的商业秘密；（2）披露、使用或者允许他人使用以前项手段获取的权利人的商业秘密；（3）违反保密义务或者

违反权利人有关保守商业秘密的要求，披露、使用或者允许他人使用其所掌握的商业秘密；（4）教唆、引诱、帮助他人违反保密义务或者违反权利人有关保守商业秘密的要求，获取、披露、使用或者允许他人使用权利人的商业秘密。

34. 网络交易经营者进行有奖销售，不得存在下列情形：（1）所设奖的种类、兑奖条件、奖金金额或者奖品等有奖销售信息不明确，影响兑奖；（2）采用谎称有奖或者故意让内定人员中奖的欺骗方式进行有奖销售；（3）抽奖式的有奖销售，最高奖的金额超过五万元。

35.经营者不得利用网络编造、传播虚假信息或者误导性信息，实施下列损害或者可能损害竞争对手的商业信誉、商品声誉的行为：（一）组织、指使他人对竞争对手的商品进行恶意评价；（二）利用或者组织、指使他人通过网络散布虚假或者误导性信息；（三）利用网络传播含有虚假或者误导性信息的风险提示、告客户书、警告函或者举报信等；（四）其他编造、传播虚假或者误导性信息，损害竞争对手商业信誉、商品声誉的行为。

客户端、小程序、公众号运营者以及提供跟帖评论服务的组织或者个人，不得故意与经营者共同实施前款行为。

36. 网络交易经营者不得利用技术手段，通过影响用户选择或者其他方式，实施下列妨碍、破坏其他经营者合法提供的

网络产品或者服务正常运行的行为：（1）未经其他经营者同意，在其合法提供的网络产品或者服务中，插入链接、强制进行目标跳转；（2）误导、欺骗、强迫用户修改、关闭、卸载其他经营者合法提供的网络产品或者服务；（3）恶意对其他经营者合法提供的网络产品或者服务实施不兼容；（4）其他妨碍、破坏其他经营者合法提供的网络产品或者服务正常运行的行为。

37. 网络交易经营者不得利用技术手段，通过影响用户选择或者其他方式，实施妨碍、破坏其他经营者合法提供的网络产品或者服务正常运行的行为。

第四章　维护消费者合法权益

38. 网络交易经营者应当建立便捷、有效的投诉、举报机制，公开投诉、举报方式等信息，及时受理并处理投诉、举报。消费者在网络交易平台购买商品或者接受服务，与平台内经营者发生争议时，网络交易平台经营者应当积极协助消费者维护合法权益。网络交易平台经营者可以建立争议在线解决机制，制定并公示争议解决规则，根据自愿原则，公平、公正地解决当事人的争议。

39. 网络交易经营者应当保障消费者知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利。保障消费者根据商品

或者服务的不同情况，要求经营者提供商品的价格、产地、生产者、用途、性能、规格、等级、主要成份、生产日期、有效期限、检验合格证明、使用方法说明书、售后服务，或者服务的内容、规格、费用等有关情况的权利。

40. 网络交易经营者应当保障消费者自主选择提供商品或者服务经营者的权利，以及自主选择商品品种或者服务方式，自主决定购买或者不购买任何一种商品、接受或者不接受任何一项服务，自主选择商品或者服务时，有权进行比较、鉴别和挑选的权利。

41. 网路交易经营者向消费者提供商品或者服务，应当恪守社会公德，诚信经营，保障消费者的合法权益，不得设定不公平、不合理的交易条件，不得强制交易。

42. 网络交易经营者应当全面、真实、准确、及时地披露商品或者服务信息，保障消费者的知情权和选择权，应当保证其提供的商品或者服务符合保障人身、财产安全的要求。对可能危及人身、财产安全的商品和服务，应当向消费者作出真实的说明和明确的警示，并说明和标明正确使用商品或者接受服务的方法以及防止危害发生的方法。

43. 网络交易经营者发现其提供的商品或者服务存在缺陷，有危及人身、财产安全危险的，应当立即向有关行政部门报告和告知消费者，并采取停止销售、警示、召回、无害化处

理、销毁、停止生产或者服务等措施。采取召回措施的，经营者应当承担消费者因商品被召回支出的必要费用。

44. 网络交易经营者应当对消费者就其提供的商品或者服务的质量和使用方法等问题提出的询问，应当作出真实、明确的答复。

45. 网络交易经营者向消费者提供有关商品或者服务的信息应当真实、全面、准确，不得有下列虚假或者引人误解的宣传行为：（1）不以真实名称和标记提供商品或者服务；（2）以虚假或者引人误解的商品说明、商品标准、实物样品等方式销售商品或者服务；（3）作虚假或者引人误解的现场说明和演示；（4）采用虚构交易、虚标成交量、虚假评论或者雇佣他人等方式进行欺骗性销售诱导；（5）以虚假的“清仓价”、“甩卖价”、“最低价”、“优惠价”或者其他欺骗性价格表示销售商品或者服务；（6）以虚假的“有奖销售”、“还本销售”、“体验销售”等方式销售商品或者服务；（7）谎称正品销售“处理品”、“残次品”、“等外品”等商品；（8）夸大或隐瞒所提供的商品或者服务的数量、质量、性能等与消费者有重大利害关系的信息误导消费者；（9）以其他虚假或者引人误解的宣传方式误导消费者。

46. 网络交易经营者提供商品或者服务，应当依照法律规定或者当事人约定承担修理、重作、更换、退货、补足商品数

量、退还货款和服务费用或者赔偿损失等民事责任，不得故意拖延或者无理拒绝消费者的合法要求。网络交易经营者有下列情形之一并超过十五日的，视为故意拖延或者无理拒绝：（1）经有关行政部门依法认定为不合格商品，自消费者提出退货要求之日起未退货的；（2）自国家规定、当事人约定期满之日起或者不符合质量要求的自消费者提出要求之日起，无正当理由拒不履行修理、重作、更换、退货、补足商品数量、退还货款和服务费用或者赔偿损失等义务的。

47. 网络交易经营者销售商品，应当依照法律规定承担无理由退货义务，不得故意拖延或者无理拒绝。网络交易经营者有下列情形之一的，视为故意拖延或者无理拒绝：（1）对于适用无理由退货的商品，自收到消费者退货要求之日起超过十五日未办理退货手续，或者未向消费者提供真实、准确的退货地址、退货联系人等有效联系信息，致使消费者无法办理退货手续；（2）未经消费者确认，以自行规定该商品不适用无理由退货为由拒绝退货；（3）以消费者已拆封、查验影响商品完好为由拒绝退货；（4）自收到退回商品之日起无正当理由超过十五日未向消费者返还已支付商品价款。

48. 网络交易经营者以预收款方式提供商品或者服务，应当与消费者明确约定商品或者服务的数量和质量、价款或者费用、履行期限和方式、安全注意事项和风险警示、售后服务、

民事责任等内容。未按约定提供商品或者服务的，应当按照消费者的要求履行约定或者退回预付款，并应当承担预付款的利息、消费者必须支付的合理费用。对退款无约定的，按照有利于消费者的计算方式折算退款金额。经营者对消费者提出的合理退款要求，明确表示不予退款，或者自约定期满之日起、无约定期限的自消费者提出退款要求之日起超过15日未退款的，视为故意拖延或者无理拒绝。

49. 网络交易平台经营者应当建立健全信用评价制度，公示信用评价规则，为消费者提供对平台内销售的商品或者提供的服务进行评价的途径。不得删除消费者对其平台内销售的商品或者提供的服务的评价。消费者评价中包含法律、行政法规、规章禁止发布或者传输的信息的，网络交易经营者可以依法予以技术处理。

50. 网络交易经营者应当明示用户信息查询、更正、删除及用户注销的方式、程序，不得对用户信息查询、更正、删除以及用户注销设置不合理条件。

51. 网络交易经营者收集、使用消费者个人信息，应当遵循合法、正当、必要的原则，明示收集、使用信息的目的、方式和范围，并经消费者同意。网络交易经营者收集、使用消费者个人信息，应当公开其收集、使用规则，不得违反法律、法规的规定和双方的约定收集、使用信息。网络交易经营者不得

采用一次概括授权、默认授权、与其他授权捆绑、停止安装使用等方式，强迫或者变相强迫消费者同意收集、使用与经营活动无直接关系的信息。收集、使用个人生物特征、医疗健康、金融账户、个人行踪等敏感信息的，应当逐项取得消费者同意。网络交易经营者及其工作人员应当对收集的个人信息严格保密，除依法配合监管执法活动外，未经被收集者授权同意，不得向包括关联方在内的任何第三方提供。

52. 网络交易经营者未经消费者同意或者请求，不得向其发送商业性信息。网络交易经营者发送商业性信息时，应当明示其真实身份和联系方式，并提供显著、简便、免费的拒绝继续接收的方式。消费者明确表示拒绝的，应当立即停止发送，不得更换名义后再次发送。

53. 网络交易经营者以直接捆绑或者提供多种可选项方式向消费者搭售商品或者服务的，应当以显著方式提请消费者注意，不得将搭售商品或者服务作为默认同意的选项，不得将消费者以往交易中选择的选项在后续独立交易中设定为默认选择。

54. 网络交易经营者采取自动展期、自动续费等方式提供服务的，应当在消费者接受服务前和自动展期、自动续费等日期前，以显著方式提请注意，由消费者自主选择；在服务期间

内，应当为消费者提供显著、简便的随时取消或者变更的选项，并不得收取不合理费用。

55. 网络交易经营者根据消费者的兴趣爱好、消费习惯等特征向其提供商品或者服务的搜索结果的，应当同时向该消费者提供不针对其个人特征的选项，尊重和平等保护消费者合法权益。

56. 网络交易经营者自行终止从事网络交易活动的，应当采取合理、必要、及时的措施保障消费者和相关经营者的合法权益。

57. 网络交易经营者向消费者提供商品或者服务使用格式条款、通知、声明、告示等的，应当以显著方式提请消费者注意与消费者有重大利害关系的内容，并按照消费者的要求予以说明，不得作出含有下列内容的规定：（1）免除或者部分免除经营者对其所提供的商品或者服务应当承担的修理、重作、更换、退货、补足商品数量、退还货款和服务费用、赔偿损失等责任；（2）排除或者限制消费者提出修理、更换、退货、赔偿损失以及获得违约金和其他合理赔偿的权利；（3）排除或者限制消费者依法投诉、举报、提起诉讼的权利；（4）强制或者变相强制消费者购买和使用其提供的或者其指定的经营者提供的商品或者服务，对不接受其不合理条件的消费者拒绝提供相应商品或者服务，或者提高收费标准；（5）规定经营者有权任意

变更或者解除合同，限制消费者依法变更或者解除合同权利；（6）规定经营者单方享有解释权或者最终解释权；（7）其他对消费者不公平、不合理的规定。

58. 网络交易经营者采用格式条款与消费者订立合同，应当以单独告知、字体加粗、弹窗等显著方式提请消费者注意商品或者服务的数量和质量、价款或者费用、履行期限和方式、安全注意事项和风险警示、售后服务、民事责任等与消费者有重大利害关系的内容，并按照消费者的要求予以说明。经营者预先拟定的，对合同双方权利义务作出规定的通知、声明、告示等，视同格式条款。

59. 网络交易经营者与消费者订立合同，不得利用格式条款等方式作出减轻或者免除自身责任的规定。格式条款中不得含有以下内容：（1）免除或者减轻经营者造成消费者人身伤害依法应当承担的责任；（2）免除或者减轻经营者因故意或者重大过失造成消费者财产损失依法应当承担的责任；（3）免除或者减轻经营者对其所提供的商品或者服务依法应当承担的修理、重作、更换、退货、补足商品数量、退还货款和服务费用等责任；（4）免除或者减轻经营者依法应当承担的违约责任；（5）免除或者减轻经营者根据合同的性质和目的应当履行的协助、通知、保密等义务；（6）其他免除或者减轻经营者自身责任的内容。

60. 网络交易经营者与消费者订立合同，不得利用格式条款等方式作出加重消费者责任、排除或者限制消费者权利的规定。格式条款中不得含有以下内容：（1）要求消费者承担的违约金或者损害赔偿金超过法定数额或者合理数额；（2）要求消费者承担依法应当由经营者承担的经营风险；（3）排除或者限制消费者依法自主选择商品或者服务的权利；（4）排除或者限制消费者依法变更或者解除合同的权利；（5）排除或者限制消费者依法请求支付违约金或者损害赔偿金的权利；（6）排除或者限制消费者依法投诉、举报、请求调解、申请仲裁、提起诉讼的权利；（7）经营者单方享有解释权或者最终解释权；（8）其他加重消费者责任、排除或者限制消费者权利的内容。

61. 网络交易经营者采用格式条款与消费者订立合同的，不得利用格式条款并借助技术手段强制交易。

62. 网络交易平台经营者知道或应当知道平台内经营者销售的商品或者提供的服务不符合保障人身、财产安全的要求，或者有其他侵害消费者合法权益行为，应当采取必要措施。对关系消费者生命健康的商品和服务，应当对平台内经营者尽到资质资格审核义务，对消费者尽到安全保障义务。

第五章　规范价格行为

63. 网络交易经营者进行价格活动，应当遵守法律、法规，执行依法制定的政府指导价、政府定价和法定的价格干预措施、紧急措施。

64. 网络交易经营者通过网络等方式销售商品或者提供服务的，应当通过网络页面，以文字、图像等方式进行明码标价。在销售商品或者提供服务时，不得在标价之外加价出售商品或者提供服务，不得收取任何未予标明的费用。以显著方式进行明码标价，明确标示价格所对应的商品或者服务。根据不同交易条件实行不同价格的，应当标明交易条件以及与其对应的价格。商品或者服务的价格发生变动时，应当及时调整相应标价。销售商品应当标示商品的品名、价格和计价单位。同一品牌或者种类的商品，因颜色、形状、规格、产地、等级等特征不同而实行不同价格的，应当针对不同的价格分别标示品名，以示区别。提供服务应当标示服务项目、服务内容和价格或者计价方法。可以根据实际经营情况，自行增加标示与价格有关的质地、服务标准、结算方法等其他信息。标示价格，一般应当使用阿拉伯数字标明人民币金额。标示其他价格信息，一般应当使用规范汉字；可以根据自身经营需要，同时使用外国文字。民族自治地方的网络交易经营者，可以依法自主决定增加使用当地通用的一种或者几种文字。销售商品同时有偿提

供配送、搬运、安装、调试等附带服务的，应当对附带服务进行明码标价。附带服务不由销售商品的网络交易经营者提供的，应当以显著方式区分标记或者说明。提供服务实行先消费后结算的，除进行明码标价外，还应当在结算前向消费者出具结算清单，列明所消费的服务项目、价格以及总收费金额等信息。

65.销售商品或提供服务时进行价格比较的，标明的被比较价格信息应当真实准确。未标明被比较价格的详细信息的，被比较价格应当不高于该经营者在同一经营场所进行价格比较前七日内的最低成交价格；前七日内没有交易的，应当不高于本次价格比较前最后一次交易价格。与厂商建议零售价进行价格比较的，应当明确标示被比较价格为厂商建议零售价。厂商建议零售价发生变动时，应当立即更新。没有合理理由，不得在折价、减价前临时显著提高标示价格并作为折价、减价计算基准。不得采用无依据或者无从比较的价格，作为折价、减价的计算基准或者被比较价格。赠送物品或者服务（以下简称赠品）的，应当标示赠品的品名、数量。赠品标示价格或者价值的，应当标示赠品在同一经营场所当前销售价格。

66. 网络交易经营者不得有下列不正当价格行为：（1）相互串通，操纵市场价格，损害其他经营者或者消费者的合法权益；（2）在依法降价处理鲜活商品、季节性商品、积压商品等

商品外，为了排挤竞争对手或者独占市场，以低于成本的价格倾销，扰乱正常的生产经营秩序，损害国家利益或者其他经营者的合法权益；（3）捏造、散布涨价信息，哄抬价格，推动商品价格过高上涨的；（4）利用虚假的或者使人误解的价格手段，诱骗消费者或者其他经营者与其进行交易；（5）提供相同商品或者服务，对具有同等交易条件的其他经营者实行价格歧视；（6）采取抬高等级或者压低等级等手段收购、销售商品或者提供服务，变相提高或者压低价格；（7）违反法律、法规的规定牟取暴利；（8）法律、行政法规禁止的其他不正当价格行为。

67. 网络交易经营者不得实施下列价格欺诈行为：（1）谎称商品和服务价格为政府定价或者政府指导价；（2）以低价诱骗消费者或者其他经营者，以高价进行结算；（3）通过虚假折价、减价或者价格比较等方式销售商品或者提供服务；（4）销售商品或者提供服务时，使用欺骗性、误导性的语言、文字、数字、图片或者视频等标示价格以及其他价格信息；（5）无正当理由拒绝履行或者不完全履行价格承诺；（6）不标示或者显著弱化标示对消费者或者其他经营者不利的价格条件，诱骗消费者或者其他经营者与其进行交易；（7）通过积分、礼券、兑换券、代金券等折抵价款时，拒不按约定折抵价款；（8）其他价格欺诈行为。网络交易经营者不得实施下列行为：（1）在首

页或者其他显著位置标示的商品或者服务价格低于在详情页面标示的价格；（2）公布的促销活动范围、规则与实际促销活动范围、规则不一致；（3）其他虚假的或者使人误解的价格标示和价格促销行为。网络交易平台经营者不得利用技术手段等强制平台内经营者进行虚假的或者使人误解的价格标示。

68. 网络交易平台经营者应当依法配合市场监督管理部门对平台内经营者开展价格监督管理工作。发现平台内经营者有违反《明码标价和禁止价格欺诈规定》行为的，应当依法采取必要处置措施，保存有关信息记录，依法承担相应义务和责任。应当尊重平台内经营者的经营自主权，不得强制或者变相强制平台内经营者参与价格促销活动。为平台内经营者提供标价模板的，应当符合规定的要求。不得利用技术手段等强制平台内经营者进行虚假的或者使人误解的价格标示。

第六章 规范互联网广告行为

69. 互联网广告应当真实、合法，坚持正确导向，以健康的表现形式表达广告内容，符合社会主义精神文明建设和弘扬中华优秀传统文化的要求。利用互联网从事广告活动，应当遵守法律、法规，诚实信用，公平竞争。国家鼓励、支持开展互联网公益广告宣传活动，传播社会主义核心价值观和中华优秀传统文化，倡导文明风尚。

70. 法律、行政法规规定禁止生产、销售的产品或者提供的服务，以及禁止发布广告的商品或者服务，任何单位或者个人不得利用互联网设计、制作、代理、发布广告。禁止利用互联网发布烟草（含电子烟）广告。禁止利用其他商品或者服务的广告、公益广告，宣传烟草制品名称、商标、包装、装潢以及类似内容。

71. 禁止利用互联网发布处方药广告，法律、行政法规另有规定的，依照其规定。麻醉药品、精神药品、医疗用毒性药品、放射性药品等特殊药品，药品类易制毒化学品，以及戒毒治疗的药品、医疗器械和治疗方法，不得作广告。 禁止以介绍健康、养生知识等形式，变相发布医疗、药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告。介绍健康、养生知识的，不得在同一页面或者同时出现相关医疗、药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品的商品经营者或者服务提供者地址、联系方式、购物链接等内容。

72.除医疗、药品、医疗器械广告外，禁止其他任何广告涉及疾病治疗功能，并不得使用医疗用语或者易使推销的商品与药品、医疗器械相混淆的用语。

73. 互联网广告应当具有可识别性，能够使消费者辨明其为广告。对于竞价排名的商品或者服务，广告发布者应当显著标明“广告”，与自然搜索结果明显区分。除法律、行政法规禁

止发布或者变相发布广告的情形外，通过知识介绍、体验分享、消费测评等形式推销商品或者服务，并附加购物链接等购买方式的，广告发布者应当显著标明“广告”。

74. 以弹出等形式发布互联网广告，启动互联网应用程序时展示、发布的开屏广告广告主、广告发布者应当显著标明关闭标志，确保一键关闭，不得有下列情形：（1）没有关闭标志或者计时结束才能关闭广告；（2）关闭标志虚假、不可清晰辨识或者难以定位等，为关闭广告设置障碍；（3）关闭广告须经两次以上点击；（4）在浏览同一页面、同一文档过程中，关闭后继续弹出广告，影响用户正常使用网络；（5）其他影响一键关闭的行为。

75. 不得以下列方式欺骗、误导用户点击、浏览广告：（1）虚假的系统或者软件更新、报错、清理、通知等提示；（2）虚假的播放、开始、暂停、停止、返回等标志；（3）虚假的奖励承诺；（4）其他欺骗、误导用户点击、浏览广告的方式。

76. 在针对未成年人的网站、网页、互联网应用程序、公众号等互联网媒介上不得发布医疗、药品、保健食品、特殊医学用途配方食品、医疗器械、化妆品、酒类、美容广告，以及不利于未成年人身心健康的网络游戏广告。针对不满十四周岁的未成年人的商品或者服务的广告不得含有下列内容：（1）劝诱

其要求家长购买广告商品或者服务；（2）可能引发其模仿不安全行为。

77. 利用互联网发布、发送广告，不得影响用户正常使用网络，不得在搜索政务服务网站、网页、互联网应用程序、公众号等的结果中插入竞价排名广告。未经用户同意、请求或者用户明确表示拒绝的，不得向其交通工具、导航设备、智能家电等发送互联网广告，不得在用户发送的电子邮件或者互联网即时通讯信息中附加广告或者广告链接。

78. 发布含有链接的互联网广告，应当核对下一级链接中与前端广告相关的广告内容。

79. 互联网广告中对商品的性能、功能、产地、用途、质量、成分、价格、生产者、有效期限、允诺等或者对服务的内容、提供者、形式、质量、价格、允诺等有表示的，应当准确、清楚、明白。互联网广告中表明推销的商品或者服务附带赠送的，应当明示所附带赠送商品或者服务的品种、规格、数量、期限和方式。法律、行政法规规定广告中应当明示的内容，应当显著、清晰表示。

80. 互联网广告不得有下列情形：（1）使用或者变相使用中华人民共和国的国旗、国歌、国徽，军旗、军歌、军徽、党旗、党徽、团旗、团徽、少先队徽（标志）；（2）使用或者变

相使用国家机关、国家机关工作人员的名义或者形象；（3）使用“国家级”、“最高级”、“最佳”等用语；（4）损害国家的尊严或者利益，泄露国家秘密；（5）妨碍社会安定，损害社会公共利益；（6）危害人身、财产安全，泄露个人隐私；（7）妨碍社会公共秩序或者违背社会良好风尚；（8）含有淫秽、色情、赌博、迷信、恐怖、暴力的内容；（9）含有民族、种族、宗教、性别歧视的内容；（10）妨碍环境、自然资源或者文化遗产保护；（11）法律、行政法规规定禁止的其他情形。互联网广告不得损害未成年人和残疾人的身心健康。不得贬低其他生产经营者的商品或者服务。

81. 网络交易经营者在其经营载体发布的广告，广告内容涉及的事项需要取得行政许可的，应当与许可的内容相符合。广告使用数据、统计资料、调查结果、文摘、引用语等引证内容的，应当真实、准确，并表明出处。引证内容有适用范围和有效期限的，应当明确表示。广告中涉及专利产品或者专利方法的，应当标明专利号和专利种类。未取得专利权的，不得在广告中谎称取得专利权。禁止使用未授予专利权的专利申请和已经终止、撤销、无效的专利作广告。

82. 网络交易经营者在其经营载体发布保健食品广告，应当显著标明“本品不能代替药物”，不得含有下列内容：（1）表示功效、安全性的断言或者保证；（2）涉及疾病预防、治疗

功能；（3）声称或者暗示广告商品为保障健康所必需；（4）与药品、其他保健食品进行比较；（5）利用广告代言人作推荐、证明；（6）法律、行政法规规定禁止的其他内容。

83. 网络交易经营者禁止在其经营载体发布声称全部或者部分替代母乳的婴儿乳制品、饮料和其他食品广告。

84. 网络交易经营者在其经营载体发布酒类广告的，不得含有下列内容：（1）诱导、怂恿饮酒或者宣传无节制饮酒；（2）出现饮酒的动作；（3）表现驾驶车、船、飞机等活动；（4）明示或者暗示饮酒有消除紧张和焦虑、增加体力等功效。

85. 网络交易经营者在其经营载体发布教育、培训广告的，不得含有下列内容：（1）对升学、通过考试、获得学位学历或者合格证书，或者对教育、培训的效果作出明示或者暗示的保证性承诺；（2）明示或者暗示有相关考试机构或者其工作人员、考试命题人员参与教育、培训；（3）利用科研单位、学术机构、教育机构、行业协会、专业人士、受益者的名义或者形象作推荐、证明。

86. 网络交易经营者以虚假或者引人误解的内容欺骗、误导消费者的，构成虚假广告。（1）商品或者服务不存在的；（2）商品的性能、功能、产地、用途、质量、规格、成分、价格、生产者、有效期限、销售状况、曾获荣誉等信息，或者服务的内容、提供者、形式、质量、价格、销售状况、曾获荣誉

等信息，以及与商品或者服务有关的允诺等信息与实际情况不符，对购买行为有实质性影响的；（3）使用虚构、伪造或者无法验证的科研成果、统计资料、调查结果、文摘、引用语等信息作证明材料的；（4）虚构使用商品或者接受服务的效果的；（5）以虚假或者引人误解的内容欺骗、误导消费者的其他情形。

87. 网络交易经营者禁止为出售、购买、利用野生动物或者禁止使用的猎捕工具在其经营载体上发布广告。禁止为违法出售、购买、利用野生动物制品发布广告。

88. 网络交易平台经营者在提供互联网信息服务过程中应当采取措施防范、制止违法广告，并遵守下列规定：（1）记录、保存利用其信息服务发布广告的用户真实身份信息，信息记录保存时间自信息服务提供行为终了之日起不少于三年；（2）对利用其信息服务发布的广告内容进行监测、排查，发现违法广告的，应当采取通知改正、删除、屏蔽、断开发布链接等必要措施予以制止，并保留相关记录；（3）建立有效的投诉、举报受理和处置机制，设置便捷的投诉举报入口或者公布投诉举报方式，及时受理和处理投诉举报；（4）不得以技术手段或者其他手段阻挠、妨碍市场监督管理部门开展广告监测；（5）配合市场监督管理部门调查互联网广告违法行为，并根据市场监督管理部门的要求，及时采取技术手段保存涉嫌违法广

告的证据材料，如实提供相关广告发布者的真实身份信息、广告修改记录以及相关商品或者服务的交易信息等；（6）依据服务协议和平台规则对利用其信息服务发布违法广告的用户采取警示、暂停或者终止服务等措施。

89. 广告主应当对互联网广告内容的真实性负责。广告主发布互联网广告的，主体资格、行政许可、引证内容等应当符合法律法规的要求，相关证明文件应当真实、合法、有效。广告主可以通过自建网站，以及自有的客户端、互联网应用程序、公众号、网络店铺页面等互联网媒介自行发布广告，也可以委托广告经营者、广告发布者发布广告。广告主自行发布互联网广告的，广告发布行为应当符合法律法规的要求，建立广告档案并及时更新。相关档案保存时间自广告发布行为终了之日起不少于三年。广告主委托发布互联网广告，修改广告内容时应当以书面形式或者其他可以被确认的方式，及时通知为其提供服务的广告经营者、广告发布者。

第七章　履行产品质量保障义务

90. 网络交易经营者销售产品， 应当采取措施，保持销售产品的质量。产品质量应当符合下列要求：（1）不存在危及人身、财产安全的不合理的危险，有保障人体健康和人身、财产

安全的国家标准、行业标准的，应当符合该标准；（2）具备产品应当具备的使用性能，但是，对产品存在使用性能的瑕疵作出说明的除外；（3）符合在产品或者其包装上注明采用的产品标准，符合以产品说明、实物样品等方式表明的质量状况。

91. 网络交易经营者销售产品，产品或者其包装上的标识必须真实，并符合下列要求：（1）有产品质量检验合格证明；（2）有中文标明的产品名称、生产厂厂名和厂址；（3）根据产品的特点和使用要求，需要标明产品规格、等级、所含主要成份的名称和含量的，用中文相应予以标明；需要事先让消费者知晓的，应当在外包装上标明，或者预先向消费者提供有关资料；（4）限期使用的产品，应当在显著位置清晰地标明生产日期和安全使用期或者失效日期；（5）使用不当，容易造成产品本身损坏或者可能危及人身、财产安全的产品，应当有警示标志或者中文警示说明。裸装的食品和其他根据产品的特点难以附加标识的裸装产品，可以不附加产品标识。

92. 网络交易经营者销售产品，应当建立并执行进货检查验收制度，验明产品合格证明和其他标识，不得伪造产地，伪造或者冒用他人的厂名、厂址；不得掺杂掺假，以假充真、以次充好，以不合格产品冒充合格产品；不得销售国家明令淘汰并停止销售的产品和失效、变质的产品。

93. 网络交易经营者销售产品，国家规定相关产品必须经过认证的，应当经过认证并标注认证标志，不得伪造或者冒用认证标志等质量标志。

94. 网络交易经营者不得销售和进口非法定计量单位的计量器具，不得销售未经型式批准的计量器具新产品（实施强制管理的计量器具目录中监管方式为型式批准的计量器具），不得销售以欺骗消费者为目的（带有作弊功能）的计量器具。

95. 网络交易经营者不得销售或者在经营活动中使用应取得而未取得工业产品生产许可证产品。

96. 网络交易经营者销售应取得工业产品生产许可证产品的，应当查验产品的生产许可证标志和编号。不得伪造、变造许可证证书、生产许可证标志和编号。

97. 网络交易经营者应积极配合市场监管部门依法开展的产品质量监督抽查网络抽样工作，如实提供监督抽查所需材料和信息，不得以任何方式阻碍、拒绝监督抽查。对抽查检验结论为不合格的产品，网络交易经营者应当立即停止销售。在经负责结果处理的市场监督管理部门认定复查合格前，不得恢复销售同一产品。

98. 网络交易经营者在商品详情页面展示的产品信息应符合《产品质量法》第二十七条对产品标识的基本要求，包括但不限于中文标明的产品名称、生产厂厂名和厂址，产品规格、

等级、主要成份和含量、执行标准、强制性产品认证证书（编号）或生产许可证等需要事先让消费者知晓的产品信息以及生产者出具的用于证明产品质量符合相关法律法规规章及相应标准要求的产品质量检验合格证明。确保披露的商品信息符合《电子商务法》第十七条规定的“全面、真实、准确、及时”的要求。

第八章　履行食品安全保障义务

99. 网络食品交易第三方平台提供者应当对入网食品经营者进行实名登记，明确其食品安全管理责任；依法应当取得许可证的，还应当审查其许可证。

100. 网络食品交易第三方平台提供者应当在通信主管部门批准后30个工作日内，向所在地省级市场监督管理部门备案，取得备案号。通过自建网站交易的食品生产经营者应当在通信主管部门批准后30个工作日内，向所在地市、县级市场监督管理部门备案，取得备案号。

101. 网络食品交易第三方平台提供者应当建立入网食品生产经营者审查登记、食品安全自查、食品安全违法行为制止及报告、严重违法行为平台服务停止、食品安全投诉举报处理等制度，并在网络平台上公开。

102. 网络食品交易第三方平台提供者应当对入网食品生产经营者食品生产经营许可证、入网食品添加剂生产企业生产许可证等材料进行审查，如实记录并及时更新。网络食品交易第三方平台提供者应当对入网食用农产品生产经营者营业执照、入网食品添加剂经营者营业执照以及入网交易食用农产品的个人的身份证号码、住址、联系方式等信息进行登记，如实记录并及时更新。

103. 网络食品交易第三方平台提供者应当建立入网食品生产经营者档案，记录入网食品生产经营者的基本情况、食品安全管理人员等信息。

104. 网络食品交易第三方平台提供者和通过自建网站交易食品的生产经营者应当记录、保存食品交易信息，保存时间不得少于产品保质期满后 6 个月；没有明确保质期的，保存时间不得少于 2 年。

105. 网络食品交易第三方平台提供者应当设置专门的网络食品安全管理机构或者指定专职食品安全管理人员，对平台上的食品经营行为及信息进行检查。网络食品交易第三方平台提供者发现存在食品安全违法行为的，应当及时制止，并向所在地县级市场监督管理部门报告。

106. 网络食品交易第三方平台提供者发现入网食品生产经营者有下列严重违法行为之一的，应当停止向其提供网络交易

平台服务：（1）入网食品生产经营者因涉嫌食品安全犯罪被立案侦查或者提起公诉的；（2）入网食品生产经营者因食品安全相关犯罪被人民法院判处刑罚的；（3）入网食品生产经营者因食品安全违法行为被公安机关拘留或者给予其他治安管理处罚的；（4）入网食品生产经营者被市场监督管理部门依法作出吊销许可证、责令停产停业等处罚的。

107. 入网食品生产经营者不得从事下列行为：（1）网上刊载的食品名称、成分或者配料表、产地、保质期、贮存条件，生产者名称、地址等信息与食品标签或者标识不一致；（2）网上刊载的非保健食品信息明示或者暗示具有保健功能；网上刊载的保健食品的注册证书或者备案凭证等信息与注册或者备案信息不一致；（3）网上刊载的婴幼儿配方乳粉产品信息明示或者暗示具有益智、增加抵抗力、提高免疫力、保护肠道等功能或者保健作用；（4）对在贮存、运输、食用等方面有特殊要求的食品，未在网上刊载的食品信息中予以说明和提示；（5）法律、法规规定禁止从事的其他行为。

108. 通过第三方平台进行交易的食品生产经营者应当在其经营活动主页面显著位置公示其食品生产经营许可证或仅销售预包装食品（含保健食品、特殊医学用途配方食品、婴幼儿配方乳粉以及其他婴幼儿配方食品等特殊食品）备案信息。通过自建网站交易的食品生产经营者应当在其网站首页显著位置公

示营业执照、食品生产经营许可证。相关信息应当画面清晰，容易辨识。

109. 入网销售保健食品、特殊医学用途配方食品、婴幼儿配方乳粉的食品生产经营者，除依照《网络食品安全违法行为查处办法》第十八条的规定公示相关信息外，还应当依法公示产品注册证书或者备案凭证，持有广告审查批准文号的还应当公示广告审查批准文号，并链接至市场监督管理部门网站对应的数据查询页面。保健食品还应当显著标明“本品不能代替药物”。特殊医学用途配方食品中特定全营养配方食品不得进行网络交易。

110. 入网销售特殊食品，应当核对食品标签、说明书内容是否与注册或者备案的标签、说明书一致，不一致的不得销售。特殊食品不得与普通食品或者药品混放销售。

第九章 保护用户个人信息和隐私

111. 个人信息处理者应当对其个人信息处理活动负责，并采取必要措施保障所处理的个人信息的安全。

112. 符合下列情形之一的，个人信息处理者方可处理个人信息：（1）取得个人的同意；（2）为订立、履行个人作为一方当事人的合同所必需，或者按照依法制定的劳动规章制度和依法签订的集体合同实施人力资源管理所必需；（3）为履行法

定职责或者法定义务所必需；（4）为应对突发公共卫生事件，或者紧急情况下为保护自然人的生命健康和财产安全所必需；（5）为公共利益实施新闻报道、舆论监督等行为，在合理的范围内处理个人信息；（6）依照《个人信息保护法》规定在合理的范围内处理个人自行公开或者其他已经合法公开的个人信息；（7）法律、行政法规规定的其他情形。依照有关规定处理个人信息应当取得个人同意，但是有前款第二项至第七项规定情形的，不需取得个人同意。

113. 只有在具有特定的目的和充分的必要性，并采取严格保护措施的情形下，个人信息处理者方可处理敏感个人信息。包括生物识别、宗教信仰、特定身份、医疗健康、金融账户、行踪轨迹等信息，以及不满十四周岁未成年人的个人信息。

114. 处理敏感个人信息应当取得个人的单独同意；法律、行政法规规定处理敏感个人信息应当取得书面同意的，从其规定。（《个人信息保护法》第二十九条 ）网络交易经营者处理个人信息，应当防止未经授权的访问以及个人信息泄露、篡改、丢失，并采取下列措施确保个人信息处理活动符合法律、行政法规的规定：（1）制定内部管理制度和操作规程；（2）对个人信息实行分类管理；（3）采取相应的加密、去标识化等安全技术措施；（4）合理确定个人信息处理的操作权限，并定期对从业人员进行安全教育和培训；（5）制定并组织实施个人

信息安全事件应急预案；（6）法律、行政法规规定的其他措施。

115. 提供重要互联网平台服务、用户数量巨大、业务类型复杂的个人信息处理者，应当履行下列义务：（1）按照国家规定建立健全个人信息保护合规制度体系，成立主要由外部成员组成的独立机构对个人信息保护情况进行监督；（2）遵循公开、公平、公正的原则，制定平台规则，明确平台内产品或者服务提供者处理个人信息的规范和保护个人信息的义务；（3）对严重违反法律、行政法规处理个人信息的平台内的产品或者服务提供者，停止提供服务；（4）定期发布个人信息保护社会责任报告，接受社会监督。

三、广告监督类合规指引

朝阳区医疗美容广告发布合规指引

为进一步规范朝阳区医疗美容广告发布行为，防范虚假违法广告风险，保障消费者身体健康和合法权益，营造公平有序的市场环境，促进医疗美容行业健康有序发展，依据《中华人民共和国广告法》《医疗广告管理办法》《医疗广告监管工作指南》《医疗美容广告执法指南》等法律法规及监管政策，结合本区实际情况及日常监管执法要点，朝阳区市场监管局制定《朝阳区医疗美容广告发布合规指引》，供辖区内医疗美容机构（以下简称“医美机构”）、广告经营者、广告发布者（含网络平台）遵照执行。

一、本指引旨在为朝阳区各医美机构、广告经营者、广告发布者（含网络平台）加强医疗美容广告发布行为提供合规指引。

二、本指引所称医疗美容，是指运用手术、药物、医疗器械以及其他具有创伤性或者侵入性的医学技术方法对人的容貌和人体各部位形态进行的修复。

本指引所称医疗美容广告，是通过一定媒介或者形式直接或间接介绍美容医疗机构或者医疗美容服务的商业广告。

三、发布医疗美容广告前需具备以下核心资质要求：

（一）医疗美容广告属于医疗广告，发布医疗美容广告的

主体必须是依法取得《医疗机构执业许可证》的医疗机构，非医疗机构严禁发布医疗美容广告。

（二）广告发布前须依法取得《医疗广告审查证明》，发布内容需与审查核准事项完全一致，不得擅自修改；广告中必须标注审查证明文号及医疗机构第一名称。

（三）广告经营者、发布者（含网络平台）需严格查验广告主的《医疗机构执业许可证》《医疗广告审查证明》，留存查验记录，不得为无资质主体提供广告服务。

四、医疗美容广告发布的合规提示：

（一）医疗美容广告应当维护正确的价值取向。医疗美容广告应当真实、合法，以健康的表现形式表达广告内容，符合社会主义精神文明建设和弘扬中华优秀传统文化的要求。

（二）发布医疗美容广告应当标注医疗机构第一名称和《医疗广告审查证明》文号。

（三）要按照《医疗广告审查证明》批准的内容和媒介形式发布医疗美容广告。

（四）医疗美容广告使用的数据、统计资料、调查结果、文摘、引用语等引证内容的，应当真实、准确，并表明出处。

(五）医疗美容广告中涉及专利产品或者专利方法的，应当标明专利号和专利种类。

五、医疗美容广告发布内容的禁止性情形：

（一）不得对诊疗效果、安全性作断言或保证，不得宣传治愈率、有效率，禁止使用“立竿见影”“永久有效”“无副作用”“彻底治愈”“100%有效”等表述。

（二）不得利用广告代言人为医疗美容做推荐、证明。医疗美容广告中出现的所谓“推荐官”“体验官”等，以自己名义或者形象为医疗美容做推荐证明的，应当被认定为广告代言人。

（三）不得利用患者、医疗卫生技术人员、医学教育科研机构及人员的名义、形象作推荐、证明。不得使用“XX 专家亲诊”、“患者案例分享”、“XX 教授推荐”等形式。

（四）不得鼓吹“容貌焦虑”、宣扬过度消费、歧视特定人群等。不得将容貌不佳与“低能”“懒惰”“贫穷”等负面评价因素做不当关联或者将容貌出众与“高素质”“勤奋”“成功”等积极评价因素做不当关联，不得传递“颜值至上”的不良导向。

（五）不得发布未经卫生健康行政部门核定或药品监督管理部门审批的诊疗项目、药品、医疗器械的广告。

（六）不得使用“国家级”、“最高级”、“最佳”、“第一品牌”、“极致”、“顶级”等《广告法》禁止的绝对化用语。

（七）不得以健康养生科普、新闻报道、人物专访、直播

“种草”等形式变相发布医疗美容广告。

（八）不得对食品、保健食品、消毒产品、化妆品等非医疗产品宣称医疗美容功效或与医疗美容服务捆绑宣传。

（九）禁止向未成年人发布任何形式的医疗美容广告；

（十）法律、行政法规规定禁止的其他内容。

六、医疗美容广告发布的重点风险领域提示：

（一）通过第三方网络平台、博主、达人、网红等以“分享体验”、“知识科普”、“测评对比”等形式发布的，实质上构成商业广告的内容，必须明确标识为“广告”，并承担广告主的责任，确保内容真实、合法，不得规避广告审查和监管。

（二）使用术前术后对比图，必须确保真实、客观，不得过度修饰或伪造。应提示个体差异，并注明“效果因人而异”等类似风险提示语。

（三）宣传医生资质（如“XX 学会委员”）或机构荣誉（如“XX 奖项”），必须真实、准确，并能提供相应证明文件。

（四）对所谓“新技术”、“新材料”、“新仪器”的宣传，应有科学依据或合法审批文件支撑，不得虚构夸大其效果或安全性。

（五）宣传使用进口药品、医疗器械或材料的，应能提供合法的进口批件、产品注册证等证明文件。

（六）严格区分生活美容服务和医疗美容服务，不得使用

医疗术语宣传生活美容项目，也不得在生活美容场所宣传医疗美容项目。

七、医疗美容广告发布的过程管理要求：

（一）医美机构应建立健全广告发布内部审核制度，配备熟悉广告法律法规的审核人员，对拟发布的广告内容进行事先审查，确保合规。

（二）委托广告经营者、发布者设计、制作、代理、发布广告时，应选择具备合法资质、信誉良好的合作伙伴，并主动提供、核验相关资质证明文件。

（三）在互联网平台发布广告，需遵守平台关于医疗健康、广告发布的具体规则和政策。

（四）建立消费者投诉处理机制，对广告内容引发的争议应及时回应、妥善处理。

（五）妥善保管《医疗广告审查证明》原件或清晰复印件、广告合同、广告样件（截图、链接等）、内部审核记录等资料，保存时间自广告发布之日起不少于两年。

八、法律责任

广告主、广告经营者、广告发布者违法发布医疗美容广告的，由市场监管部门依据《中华人民共和国广告法》等法律规定依法给予行政处罚。

四、餐饮监管类合规指引

美食城档口类餐饮单位环境卫生管理要点

为保障美食城档口类餐饮单位食品安全，营造整洁规范的消费环境，依据《中华人民共和国食品安全法》《餐饮服务通用卫生规范》等法律法规，现对环境卫生管理要点梳理如下，请认真学习：

1.后厨操作区保持整洁，操作台、灶台随用随清，无油污、无食物残渣；食材生熟分开存放，厨具、容器分类摆放，排水沟定期疏通，地漏做好日常维护；冷藏冷冻设施定期检查维护，清洁除霜；裸露食品应及时加盖或加膜保存，严防污染。

2.门窗、墙面、地板、天花板定期擦拭清理，无明显污渍、无蛛网灰尘，通风排烟设施正常运转。

3.粗加工间、洗消间等共用区域保持整洁，严格按功能分区使用，杜绝擅自改变用途，及时清理残渣积水。

4.公共区域（含卫生间）及堂食区域做好日常保洁，保持地面干爽洁净，设施定时清扫擦拭，无杂物堆积，堂食区顾客用餐后及时清理桌面残渣油污。

5.做好防蝇、防鼠、防虫工作，及时清理卫生死角，定期开展消杀，保障经营环境干净卫生。

北京朝阳区市场监督管理局 编制

6.各类物品整齐摆放，食材、调料、厨具、杂物分类归置。不得堆放个人物品，不占用公共通道，保持整洁有序。

7.餐饮具务必洗消到位，碗、筷、盘、勺、杯等用具，清洗消毒后密封存放，严防二次污染。杜绝未经消毒或消毒不到位即使用的情况。

8.店内配备带盖垃圾桶，摆放位置合理，垃圾日产日清、不堆积，桶身保持干净，不溢洒、无异味。

9.从业人员做好个人卫生，上岗期间穿戴干净整洁的工作服、工作帽，勤洗手、勤换工服，不留长指甲、不佩戴首饰，保持个人仪容整洁。

10.开展外卖经营的商家，应设置取餐区。外卖员等非本餐厅从业人员，严禁擅自进入后厨操作区域。

环境卫生无小事，细节之处见担当。请严格落实以上环境卫生管理要求，将规范操作融入日常经营的每一个环节，杜绝后厨卫生脏乱情况，共同守护整洁环境与食品安全！

北京朝阳区市场监督管理局 编制

五、质量认证类合规指引

朝阳区汽车企业 CCC 免办办理及监管工作指引（试行）

朝阳区汽车行业申报 CCC 免办的相关企业:

为了推动免予办理强制性产品认证（以下称“CCC 免办”）制度创新，提升贸易便利化水平，加快汽车产业协同发展，优化营商环境，依据国家市场监管总局《关于明确免予办理强制性产品认证工作要求的通知》（国市监认证函〔2019〕153 号）（以下简称：总局 153 号文）《市场监管总局 海关总署关于免予办理强制性产品认证工作有关安排的公告》（联合公告 2019 年第 13 号公告，2019 年 3 月 20 日发布实施）《北京市市场监督管理局关于进一步明确免予办理强制性产品认证证明申办主体的通知》（京市监发〔2021〕27 号）精神以及市局相关规定，结合朝阳区汽车行业企业运行实际，制定本工作指引。

一、适用范围及办理要求

所需申办的产品在 CCC 目录内，并在国家市场监管总局 153 号文中关于“符合 CCC 免办的条件中”规定的情形内。本规定适用于朝阳区推进汽车行业 CCC 免办相关管理服务活动,所涉及的产品、样品、零部件及相应目的活动均与汽车维修、科研测试、认证检测、商业展示活动相关。

1.申请人所在地归属于北京市朝阳区行政辖区内（指企业注册地/办公地/仓库所在地）。

2.申请产品纳入强制性产品认证目录范围内的产品。

3.为科研、测试和认证检测所需的产品和样品。

4.直接为最终用户维修目的所需的零部件产品。

5.仅用于商业展示但不销售的产品。

符合CCC免办条件的申请人，应当向所在地市场监管部门提交CCC免办申请。申请人应提交的材料以及后续监管要求，具体如下：

(一)为科研、测试和认证检测所需的产品和样品。此类产品的免办申请人必须是对此类产品进行研究、开发、测试的机构。CCC认证检测样品的免办申请人必须是CCC认证委托人。此类产品和样品均不得销售或提供给普通消费者使用。

(二)直接为最终用户维修目的所需的零部件产品。此类零部件产品的免办申请人必须是维修单位(包括整机整车集中采购商仓储商其指定的零部件采购商)或者最终用户。零部件产品的数量应当控制在合理范围内。

(三)仅用于商业展示但不销售的产品。此类产品的免办申请人必须是负责商业展示的公司，申请人应当在申请资料中表明展示的时间及展示后该产品的处理方式(不得销售或提供给普通消费者使用)，保证其不改变产品的用途。

二、申请所需材料及要求

为科研、测试和认证检测所需的产品和样品			
序号	材料名称	形式及份数	材料审核要求
1	申请人营业执照	复印件1	申请人营业执照的复印件需加盖公司印章，印章不可以是复印的。
2	后续管理承诺书	原件1	按照制式格式填写，需正确填写抬头与落款，并加盖公司印章。销毁或退运的需列明销毁或退运具体时间。
3	本次研究、开发、测试计划书/项目书	复印件1	研究、开发、测试计划书/项目书应尽可能详细，以周为测试时间单位。 测试时间要求：一般测试计划周期为两年，测试时间不得早于申请时间。 测试地点要求：整车测试需一半时间以上在北京测试；汽车零部件测试则需全部在京，以便后续监管。涉及在京或外阜测试车辆需要详细描述测试起止时间、地点、对接人、联系方式，测试项目（越具体越利于后续监管）。另建议，出京测试整车在承诺书中承诺：由于本次申请车辆免办情况属于从北京获

			证入关，但测试需要跨省进行，我单位承诺积极做好跨省联合的后续监管工作。
4	附有产品明细的进口合同、发票或提单	复印件 1	合同、发票或提单需加盖公司印章，如是外文版，应要求申请人提供中外语对照版本。
5	CCC 指定认证机构出具的 CCC 认证送样通知书（含认证委托人、样品名称、规格型号、数量等信息）	原件 1	CCC 认证送样通知书应有认证机构的印章。
注：	1.此类产品的免办申请人必须是对此类产品进行研究、开发、测试的机构。 2.CCC 认证检测样品的免办申请人必须是 CCC 认证委托人。 3.此类产品和样品均不得销售或提供给普通消费者使用。 4.此类产品所指在中国公路及城市道路上行驶的 M 类汽车、N 类汽车和 O 类挂车（须上普通牌照的车辆）及安全附件。用于赛车或特殊车类不适用。 5.在中国公路及城市道路上行驶的摩托车及安全附件。		

	6.电动自行车及安全附件。（详见目录描述与界定表 十） 7.后续回传材料审核要点：（1）、销毁公司提供的合规销毁报告；（2）、报告中销毁产品数量，规格型号，名称与免办证明一致；（3）、有销毁公司公章；（4）、销毁照片清晰（销毁前中后照片）；（5）、有销毁日期；（6）、退运方式提供出口报关单。 8.针对整车出京测试的CCC免办进口车辆，申报企业需将测试车辆外省临牌台账按月向区市场局报备。

直接为最终用户维修目的所需的零部件产品			
序号	材料名称	形式及份数	材料审核要求
1	申请人营业执照	复印件1	申请人营业执照的复印件需加盖公司印章，印章不可以是复印的。
2	后续管理承诺书	原件1	按照制式格式填写，需正确填写抬头与落款，并加盖公司印章。
3	附有产品明细的进口合同、发票或提单	复印件1	合同、发票或提单需加盖公司印章，如是外文版，应要求申请人提供中外语对照版本。 汽车零部件产品的数量应当控制在合

			理范围内。（朝阳区将申请数量在100以上予以严格把控。）
4	关于相应产品符合国内安全标准的承诺	原件1	承诺书中应列明此次进口的所有产品及相应的国内安全标准，核对标准号正确。承诺书应加盖公司印章。
注：	1.“直接为最终用户维修目的所需的零部件产品”为免办条件的申请人，必须是维修单位(包括整机整车集中采购商仓储商其指定的零部件采购商)或者最终用户。从事物流或进出口贸易的公司，不是进口维修零部件产品的实际使用方，不符合153号文中关于“直接为最终用户维修目的所需的零部件产品”办理条件的申请人要求。“直接为最终用户维修目的所需的零部件产品”的申请人,应为该整机整车品牌所有者，或从属于同一集团内的下属公司(提供全资或控股等相关资产证明)，是所申报CCC免办产品的实际使用方(拥有完整物权)，并承担相应的法律责任。 2.本款不适用于产品召回改进后复进关的情况。 3.此类产品所指在中国公路及城市道路上行驶的 M 类汽车、N 类汽车和 0 类挂车（须上普通牌照的车辆）及安全附件。赛车或特殊车类不适用。 4.在中国公路及城市道路上行驶的摩托车及安全附件。 5.电动自行车及安全附件。（详见目录描述与界定表 十） 6.后续回传材料审核要点：（1）、维修服务报告（包括维修工		

	单、需求订单等）；（2）、申报主体企业章；（3）、维修内容属实；（4）维修使用产品名称数量规格型号与免办证明一致；（5）、维修人员签字；（6）、维修日期。

仅用于商业展示但不销售的产品			
序号	材料名称	形式及份数	材料审核要求
1	申请人营业执照	复印件 1	申请人营业执照的复印件需加盖公司印章，印章不可以是复印的。
2	后续管理承诺书	原件 1	按照制式格式填写，需正确填写抬头与落款，并加盖公司印章。 应当在申请资料中表明展示的时间、地点及展示后该产品的处理方式(不得销售或提供给普通消费者使用)，保证其不改变产品的用途。展示时间要求：展示时间不得早于申请时间。销毁或退运时间：销毁或退运的需列明销毁或退运具体时间，建议销毁或退运为展示结束后一个月内，特殊情况可说明。

3	附有产品明细的进口合同、发票或提单	复印件 1	合同、发票或提单需加盖公司印章，如是外文版，应要求申请人提供中外语对照版本。 合同、发票或提单中的产品应包含申请中的全部产品。
4	关于相应产品符合国内安全标准的承诺	原件 1	承诺书中应列明此次进口的所有产品及相应的国内安全标准，核对标准号正确。承诺书应加盖公司印章。
注：	1.此类产品的免办申请人必须是负责商业展示的公司。 2.申请企业的注册地、办公地址或在京企业的商展地址其中之一在朝阳区即可受理，外省企业在京展示可根据具体情况咨询。 3.此类产品和样品均不得销售或提供给普通消费者使用。 4.汽车类申请此免办条件仅可用于商业展示，如后期道路试驾、摆拍等则改变产品用途，不符合申报条件。 5.此类产品所指在中国公路及城市道路上行驶的 M 类汽车、N 类汽车和 O 类挂车（须上普通牌照的车辆）及安全附件。赛车或特殊车类不适用。 6.在中国公路及城市道路上行驶的摩托车及安全附件。 7.电动自行车及安全附件。（详见目录描述与界定表 十） 8.后续回传材料审核要点：（1）、销毁公司提供的合规销毁报告；（2）、报告中销毁产品数量，规格型号，名称与免办证明		

	一致；（3）、有销毁公司公章；（4）、销毁照片清晰（销毁前中后照片）；（5）、有销毁日期；（6）、退运方式提供出口报关单。

三、办理程序及工作时限

（一）通过“CCC 免办及特殊用途进口产品检测处理管理系统”在线办理。CCC 免办及特殊用途进口产品检测处理管理系统网址： https://cccmb.cnca.cn/login

1.CCC 免办申请人须在 CCC 免办管理系统进行用户注册，注册后凭用户名和密码登录(具体操作方法可在系统首页下载并参考《企业用户手册》）。提交 CCC 免办申请时，须填报准确的联系人信息，联系人应当是申请人的正式员工，申请人应指定专门人员保管和使用用户名及密码，并负责同市场监管部门的业务联系。

2.申请人在申请前应与发货方充分沟通、获取进口产品的准确信息并如实向市场监管部门提出 CCC 免办申请。

3.申请人应按要求填写相关内容上传所需附件。加盖申请人公章，并扫描成 PDF 格式或者 TIF 格式上传，务必确保清晰可辨，多页的材料应扫描成一个文档后上传。

（二）审核步骤及工作时限

在线审核包括初审、复审、发证三个步骤，对于用途符合条件、材料准确充分的 CCC 免办申请，北京市朝阳区市场监督

管理局原则上在一个工作日内完成发证，因申请人原因造成的时间延误除外。

四、后续监管及证明管理要求

（一）后续回传所需材料

1.为科研、测试和认证检测所需的产品和样品

核销所需材料：

（1）退运：提供出口报关单。

（2）销毁：销毁公司出具的销毁报告。（整车，请提供车辆照片和相对应的视频均可）。

2.直接为最终用户维修目的所需的零部件产品类

核销所需材料：维修工单（需涵盖免办证明上产品相关信息，维修日期及结果，用户签字，工程师签字并加盖企业章）或维修台账（均需与CCC免办获证时产品信息一致且匹配，加盖申请单位公章）。

3.仅用于商业展示但不销售的产品

核销所需材料：

（1）退运：提供出口报关单。

（2）销毁：销毁公司出具的销毁报告（整车，请提供车辆照片和相对应的视频均可）。

（二）CCC免办证明管理

1.CCC免办证明修改、作废及延期

（1）CCC 免办证明在有效期结束前，延期一次为期一个月，北京市朝阳区市场监督管理局根据企业合理实际情况予以批准。

（2）CCC 免办证明在有效期内修改或作废，企业须提交情况说明备案后，北京市朝阳区市场监督管理局根据企业实际情况予以批准或驳回。

2.CCC 免办产品核销管理

通过 CCC 免办进口的产品，建议自产品进口之日起 2 年内使用并完成核销。申请人需留存相应的加盖企业公章的申请资料（含各类证明性资料，留存期 2 年）,以备市场监管部门核查。申请人应及时在申报系统中回传获证产品的使用、销毁及退运记录，形成产品追溯链条闭环管理。企业进行销毁时可自行寻找具备销毁能力的专业销毁公司。

因特殊原因导致 2 年内无法完成核销，且继续使用不存在明显安全隐患的，申请人应在测试期满前一个月内向北京市朝阳区市场监督管理局提出产品延期使用申请。北京市朝阳区市场监督管理局根据企业提供的测试延期申请情况说明予以延期一次，每批产品延期申请仅限一次，且一般不超过两年。

五、现场核查的内容和要求

北京市朝阳区市场监督管理局会对 CCC 免办申报单位的产品使用情况进行随机抽查，企业需积极配合后续监管工作。应确保材料真实有效，产品流向可追溯，符合企业自我承诺书描

述内容，无弄虚作假情形。对于产品管理混乱、产品流向存在隐患以及未及时完成核销的企业，北京市朝阳区市场监督管理局有权将 CCC 免办证明作废并暂停免办受理，情节严重者将承担相应法律责任。

本指引由北京市朝阳区市场监督管理局制定，自发布之日起实施。

北京市朝阳区市场监督管理局

2024 年 9 月 5 日

六、消费者权益保护类合规指引

（一）行政提示一

北京市朝阳区市场监督管理局

行 政 提 示 书

京朝市场消保行提字（2024）第 01 号

关于柜台、场地出租者履行相关义务的行政提示

各柜台、场地出租者：

《消费者权益保护法实施条例》将于 2024 年 7 月 1 日实施，为切实保护消费者合法权益，及时有效化解消费纠纷，现对各单位做出以下提示：

《消费者权益保护法实施条例》第十三条规定：“经营者租赁他人柜台或者场地提供商品或者服务，或者通过宣讲、抽奖、集中式体验等方式提供商品或者服务的，应当以显著方式标明其真实名称和标记。柜台、场地的出租者应当建立场内经营管理制度，核验、更新、公示经营者的相关信息，供消费者查询。”

柜台、场地的出租者如违反此规定，将依据《消费者权益保护法实施条例》第五十条第一款规定，其内容为：“其他有关法律、法规对处罚机关和处罚方式有规定的，依照法律、法

规的规定执行；法律、法规未作规定的，由市场监督管理部门或者其他有关行政部门责令改正，可以根据情节单处或者并处警告、没收违法所得、处以违法所得1倍以上5倍以下的罚款，没有违法所得的，处以30万元以下的罚款；情节严重的，责令停业整顿、吊销营业执照。”

请柜台、场地的出租者务必尽到审查责任，避免违法风险。

北京市朝阳区市场监督管理局

_____市场所（盖章）

2024年6月28日

（二）行政提示二

北京市朝阳区市场监督管理局

行 政 提 示 书

京朝市场消保行提字（2024）第02号

关于直播营销平台经营者履行相关义务的行政提示

直播营销平台：

《消费者权益保护法实施条例》将于2024年7月1日实施，为切实保护消费者合法权益，及时有效化解消费纠纷，现对各单位做出以下提示：

1、从事网络直播营销活动，应当遵守法律法规，遵循公序良俗，遵守商业道德，坚持正确导向，弘扬社会主义核心价值观，营造良好网络生态。

2、《消费者权益保护法实施条例》第十四条规定：“经营者通过网络直播等方式提供商品或者服务的，应当依法履行消费者权益保护相关义务。

直播营销平台经营者应当建立健全消费者权益保护制度，明确消费争议解决机制。发生消费争议的，直播营销平台经营者应当根据消费者的要求提供直播间运营者、直播营销人员相关信息以及相关经营活动记录等必要信息。”

北京朝阳区市场监督管理局 编制

直播营销平台经营者如违反此规定，将依据《消费者权益保护法实施条例》第五十条经营者违反本条例第十四条规定，其他有关法律、法规对处罚机关和处罚方式有规定的，依照法律、法规的规定执行；法律、法规未作规定的，由市场监督管理部门或者其他有关行政部门责令改正，可以根据情节单处或者并处警告、没收违法所得、处以违法所得1倍以上5倍以下的罚款，没有违法所得的，处以30万元以下的罚款；情节严重的，责令停业整顿、吊销营业执照。

3、直播营销平台应当建立健全投诉、举报机制，明确处理流程和反馈期限，及时处理公众对于违法违规信息内容、营销行为投诉举报。消费者通过直播间内链接、二维码等方式跳转到其他平台购买商品或者接受服务，发生争议时，相关直播营销平台应当积极协助消费者维护合法权益，提供必要的证据等支持。

北京市朝阳区市场监督管理局

_____市场所（盖章）

2024年6月28日

北京朝阳区市场监督管理局 编制

（三）行政提示三

北京市朝阳区市场监督管理局

行 政 提 示 书

京朝市场消保行提字（2024）第03号

关于商品经营者、服务者履行相关义务的行政提示

商品经营者、服务者：

《消费者权益保护法实施条例》将于2024年7月1日实施，为切实保护消费者合法权益，及时有效化解消费纠纷，现对各单位做出以下提示：

1、《消费者权益保护法实施条例》第十条规定：“经营者应当按照国家有关规定，以显著方式标明商品的品名、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、内容真实准确、标识清晰醒目。

经营者采取自动展期、自动续费等方式提供服务的，应当在消费者接受服务前和自动展期、自动续费等日期前，以显著方式提请消费者注意。”

第十二条规定：“经营者以商业宣传、产品推荐、实物展示或者通知、声明、店堂告示等方式提供商品或者服务，对商品或者服务的数量、质量、价格、售后服务、责任承担等作出

承诺的，应当向购买商品或者接受服务的消费者履行其所承诺的内容。”

商品经营者、服务者如违反此规定，将依据《消费者权益保护法实施条例》第五十条第一款规定，其内容为：“其他有关法律、法规对处罚机关和处罚方式有规定的，依照法律、法规的规定执行；法律、法规未作规定的，由市场监督管理部门或者其他有关行政部门责令改正，可以根据情节单处或者并处警告、没收违法所得、处以违法所得1倍以上5倍以下的罚款，没有违法所得的，处以30万元以下的罚款；情节严重的，责令停业整顿、吊销营业执照。”

2、加强进货质量的管理。企业应当遵守法律法规，遵循诚实信用原则，真实、准确、客观的介绍商品信息，充分保证消费者的知情权。严把产品进货质量关，加强对第三方经营者的管理，建立起企业内部的管理体系，做到底数清、情况明、可监控、可追溯。

3、经营者提供的商品或者服务不符合质量要求的，消费者可以依照国家规定、当事人约定退货，或者要求经营者履行更换、修理等义务。没有国家规定和当事人约定的，消费者可以自收到商品之日起七日内退货；七日后符合法定解除合同条件的，消费者可以及时退货，不符合法定解除合同条件的，可以要求经营者履行更换、修理等义务。

北京市朝阳区市场监督管理局

_____市场所（盖章）

2024 年 6 月 28 日

七、企业年报公示及信用修复类合规指引

（一）年度年报公示指南及相关工作提示

市场监督管理局

年度年报公示指南及相关工作提示

为做好本市年度年报公示工作，根据《企业信息公示暂行条例》《个体工商户年度报告办法》《农民专业合作社年度报告公示办法》等有关规定，按照《北京市市场监督管理局等八部门关于印发<北京市企业数据填报“一件事” 工作方案>的通知》的要求，推动“企业数据填报一件事” 落地见效，现将年报公示工作提示如下：

一、年报公示的范围：

凡于上一年度 12 月 31 日（含）前在本市各级市场监督管理部门登记注册的企业、个体工商户、农民专业合作社均须进行年度报告。

二、年报公示的时间：

企业、个体工商户、农民专业合作社均须于本年度 1 月 1 日至 6 月 30 日期间，向市场监督管理部门报送上一年度的年度报告并向社会公示。

例：2025 年 12 月 31 日（含）前登记注册的企业，应于 2026 年 1 月 1 日至 6 月 30 日期间，向市场监督管理部门报送 2025 年度年报并向社会公示。

北京朝阳区市场监督管理局 编制

三、年报公示的方式

1.浏览器访问“国家企业信用信息公示系统(https://www.gsxt.gov.cn/index.html)，选择“企业信息填报”,登记机关所在地选择“北京”

2. 个体工商户可以通过纸质方式报送年度报告，也可以通过京通小程序“个体工商户年报”服务进行“掌上”填报。

四、登录方式

年报登录分别有工商联络员登录、数字证书登录、电子营业执照登录方式。建议使用 IE8.0 以上浏览器、360 浏览器、firefox 浏览器。

北京朝阳区市场监督管理局 编制

提示：今年首次填报年报的，需要先进行【企业联络员册】，按照提示填写信息注册。

如因原企业联络员调整等原因遗失或忘记登录密码的，可以在年报登录窗口点击【企业联络员变更】。如原企业联络员的姓名、证件号码、手机号码信息都遗失，可咨询属地市场所处理。

五、年报填报

登录系统之后点击“年度报告填写”，进行年报填报。若

有往年未报年报，首先需要补报，补报完成之后才能填报最新一期年度的年报。按照系统要求，逐项填报，无需使用浏览器刷新或者后退功能。

填报中若遇问题，可点击页面右侧“常见问题”查找答疑。年报填完之后必须点击“提交并公示”才可完成填报。

六、特别提示

1.大型企业年报及其逾期尚未支付中小企业款项公示事项

为维护中小企业合法权益，优化营商环境，根据《保障中小企业款项支付条例》规定，自2020年度年报填报开始，大型企业应当将逾期尚未支付中小企业款项的合同数量、金额等信息纳入企业年度报告，并通过国家企业信用信息公示系统向社会公示。对大型企业未按照规定在企业年度报告中公示逾期尚未支付中小企业款项信息或者隐瞒真实情况、弄虚作假的，依法列入经营异常名录，通过国家企业信用信息公示系统向社会公示，提醒其履行公示义务。

2. 北京市企业数据填报“一件事”

2025 年 1 月 1 日起，北京市企业可以登录北京市政务服务网“高效办成一件事-企业数据填报”页面（https://banshi.beijing.gov.cn/pubtask/bhyjs/qysjtb/qysjtb.html），开展市场监管年报、工业产品获证企业年报、年度财务报表、统计报表、社保信息、海关管理企业年报、外商投资企业（机构）年报的集成填报。

七、未按时年报公示的后果

1.按照《中华人民共和国市场主体登记管理条例实施细则》等法律法规要求，企业、个体等市场主体未按照规定的期限公示或者报送年度报告的，由登记机关列入经营异常名录（标记为异常状态），可以处1万元以下的罚款。

2.经营异常名录、严重违法失信企业名单等失信记录将对市场主体引发一系列不良影响，相关政府部门对失信主体实施联合惩戒，失信主体将在经营、信贷、投融资、上市、政府采购、工程招投标、授予荣誉称号等工作中受限或被禁入。

八、注意事项

1.企业对其公示信息的真实性、及时性负责；

2.填报信息用于公示，须慎重填报；

3.市场监督管理部门将按照相关规定组织对企业公示信息的情况进行抽查。抽查结果由市场监督管理部门通过企业信用信息公示系统向社会公布；

4.市场监督管理部门对企业公示的信息依法开展抽查或者根据举报进行核查，企业应当配合，接受询问调查，如实反映情况，提供相关材料。

对不予配合情节严重的企业，市场监督管理部门应当通过企业信用信息公示系统公示。

北京朝阳区市场监督管理局 编制

九、填写须知

1、本报告书仅限企业每年向市场监督管理部门报送年度报告，并向社会公示时使用。每年1月1日至6月30日，企业应当通过全国企业信用信息公示系统报送上一年度报告。

2、年度报告内容应真实反映企业存续经营实际情况，企业对其公示信息的真实性、及时性负责。

3、企业发现其年度报告内容不准确的，应于报告当年的6月30日前进行更正。更正前后的信息同时公示。6月30日后，年度报告的更正功能关闭。

4、本报告书所有信息项均为必填项，如果该项内容确无信息，请填写“无”。

5、企业填报的通信地址、邮政编码、联系电话、电子邮箱、存续状态、网址、网站信息均为报送时的信息，其余信息为所报告年度12月31日的信息。

6、本报告书填报中涉及到金额信息项的以万元为单位，除海关经营补充信息保留小数点后四位其余的可保留小数点后六位。

7、股东（发起人）的姓名或者名称应当与报告年度在市场监督管理部门登记的姓名或者名称一致。

8、每一个股东（发起人）的出资信息只需填报一条，股东（发起人）认缴和实缴出资额为截至报告年度12月31日的累

计数额，其中外商投资企业认缴和实缴出资额的币种与注册资本一致；认缴和实缴出资时间为截至报告年度 12 月 31 日最后一次认缴和实缴时间，出资方式可以多选。

9、企业资产状况信息，应当是企业年度资产负债表和损益表（利润表）中的期末数；纳税总额为企业全年实缴各类税金的总和。

10、企业主营业务活动指企业实际从事的主要业务活动。企业控股情况指根据企业实收资本中某种经济成分的出资人的实际投资情况，或出资人对企业资产的实际控制、支配程度进行分类。

11、参保各险种人数指报告期末参加社会保险的职工人数（不含离退休人数）。单位缴费基数指报告期内单位缴纳社会保险费的工资总额，按缴费人员的应缴口径计算。本期实际缴费金额指报告期内单位实际缴纳的社会保险费，不包括补缴欠费和跨年度（或跨季度）的预缴金额。单位累计欠缴金额指截至报告期末单位累计欠缴各项社会保险费金额（本金）。

12、企业生产经营情况、对外担保、从业人数、社保缴费信息为非强制性公示的事项，可选择是否向社会公示。其中，对外担保信息可以选择某条具体信息是否向社会公示。

十、常见问题及解决方法

1.登录时，提示企业联络员证件号不正确，怎么办？

答：联系所属管辖市场所，将之前的注册信息清除，重新注册。

2.登录时，提示密码错误，获取不了手机验证码，怎么办？

答：只有密码填写正确，才能获取验证码。

3.年报填报中，社保信息不知道怎么填写，怎么办？

答：咨询社保电话 12333。

4.填报“企业资产状况”时，资产总额填写的负数，点保存提示“资产总额只能填写数字”，怎么办？

答：企业填报“资产状况”时，资产总额不能填写负数。

5.进行“企业联络员变更”时，提示联络员信息错误，怎么办？

答：首先核实法人信息是否正确，若法人信息不正确，也会提示联络员信息错误；若法人信息正确，再核实联络员信息是否正确；若不确定，则联系管辖市场所清除注册信息。

6.怎么确定年报是否提交成功？

答：企业、个体和农专年报填报完不需要审核，提交并公示成功即可，可下载《企业年报公示结果告知书》。用户可登录“国家企业信用信息公示系统（北京）”-“企业信息填报”里查看年度报告并打印结果告知书。

7.填报过程中，点左侧菜单没反应，怎么办？

答：年报填报时，需按左侧标签顺序从上至下依次进行填报，在上一环节未完成前，下一环节标签无法点击跳转。

8.年报填报时，点击“保存”或者其他按钮没反应，怎么办？

答：该问题是由于浏览器不兼容导致，建议使用 IE8.0 以上浏览器、360 浏览器、firefox 浏览器。

9.年报填报中-股东及出资信息是美元或其他币种，但不能选择币种，怎么办？

答：填报股东及出资信息时，币种会默认为企业登记注册时的币种，用户只需填写相应金额即可。

10.已进行多证合一，但年报基本信息里显示的还是之前的注册号？

答：不影响正常填报。

11.企业如何进行“多报合一”年报申报？

2023 年 1 月 1 日起，在我市注册登记并取得税务登记、社保登记的企业可自主选择“多报合一”或“自行填报”方式申报企业相关的资产状况信息、参保各险种信息。对于选择“多报合一”方式进行年报的，无需填报上述模块信息，系统将暂时在后台将上述数据项默认为“0”，并默认数据项（除“参保各险种人数”）为“不公示”。待企业在相关部门报送上述数据并共享至市场监管部门后，由系统自动带入相关数据。如果

企业未在相关部门报送上述数据，系统会对上述数据项赋“0”值保存。

企业按照“多报合一”方式提交年报的，仍可于6月30前重新选择“自行填报”，报送上述数据项，并选择是否公示有关信息。对于“多报合一”事项，市场监管、税务、人力资源社会保障、医疗保障部门将通过联合检查方式开展后续监管。

朝阳区局年报咨询	64668900	网站技术支持	82691819
税务咨询	12366	社保咨询	12333
海关咨询	12360	市商务局	67800096/55579534
中国电子口岸热线	95198	CA技术支持	58515511
国家外汇管理局北京外汇管理部			68559550

（二）信用修复

市场监督管理部门
行政处罚信息信用修复提示书

北京朝阳区市场监督管理局 编制

按照《市场监督管理行政处罚信息公示规定》《市场监督管理信用修复管理办法》《北京市市场监督管理行政处罚信息公示实施方案（试行）》有关规定，市场监督管理部门行政处罚信息可进行信用修复，有关事项提示如下：

1.市场监督管部门行政处罚信息信用修复，适用于在国家企业信用信息公示系统（北京）和“信用中国”网站公示的，对自然人处以一万元以上、法人或者其他组织处以十万元以上罚款（包括没收违法所得和非法财物价值总额，以上含本数）以及其他不属于较为严重行政处罚的市场监督管理部门行政处罚信息。

2.符合修复条件的，当事人可以通过北京市企业信用信息网（qyxy.scjgj.beijing.gov.cn）或“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）提交信用修复申请。即行政处罚信息公示期满六个月，其中食品、药品、特种设备领域行政处罚信息公示期满一年，且（一）已经自觉履行行政处罚决定中规定的义务；（二）已经主动消除危害后果和不良影响；（三）未因同一类违法行为再次受到市场监督管理部门行政处罚；（四）未在市场监督管理严重违法失信名单中。

3.市场监督管理部门在受理之日起十五个工作日内作出审批决定，经审批准予修复的，国家企业信用信息公示系统（北

京）、“信用中国”网站的相关行政处罚信息将实现“一次申请、同步撤下”。

4.行政处罚信息信用修复不收取任何费用。

5.如有疑问，请联系朝阳区市场监督管理局，信用修复部门咨询电话：51069570 。

市场监管部门信用合规建议书

依据《中华人民共和国公司法》《企业信息公示暂行条例》等相关规定：

一、每年12月31日前在本市各级市场监督管理部门登记注册的企业、个体工商户、农民专业合作社均须于下一年1月1日至6月30日期间，通过“国家企业信用信息公示系统（北京）”（http://bj.gsxt.gov.cn），向市场监督管理部门报送年度报告并向社会公示；选择不公示年度报告内容的个体工商户应当向所在地市场监管所报送纸质年度报告表。

二、企业应当自下列信息形成之日起20个工作日内通过国家企业信用信息公示系统向社会公示：（一）有限责任公司股东或者股份有限公司发起人认缴和实缴的出资额、出资时间、出资方式等信息；（二）有限责任公司股东股权转让等股权变更信息；（三）行政许可取得、变更、延续信息；（四）知识产权出质登记信息；（五）受到行政处罚的信息；（六）其他依法应当公示的信息。

三、对于未依照规定公示有关信息或者不如实公示有关信息的经营主体，将依法受到列入经营异常名录、列入严重违法失信名单和行政处罚等处理。

北京朝阳区市场监督管理局 编制

四、如有疑问，请联系朝阳区市场监督管理局，信用相关工作部门咨询电话：51069570 。

北京朝阳区市场监督管理局 编制

创新监管类

一、总则

为深入贯彻落实党中央、国务院关于深化“放管服”改革、优化营商环境的决策部署，积极适应新形势下市场监管工作的新要求，切实解决传统监管模式中存在的痛点、难点问题，提升监管的精准性、有效性和智能化水平，更好地服务市场主体、保障公众权益，朝阳区市场监督管理局经过深入调研、统筹谋划和实践探索，构建了一系列内部创新监管机制。

（一）指导思想

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻落实党中央、国务院关于深化“放管服”改革、优化营商环境的决策部署，坚持监管为民、服务为先，主动适应新形势下市场监管工作新要求，通过机制创新破解监管难题，统筹发展与安全，实现监管效能提升与市场活力激发的有机统一。

（二）核心目标

以“监管为民、精准高效、包容审慎、协同共治”为核心，既要严厉打击违法违规行为，维护公平竞争的市场秩序，又要充分激发市场主体创新活力，为经济社会高质量发展提供有力保障；同时主动接受社会监督，提升监管工作透明度和公信力，让公众感受到监管温度与力度的统一。

（三）适用范围

本清单所涉创新监管机制，适用于朝阳区市场监督管理局监管职责范围内的各类市场主体，涵盖传统产业、新兴业态以及新技术、新产业、新模式相关市场主体的监管活动。

北京朝阳区市场监督管理局 编制

二、核心创新监管机制

（一）朝阳区单用途预付卡治理机制

1、机制服务目标

围绕单用途预付卡及涉预付式消费领域“发卡-售卖-核销-退费”全链条，形成可持续、可复制的治理闭环：**一是**规范经营主体发卡与履约行为，压降“两本账”等违法违规；**二是**推动预收资金纳管，提高交易透明度；**三是**提升风险预警与应急处置能力，降低闭店“暴雷”社会风险，切实保护消费者合法权益。

2、核心法律依据

（1）《北京市单用途预付卡管理条例》（2022年6月1日起施行）；

（2）《单用途商业预付卡管理办法（试行）》（商务部令2012年第9号）；

（3）《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》（2024年7月1日起施行）；

（4）结合《北京市朝阳区单用途预付卡管理通则》等区级制度文件，形成分行业监管与处置工作规则。

3、机制核心内容

（1）“专班统筹、行业监管、部门协同、数字治理”的朝阳模式。区级预付费清理整治专项工作组统筹协调各行业主管部门、两工委及街乡，推动分行业治理与日常监管落地。

（2）台账管理+平台售卖+资金存管的事前规范。建立预付费经营主体监管台账，推动台账内主体通过区级资金监管平台“预付管家”上架售卖，引导预收资金纳入存管。

（3）“四不两直”暗访检查，重点整治“两本账”。专班组织各部门对预付费经营主体开展多轮暗访检查，发现问题及时约谈、督促整改并依法查处。

（4）风险预警与暴雷前工作预案。将12345热线、企业登记事项异常变更、网络舆情等作为预警因子导入“朝阳预警通”，并在《北京市朝阳区单用途预付卡管理通则》基础上，推动各行业主管部门完善暴雷前工作预案，涵盖事前监管、日常监管、行政执法、跑路处置流程与退出机制等，形成清单化闭环。

（5）两法衔接与纠纷处置机制。区委政法委牵头，联动公安、法院、检察、司法等建立行政执法与刑事司法衔接机制，强化资金穿透、现场取证与案件快诉快审快判；同时推动法院建立批量化案件立案绿色通道，提升纠纷化解效率。

（二）朝阳区预付类资金信托服务机制

1、机制服务目标

针对教培、健身、美容等领域预付纠纷高发、资金挪用与闭店风险突出的痛点，引入信托制度与金融科技，以“法律隔离＋专业托管＋自动化清分”为核心，构建预付资金安全、交易透明、权责清晰的新型监管与服务体系：消费者可实时查询资金流向、退费更便捷；商户以信用背书提升获客与合规经营能力；政府实现可穿透的资金监管与风险预警。

2、核心法律依据

（1）《中华人民共和国信托法》及相关信托监管规则；

（2）《中华人民共和国民法典》（合同编等关于合同履行、违约责任的规定）；

（3）《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》（2024年7月1日起施行）等消费者权益保护制度；

（4）结合北京市、区级关于预付式消费治理的政策要求，探索“政府监管＋市场运作”的制度创新。

3、机制核心内容

（1）产品结构与参与方分工。商户作为委托人、受益人；消费者为附条件受益人；中信信托为受托人，工商银行负责资金保管，支付宝提供技术支持。

（2）全流程线上化的信托资金闭环。消费者付款后资金直接进入信托专户；消课或退款时由系统自动触发资金划转，实现“一课一消/自动清分”；每日交易数据同步至信托公司，确保账实相符。

（3）制度建设与落地推进。区预付费专班计划联合中信信托、支付宝与工商银行推出“朝安付”产品；已完成《账户监管协议》、《信托合同》、《合作协议书》等合同文本拟定，并就信息安全、服务手续费、账户利率等关键问题开展多轮会商，在确定保管银行后推进签署落地。

（4）试点推广路径。推广分四阶段推进：重点商圈试点—单一行业监管100%覆盖—健身、教育等重点行业100%覆盖—明确各行业主管部门责任人并拓展至民生重点领域。

（5）配套创新举措。建立商户风险预警打分机制，基于经营、信用、投诉等维度形成风险等级并向消费者公示；探索信贷支持衔接，基于接入信托模式商户的经营流水与信用状况提供合规小额信贷支持，形成正向激励。

（三）非现场监管

非现场监管是指通过信息技术手段，对被监管对象的行为、业务、活动等进行远程监控、数据采集、分析和处理，实现对被监管对象的监管和管理。

简单而言，就是通过科技赋能实现从传统“巡街式”、“拉网式”检查向“数据监管”的转变，构建“无事不扰、无处不在、有感服务、无感监管”的监管模式。

通过推行非现场监管方式，政府部门进一步转变监管理念、创新监管方式、提升监管效率，同时推动企业充分自律自治，不断降低企业制度性交易成本。

1、非现场监管实现路径

（1）分析监管对象特征明确数据采集需求

1.梳理监管对象特征和监管风险点，结合人工智能、大数据筛查分析等技术，形成非现场监管业务应用逻辑。

2.根据业务应用逻辑，面向本部门、跨部门和互联网等海量数据，筛选与非现场监管业务强关联数据，明确数据资源需求及数据间关联关系。

（2）通过大数据方式多渠道获取分析数据

1.利用各类监管信息系统在部门履职过程中依法收集数据。

2.综合运用视频监控、遥感监测以及其他物联感知设备，尤其是利用具有分布式记录和全程可追溯的区块链技术完成相

关数据的采集。

3.利用互联网平台产生的各类数据，通过数据清洗和关联融合技术采集数据。

4.通过相关部门的信息共享进行数据采集。

（3）通过数据分析对监管风险实现精准管理

1.利用算法模型实现海量数据的自动统计与分析，并通过设置相关监测指标或阈值的方式实现精准预警。

2.利用各领域的大数据监管模型和系统，对采集的监管数据进行关联分析，自动发现其中的违法违规线索，强化线索核实处置。

3.利用大数据、人工智能等技术实时监测各类风险信息，通过指标模型分析，对监管对象的风险情况开展分级分类评估，实现精准监管和智能监管。

（4）通过数据分析结果智能化应用重塑治理方式

1.将识别出的违法违规线索推送至执法部门，及时开展现场检查，进行响应、核查与处置。

2.对监测系统中发现的异常数据进行分析，警示风险与隐患，结合现场检查进行核实处理，或开展专项检查及时排查处置风险隐患。

3.根据非现场监管形成的分级分类评估结果推行差异化监管，将风险低信用好的企业纳入正面清单，在一定时期内免除

或减少现场检查频次；对于风险高信用差的重点企业加大监管力度，通过跨部门联合现场检查形成震慑效应，缓解监管资源不足问题，提升监管效率。

2、非现场监管采取方式

（1）视频识别

包括人工视频识别和AI视频识别。人工视频识别是指检查人员通过查看监控录像、实时视频画面等视频数据，识别画面中的监管对象及其相关行为是否合规的监管方式。AI视频识别是指借助人工智能技术，对视频监控设备采集的视频数据进行自动分析、判断，精准识别画面中特定目标、行为或异常情况的监管方式。（例如，利用学校食堂后厨摄像头叠加算法自动识别操作服异常、门窗状态、出现有害生物等违法行为，并及时提醒。）

（2）设备感知

是指通过空气质量监测、水质监测、温度监测、光照监测、压力监测、位移监测等感知设备进行实时监测。（例如：对排污单位加装传感设备，实时掌握超标排放情况。）

（3）物联感知

是指在不同区域安装各类感知设备，通过采集多维度设备数据，运用物联网技术进行综合处理分析。（例如，运用“电子围栏”技术，将危化品运输车辆的GPS实时定位信息与预先

规定的路线比对分析，若车辆未按规定路线行驶会及时触发警报。）

（4）数据比对分析

是指运用不同部门对同一监管对象采集的数据进行交叉比对，排查发现异常情况。（例如，在劳动用工监管领域，把企业的职工名册、工资发放记录与社保缴纳记录、个税申报数据进行比对，可以发现企业未给部分员工缴纳社保、逃避纳税义务的问题。）

（5）大数据筛查

是指通过构建数据模型、运用算法等手段，对来自多个渠道、多种类型的数据进行综合处理。（例如，在税务领域，通过整合企业申报数据、发票流转记录、资金流水等，对纳税人进行全景画像，监测企业的税务风险。）

（6）远程检查

是指监管部门不通过现场实地走访，而是借助信息技术手段（如网络、视频、数据系统等）对监管对象的相关情况（如企业的经营数据、合规文件、操作流程等）进行检查的方式。

（7）网络巡查

是指通过技术手段或人工方式对网络空间（包括网站、社交媒体、论坛、电商平台等各类网络平台及内容）进行持续或定期的检查、监测和管理，排查不良信息（如违法违规内容、

虚假信息、有害言论等），监测网络安全风险，规范网络行为。

除以上七种方式外，各部门也可在工作中结合具体实际情况运用其他非现场监管方式开展监管。

3、非现场监管数据分析模型

非现场监管数据分析模型包括数据比对分析类模型和“风险+信用”分级分类模型。

数据比对分析类模型是指监管部门针对监管对象、监管事项等相关数据，通过比对、关联、分析来发现异常、违规行为或潜在风险用于驱动检查的模型。

“风险+信用”分级分类模型是指围绕司法裁决、行政监管、经营状况、履约履诺、表彰奖励、公益慈善等因素构建信用评价指标体系；以及围绕许可事项、经营状况、舆情评价、生产规模、生产条件、产品特性、社会关注度等客观因素构建风险评价指标体系。根据评价结果配置对应等级的监管方式、监管措施及检查频次，实现对监管对象差异化、精准化监管。

需要明确的是，推行非现场监管不是“弱化监管”，不代表放松监管要求，而是将有限的监管力量更精准的投向高风险领域、失信主体和群众反映强烈的突出问题。法律、法规规定应当进行现场检查的，行政机关应当按照国家和本市有关规范涉企行政检查的规定开展，落实扫码检查相关制度要求。

（四）三书同达制度

“三书同达”是指市场监督管理部门在依法向行政相对人送达《行政处罚决定书》时，采取书面或口头方式，同步送达《市场监管部门信用合规建议书》、《行政处罚信息信用修复提示书》的工作机制。

1、机制服务目标

旨在通过向违法主体同步送达《行政处罚决定书》、《市场监管部门信用合规建议书》和《行政处罚信息信用修复提示书》，实现“惩戒、规范、修复”三位一体的综合执法效应。该机制不仅在于依法惩处违法行为，更核心的是向企业精准提出合规建设指引，帮助其堵塞管理漏洞，从源头预防再犯；同时，第一时间告知信用修复路径，引导主体主动纠正失信行为，重塑市场信誉。这一制度变“单纯的处罚”为“全链条服务”，体现了监管执法的温度，旨在优化营商环境，激发市场活力，实现法律效果与社会效果的统一。

2、核心法律依据

《市场监督管理行政处罚信息公示规定》、《市场监督管理信用修复管理办法》、《北京市市场监督管理行政处罚信息公示实施方案（试行）》、《中华人民共和国公司法》、《企业信息公示暂行条例》等相关规定。

3、核心内容

《行政处罚决定书》：是执法的法律文书，明确当事人的违法事实、处罚依据、处罚种类及金额、履行方式和救济途径（如申请行政复议或提起行政诉讼的期限）。

《市场监管部门信用合规建议书》：是针对具体违法行为，依据法律法规规定提出相关建议，指导服务市场主体合规经营，预防再次发生类似违法行为。

《行政处罚信息信用修复提示书》：指主动告知市场主体行政处罚信息信用公示网站、公示期、修复流程等内容，帮扶引导市场主体及时纠正失信行为，更好释放市场主体发展活力，是帮助企业的“修复路线图”。

附件一

市场监督管理部门
行政处罚信息信用修复提示书

按照《市场监督管理行政处罚信息公示规定》《市场监督管理信用修复管理办法》有关规定，市场监督管理部门行政处罚信息可进行信用修复，有关事项提示如下：

（一）市场监督管部门行政处罚信息信用修复，适用于在国家企业信用信息公示系统（北京）和“信用中国”网站公示的，符合《市场监督管理信用修复管理办法》第七条、第八条、第九条规定的市场监督管理部门行政处罚信息。

（二）符合《市场监督管理信用修复管理办法》第十一条规定的修复条件即：已经自觉履行行政处罚决定中规定的义务；已经主动采取相关整改措施，消除危害后果和不良影响；未因同一类违法行为再次受到市场监督管理部门行政处罚，且公示期限满足如下要求的，当事人可以通过国家企业信用信息公示系统（https://bj.gsxt.gov.cn/）或“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）提交信用修复申请：

对《市场监督管理信用修复管理办法》第九条规定的行政处罚信息，公示期满三个月且符合条件的，当事人可以申请信用修复。

北京朝阳区市场监督管理局 编制

对《市场监督管理信用修复管理办法》第八条规定的行政处罚信息，除降低资质等级、吊销许可证件、吊销营业执照、责令关闭的行政处罚信息，公示期满三年停止公示以外，其他行政处罚信息公示期满一年且行政处罚限制期限届满的，当事人符合条件后，可以申请信用修复。

（三）市场监督管理部门在受理之日起七个工作日内作出审批决定，经审批准予修复的，国家企业信用信息公示系统（北京）、“信用中国”网站的相关行政处罚信息将实现“一次申请、同步撤下”。

（四）行政处罚信息信用修复不收取任何费用。

（五）如有疑问，请联系朝阳区（市）市场监督管理局，信用修复牵头部门咨询电话：51069570 。

北京朝阳区市场监督管理局 编制

附件二

市场监管部门信用合规建议书

依据《中华人民共和国公司法》《企业信息公示暂行条例》等相关规定：

一、每年12月31日前在本市各级市场监督管理部门登记注册的企业、个体工商户、农民专业合作社均须于下一年1月1日至6月30日期间，通过“国家企业信用信息公示系统（北京）”（http://bj.gsxt.gov.cn），向市场监督管理部门报送年度报告并向社会公示；选择不公示年度报告内容的个体工商户应当向所在地市场监管所报送纸质年度报告表。

二、企业应当自下列信息形成之日起20个工作日内通过国家企业信用信息公示系统向社会公示：（一）有限责任公司股东或者股份有限公司发起人认缴和实缴的出资额、出资时间、出资方式等信息；（二）有限责任公司股东股权转让等股权变更信息；（三）行政许可取得、变更、延续信息；（四）知识产权出质登记信息；（五）受到行政处罚的信息；（六）其他依法应当公示的信息。

北京朝阳区市场监督管理局 编制

三、对于未依照规定公示有关信息或者不如实公示有关信息的经营主体，将依法受到列入经营异常名录、列入严重违法失信名单和行政处罚等处理。

四、如有疑问，请联系朝阳区市场监督管理局，信用相关工作部门咨询电话：51069570 。

北京朝阳区市场监督管理局 编制

三、保障措施

确保创新监管机制落地见效，将从三方面强化保障：**一是加强组织领导。**坚持一把手牵头抓总、分管领导具体负责；强化跨部门协同联动，构建上下贯通、齐抓共管的工作格局。**二是提升队伍能力。**构建常态化、专业化培训体系，开展练兵提能；加强复合型监管人才引育，建强骨干梯队与专家智库，全面提升干部创新思维、专业素养与履职能力。**三是强化技术支撑。**加快智慧监管平台迭代升级，深化技术融合应用，推进非现场监管、精准监管；健全技术运维与安全防护体系，以数字化、智能化为创新监管提供坚实技术保障。

四、公众参与

创新监管机制的实施离不开社会公众的支持与参与。朝阳区市场监督管理局将畅通公众监督渠道，通过官方网站、政务服务平台、举报电话等方式，接受公众对监管工作的意见建议。对合理的意见建议，将积极吸纳并优化监管机制。同时，将定期向社会公开监管信息，提升监管工作透明度，主动接受社会监督。

五、附则

北京朝阳区市场监督管理局 编制

朝阳区市场监督管理局将根据市场发展变化和监管实践情况，持续优化完善相关机制，不断提升监管效能，为营造稳定、公平、透明、可预期的营商环境贡献力量。

北京朝阳区市场监督管理局 编制

容错纠错类

北京市朝阳区市场监管领域服务型执法事项清单（容错纠错类）的实施意见（2026修订）

为进一步推进市场监管领域包容审慎监管，深入践行监管为民理念，规范市场监管执法行为，优化朝阳区营商环境，激发市场活力，助推朝阳区经济高质量发展，根据《中华人民共和国行政处罚法》《中华人民共和国民营经济促进法》《优化营商环境条例》《北京市优化营商环境条例》《市场监督管理行政处罚程序规定》以及《国务院关于进一步规范和监督罚款设定与实施的指导意见》（国发〔2024〕5号）、国家市场监督管理总局《关于规范市场监督管理行政处罚裁量权的指导意见》（国市监法规〔2022〕2号）、国家药品监督管理局《药品监督管理行政处罚裁量适用规则》（国药监法〔2024〕11号）的相关规定，在市场监管总局《市场监管行政违法行为首违不罚、轻微免罚清单（一）》《北京市市场监督管理局轻微违法行为容错纠错清单（第三版）》《北京市化妆品监管领域违法行为包容免罚清单（试行）》以及《北京市朝阳区市场监督管理局轻微违法行为容错纠错清单3.0》的基础上，结合当前朝阳区市场监管工作实际，我局制定了《北京市朝阳区市场监管领域服务型执法事项清单（容错纠错类）》（以下简称

《服务型执法容错纠错事项清单》），现予印发，并提出以下意见。

一、基本原则

（一）依法监管原则

坚持依法监管，确保执法有据、程序合法，处理结果符合相关法律规定。对轻微违法行为容错纠错与强化重点领域执法监管工作是依法监管的一体两面，是实现公正监管的需要。

（二）过罚相当原则

以事实为依据，综合考虑违法行为的性质、情节、社会危害程度及危害后果，做到过罚相当。对违法行为轻微并及时改正、未造成危害后果的，不予行政处罚；对初次违法且危害后果轻微并及时改正的，可以不予行政处罚。对触及安全底线,危害人民群众健康安全及严重影响市场经济秩序等违法行为，不得免予行政处罚。趁发生自然灾害、事故灾难、公共卫生或者社会安全等突发事件之机实施的违法行为，不得适用《服务型执法容错纠错事项清单》的规定，且对违反突发事件应对措施的行为，依法快速、从重处罚。

（三）处罚和教育相结合原则

对轻微违法行为不予处罚的，要通过责令改正、批评教育、告诫约谈等方式，教育、引导、督促市场主体依法合规开展生产经营活动，实现行政执法的法律效果和社会效果相统

一。对于拒不改正或者改正后再犯的，结合违法情节、危害程度，依法处罚，做到宽严相济，保障执法不失力度，彰显温度。

（四）诚实信用原则

督促市场主体加强自律意识，对主动改正或者在规定期限内及时改正的,不予行政处罚。市场主体整改后再犯的，结合其违法的情节、危害程度，依法处罚。

二、适用条件及判定标准

（一）适用条件

1.《服务型执法容错纠错事项清单》第一部分

（1）不予处罚：依据《中华人民共和国行政处罚法》第三十三条第一款的规定，违法行为轻微并及时改正，没有造成危害后果的，不予处罚；初次违法且危害后果轻微并及时改正的，可以不予行政处罚。

（2）减轻处罚：当事人实施的违法行为，若属初次违法且危害后果轻微并及时改正的，综合考虑违法情节、违法时间、社会影响等因素，减轻行政处罚。

2.《服务型执法容错纠错事项清单》第二部分

（1）具体业务领域的法律、法规、规章规定行政处罚以逾期不改或者拒不改正为前提，且当事人及时改正的，依法不予行政处罚。

（2）当事人及时改正，符合具体业务领域的法律、法规、规章规定的豁免情形的，依法不予行政处罚。

（二）判定标准

1.“违法行为轻微”的认定。可结合以下因素认定：主观过错较小；初次违法；违法行为持续时间较短；没有违法所得，或者违法所得金额较小；案涉货值金额较小，或者案涉财物数量较少；案涉商品、服务合格，或者符合标准；在市场监管部门立案前已对案涉商品、服务采取有效补救措施；及时中止违法行为；其他可用于认定违法行为轻微的因素。

2.初次违法的认定。通过询问当事人、查询国家企业信用信息公示系统以及综合执法办案平台等途径，未发现当事人两年内有同一性质违法行为的，可以认定为初次违法（涉及公民生命健康安全、金融安全且有危害后果的，上述期限为五年）。相关调查记录需作为证据入卷。《服务型执法容错纠错事项清单》中有特殊规定的从其规定。

3.“没有造成危害后果”和“危害后果轻微”的认定。可以综合考虑当事人的违法行为对社会公共利益、社会生产生活秩序、行政管理秩序，以及公民、法人和其他组织合法权益等方面的损害或者影响程度，包括降低、消除相关损害或者影响的时间、成本、可行性等因素判定。损害或者影响程度可从违法行为持续时间，违法所得，造成的人身伤害、财产损失，对

市场秩序的扰乱程度及影响范围等方面综合判定。违法行为未造成受害人人身伤害、财产损失，也没有违法所得的，可以认定为没有造成危害后果；造成受害人较轻程度的人身伤害、财产损失，违法所得金额较小，且已经消除或减轻危害后果的，可以认定为危害后果轻微。没有受害人的，违法行为持续时间较短，未造成不良社会影响，也没有任何违法所得的，可以认定为没有造成危害后果；违法行为持续时间较短，造成较轻程度的社会影响，违法所得金额较小，且当事人及时采取措施，消除或者减轻社会影响的，可以认定为危害后果轻微。

4.“及时改正”的认定。当事人有下列情形之一的，属于“及时改正”：在我局发现违法行为线索之前主动改正违法行为或消除危害后果（相关影响）；在我局发现违法行为线索之后，要求改正之前主动改正违法行为或消除危害后果（相关影响）；在我局要求改正后按要求改正违法行为或消除危害后果（相关影响）。改正是指停止或纠正违法行为，包括下架案涉产品、停止提供案涉服务、履行法定义务等。

三、基本程序

执法人员发现违法行为线索后，应当按照《市场监督管理行政处罚程序规定》开展核查，包括执法人员不少于2名、亮明身份、依法制作现场笔录等。

（一）立案前核查阶段，办案单位查清违法事实后，对当事人未主动改正的，应当采用适当形式督促整改和教育。法律法规规章规定应当责令改正的，下达《责令改正通知书》或者通过相关文书记载责令改正内容。法律法规规章未规定责令改正的，综合运用行政辅导、行政提示、行政告诫、行政建议、行政约谈、行政示范等行政指导方式，积极引导当事人改正违法行为。

当事人若当场改正或者在规定期限内改正，经执法人员复查合格的，依程序申请《不予立案审批表》，阐明核查情况、适用《清单》不予立案的具体理由，报业务主管局长批准。

责令改正期限超过立案期限的，应当依照《市场监督管理行政处罚程序规定》进行立案。相关立案与不予立案的决定，必须录入案件系统。

（二）立案后，办案单位发现当事人违法行为符合不予行政处罚或减轻处罚适用条件的，应当撰写案件调查终结报告，经审核通过，履行处罚告知等程序，填报行政处理决定审批表，阐明调查情况、不予或减轻行政处罚的具体理由，报业务主管局长批准后，制发《不予行政处罚决定书》或《行政处罚决定书》。结案后按照《市场监督管理行政处罚程序规定》第七十八条的规定予以立卷归档备查。

减轻行政处罚的，按照法律规定应处罚款最低额的5%至30%给予处罚。

对于在《服务型执法容错纠错事项清单》内但经调查核实后认定不符合不予行政处罚情形的案件，办案单位应在案件调查终结报告以及行政处理决定审批表中，阐明未适用不予行政处罚的具体理由。

四、适用范围

《服务型执法容错纠错事项清单》将根据法律法规规章的立改废情况及执法实践适时予以调整。原则上，对列入《服务型执法容错纠错事项清单》并符合其适用条件的轻微违法行为不予处罚或减轻处罚，对属于清单范围中的违法行为，经调查后认为不符合适用条件应立案查处的，应当按有关规定依法立案查处。

对未列入《服务型执法容错纠错事项清单》，但性质、情节、社会危害程度等符合《中华人民共和国行政处罚法》等法律、法规、规章规定的不予处罚情形或减轻处罚情形的轻微违法行为，不予行政处罚或减轻处罚：

（一）对于市场主体登记领域违法行为，酌情考虑市场主体的类型、规模、违法手段、违法所得、危害后果等因素；

（二）对于价格领域违法行为，酌情考虑违法所得、价格违法商品或者服务的数量和价值、是否退还消费者或者其他经营者多付价款；

（三）对于不正当竞争领域违法行为，酌情考虑违法行为对市场竞争的扰乱程度、对消费者或者其他经营者权益的影响、违法所得等因素；

（四）对于广告领域违法行为，酌情考虑违法行为持续时间、广告浏览量、广告费、广告发布载体性质、广告对消费者消费行为的影响程度等因素；

（五）对于产品质量领域违法行为，酌情考虑产品质量不合格的项目和程度、货值金额、违法所得、主观过错、是否能够如实说明进货来源、是否造成危害后果等因素；

（六）对于食品领域违法行为，酌情考虑货值金额、违法所得、违法行为持续时间、主观过错、是否履行进货查验义务、是否能够如实说明进货来源、是否造成食源性疾病等因素；

（七）对于特种设备安全领域违法行为，酌情考虑特种设备的类型、数量、规模，不符合特种设备安全技术规范及相关标准的项目，是否及时停止生产、经营或使用，是否造成特种设备事故，违法所得等因素；

（八）对于商标领域违法行为，酌情考虑侵权商品或者服务的数量、违法经营额、违法所得、主观过错、是否能够说明合法来源、违法行为持续时间、危害后果等因素；

（九）对于药品领域违法行为，酌情考虑违法行为持续时间、主观过错、货值金额、违法所得、是否履行进货查验义务、案涉药品风险性大小、药品质量是否符合标准、购进和销售渠道是否合法、是否造成危害后果等因素；

（十）对于化妆品领域违法行为，酌情考虑违法行为持续时间、主观过错、货值金额、违法所得、是否履行进货查验义务、案涉化妆品质量是否符合标准、购进和销售渠道是否合法、是否造成危害后果等因素；

（十一）对于医疗器械领域违法行为，酌情考虑违法行为持续时间、主观过错、货值金额、违法所得、是否履行进货查验义务、案涉医疗器械风险性大小、医疗器械质量是否符合标准、购进和销售渠道是否合法、是否造成危害后果等因素。

（十二）对于其他领域违法行为，根据实际情况依法进行综合裁量。

各办案部门在本《服务型执法容错纠错事项清单》的范围之外，可以对轻微违法行为容错纠错的情形做有益探索，结合辖区实际及案件实际情况，依据过罚相当的基本原则做出相应的处理。

五、工作要求

（一）严格落实，避免“不作为，乱作为”。各部门在查处《服务型执法容错纠错事项清单》中所列违法行为时，应当综合违法事实、性质、情节、社会危害程度等因素，准确把握本《服务型执法容错纠错事项清单》的适用范围，避免出现应罚不罚，过罚不相当的情形。

（二）强化执法痕迹化管理。适用本《服务型执法容错纠错事项清单》应严格落实执法全过程记录制度的相关要求，有条件的可以采用音像记录方式记录执法全过程。同时，注意保留容错纠错相关的证据材料。

（三）强化业务指导。业务科室应当加强相关认定的业务指导，确保处罚行为的合法性、统一性、规范性。

（四）强化执法监督。法制科通过案件审核、案卷抽查、案卷评查、行政复议、诉讼等方式对适用《服务型执法容错纠错事项清单》不予处罚或从轻处罚、减轻处罚的案件进行执法监督，对作出不予处罚决定认定事实不清或者程序违法的提出纠正建议，需要追责问责的，根据有关规定处理。

《北京市朝阳区市场监管领域服务型执法事项清单（容错纠错类）》（2026 修订）及其实施意见自 2026 年 4 月 29 日起施行。

北京朝阳区市场监督管理局 编制

附件 1

北京市朝阳区市场监管领域服务型执法事项清单（容错纠错类）（2026 修订）

一、存在下列情形，违法行为轻微，及时改正并未造成危害后果的；初次违法且危害后果轻微并及时改正的可以不予行政处罚或减轻行政处罚

序号	类别	违法行为名称	适用条件 （无特殊说明以下条件需同时满足）	处罚依据
1	广告	广告中未全部明示附带赠送商品或服务的品种、规格、数量、期限和方式	1.附带赠送的行为已实施，未侵害消费者合法权益； 2.初次违法； 3.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 4.危害后果轻微。	《中华人民共和国广告法》第八条第二款　广告中表明推销的商品或者服务附带赠送的，应当明示所附带赠送商品或者服务的品种、规格、数量、期限和方式。 第五十九条第一款第（一）项 第二款　有下列行为之一的，由市场监督管理部门责令停止发布广告，对广告主处十万元以下的罚款： （一）广告内容违反本法第八条规定的； 广告经营者、广告发布者明知或者应知有前款规定违法行为仍设计、制作、代理、发布的，由市场监督管理部门处十万元以下的罚款；
2	广告	发布的广告中使用“国家级”、“最高级”、“最佳”等用语	满足下列情形之一： 1.本项内条件需同时满足： （1）初次违法； （2）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （3）危害后果轻微。 2.本项内条件需同时满足： （1）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （2）未造成危害后果。	《中华人民共和国广告法》第九条第（三）项　广告不得有下列情形： （三）使用“国家级”、“最高级”、“最佳”等用语； 第五十七条第（一）项　有下列行为之一的，由市场监督管理部门责令停止发布广告，对广告主处二十万元以上一百万元以下的罚款，情节严重的，并可以吊销营业执照，由广告审查机关撤销广告审查批准文件、一年内不受理其广告审查申请；对广告经营者、广告发布者，由市场监督管理部门没收广告费用，处二十万元以上一百万元以下的罚款，情节严重的，并可以吊销营业执照： （一）发布有本法第九条、第十条规定的禁止情形的广告的；
3	广告	广告使用数据、统计资料、调查结果、文摘、引用语等引证内容未表明出处	满足下列情形之一： 1.本项内条件需同时满足： （1）广告引证内容真实、准确； （2）初次违法； （3）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （4）危害后果轻微。	《中华人民共和国广告法》第十一条第二款　广告使用数据、统计资料、调查结果、文摘、引用语等引证内容的，应当真实、准确，并表明出处。引证内容有适用范围和有效期限的，应当明确表示。 第五十九条第一款第（二）项　有下列行为之一的，由市场监督管理部门责令停止发布广告，对广告主处十万元以下的罚款： （二）广告引证内容违反本法第十一条规定的；

北京朝阳区市场监督管理局　编制

			2.本项内条件需同时满足： （1）广告引证内容真实、准确； （2）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （3）未造成危害后果。	
4	广告	广告中涉及专利产品或专利方法，未标明专利号和专利种类	1.已取得专利权且不存在终止、撤销、无效等情形； 2.初次违法； 3.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 4.危害后果轻微。	《中华人民共和国广告法》第十二条第一款　广告中涉及专利产品或者专利方法的，应当标明专利号和专利种类。 第五十九条第一款第（三）项　有下列行为之一的，由市场监督管理部门责令停止发布广告，对广告主处十万元以下的罚款： （三）涉及专利的广告违反本法第十二条规定的；
5	广告	使用已经终止的专利作广告	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《中华人民共和国广告法》第十二条第三款　禁止使用未授予专利权的专利申请和已经终止、撤销、无效的专利作广告。 第五十九条第一款第（三）项　有下列行为之一的，由市场监督管理部门责令停止发布广告，对广告主处十万元以下的罚款： （三）涉及专利的广告违反本法第十二条规定的。
6	广告	广告不具有可识别性	满足下列情形之一： 1.本项内条件需同时满足： （1）通过大众传播媒介发布的广告虽未标注“广告”字样，但与其他非广告信息有较为明显区别，不至使消费者误解； （2）初次违法； （3）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （4）危害后果轻微。 2.本项内条件需同时满足： （1）通过大众传播媒介发布的广告虽未标注“广告”字样，但与其他非广告信息有较为明显区别，不至使消费者误解； （2）主动改正，或在行政机关责令	《中华人民共和国广告法》第十四条第二款 大众传播媒介不得以新闻报道形式变相发布广告。通过大众传播媒介发布的广告应当显著标明“广告”，与其他非广告信息相区别，不得使消费者产生误解。 第五十九条第三款 广告违反本法第十四条规定，不具有可识别性的，或者违反本法第十九条规定，变相发布医疗、药品、医疗器械、保健食品广告的，由市场监督管理部门责令改正，对广告发布者处十万元以下的罚款。 《互联网广告管理办法》第九条 互联网广告应当具有可识别性，能够使消费者辨明其为广告。对于竞价排名的商品或者服务，广告发布者应当显著标明“广告”，与自然搜索结果明显区分。除法律、行政法规禁止发布或者变相发布广告的情形外，通过知识介绍、体验分享、消费测评等形式推销商品或者服务，并附加购物链接等购买方式的，广告发布者应当显著标明“广告”。 第二十五条　违反本办法第八条、第九条规定，变相发布医疗、药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告，或者互联网广告不具有可识别性的，依照广告法第五十九条第三款规定予以处罚。

			改正或要求的期限内改正； （3）未造成危害后果。	
7	广告	广告代言人在医疗、药品、医疗器械广告中作推荐、证明	1.其推荐、证明内容属实； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.未造成危害后果。	《中华人民共和国广告法》第十六条第一款第（四）项　医疗、药品、医疗器械广告不得含有下列内容： （四）利用广告代言人作推荐、证明； 第六十一条第（一）项　广告代言人有下列情形之一的，由市场监督管理部门没收违法所得，并处违法所得一倍以上二倍以下的罚款： （一）违反本法第十六条第一款第四项规定，在医疗、药品、医疗器械广告中作推荐、证明的；
8	广告	广告涉及疾病治疗功能，使用医疗用语或者易使推销的商品与药品、医疗器械相混淆的用语	满足下列情形之一： 1.本项内条件需同时满足： （1）广告内容属实； （2）初次违法； （3）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （4）危害后果轻微。 2.本项内条件需同时满足： （1）广告内容属实； （2）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （3）未造成危害后果。	《中华人民共和国广告法》第十七条　除医疗、药品、医疗器械广告外，禁止其他任何广告涉及疾病治疗功能，并不得使用医疗用语或者易使推销的商品与药品、医疗器械相混淆的用语。 第五十八条第一款第（二）项 有下列行为之一的，由市场监督管理部门责令停止发布广告，责令广告主在相应范围内消除影响，处广告费用一倍以上三倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处十万元以上二十万元以下的罚款；情节严重的，处广告费用三倍以上五倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处二十万元以上一百万元以下的罚款，可以吊销营业执照，并由广告审查机关撤销广告审查批准文件、一年内不受理其广告审查申请： （二）违反本法第十七条规定，在广告中涉及疾病治疗功能，以及使用医疗用语或者易使推销的商品与药品、医疗器械相混淆的用语的； 第五十八条第三款 广告经营者、广告发布者明知或者应知有本条第一款规定违法行为仍设计、制作、代理、发布的，由市场监督管理部门没收广告费用，并处广告费用一倍以上三倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处十万元以上二十万元以下的罚款；情节严重的，处广告费用三倍以上五倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处二十万元以上一百万元以下的罚款，并可以由有关部门暂停广告发布业务、吊销营业执照。

9	广告	广告代言人在保健食品广告中作推荐、证明	1.其推荐、证明内容属实； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.未造成危害后果。	《中华人民共和国广告法》第十八条第一款　保健食品广告不得含有下列内容：…… （五）利用广告代言人作推荐、证明； 第六十一条第（二）项　广告代言人有下列情形之一的，由市场监督管理部门没收违法所得，并处违法所得一倍以上二倍以下的罚款：…… （二）违反本法第十八条第一款第五项规定，在保健食品广告中作推荐、证明的；
10	广告	广播电台、电视台、报刊音像出版单位、互联网信息服务提供者以介绍健康、养生知识等形式变相发布医疗、药品、医疗器械、保健食品广告	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《中华人民共和国广告法》第十九条　广播电台、电视台、报刊音像出版单位、互联网信息服务提供者不得以介绍健康、养生知识等形式变相发布医疗、药品、医疗器械、保健食品广告。 第五十九条第三款　有下列行为之一的，由市场监督管理部门责令停止发布广告，对广告主处十万元以下的罚款：广告违反本法第十四条规定，不具有可识别性的，或者违反本法第十九条规定，变相发布医疗、药品、医疗器械、保健食品广告的，由市场监督管理部门责令改正，对广告发布者处十万元以下的罚款。
11	广告	农药、兽药、饲料和饲料添加剂广告利用用户的名义或形象作推荐、证明	满足下列情形之一： 1.本项内条件需同时满足： （1）其推荐、证明内容属实； （2）初次违法； （3）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （4）危害后果轻微。 2.本项内条件需同时满足： （1）其推荐、证明内容属实； （2）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （3）未造成危害后果。	《中华人民共和国广告法》第二十一条　农药、兽药、饲料和饲料添加剂广告不得含有下列内容： （二）利用科研单位、学术机构、技术推广机构、行业协会或者专业人士、用户的名义或者形象作推荐、证明； 五十八条第一款第（四）项，有下列行为之一的，由市场监督管理部门责令停止发布广告，责令广告主在相应范围内消除影响，处广告费用一倍以上三倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处十万元以上二十万元以下的罚款；情节严重的，处广告费用三倍以上五倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处二十万元以上一百万元以下的罚款，可以吊销营业执照，并由广告审查机关撤销广告审查批准文件、一年内不受理其广告审查申请： （四）违反本法第二十一条规定发布农药、兽药、饲料和饲料添加剂广告的；

12	广告	酒类广告出现饮酒的动作	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《中华人民共和国广告法》第二十三条第（二）项　酒类广告不得含有下列内容： （二）出现饮酒的动作； 第五十八条第一款第（五）项　有下列行为之一的，由市场监督管理部门责令停止发布广告，责令广告主在相应范围内消除影响，处广告费用一倍以上三倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处十万元以上二十万元以下的罚款；情节严重的，处广告费用三倍以上五倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处二十万元以上一百万元以下的罚款，可以吊销营业执照，并由广告审查机关撤销广告审查批准文件、一年内不受理其广告审查申请： （五）违反本法第二十三条规定发布酒类广告的；
13	广告	教育、培训广告利用科研单位、学术机构、教育机构、行业协会、专业人士、受益者的名义或者形象作推荐、证明	满足下列情形之一： 1.本项内条件需同时满足： （1）教育、培训广告利用受益者的名义或者形象作推荐、证明； （2）推荐、证明内容属实； （3）初次违法； （4）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （5）危害后果轻微。 2.本项内条件需同时满足： （1）其推荐、证明内容属实； （2）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （3）未造成危害后果。	《中华人民共和国广告法》第二十四条第（三）项　教育、培训广告不得含有下列内容： （三）利用科研单位、学术机构、教育机构、行业协会、专业人士、受益者的名义或者形象作推荐、证明。 第五十八条第一款第（六）项　有下列行为之一的，由市场监督管理部门责令停止发布广告，责令广告主在相应范围内消除影响，处广告费用一倍以上三倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处十万元以上二十万元以下的罚款；情节严重的，处广告费用三倍以上五倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处二十万元以上一百万元以下的罚款，可以吊销营业执照，并由广告审查机关撤销广告审查批准文件、一年内不受理其广告审查申请： （六）违反本法第二十四条规定发布教育、培训广告的；

14	广告	发布以项目到达某一具体参照物的所需时间表示项目位置的房地产广告	1.广告仅在广告主自有经营场所（含自有网站）发布； 2.初次违法； 3.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 4.危害后果轻微。	《中华人民共和国广告法》第二十六条第（二）项　房地产广告，房源信息应当真实，面积应当表明为建筑面积或者套内建筑面积，并不得含有下列内容： （二）以项目到达某一具体参照物的所需时间表示项目位置； 第五十八条第一款第（八）项　有下列行为之一的，由市场监督管理部门责令停止发布广告，责令广告主在相应范围内消除影响，处广告费用一倍以上三倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处十万元以上二十万元以下的罚款；情节严重的，处广告费用三倍以上五倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处二十万元以上一百万元以下的罚款，可以吊销营业执照，并由广告审查机关撤销广告审查批准文件、一年内不受理其广告审查申请： （八）违反本法第二十六条规定发布房地产广告的；
15	广告	农作物种子、林木种子、草种子、种畜禽、水产苗种和种养殖广告利用科研单位、学术机构、技术推广机构、行业协会或者专业人士、用户的名义或者形象作推荐、证明	满足下列情形之一： 1.本项内条件需同时满足： （1）农作物种子、林木种子、草种子、种畜禽、水产苗种和种养殖广告利用用户的名义或形象作推荐、证明； （2）其推荐、证明内容属实； （3）初次违法； （4）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （5）危害后果轻微。 2.本项内条件需同时满足： （1）其推荐、证明内容属实； （2）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （3）未造成危害后果。	《中华人民共和国广告法》第二十七条第（四）项　农作物种子、林木种子、草种子、种畜禽、水产苗种和种养殖广告关于品种名称、生产性能、生长量或者产量、品质、抗性、特殊使用价值、经济价值、适宜种植或者养殖的范围和条件等方面的表述应当真实、清楚、明白，并不得含有下列内容： （四）利用科研单位、学术机构、技术推广机构、行业协会或者专业人士、用户的名义或者形象作推荐、证明。 第五十八条第一款第（九）项 有下列行为之一的，由市场监督管理部门责令停止发布广告，责令广告主在相应范围内消除影响，处广告费用一倍以上三倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处十万元以上二十万元以下的罚款；情节严重的，处广告费用三倍以上五倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处二十万元以上一百万元以下的罚款，可以吊销营业执照，并由广告审查机关撤销广告审查批准文件、一年内不受理其广告审查申请： （九）违反本法第二十七条规定发布农作物种子、林木种子、草种子、种畜禽、水产苗种和种养殖广告的；

16	广告	广告以虚假或者引人误解的内容欺骗、误导消费者	1.在销售状况、曾获荣誉方面的虚假广告可以不予行政处罚；其他方面的虚假广告，可以减轻行政处罚； 2.初次违法； 3.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 4.危害后果轻微。	《中华人民共和国广告法》第二十八条　广告以虚假或者引人误解的内容欺骗、误导消费者的，构成虚假广告。 广告有下列情形之一的，为虚假广告： （一）商品或者服务不存在的； （二）商品的性能、功能、产地、用途、质量、规格、成分、价格、生产者、有效期限、销售状况、曾获荣誉等信息，或者服务的内容、提供者、形式、质量、价格、销售状况、曾获荣誉等信息，以及与商品或者服务有关的允诺等信息与实际情况不符，对购买行为有实质性影响的； （三）使用虚构、伪造或者无法验证的科研成果、统计资料、调查结果、文摘、引用语等信息作证明材料的； （四）虚构使用商品或者接受服务的效果的； （五）以虚假或者引人误解的内容欺骗、误导消费者的其他情形。 第五十五条第一款　违反本法规定，发布虚假广告的，由市场监督管理部门责令停止发布广告，责令广告主在相应范围内消除影响，处广告费用三倍以上五倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处二十万元以上一百万元以下的罚款；两年内有三次以上违法行为或者有其他严重情节的，处广告费用五倍以上十倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处一百万元以上二百万元以下的罚款，可以吊销营业执照，并由广告审查机关撤销广告审查批准文件、一年内不受理其广告审查申请。
17	广告	广告经营者、广告发布者未按照国家有关规定，建立、健全广告业务的承接登记、审核、档案管理制度，或者未依据法律、行政法规查验有关证明文件，核对广告内容	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《中华人民共和国广告法》第三十四条　广告经营者、广告发布者应当按照国家有关规定，建立、健全广告业务的承接登记、审核、档案管理制度。 广告经营者、广告发布者依据法律、行政法规查验有关证明文件，核对广告内容。对内容不符或者证明文件不全的广告，广告经营者不得提供设计、制作、代理服务，广告发布者不得发布。 第六十条第一款　违反本法第三十四条规定，广告经营者、广告发布者未按照国家有关规定建立、健全广告业务管理制度的，或者未对广告内容进行核对的，由市场监督管理部门责令改正，可以处五万元以下的罚款。

18	广告	广告经营者、广告发布者未依法公布其收费标准和收费办法	1.初次违法； 2.违法行为持续时间较短； 3.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 4.危害后果轻微。	《中华人民共和国广告法》第三十五条　广告经营者、广告发布者应当公布其收费标准和收费办法。 第六十条第二款 违反本法第三十五条规定，广告经营者、广告发布者未公布其收费标准和收费办法的，由价格主管部门责令改正，可以处五万元以下的罚款。
19	广告	在互联网页面以弹出等形式发布的广告，未显著标明关闭标志，确保一键关闭	满足下列情形之一： 1.本项内条件需同时满足： （1）初次违法； （2）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （3）危害后果轻微。 2.本项内条件需同时满足： （1）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （2）未造成危害后果。	《中华人民共和国广告法》第四十四条 利用互联网发布、发送广告，不得影响用户正常使用网络。在互联网页面以弹出等形式发布的广告，应当显著标明关闭标志，确保一键关闭。 第六十二条第二款 违反本法第四十四条第二款规定，利用互联网发布广告，未显著标明关闭标志，确保一键关闭的，由市场监督管理部门责令改正，对广告主处五千元以上三万元以下的罚款。 《互联网广告管理办法》第十条　以弹出等形式发布互联网广告，广告主、广告发布者应当显著标明关闭标志，确保一键关闭，不得有下列情形： （一）没有关闭标志或者计时结束才能关闭广告； （二）关闭标志虚假、不可清晰辨识或者难以定位等，为关闭广告设置障碍； （三）关闭广告须经两次以上点击； （四）在浏览同一页面、同一文档过程中，关闭后继续弹出广告，影响用户正常使用网络； （五）其他影响一键关闭的行为。 启动互联网应用程序时展示、发布的开屏广告适用前款规定。 第二十六条第二款　广告发布者实施前款规定行为的，由县级以上市场监督管理部门责令改正，拒不改正的，处五千元以上三万元以下的罚款。
20	广告	公共场所的管理者和电信业务经营者、互联网信息服务提供者，明知或者应知广告活动违法不予制止	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《中华人民共和国广告法》第四十五条　公共场所的管理者或者电信业务经营者、互联网信息服务提供者对其明知或者应知的利用其场所或者信息传输、发布平台发送、发布违法广告的，应当予以制止。 第六十三条　违反本法第四十五条规定，公共场所的管理者和电信业务经营者、互联网信息服务提供者，明知或者应知广告活动违法不予制止的，由市场监督管理部门没收违法所得，违法所得五万元以上的，并处违法所得一倍以上三倍以下的罚款，违法所得不足五万元的，并处一万元以上五万元以下的罚款；情节严重的，由有关部门依法停止相关业务。
21	广告	未经审查，擅自发	满足下列情形之一：	《中华人民共和国广告法》第四十六条　发布医疗、药品、医疗器械、农药、兽

		布医疗、药品、医疗器械、农药、兽药和保健食品广告，以及法律、行政法规规定应当进行审查的其他广告	1.本项内条件需同时满足： （1）广告内容不存在虚假情形； （2）初次违法； （3）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （4）危害后果轻微。 2.本项内条件需同时满足： （1）广告内容不存在虚假情形； （2）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （3）未造成危害后果。	药和保健食品广告，以及法律、行政法规规定应当进行审查的其他广告，应当在发布前由有关部门（以下称广告审查机关）对广告内容进行审查；未经审查，不得发布。 第五十八条第一款第（十四）项　有下列行为之一的，由市场监督管理部门责令停止发布广告，责令广告主在相应范围内消除影响，处广告费用一倍以上三倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处十万元以上二十万元以下的罚款；情节严重的，处广告费用三倍以上五倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处二十万元以上一百万元以下的罚款，可以吊销营业执照，并由广告审查机关撤销广告审查批准文件、一年内不受理其广告审查申请： （十四）违反本法第四十六条规定，未经审查发布广告的。
22	广告	发布农药广告未将广告批准文号列为广告内容同时发布	满足下列情形之一： 1.本项内条件需同时满足： （1）已取得农药广告批准文号； （2）初次违法； （3）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （4）危害后果轻微。 2.本项内条件需同时满足： （1）已取得农药广告批准文号； （2）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （3）未造成危害后果。	《农药广告审查发布规定》第十一条　农药广告的批准文号应当列为广告内容同时发布。 第十三条　违反本标准发布广告，《广告法》及其他法律法规有规定的，依照有关法律法规规定予以处罚。法律法规没有规定的，对负有责任的广告主、广告经营者、广告发布者，处以违法所得三倍以下但不超过三万元的罚款；没有违法所得的，处以一万元以下的罚款。

23	广告	发布兽药广告未将广告批准文号列为广告内容同时发布	满足下列情形之一： 1.本项内条件需同时满足： （1）已取得兽药广告批准文号； （2）初次违法； （3）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （4）危害后果轻微。 2.本项内条件需同时满足： （1）已取得兽药广告批准文号； （2）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （3）未造成危害后果。	《兽药广告审查发布规定》第十条　兽药广告的批准文号应当列为广告内容同时发布。 第十二条　违反本标准发布广告，《广告法》及其他法律法规有规定的，依照有关法律法规规定予以处罚。法律法规没有规定的，对负有责任的广告主、广告经营者、广告发布者，处以违法所得三倍以下但不超过三万元的罚款；没有违法所得的，处以一万元以下的罚款。
24	广告	发布医疗广告未标注医疗机构第一名称或者未标注《医疗广告审查证明》文号	满足下列情形之一： 1.本项内条件需同时满足： （1）已取得医疗广告批准文号； （2）初次违法； （3）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （4）危害后果轻微。 2.本项内条件需同时满足： （1）已取得医疗广告批准文号； （2）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （3）未造成危害后果。	《医疗广告管理办法》第十四条　发布医疗广告应当标注医疗机构第一名称和《医疗广告审查证明》文号。 第二十二条　工商行政管理机关对违反本办法规定的广告主、广告经营者、广告发布者依据《广告法》、《反不正当竞争法》予以处罚，对情节严重，造成严重后果的，可以并处一至六个月暂停发布医疗广告、直至取消广告经营者、广告发布者的医疗广告经营和发布资格的处罚。法律法规没有规定的，工商行政管理机关应当对负有责任的广告主、广告经营者、广告发布者给予警告或者处以一万元以上三万元以下的罚款。

25	广告	药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告未显著、清晰表示应当显著标明的内容	满足下列情形之一： 1.本项内条件需同时满足： （1）已取得药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查批准文号，且广告中仅未显著、清晰标明广告批准文号的； （2）初次违法； （3）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （4）危害后果轻微。 2.本项内条件需同时满足： （1）已取得药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查批准文号，且广告中仅未显著、清晰标明广告批准文号的； （2）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （3）未造成危害后果。	《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理暂行办法》第九条　药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告应当显著标明广告批准文号。 第十条　药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告中应当显著标明的内容，其字体和颜色必须清晰可见、易于辨认，在视频广告中应当持续显示。 第二十五条　违反本办法第十条规定，未显著、清晰表示广告中应当显著标明内容的，按照《中华人民共和国广告法》第五十九条处罚。 《中华人民共和国广告法》第五十九条　有下列行为之一的，由市场监督管理部门责令停止发布广告，对广告主处十万元以下的罚款： （一）广告内容违反本法第八条规定的； （二）广告引证内容违反本法第十一条规定的； （三）涉及专利的广告违反本法第十二条规定的； （四）违反本法第十三条规定，广告贬低其他生产经营者的商品或者服务的。 广告经营者、广告发布者明知或者应知有前款规定违法行为仍设计、制作、代理、发布的，由市场监督管理部门处十万元以下的罚款。 广告违反本法第十四条规定，不具有可识别性的，或者违反本法第十九条规定，变相发布医疗、药品、医疗器械、保健食品广告的，由市场监督管理部门责令改正，对广告发布者处十万元以下的罚款。
26	广告	房地产预售、销售广告未载明必须载明的事项	1.房地产开发企业、中介服务机构具有经营资质，已取得预售或者销售许可证书； 2.初次违法； 3.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 4.危害后果轻微。	《房地产广告发布规定》第七条　房地产预售、销售广告，必须载明以下事项： （一）开发企业名称； （二）中介服务机构代理销售的，载明该机构名称； （三）预售或者销售许可证书号。 《房地产广告发布规定》 第二十一条　违反本规定发布广告，《广告法》及其他法律法规有规定的，依照有关法律法规规定予以处罚。法律法规没有规定的，对负有责任的广告主、广告经营者、广告发布者，处以违法所得三倍以下但不超过三万元的罚款；没有违法所得的，处以一万元以下的罚款。

27	广告	未经用户同意、请求或者用户明确表示拒绝的，在用户发送的电子邮件或者互联网即时通讯信息中附加广告或者广告链接	满足下列情形之一： 1.本项内条件需同时满足： （1）初次违法； （2）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （3）危害后果轻微。 2.本项内条件需同时满足： （1）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （2）未造成危害后果。	《互联网广告管理办法》第十七条第二款　未经用户同意、请求或者用户明确表示拒绝的，不得向其交通工具、导航设备、智能家电等发送互联网广告，不得在用户发送的电子邮件或者互联网即时通讯信息中附加广告或者广告链接。 第三十条第二款　违反本办法第十七条第二款规定，未经用户同意、请求或者用户明确表示拒绝，向其交通工具、导航设备、智能家电等发送互联网广告的，依照广告法第六十二条第一款规定予以处罚；在用户发送的电子邮件或者互联网即时通讯信息中附加广告或者广告链接的，由县级以上市场监督管理部门责令改正，处五千元以上三万元以下的罚款。
28	广告	在搜索政务服务网站、网页、互联网应用程序、公众号等的结果中插入竞价排名广告	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《互联网广告管理办法》第十七条第一款　利用互联网发布、发送广告，不得影响用户正常使用网络，不得在搜索政务服务网站、网页、互联网应用程序、公众号等的结果中插入竞价排名广告。 第三十条第一款　违反本办法第十七条第一款规定，法律、行政法规有规定的，依照其规定；法律、行政法规没有规定的，由县级以上市场监督管理部门责令改正，对广告主、广告经营者、广告发布者处五千元以上三万元以下的罚款。
29	广告	发布含有链接的互联网广告，广告主未核对下一级链接中与前端广告相关的广告内容	满足下列情形之一： 1.本项内条件需同时满足： （1）初次违法； （2）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （3）危害后果轻微。 2.本项内条件需同时满足： （1）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （2）未造成危害后果。	《互联网广告管理办法》第十八条 发布含有链接的互联网广告，广告主、广告经营者和广告发布者应当核对下一级链接中与前端广告相关的广告内容。 第二十八条第二款　违反本办法第十三条第四款、第十五条、第十八条规定，广告主未按规定建立广告档案，或者未对广告内容进行核对的，由县级以上市场监督管理部门责令改正，可以处五万元以下的罚款。

30	广告	利用新闻形式、医疗资讯服务类专题节（栏）目发布或变相发布医疗广告	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《医疗广告管理办法》第十六条第一款 禁止利用新闻形式、医疗资讯服务类专题节（栏）目发布或变相发布医疗广告。 第二十二条 工商行政管理机关对违反本办法规定的广告主、广告经营者、广告发布者依据《广告法》、《反不正当竞争法》予以处罚，对情节严重，造成严重后果的，可以并处一至六个月暂停发布医疗广告、直至取消广告经营者、广告发布者的医疗广告经营和发布资格的处罚。法律法规没有规定的，工商行政管理机关应当对负有责任的广告主、广告经营者、广告发布者给予警告或者处以一万元以上三万元以下的罚款；医疗广告内容涉嫌虚假的，工商行政管理机关可根据需要会同卫生行政部门、中医药管理部门作出认定。
31	广告	有关医疗机构的人物专访、专题报道等宣传内容，出现有关医疗机构的地址、联系方式等医疗广告内容的；以及在同一媒介的同一时间段或者版面发布该医疗机构的广告	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《医疗广告管理办法》第十六条第二款 有关医疗机构的人物专访、专题报道等宣传内容，可以出现医疗机构名称，但不得出现有关医疗机构的地址、联系方式等医疗广告内容；不得在同一媒介的同一时间段或者版面发布该医疗机构的广告。 第二十二条 工商行政管理机关对违反本办法规定的广告主、广告经营者、广告发布者依据《广告法》、《反不正当竞争法》予以处罚，对情节严重，造成严重后果的，可以并处一至六个月暂停发布医疗广告、直至取消广告经营者、广告发布者的医疗广告经营和发布资格的处罚。法律法规没有规定的，工商行政管理机关应当对负有责任的广告主、广告经营者、广告发布者给予警告或者处以一万元以上三万元以下的罚款；医疗广告内容涉嫌虚假的，工商行政管理机关可根据需要会同卫生行政部门、中医药管理部门作出认定。
32	广告	医疗机构未按照《医疗广告审查证明》核准的广告成品样件内容与媒体类别发布医疗广告	满足下列情形之一： 1.本项内条件需同时满足 （1）初次违法； （2）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （3）危害后果轻微。 2.本项内条件需同时满足： （1）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （2）未造成危害后果。	《医疗广告管理办法》第十七条第一款 医疗机构应当按照《医疗广告审查证明》核准的广告成品样件内容与媒体类别发布医疗广告。 第二十二条 工商行政管理机关对违反本办法规定的广告主、广告经营者、广告发布者依据《广告法》、《反不正当竞争法》予以处罚，对情节严重，造成严重后果的，可以并处一至六个月暂停发布医疗广告、直至取消广告经营者、广告发布者的医疗广告经营和发布资格的处罚。法律法规没有规定的，工商行政管理机关应当对负有责任的广告主、广告经营者、广告发布者给予警告或者处以一万元以上三万元以下的罚款；医疗广告内容涉嫌虚假的，工商行政管理机关可根据需要会同卫生行政部门、中医药管理部门作出认定。

33	广告	广告经营者、广告发布者发布医疗广告，未查验《医疗广告审查证明》，未核实广告内容	满足下列情形之一： 1.本项内条件需同时满足 （1）初次违法； （2）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （3）危害后果轻微。 2.本项内条件需同时满足： （1）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （2）未造成危害后果。	《医疗广告管理办法》第十八条　广告经营者、广告发布者发布医疗广告，应当由其广告审查员查验《医疗广告审查证明》，核实广告内容。 第二十二条　工商行政管理机关对违反本办法规定的广告主、广告经营者、广告发布者依据《广告法》、《反不正当竞争法》予以处罚，对情节严重，造成严重后果的，可以并处一至六个月暂停发布医疗广告、直至取消广告经营者、广告发布者的医疗广告经营和发布资格的处罚。法律法规没有规定的，工商行政管理机关应当对负有责任的广告主、广告经营者、广告发布者给予警告或者处以一万元以上三万元以下的罚款；医疗广告内容涉嫌虚假的，工商行政管理机关可根据需要会同卫生行政部门、中医药管理部门作出认定。
34	广告	医疗广告涉及“医疗技术、诊疗方法、疾病名称”	满足下列情形之一： 1.本项内条件需同时满足： （1）内容真实准确，不涉嫌夸大、虚假宣传； （2）初次违法； （3）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （4）危害后果轻微。 2.本项内条件需同时满足： （1）内容真实准确，不涉嫌夸大、虚假宣传； （2）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （3）未造成危害后果。	《医疗广告管理办法》第七条　医疗广告的表现形式不得含有以下情形： （一）涉及医疗技术、诊疗方法、疾病名称、药物的； 第二十二条　工商行政管理机关对违反本办法规定的广告主、广告经营者、广告发布者依据《广告法》、《反不正当竞争法》予以处罚，对情节严重，造成严重后果的，可以并处一至六个月暂停发布医疗广告、直至取消广告经营者、广告发布者的医疗广告经营和发布资格的处罚。法律法规没有规定的，工商行政管理机关应当对负有责任的广告主、广告经营者、广告发布者给予警告或者处以一万元以上三万元以下的罚款；医疗广告内容涉嫌虚假的，工商行政管理机关可根据需要会同卫生行政部门、中医药管理部门作出认定。

35	广告	发布保健食品广告没有显著标明“本品不能代替药物”	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《中华人民共和国广告法》第十八条第二款 保健食品广告应当显著标明“本品不能代替药物”。 第五十八条第一款第（三）项、第三款 有下列行为之一的，由市场监督管理部门责令停止发布广告，责令广告主在相应范围内消除影响，处广告费用一倍以上三倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处十万元以上二十万元以下的罚款；情节严重的，处广告费用三倍以上五倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处二十万元以上一百万元以下的罚款，可以吊销营业执照，并由广告审查机关撤销广告审查批准文件、一年内不受理其广告审查申请： （三）违反本法第十八条规定发布保健食品广告的； 广告经营者、广告发布者明知或者应知有本条第一款规定违法行为仍设计、制作、代理、发布的，由市场监督管理部门没收广告费用，并处广告费用一倍以上三倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处十万元以上二十万元以下的罚款；情节严重的，处广告费用三倍以上五倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处二十万元以上一百万元以下的罚款，并可以由有关部门暂停广告发布业务、吊销营业执照。

36	广告	发布推荐给个人自用的医疗器械的广告，没有显著标明“请仔细阅读产品说明书或者在医务人员的指导下购买和使用”，对医疗器械产品注册证明文件中有禁忌内容、注意事项，发布的广告中没有显著标明“禁忌内容或者注意事项详见说明书”	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《中华人民共和国广告法》第十六条第二款 药品广告的内容不得与国务院药品监督管理部门批准的说明书不一致，并应当显著标明禁忌、不良反应。处方药广告应当显著标明“本广告仅供医学药学专业人士阅读”，非处方药广告应当显著标明“请按药品说明书或者在药师指导下购买和使用”。 第五十八条第一款第（一）项、第三款 有下列行为之一的，由市场监督管理部门责令停止发布广告，责令广告主在相应范围内消除影响，处广告费用一倍以上三倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处十万元以上二十万元以下的罚款；情节严重的，处广告费用三倍以上五倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处二十万元以上一百万元以下的罚款，可以吊销营业执照，并由广告审查机关撤销广告审查批准文件、一年内不受理其广告审查申请： （一）违反本法第十六条规定发布医疗、药品、医疗器械广告的； 广告经营者、广告发布者明知或者应知有本条第一款规定违法行为仍设计、制作、代理、发布的，由市场监督管理部门没收广告费用，并处广告费用一倍以上三倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处十万元以上二十万元以下的罚款；情节严重的，处广告费用三倍以上五倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处二十万元以上一百万元以下的罚款，并可以由有关部门暂停广告发布业务、吊销营业执照。
37	广告	兽药广告中含有“最高技术”、“最高科学”、“最进步制法”或“包治百病”等绝对化的表示	满足下列情形之一： 1.本项内条件需同时满足： （1）初次违法； （2）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （3）危害后果轻微。 2.本项内条件需同时满足： （1）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （2）未造成危害后果。	《中华人民共和国广告法》第二十一条第（一）项 农药、兽药、饲料和饲料添加剂广告不得含有下列内容： （一）表示功效、安全性的断言或者保证； 第五十八条第一款第（四）项 有下列行为之一的，由市场监督管理部门责令停止发布广告，责令广告主在相应范围内消除影响，处广告费用一倍以上三倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处十万元以上二十万元以下的罚款；情节严重的，处广告费用三倍以上五倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处二十万元以上一百万元以下的罚款，可以吊销营业执照，并由广告审查机关撤销广告审查批准文件、一年内不受理其广告审查申请： （四）违反本法第二十一条规定发布农药、兽药、饲料和饲料添加剂广告的； 《兽药广告审查发布规定》第六条 兽药广告中不得含有“最高技术”、“最高科学”、“最进步制法”、“包治百病”等绝对化的表示。 第十二条 违反本规定发布广告，《广告法》及其他法律法规有规定的，依照有关法律法规规定予以处罚。法律法规没有规定的，对负有责任的广告主、广告经营者、广告发布者，处以违法所得三倍以下但不超过三万元的罚款；没有违法所得的，处以一

				万元以下的罚款。
38	广告	对广告代言人为其未使用过的商品或者未接受过的服务作推荐、证明	满足下列情形之一： 1.本项内条件需同时满足： （1）为其本地产（商）品或者服务作推荐，出于公益目的且未获利； （2）初次违法； （3）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （4）危害后果轻微。 2.本项内条件需同时满足： （1）为其本地产（商）品或者服务作推荐，出于公益目的且未获利； （2）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （3）未造成危害后果。	《中华人民共和国广告法》第三十八条第一款 广告代言人在广告中对商品、服务作推荐、证明，应当依据事实，符合本法和有关法律、行政法规规定，并不得为其未使用过的商品或者未接受过的服务作推荐、证明。 第六十一条第（三）项 广告代言人有下列情形之一的，由市场监督管理部门没收违法所得，并处违法所得一倍以上二倍以下的罚款： （三）违反本法第三十八条第一款规定，为其未使用过的商品或者未接受过的服务作推荐、证明的；
39	广告	在广告中对商品的性能、功能、产地、用途、质量、成分、价格、生产者、有效期限、允诺等或者对服务的内容、提供者、形式、质量、价格、允诺等没有准确、清楚或明白表示	满足下列情形之一： 1.本项内条件需同时满足： （1）初次违法； （2）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （3）危害后果轻微。 2.本项内条件需同时满足： （1）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （2）未造成危害后果。	《中华人民共和国广告法》第八条第一款 广告中对商品的性能、功能、产地、用途、质量、成分、价格、生产者、有效期限、允诺等或者对服务的内容、提供者、形式、质量、价格、允诺等有表示的，应当准确、清楚、明白。 第五十九条第一款第（一）项、第二款 有下列行为之一的，由市场监督管理部门责令停止发布广告，对广告主处十万元以下的罚款： （一）广告内容违反本法第八条规定的； 广告经营者、广告发布者明知或者应知有前款规定违法行为仍设计、制作、代理、发布的，由市场监督管理部门处十万元以下的罚款。

40	广告	广告批准文号已超过有效期，仍继续发布药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告	满足下列情形之一： 1.本项内条件需同时满足： （1）初次违法； （2）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （3）危害后果轻微。 2.本项内条件需同时满足： （1）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （2）未造成危害后果。	《中华人民共和国广告法》第四十六条　发布医疗、药品、医疗器械、农药、兽药和保健食品广告，以及法律、行政法规规定应当进行审查的其他广告，应当在发布前由有关部门（以下称广告审查机关）对广告内容进行审查；未经审查，不得发布。 第五十八条第一款第（十四）项、第三款　有下列行为之一的，由市场监督管理部门责令停止发布广告，责令广告主在相应范围内消除影响，处广告费用一倍以上三倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处十万元以上二十万元以下的罚款；情节严重的，处广告费用三倍以上五倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处二十万元以上一百万元以下的罚款，可以吊销营业执照，并由广告审查机关撤销广告审查批准文件、一年内不受理其广告审查申请： （十四）违反本法第四十六条规定，未经审查发布广告的。 广告经营者、广告发布者明知或者应知有本条第一款规定违法行为仍设计、制作、代理、发布的，由市场监督管理部门没收广告费用，并处广告费用一倍以上三倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处十万元以上二十万元以下的罚款；情节严重的，处广告费用三倍以上五倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处二十万元以上一百万元以下的罚款，并可以由有关部门暂停广告发布业务、吊销营业执照。 《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理暂行办法》 第二十六条第（二）项 有下列情形之一的，按照《中华人民共和国广告法》第五十八条处罚： （二）违反本办法第十九条规定或者广告批准文号已超过有效期，仍继续发布药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告；

41	广告	未按照审查通过的内容发布药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告	满足下列情形之一： 1.本项内条件需同时满足： （1）初次违法； （2）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （3）危害后果轻微。 2.本项内条件需同时满足： （1）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （2）未造成危害后果。	《中华人民共和国广告法》第四十六条　发布医疗、药品、医疗器械、农药、兽药和保健食品广告，以及法律、行政法规规定应当进行审查的其他广告，应当在发布前由有关部门（以下称广告审查机关）对广告内容进行审查；未经审查，不得发布。 第五十八条第一款第（十四）项、第三款　有下列行为之一的，由市场监督管理部门责令停止发布广告，责令广告主在相应范围内消除影响，处广告费用一倍以上三倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处十万元以上二十万元以下的罚款；情节严重的，处广告费用三倍以上五倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处二十万元以上一百万元以下的罚款，可以吊销营业执照，并由广告审查机关撤销广告审查批准文件、一年内不受理其广告审查申请： （十四）违反本法第四十六条规定，未经审查发布广告的。 广告经营者、广告发布者明知或者应知有本条第一款规定违法行为仍设计、制作、代理、发布的，由市场监督管理部门没收广告费用，并处广告费用一倍以上三倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处十万元以上二十万元以下的罚款；情节严重的，处广告费用三倍以上五倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处二十万元以上一百万元以下的罚款，并可以由有关部门暂停广告发布业务、吊销营业执照。 《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理暂行办法》第二十条　广告主、广告经营者、广告发布者应当严格按照审查通过的内容发布药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告，不得进行剪辑、拼接、修改。 已经审查通过的广告内容需要改动的，应当重新申请广告审查。 第二十六条第（三）项　有下列情形之一的，按照《中华人民共和国广告法》第五十八条处罚： （三）违反本办法第二十条规定，未按照审查通过的内容发布药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告。

42	价格	经营者违反明码标价规定的行为	满足下列情形之一： 1.以下条件需同时满足： （1） 违法行为轻微； （2）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （3）没有造成危害后果。 2.以下条件需同时满足： （1）初次违法； （2）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （3）危害后果轻微。 3.当事人有证据足以证明没有主观过错。	《中华人民共和国价格法》第十三条第一款 经营者销售、收购商品和提供服务，应当按照政府价格主管部门的规定明码标价，注明商品的品名、产地、规格、等级、计价单位、价格或者服务的项目、收费标准等有关情况。 第四十二条 经营者违反明码标价规定的，责令改正，没收违法所得，可以并处五千元以下的罚款。 《明码标价和禁止价格欺诈规定》第二十二条 经营者违反本规定有关明码标价规定的，由县级以上市场监督管理部门依照《中华人民共和国价格法》《价格违法行为行政处罚规定》有关规定进行处罚。 第十四条 交易场所提供者为场所内（平台内）经营者提供标价模板的，应当符合本规定的要求。 第二十五条 交易场所提供者提供的标价模板不符合本规定的，由县级以上市场监督管理部门责令改正，可以处三万元以下罚款；情节严重的，处三万元以上十万元以下罚款。 市场监管局、发展改革委出台的明码标价相关规范性文件： 《北京市机动车停车场明码标价规定》（京市监发〔2023〕98号）； 《北京市商品房销售明码标价规定》的通知（京市监发〔2023〕97号）； 《北京市家用电器维修服务明码标价规定》（京市监发〔2023〕84号）； 《关于进一步落实医疗机构价格公示制度的通知》（京发改〔2008〕1083号）； 《物业服务收费明码标价规定》（发改价检〔2004〕1428号）.....
43	价格	经营者在标价之外加价出售商品或者收取未标明的费用	1.适用于市场调节下的经营者初次违法； 2.经营商品种类、数量较多，仅个别商品标示价格与结算价格不一致； 3.经营者已建立明确的错收价款退赔制度并有效实施； 4.主动改正，或在行政机关责令改正的期限内改正； 5.危害后果轻微。	《中华人民共和国价格法》第十三条第二款 经营者不得在标价之外加价出售商品，不得收取任何未予标明的费用。 《明码标价和禁止价格欺诈规定》第八条 经营者在销售商品或者提供服务时，不得在标价之外加价出售商品或者提供服务，不得收取任何未予标明的费用。 《中华人民共和国价格法》第四十二条 经营者违反明码标价规定的，责令改正，没收违法所得，可以并处五千元以下的罚款。 《价格违法行为行政处罚规定》第十三条 经营者违反明码标价规定，有下列行为之一的，责令改正，没收违法所得，可以并处5000元以下的罚款： （三）在标价之外加价出售商品或者收取未标明的费用的。

44	价格	商品零售场所不标明价格或不按规定的内容方式标明价格销售塑料购物袋	满足下列情形之一： 1.以下条件需同时满足： （1） 违法行为轻微； （2）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （3）没有造成危害后果。 2.以下条件需同时满足： （1）初次违法； （2）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （3）危害后果轻微。 3.当事人有证据足以证明没有主观过错。	《商品零售场所塑料购物袋有偿使用管理办法》第六条第（二）项 商品零售场所可自主制定塑料购物袋价格，但不得有下列行为： （二）不标明价格或不按规定的内容方式标明价格销售塑料购物袋； 第十四条 商品零售场所的经营者、开办单位或出租单位违反本办法第六条有关价格行为和明码标价规定的，由价格主管部门责令改正，并可视情节处以5000元以下罚款。
45	价格	经营者开展价格促销活动未按规定显著标明期限	满足下列情形之一： 1.以下条件需同时满足： （1） 违法行为轻微； （2）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （3）没有造成危害后果。 2.以下条件需同时满足： （1）初次违法； （2）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （3）危害后果轻微。 3.当事人有证据足以证明没有主观过错。	《中华人民共和国价格法》第十三条第一款 经营者销售、收购商品和提供服务，应当按照政府价格主管部门的规定明码标价，注明商品的品名、产地、规格、等级、计价单位、价格或者服务的项目、收费标准等有关情况。 《规范促销行为暂行规定》第二十条 经营者开展价格促销活动有附加条件的，应当显著标明条件。经营者开展限时减价、折价等价格促销活动的，应当显著标明期限。 《中华人民共和国价格法》第四十二条 经营者违反明码标价规定的，责令改正，没收违法所得，可以并处五千元以下的罚款。 《规范促销行为暂行规定》第二十九条 违反本规定第二十条、第二十一条、第二十二条，构成价格违法行为的，由市场监督管理部门依据价格监管法律法规进行处罚。

46	价格	经营者未真实准确标明被比较价格的详细信息	1.初次违法； 2.被比较价格有真实依据，对消费者欺骗、误导作用较小； 3.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 4.危害后果轻微。	《中华人民共和国价格法》第十四条第四项　经营者不得有下列不正当价格行为：（四）利用虚假的或者使人误解的价格手段，诱骗消费者或者其他经营者与其进行交易； 《明码标价和禁止价格欺诈规定》第十六条　经营者在销售商品或提供服务时进行价格比较的，标明的被比较价格信息应当真实准确。 经营者未标明被比较价格的详细信息的，被比较价格应当不高于该经营者在同一经营场所进行价格比较前七日内的最低成交价格；前七日内没有交易的，应当不高于本次价格比较前最后一次交易价格。 与厂商建议零售价进行价格比较的，应当明确标示被比较价格为厂商建议零售价。厂商建议零售价发生变动时，应当立即更新。 《中华人民共和国价格法》第四十条第一款　经营者有本法第十四条所列行为之一的，责令改正，没收违法所得，可以并处违法所得五倍以下的罚款；没有违法所得的，予以警告，可以并处罚款；情节严重的，责令停业整顿，或者由工商行政管理机关吊销营业执照。有关法律对本法第十四条所列行为的处罚及处罚机关另有规定的，可以依照有关法律的规定执行。 《明码标价和禁止价格欺诈规定》第二十三条　经营者违反本规定第十六条至第二十条规定的，由县级以上市场监督管理部门依照《中华人民共和国价格法》、《中华人民共和国反不正当竞争法》、《中华人民共和国电子商务法》、《价格违法行为行政处罚规定》等法律、行政法规进行处罚。
47	公平竞争	作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者	1.在销售状况、曾获荣誉方面，经营者对其商品作虚假或者引人误解的商业宣传的，可以不予行政处罚；其他方面的虚假宣传，可以从轻处罚； 2.初次违法； 3.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 4.危害后果轻微。	《中华人民共和国反不正当竞争法（2025 修订）》第九条　经营者不得对其商品的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者和其他经营者。 经营者不得通过组织虚假交易、虚假评价等方式，帮助其他经营者进行虚假或者引人误解的商业宣传。 第二十五条第一款　经营者违反本法第九条规定对其商品作虚假或者引人误解的商业宣传，或者通过组织虚假交易、虚假评价等方式帮助其他经营者进行虚假或者引人误解的商业宣传的，由监督检查部门责令停止违法行为，处一百万元以下的罚款；情节严重的，处一百万元以上二百万元以下的罚款，可以并处吊销营业执照。

48	公平竞争	经营者未履行其通过商业广告、产品说明、销售推介、实物样品或者通知、声明、店堂告示等方式作出的优惠承诺	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《规范促销行为暂行规定》第六条　经营者通过商业广告、产品说明、销售推介、实物样品或者通知、声明、店堂告示等方式作出优惠承诺的，应当履行承诺。 第二十四条　违反本规定第六条、第八条、第十条，法律法规有规定的，从其规定；法律法规没有规定的，由县级以上市场监督管理部门责令改正；可处违法所得三倍以下罚款，但最高不超过三万元；没有违法所得的，可处一万元以下罚款。
49	公平竞争	在现场即时开奖的有奖销售活动中，对超过五百元奖项的兑奖情况，未随时公示	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《规范促销行为暂行规定》第十三条第二款　在现场即时开奖的有奖销售活动中，对超过五百元奖项的兑奖情况，应当随时公示。 第二十八条　违反本规定第十三条第二款、第十九条，由县级以上市场监督管理部门责令改正，可以处一万元以下罚款。
50	公平竞争	经营者未建立档案，如实、准确、完整地记录设奖规则、公示信息、兑奖结果、获奖人员等内容，妥善保存两年并依法接受监督检查	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《规范促销行为暂行规定》第十九条　经营者应当建立档案，如实、准确、完整地记录设奖规则、公示信息、兑奖结果、获奖人员等内容，妥善保存两年并依法接受监督检查。 第二十八条　违反本规定第十三条第二款、第十九条，由县级以上市场监督管理部门责令改正，可以处一万元以下罚款。
51	公平竞争	违反直销管理条例规定，未取得直销员证从事直销活动的	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.违法行为持续时间在3个月内； 4.货值金额不超过2000元； 5.危害后果轻微。	《直销管理条例》第十八条第一款　直销企业应当对拟招募的直销员进行业务培训和考试，考试合格后由直销企业颁发直销员证。未取得直销员证，任何人不得从事直销活动。 第四十五条　违反本条例规定，未取得直销员证从事直销活动的，由工商行政管理部门责令改正，没收直销产品和违法销售收入，可以处2万元以下的罚款；情节严重的，处2万元以上20万元以下的罚款。

52	公平竞争	参加传销没有直接或间接发展人员。	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.非明知为传销仍然参加，且在参加传销后没有参与实施软暴力等行为； 4.危害后果轻微。	《禁止传销条例》第七条　下列行为，属于传销行为： （一）组织者或者经营者通过发展人员，要求被发展人员发展其他人员加入，对发展的人员以其直接或者间接滚动发展的人员数量为依据计算和给付报酬（包括物质奖励和其他经济利益，下同），牟取非法利益的； （二）组织者或者经营者通过发展人员，要求被发展人员交纳费用或者以认购商品等方式变相交纳费用，取得加入或者发展其他人员加入的资格，牟取非法利益的； （三）组织者或者经营者通过发展人员，要求被发展人员发展其他人员加入，形成上下线关系，并以下线的销售业绩为依据计算和给付上线报酬，牟取非法利益的。 第二十四条第三款　有本条例第七条规定的行为，参加传销的，由工商行政管理部门责令停止违法行为，可以处2000元以下的罚款。
53	公平竞争	未遵守国家有关禁止、限制使用不可降解塑料袋等一次性塑料制品的规定	满足下列情形之一： 1.本项内条件需同时满足： （1）初次违法； （2）已主动将违法产品退回、销毁或者整改完毕； （3）危害后果轻微。 2.本项内条件需同时满足： （1）已主动将违法产品退回、销毁或者整改完毕； （2）未造成危害后果。	《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》第六十九条第一款　国家依法禁止、限制生产、销售和使用不可降解塑料袋等一次性塑料制品。 《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》第一百零六条　违反本法规定，未遵守国家有关禁止、限制使用不可降解塑料袋等一次性塑料制品的规定，或者未按照国家有关规定报告塑料袋等一次性塑料制品的使用情况的，由县级以上地方人民政府商务、邮政等主管部门责令改正，处一万元以上十万元以下的罚款。

54	公平竞争	商品零售场所采取打折或其他方式不按标示的价格向消费者销售塑料购物袋	满足下列情形之一： 1.本项内条件需同时满足： （1）初次违法； （2）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （3）危害后果轻微。 2.本项内条件需同时满足： （1）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （2）未造成危害后果。	《商品零售场所塑料购物袋有偿使用管理办法》第六条第（三）项　商品零售场所可自主制定塑料购物袋价格，但不得有下列行为： （三）采取打折或其他方式不按标示的价格向消费者销售塑料购物袋； 第十五条　商品零售场所的经营者、开办单位或出租单位违反本办法第六条有关竞争行为和第七条规定的，由工商行政管理部门责令改正，并可视情节处以10000元以下罚款。
55	公平竞争	商品零售场所向消费者无偿或变相无偿提供塑料购物袋	满足下列情形之一： 1.本项内条件需同时满足： （1）初次违法； （2）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （3）危害后果轻微。 2.本项内条件需同时满足： （1）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （2）未造成危害后果。	《商品零售场所塑料购物袋有偿使用管理办法》第六条第（四）项　商品零售场所可自主制定塑料购物袋价格，但不得有下列行为： （四）向消费者无偿或变相无偿提供塑料购物袋。 第十五条　商品零售场所的经营者、开办单位或出租单位违反本办法第六条有关竞争行为和第七条规定的，由工商行政管理部门责令改正，并可视情节处以10000元以下罚款。

56	公平竞争	商品零售场所未在销售凭证上单独列示消费者购买塑料购物袋的数量、单价和款项	满足下列情形之一： 1.本项内条件需同时满足： （1）初次违法； （2）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （3）危害后果轻微。 2.本项内条件需同时满足： （1）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （2）未造成危害后果。	《商品零售场所塑料购物袋有偿使用管理办法》第七条 商品零售场所应当在销售凭证上单独列示消费者购买塑料购物袋的数量、单价和款项。 以出租摊位形式经营的集贸市场对消费者开具销售凭证确有困难的除外。 第十五条 商品零售场所的经营者、开办单位或出租单位违反本办法第六条有关竞争行为和第七条规定的，由工商行政管理部门责令改正，并可视情节处以10000元以下罚款。
57	公平竞争	有奖销售公布的信息不全面	1.初次违法； 2.缺漏的信息不属于所设奖的种类、兑奖条件、奖金金额或者奖品等影响兑奖的信息； 3.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正。	《规范促销行为暂行规定》第十三条第一款 经营者在有奖销售前，应当明确公布奖项种类、参与条件、参与方式、开奖时间、开奖方式、奖金金额或者奖品价格、奖品品名、奖品种类、奖品数量或者中奖概率、兑奖时间、兑奖条件、兑奖方式、奖品交付方式、弃奖条件、主办方及其联系方式等信息，不得变更，不得附加条件，不得影响兑奖，但有利于消费者的除外。 《规范促销行为暂行规定》第二十七条 违反本规定第十三条第一款、第十四条、第十五条、第十六条、第十七条，由市场监督管理部门依据反不正当竞争法第二十二条的规定进行处罚。 《中华人民共和国反不正当竞争法（2025修订）》第二十七条 经营者违反本法第十一条规定进行有奖销售的，由监督检查部门责令停止违法行为，处五万元以上五十万元以下的罚款。

58	企业监管	市场主体未按照法律、行政法规规定的期限公示或者报送年度报告的	1.对仅有一次（自2021年度年报起计算），逾期未公示年度报告且未补报的（已补报的不计入次数统计）； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《中华人民共和国市场主体登记管理条例》第三十五条　市场主体应当按照国家有关规定公示年度报告和登记相关信息。 《中华人民共和国市场主体登记管理条例实施细则》第七十条　市场主体未按照法律、行政法规规定的期限公示或者报送年度报告的，由登记机关列入经营异常名录，可以处1万元以下的罚款。
59	企业监管	未经设立登记从事经营活动	1.违法行为的持续时间未超过六个月； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.未造成人身、财产损害等危害后果。	《中华人民共和国市场主体登记管理条例》第四十三条　未经设立登记从事经营活动的，由登记机关责令改正，没收违法所得；拒不改正的，处1万元以上10万元以下的罚款；情节严重的，依法责令关闭停业，并处10万元以上50万元以下的罚款。 《中华人民共和国市场主体登记管理条例实施细则》第六十八条 未经设立登记从事一般经营活动的，由登记机关责令改正，没收违法所得；拒不改正的，处1万元以上10万元以下的罚款；情节严重的，依法责令关闭停业，并处10万元以上50万元以下的罚款。
60	企业监管	明知属于无照经营而为经营者提供经营场所，或者提供运输、保管、仓储等条件	1.违法行为的持续时间未超过六个月； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.未造成人身、财产损害等危害后果。	《无证无照经营查处办法》第十四条　明知属于无照经营而为经营者提供经营场所，或者提供运输、保管、仓储等条件的，由工商行政管理部门责令停止违法行为，没收违法所得，可以处5000元以下的罚款。
61	企业监管	个人独资企业使用的名称与其在登记机关登记的名称不相符合	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《中华人民共和国个人独资企业法》第十一条　个人独资企业的名称应当与其责任形式及从事的营业相符合。 第三十四条　违反本法规定，个人独资企业使用的名称与其在登记机关登记的名称不相符合的，责令限期改正，处以二千元以下的罚款。

62	企业监管	未经登记机关依法核准登记并领取营业执照，以个人独资企业名义从事经营活动	1.初次违法且违法行为持续时间不超过30日； 2.立案调查前已申请设立登记并通过审核的； 3.危害后果轻微。	《中华人民共和国个人独资企业法》第十三条第二款 在领取个人独资企业营业执照前，投资人不得以个人独资企业名义从事经营活动。 《中华人民共和国个人独资企业法》第三十七条第一款 违反本法规定，未领取营业执照，以个人独资企业名义从事经营活动的，责令停止经营活动，处以三千元以下的罚款。
63	企业监管	合伙企业未在其名称中标明“普通合伙”、“特殊普通合伙”或者“有限合伙”字样	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《中华人民共和国合伙企业法》第十五条 合伙企业名称中应当标明“普通合伙”字样。 《中华人民共和国合伙企业法》第五十六条 特殊的普通合伙企业名称中应当标明“特殊普通合伙”字样。 《中华人民共和国合伙企业法》第六十二条 有限合伙企业名称中应当标明“有限合伙”字样。 《中华人民共和国合伙企业法》第九十四条 违反本法规定，合伙企业未在其名称中标明“普通合伙”、“特殊普通合伙”或者“有限合伙”字样的，由企业登记机关责令限期改正，处以二千元以上一万元以下的罚款。
64	企业监管	未领取营业执照，而以合伙企业或者合伙企业分支机构名义从事合伙业务	1.初次违法且违法行为持续时间不超过30日； 2.立案调查前已申请设立登记并通过审核的； 3.危害后果轻微。	《中华人民共和国合伙企业法》第十一条第二款 合伙企业领取营业执照前，合伙人不得以合伙企业名义从事合伙业务。 《中华人民共和国合伙企业法》第十二条 合伙企业设立分支机构，应当向分支机构所在地的企业登记机关申请登记，领取营业执照。 《中华人民共和国合伙企业法》第九十五条第一款 违反本法规定，未领取营业执照，而以合伙企业或者合伙企业分支机构名义从事合伙业务的，由企业登记机关责令停止，处以五千元以上五万元以下的罚款。

65	企业监管	公司未依照规定公示有关信息或者不如实公示有关信息	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《中华人民共和国公司法》第四十条　公司应当按照规定通过国家企业信用信息公示系统公示下列事项： （一）有限责任公司股东认缴和实缴的出资额、出资方式和出资日期，股份有限公司发起人认购的股份数； （二）有限责任公司股东、股份有限公司发起人的股权、股份变更信息； （三）行政许可取得、变更、注销等信息； （四）法律、行政法规规定的其他信息。 公司应当确保前款公示信息真实、准确、完整。 《中华人民共和国公司法》第二百五十一条　公司未依照本法第四十条规定公示有关信息或者不如实公示有关信息的，由公司登记机关责令改正，可以处以一万元以上五万元以下的罚款。情节严重的，处以五万元以上二十万元以下的罚款；对直接负责的主管人员和其他直接责任人员处以一万元以上十万元以下的罚款。
66	企业监管	未依法登记为有限责任公司或者股份有限公司，而冒用有限责任公司或者股份有限公司名义的，或者未依法登记为有限责任公司或者股份有限公司的分公司，而冒用有限责任公司或者股份有限公司的分公司名义	1.初次违法且违法行为持续时间不超过30日； 2.立案调查前已申请设立登记并通过审核的； 3.危害后果轻微。	《中华人民共和国公司法》第二十九条第一款　设立公司，应当依法向公司登记机关申请设立登记。 《中华人民共和国公司法》第三十八条　公司设立分公司，应当向公司登记机关申请登记，领取营业执照。 《中华人民共和国公司法》第二百五十九条　未依法登记为有限责任公司或者股份有限公司，而冒用有限责任公司或者股份有限公司名义的，或者未依法登记为有限责任公司或者股份有限公司的分公司，而冒用有限责任公司或者股份有限公司的分公司名义的，由公司登记机关责令改正或者予以取缔，可以并处十万元以下的罚款。

67	企业监管	外国公司违反规定，擅自在中华人民共和国境内设立分支机构的	1.初次违法且违法行为持续时间不超过30日； 2.立案调查前已申请设立登记并通过审核的； 3.危害后果轻微。	《中华人民共和国公司法》第二百四十四条　外国公司在中华人民共和国境内设立分支机构，应当向中国主管机关提出申请，并提交其公司章程、所属国的公司登记证书等有关文件，经批准后，向公司登记机关依法办理登记，领取营业执照。 外国公司分支机构的审批办法由国务院另行规定。 《中华人民共和国公司法》第二百六十一条　外国公司违反本法规定，擅自在中华人民共和国境内设立分支机构的，由公司登记机关责令改正或者关闭，可以并处五万元以上二十万元以下的罚款。
68	企业监管	企业公示信息隐瞒真实情况、弄虚作假	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《企业信息公示暂行条例》第三条 企业信息公示应当真实、及时。公示的企业信息涉及国家秘密、国家安全或者社会公共利益的，应当报请主管的保密行政管理部门或者国家安全机关批准。县级以上地方人民政府有关部门公示的企业信息涉及企业商业秘密或者个人隐私的，应当报请上级主管部门批准。 《企业信息公示暂行条例》第十一条 政府部门和企业分别对其公示信息的真实性、及时性负责。 《企业信息公示暂行条例》第十八条第二款 企业公示信息隐瞒真实情况、弄虚作假的，法律、行政法规有规定的，依照其规定；没有规定的，由市场监督管理部门责令改正，处1万元以上5万元以下罚款；情节严重的，处5万元以上20万元以下罚款，列入市场监督管理严重违法失信名单，并可以吊销营业执照。被列入市场监督管理严重违法失信名单的企业的法定代表人、负责人，3年内不得担任其他企业的法定代表人、负责人。
69	网络监管	电子商务经营者未按照《电子商务法》的规定亮照亮证亮标	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《中华人民共和国电子商务法》第十五条　电子商务经营者应当在其首页显著位置，持续公示营业执照信息、与其经营业务有关的行政许可信息、属于依照本法第十条规定的不需要办理市场主体登记情形等信息，或者上述信息的链接标识。 第七十六条 电子商务经营者违反本法规定，有下列行为之一的，由市场监督管理部门责令限期改正，可以处一万元以下的罚款，对其中的电子商务平台经营者，依照本法第八十一条第一款的规定处罚： （一）未在首页显著位置公示营业执照信息、行政许可信息、属于不需要办理市场主体登记情形等信息,或者上述信息的链接标识的；

70	网络监管	电子商务经营者自行终止从事电子商务，未按规定在首页显著位置持续公示有关信息	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《中华人民共和国电子商务法》第十六条　电子商务经营者自行终止从事电子商务的，应当提前三十日在首页显著位置持续公示有关信息。 第七十六条第一款第（二）项　电子商务经营者违反本法规定，有下列行为之一的，由市场监督管理部门责令限期改正，可以处一万元以下的罚款，对其中的电子商务平台经营者，依照本法第八十一条第一款的规定处罚： （二）未在首页显著位置持续公示终止电子商务的有关信息的；
71	网络监管	电子商务经营者未明示用户信息查询、更正、删除以及用户注销的方式、程序，或者对用户信息查询、更正、删除以及用户注销设置不合理条件	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《中华人民共和国电子商务法》第二十四条　电子商务经营者应当明示用户信息查询、更正、删除以及用户注销的方式、程序，不得对用户信息查询、更正、删除以及用户注销设置不合理条件。 电子商务经营者收到用户信息查询或者更正、删除的申请的，应当在核实身份后及时提供查询或者更正、删除用户信息。用户注销的，电子商务经营者应当立即删除该用户的信息；依照法律、行政法规的规定或者双方约定保存的，依照其规定。 第七十六条第一款第（三）项　电子商务经营者违反本法规定，有下列行为之一的，由市场监督管理部门责令限期改正，可以处一万元以下的罚款，对其中的电子商务平台经营者，依照本法第八十一条第一款的规定处罚： （三）未明示用户信息查询、更正、删除以及用户注销的方式、程序，或者对用户信息查询、更正、删除以及用户注销设置不合理条件的。
72	网络监管	电子商务平台经营者未在首页显著位置持续公示平台服务协议、交易规则信息或者上述信息的链接标识	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《中华人民共和国电子商务法》第三十三条　电子商务平台经营者应当在其首页显著位置持续公示平台服务协议和交易规则信息或者上述信息的链接标识，并保证经营者和消费者能够便利、完整地阅览和下载。 第八十一条第一款第（一）项　电子商务平台经营者违反本法规定，有下列行为之一的，由市场监督管理部门责令限期改正，可以处二万元以上十万元以下的罚款；情节严重的，处十万元以上五十万元以下的罚款： （一）未在首页显著位置持续公示平台服务协议、交易规则信息或者上述信息的链接标识的；

73	网络监管	修改交易规则未在首页显著位置公开征求意见，未按照规定的时间提前公示修改内容，或者阻止平台内经营者退出	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《中华人民共和国电子商务法》第三十四条　电子商务平台经营者修改平台服务协议和交易规则，应当在其首页显著位置公开征求意见，采取合理措施确保有关各方能够及时充分表达意见。修改内容应当至少在实施前七日予以公示。 平台内经营者不接受修改内容，要求退出平台的，电子商务平台经营者不得阻止，并按照修改前的服务协议和交易规则承担相关责任。 第八十一条第一款第（二）项　电子商务平台经营者违反本法规定，有下列行为之一的，由市场监督管理部门责令限期改正，可以处二万元以上十万元以下的罚款；情节严重的，处十万元以上五十万元以下的罚款： （二）修改交易规则未在首页显著位置公开征求意见，未按照规定的时间提前公示修改内容，或者阻止平台内经营者退出的；
74	网络监管	网络交易经营者未在其网站首页或者从事经营活动的主页面显著位置，持续公示经营者主体信息或者该信息的链接标识	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《网络交易监督管理办法》第十二条第一款　网络交易经营者应当在其网站首页或者从事经营活动的主页面显著位置，持续公示经营者主体信息或者该信息的链接标识。鼓励网络交易经营者链接到国家市场监督管理总局电子营业执照亮照系统，公示其营业执照信息。 第四十二条 网络交易经营者违反本办法第十二条、第二十三条　未履行法定信息公示义务的，依照《中华人民共和国电子商务法》第七十六条的规定进行处罚。对其中的网络交易平台经营者，依照《中华人民共和国电子商务法》第八十一条第一款的规定进行处罚。 《中华人民共和国电子商务法》七十六条第一款第（一）项　电子商务经营者违反本法规定，有下列行为之一的，由市场监督管理部门责令限期改正，可以处一万元以下的罚款，对其中的电子商务平台经营者，依照本法第八十一条第一款的规定处罚： （一）未在首页显著位置公示营业执照信息、行政许可信息、属于不需要办理市场主体登记情形等信息，或者上述信息的链接标识的； 第八十一条　电子商务平台经营者违反本法规定，有下列行为之一的，由市场监督管理部门责令限期改正，可以处二万元以上十万元以下的罚款；情节严重的，处十万元以上五十万元以下的罚款：

75	网络监管	已经办理市场主体登记的网络交易经营者未如实公示其营业执照信息以及与其经营业务有关的行政许可等信息，或者该信息的链接标识	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《网络交易监督管理办法》第十二条第二款　已经办理市场主体登记的网络交易经营者应当如实公示下列营业执照信息以及与其经营业务有关的行政许可等信息，或者该信息的链接标识： （一）企业应当公示其营业执照登载的统一社会信用代码、名称、企业类型、法定代表人（负责人）、住所、注册资本（出资额）等信息； （二）个体工商户应当公示其营业执照登载的统一社会信用代码、名称、经营者姓名、经营场所、组成形式等信息； （三）农民专业合作社、农民专业合作社联合社应当公示其营业执照登载的统一社会信用代码、名称、法定代表人、住所、成员出资总额等信息。 第四十二条 网络交易经营者违反本办法第十二条、第二十三条,未履行法定信息公示义务的,依照《中华人民共和国电子商务法》第七十六条的规定进行处罚。对其中的网络交易平台经营者,依照《中华人民共和国电子商务法》第八十一条第一款的规定进行处罚。 《中华人民共和国电子商务法》第七十六条　电子商务经营者违反本法规定，有下列行为之一的，由市场监督管理部门责令限期改正，可以处一万元以下的罚款，对其中的电子商务平台经营者，依照本法第八十一条第一款的规定处罚：…… 电子商务平台经营者对违反前款规定的平台内经营者未采取必要措施的，由市场监督管理部门责令限期改正，可以处二万元以上十万元以下的罚款。 第八十一条　电子商务平台经营者违反本法规定，有下列行为之一的，由市场监督管理部门责令限期改正，可以处二万元以上十万元以下的罚款；情节严重的，处十万元以上五十万元以下的罚款：

76	网络监管	不需要进行登记的网络交易平台内经营者未根据自身实际经营活动类型，如实公示相关自我声明以及实际经营地址、联系方式等信息，或者该信息的链接标识	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《网络交易监督管理办法》第十二条第三款　依照《中华人民共和国电子商务法》第十条规定不需要进行登记的经营者应当根据自身实际经营活动类型，如实公示以下自我声明以及实际经营地址、联系方式等信息，或者该信息的链接标识： （一）“个人销售自产农副产品，依法不需要办理市场主体登记”； （二）“个人销售家庭手工业产品，依法不需要办理市场主体登记”； （三）“个人利用自己的技能从事依法无须取得许可的便民劳务活动，依法不需要办理市场主体登记”； （四）“个人从事零星小额交易活动，依法不需要办理市场主体登记”。 第四十二条　网络交易经营者违反本办法第十二条、第二十三条，未履行法定信息公示义务的，依照《中华人民共和国电子商务法》第七十六条的规定进行处罚。对其中的网络交易平台经营者，依照《中华人民共和国电子商务法》第八十一条第一款的规定进行处罚。 《中华人民共和国电子商务法》第七十六条　电子商务经营者违反本法规定，有下列行为之一的，由市场监督管理部门责令限期改正，可以处一万元以下的罚款，对其中的电子商务平台经营者，依照本法第八十一条第一款的规定处罚：…… 电子商务平台经营者对违反前款规定的平台内经营者未采取必要措施的，由市场监督管理部门责令限期改正，可以处二万元以上十万元以下的罚款。 第八十一条　电子商务平台经营者违反本法规定，有下列行为之一的，由市场监督管理部门责令限期改正，可以处二万元以上十万元以下的罚款；情节严重的，处十万元以上五十万元以下的罚款：

77	网络监管	网络交易经营者公示的信息发生变更，未在十个工作日内完成更新公示	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《网络交易监督管理办法》第十二条第四款　网络交易经营者公示的信息发生变更的，应当在十个工作日内完成更新公示。 第四十二条　网络交易经营者违反本办法第十二条、第二十三条，未履行法定信息公示义务的，依照《中华人民共和国电子商务法》第七十六条的规定进行处罚。 《中华人民共和国电子商务法》第七十六条　电子商务经营者违反本法规定，有下列行为之一的，由市场监督管理部门责令限期改正，可以处一万元以下的罚款，对其中的电子商务平台经营者，依照本法第八十一条第一款的规定处罚： （一）未在首页显著位置公示营业执照信息、行政许可信息、属于不需要办理市场主体登记情形等信息，或者上述信息的链接标识的； （二）未在首页显著位置持续公示终止电子商务的有关信息的； （三）未明示用户信息查询、更正、删除以及用户注销的方式、程序，或者对用户信息查询、更正、删除以及用户注销设置不合理条件的。 电子商务平台经营者对违反前款规定的平台内经营者未采取必要措施的，由市场监督管理部门责令限期改正，可以处二万元以上十万元以下的罚款。 《中华人民共和国电子商务法》第八十一条第一款第（一）项　电子商务平台经营者违反本法规定，有下列行为之一的，由市场监督管理部门责令限期改正，可以处二万元以上十万元以下的罚款；情节严重的，处十万元以上五十万元以下的罚款： （一）未在首页显著位置持续公示平台服务协议、交易规则信息或者上述信息的链接标识的；

78	网络监管	网络交易平台经营者公示的信息发生变更的，未在十个工作日内完成更新公示	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《网络交易监督管理办法》第十二条第四款　网络交易经营者公示的信息发生变更的，应当在十个工作日内完成更新公示。 第四十二条　网络交易经营者违反本办法第十二条、第二十三条，未履行法定信息公示义务的，依照《中华人民共和国电子商务法》第七十六条的规定进行处罚。对其中的网络交易平台经营者，依照《中华人民共和国电子商务法》第八十一条第一款的规定进行处罚。 《中华人民共和国电子商务法》第七十六条　电子商务经营者违反本法规定，有下列行为之一的，由市场监督管理部门责令限期改正，可以处一万元以下的罚款，对其中的电子商务平台经营者，依照本法第八十一条第一款的规定处罚：…… 电子商务平台经营者对违反前款规定的平台内经营者未采取必要措施的，由市场监督管理部门责令限期改正，可以处二万元以上十万元以下的罚款。 第八十一条第一款第（一）项　电子商务平台经营者违反本法规定，有下列行为之一的，由市场监督管理部门责令限期改正，可以处二万元以上十万元以下的罚款；情节严重的，处十万元以上五十万元以下的罚款：（一）未在首页显著位置持续公示平台服务协议、交易规则信息或者上述信息的链接标识的；

79	网络监管	网络交易经营者自行终止从事网络交易活动的，未提前三十日在其网站首页或者从事经营活动的主页面显著位置，持续公示终止网络交易活动公告等有关信息，并采取合理、必要、及时的措施保障消费者和相关经营者的合法权益	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《网络交易监督管理办法》第二十三条　网络交易经营者自行终止从事网络交易活动的，应当提前三十日在其网站首页或者从事经营活动的主页面显著位置，持续公示终止网络交易活动公告等有关信息，并采取合理、必要、及时的措施保障消费者和相关经营者的合法权益。 第四十二条　网络交易经营者违反本办法第十二条、第二十三条，未履行法定信息公示义务的，依照《中华人民共和国电子商务法》第七十六条的规定进行处罚。对其中的网络交易平台经营者，依照《中华人民共和国电子商务法》第八十一条第一款的规定进行处罚。 《中华人民共和国电子商务法》第七十六条第一款第（二）项 电子商务经营者违反本法规定，有下列行为之一的，由市场监督管理部门责令限期改正，可以处一万元以下的罚款，对其中的电子商务平台经营者，依照本法第八十一条第一款的规定处罚： （二）未在首页显著位置持续公示终止电子商务的有关信息的； 第八十一条第一款第（一）项、第（二）项　电子商务平台经营者违反本法规定，有下列行为之一的，由市场监督管理部门责令限期改正，可以处二万元以上十万元以下的罚款；情节严重的，处十万元以上五十万元以下的罚款： （一）未在首页显著位置持续公示平台服务协议、交易规则信息或者上述信息的链接标识的； （二）修改交易规则未在首页显著位置公开征求意见，未按照规定的时间提前公示修改内容，或者阻止平台内经营者退出的；

80	网络监管	网络交易平台经营者发现平台内的商品或者服务信息有违反市场监督管理法律、法规、规章，损害国家利益和社会公共利益，违背公序良俗的，未依法采取必要的处置措施，保存有关记录，并向平台住所地县级以上市场监督管理部门报告的行为	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《网络交易监督管理办法》第二十九条　网络交易平台经营者应当对平台内经营者及其发布的商品或者服务信息建立检查监控制度。网络交易平台经营者发现平台内的商品或者服务信息有违反市场监督管理法律、法规、规章,损害国家利益和社会公共利益,违背公序良俗的,应当依法采取必要的处置措施,保存有关记录,并向平台住所地县级以上市场监督管理部门报告。 第四十九条　网络交易平台经营者违反本办法第二十九条,法律、行政法规有规定的,依照其规定;法律、行政法规没有规定的,由市场监督管理部门依职责责令限期改正，可以处一万元以上三万元以下罚款。

81	食品安全	经营不符合规定的食用农产品	符合下列情形之一： 1.通过清洗、挑拣等方式，能够有效剔除不可食用部分，保证食用安全的食用农产品，像果蔬类食用农产品带泥、带沙、带虫、部分枯萎，以及可拣选的水产品带水、带泥、带沙等，不属于食品安全法第三十四条第（六）项规定的腐败变质、霉变生虫、污秽不洁、混有异物、掺假掺杂或者感官性状异常等情形。 2.本项内条件需同时满足： （1）自然年度内不超过三次（含）； （2）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （3）食品经营企业履行进货查验记录义务； （4）涉案产品数量少，没有造成实际危害后果。	《中华人民共和国食品安全法》第三十四条第（六）项　禁止生产经营下列食品、食品添加剂、食品相关产品： （六）腐败变质、油脂酸败、霉变生虫、污秽不洁、混有异物、掺假掺杂或者感官性状异常的食品、食品添加剂； 第一百二十四条　违反本法规定，有下列情形之一，尚不构成犯罪的，由县级以上人民政府食品安全监督管理部门没收违法所得和违法生产经营的食品、食品添加剂，并可以没收用于违法生产经营的工具、设备、原料等物品；违法生产经营的食品、食品添加剂货值金额不足一万元的，并处五万元以上十万元以下罚款；货值金额一万元以上的，并处货值金额十倍以上二十倍以下罚款；情节严重的，吊销许可证： （四）生产经营腐败变质、油脂酸败、霉变生虫、污秽不洁、混有异物、掺假掺杂或者感官性状异常的食品、食品添加剂； 《食用农产品市场销售质量安全监督管理办法》　第十五条第二款　可拣选的果蔬类食用农产品带泥、带沙、带虫、部分枯萎，以及可拣选的水产品带水、带泥、带沙等，不属于食品安全法第三十四条第六项规定的腐败变质、霉变生虫、污秽不洁、混有异物、掺假掺杂或者感官性状异常等情形。

82	食品安全	生产经营混有异物的食品	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《中华人民共和国食品安全法》第三十四条第（六）项　禁止生产经营下列食品、食品添加剂、食品相关产品： （六）腐败变质、油脂酸败、霉变生虫、污秽不洁、混有异物、掺假掺杂或者感官性状异常的食品、食品添加剂； 第一百二十四条　违反本法规定，有下列情形之一，尚不构成犯罪的，由县级以上人民政府食品安全监督管理部门没收违法所得和违法生产经营的食品、食品添加剂，并可以没收用于违法生产经营的工具、设备、原料等物品；违法生产经营的食品、食品添加剂货值金额不足一万元的，并处五万元以上十万元以下罚款；货值金额一万元以上的，并处货值金额十倍以上二十倍以下罚款；情节严重的，吊销许可证： （四）生产经营腐败变质、油脂酸败、霉变生虫、污秽不洁、混有异物、掺假掺杂或者感官性状异常的食品、食品添加剂；
83	食品安全	食品销售者销售混有异物的预包装食品及带非定量包装的散装食品	1.食品销售者履行了《中华人民共和国食品安全法》规定的进货查验等义务； 2.有充分证据证明其不知道所采购的食品混有异物； 3.能如实说明其进货来源。	《中华人民共和国食品安全法》第三十四条第（六）项　禁止生产经营下列食品、食品添加剂、食品相关产品：（六）腐败变质、油脂酸败、霉变生虫、污秽不洁、混有异物、掺假掺杂或者感官性状异常的食品、食品添加剂； 第一百二十四条第一款第（四）项　违反本法规定，有下列情形之一，尚不构成犯罪的，由县级以上人民政府食品安全监督管理部门没收违法所得和违法生产经营的食品、食品添加剂，并可以没收用于违法生产经营的工具、设备、原料等物品；违法生产经营的食品、食品添加剂货值金额不足一万元的，并处五万元以上十万元以下罚款；货值金额一万元以上的，并处货值金额十倍以上二十倍以下罚款；情节严重的，吊销许可证：（四）生产经营腐败变质、油脂酸败、霉变生虫、污秽不洁、混有异物、掺假掺杂或者感官性状异常的食品、食品添加剂；

84	食品安全	经营超过保质期的食品、食品添加剂	1.食品包装没有破损、感官性状没有异常； 2.单次货值金额不超过500元，或者案涉食品不超过1件（1个最小销售单元为1件），又或者属于豁免标注保质期的产品，且有证据证明产品合格。 3.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 4.未发生食品安全事故。	《中华人民共和国食品安全法》第三十四条第（十）项　禁止生产经营下列食品、食品添加剂、食品相关产品： （十）标注虚假生产日期、保质期或者超过保质期的食品、食品添加剂； 《中华人民共和国食品安全法》第一百二十四条第一款第（五）项　违反本法规定，有下列情形之一，尚不构成犯罪的，由县级以上人民政府食品安全监督管理部门没收违法所得和违法生产经营的食品、食品添加剂，并可以没收用于违法生产经营的工具、设备、原料等物品；违法生产经营的食品、食品添加剂货值金额不足一万元的，并处五万元以上十万元以下罚款；货值金额一万元以上的，并处货值金额十倍以上二十倍以下罚款；情节严重的，吊销许可证： （五）生产经营标注虚假生产日期、保质期或者超过保质期的食品、食品添加剂； 《北京市小规模食品生产经营管理规定》第十三条第（九）项　小规模食品生产经营者不得有下列生产经营行为： （九）标注虚假生产日期、保质期或者销售超过保质期的食品； 《北京市小规模食品生产经营管理规定》第二十六条　小规模食品生产经营者违反本规定第十三条第六项至第十一项，第十七条第七项、第八项，第十九条第五项，第二十条第二项规定，尚不构成犯罪的，由市场监督管理部门或者城管执法部门没收违法所得和违法生产经营的食品，并可以没收用于违法生产经营的工具、设备、原料等物品；对小作坊、小餐饮店、小食杂店并处5000元以上5万元以下罚款，对食品摊贩并处5000元以上1万元以下罚款；情节严重的，由原许可部门吊销许可证。

85	食品安全	食品生产经营者未经许可从事食品生产经营活动	1.违法经营的食品不属于婴幼儿、孕妇、病人等高风险人群专用的。 2.违法经营的食品不存在诸如含有有毒有害成分等危害人体健康的高风险问题的。 3.其中违法行为持续时间未超过六个月的，可以不予行政处罚；六个月以上未超过一年的，可以减轻行政处罚； 4.初次违法； 5.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 6.危害后果轻微。	《中华人民共和国食品安全法》第一百二十二条第一款　违反本法规定，未取得食品生产经营许可从事食品生产经营活动，或者未取得食品添加剂生产许可从事食品添加剂生产活动的，由县级以上人民政府食品安全监督管理部门没收违法所得和违法生产经营的食品、食品添加剂以及用于违法生产经营的工具、设备、原料等物品；违法生产经营的食品、食品添加剂货值金额不足一万元的，并处五万元以上十万元以下罚款；货值金额一万元以上的，并处货值金额十倍以上二十倍以下罚款。 《食品经营许可和备案管理办法》第五十二条第一款　未取得食品经营许可从事食品经营活动的，由县级以上地方市场监督管理部门依照《中华人民共和国食品安全法》第一百二十二条的规定给予处罚。 《北京市小规模食品生产经营管理规定》第二十二条　小作坊违反本规定第九条第二款规定、小餐饮店违反本规定第十条规定，未取得许可从事食品生产经营活动的，由市场监督管理部门没收违法所得和违法生产经营的食品以及违法生产经营的工具、设备、原料等物品，并处5000元以上5万元以下罚款；情节严重的，并处5万元以上10万元以下罚款。
86	食品安全	按照传统饮食习惯，在餐饮服务环节，经营者经营的食品中添加非食品中药材	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《中华人民共和国食品安全法》第三十八条　生产经营的食品中不得添加药品，但是可以添加按照传统既是食品又是中药材的物质。按照传统既是食品又是中药材的物质目录由国务院卫生行政部门会同国务院食品安全监督管理部门制定、公布。 第一百二十三条第一款第（六）项　违反本法规定，有下列情形之一，尚不构成犯罪的，由县级以上人民政府食品安全监督管理部门没收违法所得和违法生产经营的食品，并可以没收用于违法生产经营的工具、设备、原料等物品；违法生产经营的食品货值金额不足一万元的，并处十万元以上十五万元以下罚款；货值金额一万元以上的，并处货值金额十五倍以上三十倍以下罚款；情节严重的，吊销许可证，并可以由公安机关对其直接负责的主管人员和其他直接责任人员处五日以上十五日以下拘留： （六）生产经营添加药品的食品。

87	食品安全	经营标签不符合规定的预包装食品	1.自然年度内不超过三次（含）； 2.主动改正，或在行政机关责令改正的期限内改正； 3.不属于同一食品再次发生违法行为情形； 4.食品经营者履行了进货查验、索证索票义务，且对标签内容进行了审查的； 5.未发生食品安全事故。	《中华人民共和国食品安全法》第六十七条第一款第（九）项　预包装食品的包装上应当有标签。标签应当标明下列事项： （九）法律、法规或者食品安全标准规定应当标明的其他事项。 第一百二十五条第一款第（二）项　违反本法规定，有下列情形之一的，由县级以上人民政府食品安全监督管理部门没收违法所得和违法生产经营的食品、食品添加剂，并可以没收用于违法生产经营的工具、设备、原料等物品；违法生产经营的食品、食品添加剂货值金额不足一万元的，并处五千元以上五万元以下罚款；货值金额一万元以上的，并处货值金额五倍以上十倍以下罚款；情节严重的，责令停产停业，直至吊销许可证： （二）生产经营无标签的预包装食品、食品添加剂或者标签、说明书不符合本法规定的食品、食品添加剂；
88	食品安全	销售不符合国家推荐性标准、行业标准的食品	1.食品标识的执行标准为国家推荐性标准或行业标准的，经检验不符合该执行标准（有食品安全标准的，应当符合食品安全标准）； 2.建立并执行了进货检查验收制度； 3.货值金额较小； 4.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 5.未造成危害后果。	《中华人民共和国产品质量法》第十三条　可能危及人体健康和人身、财产安全的工业产品，必须符合保障人体健康和人身、财产安全的国家标准、行业标准；未制定国家标准、行业标准的，必须符合保障人体健康和人身、财产安全的要求。 禁止生产、销售不符合保障人体健康和人身、财产安全的标准和要求的工业产品。具体管理办法由国务院规定。 第四十九条　生产、销售不符合保障人体健康和人身、财产安全的国家标准、行业标准的产品的，责令停止生产、销售，没收违法生产、销售的产品，并处违法生产、销售产品（包括已售出和未售出的产品，下同）货值金额等值以上三倍以下的罚款；有违法所得的，并处没收违法所得；情节严重的，吊销营业执照；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

89	食品安全	经营标签含有虚假内容的预包装食品（特殊食品标签上应当有批准文号，经营者应当查验是否与公开的标签说明书样稿一致。）	1.自然年度内不超过三次（含）； 2.主动改正，或在行政机关责令改正的期限内改正； 3.不属于同一食品再次发生违法行为情形； 4.食品经营者履行了进货查验、索证索票义务，且对标签内容进行了审查的； 5.没有造成实际危害后果。	《中华人民共和国食品安全法》第七十一条第一款　食品和食品添加剂的标签、说明书，不得含有虚假内容，不得涉及疾病预防、治疗功能。生产经营者对其提供的标签、说明书的内容负责。 第一百二十五条第一款第（二）项　违反本法规定，有下列情形之一的，由县级以上人民政府食品安全监督管理部门没收违法所得和违法生产经营的食品、食品添加剂，并可以没收用于违法生产经营的工具、设备、原料等物品；违法生产经营的食品、食品添加剂货值金额不足一万元的，并处五千元以上五万元以下罚款；货值金额一万元以上的，并处货值金额五倍以上十倍以下罚款；情节严重的，责令停产停业，直至吊销许可证： （二）生产经营无标签的预包装食品、食品添加剂或者标签、说明书不符合本法规定的食品、食品添加剂；
90	食品安全	经营标签不符合规定的进口预包装食品	1.自然年度内不超过三次（含）； 2.主动改正，或在行政机关责令改正的期限内改正； 3.不属于同一食品再次发生违法行为情形； 4.食品经营者履行了进货查验、索证索票义务，且对标签内容进行了审查的； 5.没有造成实际危害后果。	《中华人民共和国食品安全法》第九十七条　进口的预包装食品、食品添加剂应当有中文标签；依法应当有说明书的，还应当有中文说明书。标签、说明书应当符合本法以及我国其他有关法律、行政法规的规定和食品安全国家标准的要求，并载明食品的原产地以及境内代理商的名称、地址、联系方式。预包装食品没有中文标签、中文说明书或者标签、说明书不符合本条规定的，不得进口。 第一百二十五条第一款第（二）项　违反本法规定，有下列情形之一的，由县级以上人民政府食品安全监督管理部门没收违法所得和违法生产经营的食品、食品添加剂，并可以没收用于违法生产经营的工具、设备、原料等物品；违法生产经营的食品、食品添加剂货值金额不足一万元的，并处五千元以上五万元以下罚款；货值金额一万元以上的，并处货值金额五倍以上十倍以下罚款；情节严重的，责令停产停业，直至吊销许可证： （二）生产经营无标签的预包装食品、食品添加剂或者标签、说明书不符合本法规定的食品、食品添加剂；

91	食品安全	采购或者使用不符合食品安全标准的食品原料、食品添加剂、食品相关产品	1.初次违法； 2.属于食品餐饮环节； 3.采购或者使用的食品属于食用农产品； 4.不合格项目不属于农业农村部《禁限用农药名录》和第250号公告《食品动物中禁止使用的药品及其他化合物清单》中规定的禁用农兽药； 5.能如实说明进货来源； 6.主动改正，或在行政机关责令改正的期限内改正； 7.危害后果轻微。	《中华人民共和国食品安全法》第五十五条第一款 餐饮服务提供者应当制定并实施原料控制要求，不得采购不符合食品安全标准的食品原料。倡导餐饮服务提供者公开加工过程，公示食品原料及其来源等信息 第一百二十五条第一款第（四）项 违反本法规定，有下列情形之一的，由县级以上人民政府食品安全监督管理部门没收违法所得和违法生产经营的食品、食品添加剂，并可以没收用于违法生产经营的工具、设备、原料等物品；违法生产经营的食品、食品添加剂货值金额不足一万元的，并处五千元以上五万元以下罚款；货值金额一万元以上的，并处货值金额五倍以上十倍以下罚款；情节严重的，责令停产停业，直至吊销许可证： （四）食品生产经营者采购或者使用不符合食品安全标准的食品原料、食品添加剂、食品相关产品。
92	食品安全	生产不符合食品安全标准的食品相关产品	1.生产的食品相关产品的标识仅缺少对相关法规及标准的符合性声明，或者声明内容不完整的； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.未造成危害后果。	《中华人民共和国食品安全法》第四十一条 生产食品相关产品应当符合法律、法规和食品安全国家标准。对直接接触食品的包装材料等具有较高风险的食品相关产品，按照国家有关工业产品生产许可证管理的规定实施生产许可。食品安全监督管理部门应当加强对食品相关产品生产活动的监督管理。 第一百二十四条第一款、第三款 违反本法规定，有下列情形之一，尚不构成犯罪的，由县级以上人民政府食品安全监督管理部门没收违法所得和违法生产经营的食品、食品添加剂，并可以没收用于违法生产经营的工具、设备、原料等物品；违法生产经营的食品、食品添加剂货值金额不足一万元的，并处五万元以上十万元以下罚款；货值金额一万元以上的，并处货值金额十倍以上二十倍以下罚款；情节严重的，吊销许可证。 生产食品相关产品新品种，未通过安全性评估，或者生产不符合食品安全标准的食品相关产品的，由县级以上人民政府食品安全监督管理部门依照第一款规定给予处罚。

93	食品安全	生产经营其他不符合法律、法规或者食品安全标准的食品、食品添加剂	1.违法经营的食品、食品添加剂不属于婴幼儿、孕妇、病人等高风险人群专用的。 2.违法经营的食品、食品添加剂不存在诸如含有有毒有害成分等高风险问题的。 3.其中违法行为持续时间未超过六个月的，可以不予行政处罚；六个月以上未超过一年的，可以减轻行政处罚； 4.初次违法； 5.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 6.危害后果轻微。	《中华人民共和国食品安全法》第一百二十四条第二款　除前款和本法第一百二十三条、第一百二十五条规定的情形外，生产经营不符合法律、法规或者食品安全标准的食品、食品添加剂的，依照前款规定给予处罚。 第一百二十四条第一款　违反本法规定，有下列情形之一，尚不构成犯罪的，由县级以上人民政府食品安全监督管理部门没收违法所得和违法生产经营的食品、食品添加剂，并可以没收用于违法生产经营的工具、设备、原料等物品；违法生产经营的食品、食品添加剂货值金额不足一万元的，并处五万元以上十万元以下罚款；货值金额一万元以上的，并处货值金额十倍以上二十倍以下罚款；情节严重的，吊销许可证。
94	食品安全	食品生产经营者未按规定制定、实施生产经营过程控制要求	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.未发生食品安全事故。	《中华人民共和国食品安全法》第一百二十六条第一款第（十三）项　违反本法规定，有下列情形之一的，由县级以上人民政府食品安全监督管理部门责令改正，给予警告；拒不改正的，处五千元以上五万元以下罚款；情节严重的，责令停产停业，直至吊销许可证： （十三）食品生产企业、餐饮服务提供者未按规定制定、实施生产经营过程控制要求。

95	食品安全	对保健食品之外的其他食品，声称具有保健功能	1.其声称属实； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.未造成危害后果。	《中华人民共和国食品安全法实施条例》第三十八条第一款　对保健食品之外的其他食品，不得声称具有保健功能。 第六十八条第（二）项　有下列情形之一的，依照食品安全法第一百二十五条第一款、本条例第七十五条的规定给予处罚： （二）生产经营的保健食品之外的食品的标签、说明书声称具有保健功能； 第七十五条　食品生产经营企业等单位有食品安全法规定的违法情形，除依照食品安全法的规定给予处罚外，有下列情形之一的，对单位的法定代表人、主要负责人、直接负责的主管人员和其他直接责任人员处以其上一年度从本单位取得收入的1倍以上10倍以下罚款： （一）故意实施违法行为； （二）违法行为性质恶劣； （三）违法行为造成严重后果。 属于食品安全法第一百二十五条第二款规定情形的，不适用前款规定。 《中华人民共和国食品安全法》第一百二十五条第一款　违反本法规定，有下列情形之一的，由县级以上人民政府食品安全监督管理部门没收违法所得和违法生产经营的食品、食品添加剂，并可以没收用于违法生产经营的工具、设备、原料等物品；违法生产经营的食品、食品添加剂货值金额不足一万元的，并处五千元以上五万元以下罚款；货值金额一万元以上的，并处货值金额五倍以上十倍以下罚款；情节严重的，责令停产停业，直至吊销许可证。

96	食品安全	食品生产经营者未按照规定对变质、超过保质期或者回收的食品进行标示或者存放，或者未及时对上述食品采取无害化处理、销毁等措施并如实记录	1.初次违法； 2.未实际销售； 3.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 4.危害后果轻微。	《中华人民共和国食品安全法实施条例》第六十九条　有下列情形之一的，依照食品安全法第一百二十六条第一款、本条例第七十五条的规定给予处罚： （三）食品生产经营者未按照规定对变质、超过保质期或者回收的食品进行标示或者存放，或者未及时对上述食品采取无害化处理、销毁等措施并如实记录。 第七十五条　食品生产经营企业等单位有食品安全法规定的违法情形，除依照食品安全法的规定给予处罚外，有下列情形之一的，对单位的法定代表人、主要负责人、直接负责的主管人员和其他直接责任人员处以其上一年度从本单位取得收入的1倍以上10倍以下罚款： （一）故意实施违法行为； （二）违法行为性质恶劣； （三）违法行为造成严重后果。 属于食品安全法第一百二十五条第二款规定情形的，不适用前款规定。

97	食品安全	食品销售经营者未按规定申请变更食品经营许可证载明的许可事项	满足下列情形之一： 1.本项内条件需同时满足： （1）初次违法； （2）食品经营场所面积小于200平方米、非连锁经营； （3）违法行为持续时间未超过六个月的，可以不予行政处罚；六个月以上不超过一年的，可以减轻行政处罚； （4）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （5）没有造成或无证据证明造成公民生命健康安全的危害后果，不存在违反《中华人民共和国食品安全法》第三十四条的情形。 2.本项内条件需同时满足： （1）已经具备经营活动所需的许可条件； （2）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （3）没有造成或无证据证明造成公民生命健康安全的危害后果，不存在违反《中华人民共和国食品安全法》第三十四条的情形。 3.增加经营项目类型，但增加的经营项目所需的经营条件被已经取得许可的经营项目涵盖的。	《食品经营许可和备案管理办法》第五十二条第三款　食品经营许可证载明的主体业态、经营项目等许可事项发生变化，食品经营者未按照规定申请变更的，由县级以上地方市场监督管理部门依照《中华人民共和国食品安全法》第一百二十二条的规定给予处罚。但是，有下列情形之一，依照《中华人民共和国行政处罚法》第三十二条、第三十三条的规定从轻、减轻或者不予行政处罚： （一）主体业态、经营项目发生变化，但食品安全风险等级未升高的； （二）增加经营项目类型，但增加的经营项目所需的经营条件被已经取得许可的经营项目涵盖的； （三）违法行为轻微，未对消费者人身健康和生命安全等造成危害后果的； （四）法律、法规、规章规定的其他情形。 《中华人民共和国食品安全法》第一百二十二条第一款　违反本法规定，未取得食品生产经营许可从事食品生产经营活动，或者未取得食品添加剂生产许可从事食品添加剂生产活动的，由县级以上人民政府食品安全监督管理部门没收违法所得和违法生产经营的食品、食品添加剂以及用于违法生产经营的工具、设备、原料等物品；违法生产经营的食品、食品添加剂货值金额不足一万元的，并处五万元以上十万元以下罚款；货值金额一万元以上的，并处货值金额十倍以上二十倍以下罚款。

98	食品安全	餐饮服务经营者未主动对消费者进行防止食品浪费提示提醒的	1.自然年度内不超过三次（含）； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.未造成危害后果。	《中华人民共和国反食品浪费法》第七条第一款第（二）项　餐饮服务经营者应当采取下列措施，防止食品浪费： （二）主动对消费者进行防止食品浪费提示提醒，在醒目位置张贴或者摆放反食品浪费标识，或者由服务人员提示说明，引导消费者按需适量点餐。 第二十八条第一款　违反本法规定，餐饮服务经营者未主动对消费者进行防止食品浪费提示提醒的，由县级以上地方人民政府市场监督管理部门或者县级以上地方人民政府指定的部门责令改正，给予警告。
99	食品安全	网络食品交易第三方平台提供者、通过自建网站交易的食品生产经营者未按照规定履行备案义务	1.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 2.未造成危害后果。	《网络食品安全违法行为查处办法》第八条第一款、第二款 网络食品交易第三方平台提供者应当在通信主管部门批准后30个工作日内，向所在地省级市场监督管理部门备案，取得备案号。 通过自建网站交易的食品生产经营者应当在通信主管部门批准后30个工作日内，向所在地市、县级市场监督管理部门备案，取得备案号。 第二十九条　违反本办法第八条规定，网络食品交易第三方平台提供者和通过自建网站交易的食品生产经营者未履行相应备案义务的，由县级以上地方市场监督管理部门责令改正，给予警告；拒不改正的，处5000元以上3万元以下罚款。
100	食品安全	网络食品交易第三方平台提供者和通过自建网站交易的食品生产经营者不具备数据备份、故障恢复等技术条件，不能保障网络食品交易数据和资料的可靠性与安全性	1.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 2.未造成危害后果。	《网络食品安全违法行为查处办法》第九条　网络食品交易第三方平台提供者和通过自建网站交易的食品生产经营者应当具备数据备份、故障恢复等技术条件，保障网络食品交易数据和资料的可靠性与安全性。 第三十条　违反本办法第九条规定，网络食品交易第三方平台提供者和通过自建网站交易的食品生产经营者不具备数据备份、故障恢复等技术条件，不能保障网络食品交易数据和资料的可靠性与安全性的，由县级以上地方市场监督管理部门责令改正，给予警告；拒不改正的，处3万元罚款。

101	食品安全	网络食品交易第三方平台提供者未按要求建立入网食品生产经营者审查登记、食品安全自查、食品安全违法行 为制止及报告、严重违法行为平台服务停止、食品安全 投诉举报处理等制度的或者未公开以上制度的	1.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 2.未造成危害后果。	《网络食品安全违法行为查处办法》第十条 网络食品交易第三方平台提供者应当建立入网食品生产经营者审查登记、食品安全自查、食品安全违法行为制止及报告、严重违法行为平台服务停止、食品安全投诉举报处理等制度，并在网络平台上公开。 第三十一条 违反本办法第十条规定，网络食品交易第三方平台提供者未按要求建立入网食品生产经营者审查登记、食品安全自查、食品安全违法行为制止及报告、严重违法行为平台服务停止、食品安全投诉举报处理等制度的或者未公开以上制度的，由县级以上市场监督管理部门责令改正，给予警告；拒不改正的，处 5000 元以上 3 万元以下罚款。
102	食品安全	网络食品交易第三方平台提供者未建立入网食品生产经营者档案、记录入网食品生产经营者相关信息	1.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 2.未造成危害后果。	《网络食品安全违法行为查处办法》第十二条 网络食品交易第三方平台提供者应当建立入网食品生产经营者档案，记录入网食品生产经营者的基本情况、食品安全管理人员等信息。 第三十三条 违反本办法第十二条规定，网络食品交易第三方平台提供者未建立入网食品生产经营者档案、记录入网食品生产经营者相关信息的，由县级以上地方市场监督管理部门责令改正，给予警告；拒不改正的，处 5000 元以上 3 万元以下罚款。
103	食品安全	网络食品交易第三方平台提供者未按要求记录、保存食品交易信息的	1.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 2.未造成危害后果。	《网络食品安全违法行为查处办法》第十三条 网络食品交易第三方平台提供者和通过自建网站交易食品的生产经营者应当记录、保存食品交易信息，保存时间不得少于产品保质期满后 6 个 月；没有明确保质期的，保存时间不得少于 2 年。 第三十四条 违反本办法第十三条规定，网络食品交易第三方平 台提供者未按要求记录、保存食品交易信息的，由县级以上地方市场监督管理部门责令改正，给予警告；拒不改正的，处 5000 元以上 3 万元以下罚款。

104	食品安全	网络食品交易第三方平台提供者未设置专门的网络食品安全管理机构或者指定专职食品安全管理人员对平台上的食品安全经营行为及信息进行检查	1.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 2.未造成危害后果。	《网络食品安全违法行为查处办法》第十四条第一款　网络食品交易第三方平台提供者应当设置专门的网络食品安全管理机构或者指定专职食品安全管理人员，对平台上的食品经营行为及信息进行检查。 第三十五条　违反本办法第十四条规定，网络食品交易第三方平台提供者未设置专门的网络食品安全管理机构或者指定专职食品安全管理人员对平台上的食品安全经营行为及信息进行检查的，由县级以上地方市场监督管理部门责令改正，给予警告；拒不改正的，处5000元以上3万元以下罚款。
105	食品安全	入网食品生产者超过许可的类别范围销售食品、入网食品经营者超过许可的经营项目范围从事食品经营活动	1.违法经营的食品不属于婴幼儿、孕妇、病人等高风险人群专用的； 2.违法经营的食品不存在诸如含有有毒有害成分等高风险问题的。 3.其中违法行为持续时间未超过六个月的，可以不予行政处罚；六个月以上未超过一年的，可以减轻行政处罚； 4.初次违法； 5.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 6.危害后果轻微。	《网络食品安全违法行为查处办法》第十六条 入网食品生产经营者应当依法取得许可，入网食品生产者应当按照许可的类别范围销售食品，入网食品经营者应当按照许可的经营项目范围从事食品经营。法律、法规规定不需要取得食品生产经营许可的除外。 第三十八条　违反本办法第十六条规定，入网食品生产经营者未依法取得食品生产经营许可的，或者入网食品生产者超过许可的类别范围销售食品、入网食品经营者超过许可的经营项目范围从事食品经营的，依照食品安全法第一百二十二条的规定处罚。 《中华人民共和国食品安全法》第一百二十二条第一款　违反本法规定，未取得食品生产经营许可从事食品生产经营活动，或者未取得食品添加剂生产许可从事食品添加剂生产活动的，由县级以上人民政府食品安全监督管理部门没收违法所得和违法生产经营的食品、食品添加剂以及用于违法生产经营的工具、设备、原料等物品；违法生产经营的食品、食品添加剂货值金额不足一万元的，并处五万元以上十万元以下罚款；货值金额一万元以上的，并处货值金额十倍以上二十倍以下罚款。

106	食品安全	入网食品生产经营者未按要求进行信息公示的	1.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 2.未造成危害后果。	《网络食品安全违法行为查处办法》第十八条第一款　通过第三方平台进行交易的食品生产经营者应当在其经营活动主页面显著位置公示其食品生产经营许可证。通过自建网站交易的食品生产经营者应当在其网站首页显著位置公示营业执照、食品生产经营许可证。 第四十条　违反本办法第十八条规定，入网食品生产经营者未按要求进行信息公示的，由县级以上地方市场监督管理部门责令改正，给予警告；拒不改正的，处5000元以上3万元以下罚款。
107	食品安全	网络餐饮服务第三方平台提供者以及分支机构或者自建网站餐饮服务提供者未履行相关信息备案义务	1.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 2.未造成危害后果。	《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》第五条　网络餐饮服务第三方平台提供者应当在通信主管部门批准后30个工作日内，向所在地省级市场监督管理部门备案。自建网站餐饮服务提供者应当在通信主管部门备案后30个工作日内，向所在地县级市场监督管理部门备案。备案内容包括域名、IP地址、电信业务经营许可证或者备案号、企业名称、地址、法定代表人或者负责人姓名等。 网络餐饮服务第三方平台提供者设立从事网络餐饮服务分支机构的，应当在设立后30个工作日内，向所在地县级市场监督管理部门备案。备案内容包括分支机构名称、地址、法定代表人或者负责人姓名等。 市场监督管理部门应当及时向社会公开相关备案信息。 第二十八条　违反本办法第五条规定，网络餐饮服务第三方平台提供者以及分支机构或者自建网站餐饮服务提供者未履行相应备案义务的，由县级以上地方市场监督管理部门责令改正，给予警告；拒不改正的，处5000元以上3万元以下罚款。
108	食品安全	网络餐饮服务第三方平台提供者未按要求建立、执行并公开相关制度	1.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 2.未造成危害后果。	《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》第六条　网络餐饮服务第三方平台提供者应当建立并执行入网餐饮服务提供者审查登记、食品安全违法行为制止及报告、严重违法行为平台服务停止、食品安全事故处置等制度，并在网络平台上公开相关制度。 第二十九条　违反本办法第六条规定，网络餐饮服务第三方平台提供者未按要求建立、执行并公开相关制度的，由县级以上地方市场监督管理部门责令改正，给予警告；拒不改正的，处5000元以上3万元以下罚款。

109	食品安全	网络餐饮服务第三方平台提供者未设置专门的食品安全管理机构，未配备专职食品安全管理人员，或者未按要求对食品安全管理人员进行培训、考核并保存记录	1.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 2.未造成危害后果。	《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》第七条　网络餐饮服务第三方平台提供者应当设置专门的食品安全管理机构，配备专职食品安全管理人员，每年对食品安全管理人员进行培训和考核。培训和考核记录保存期限不得少于2年。经考核不具备食品安全管理能力的，不得上岗。 第三十条　违反本办法第七条规定，网络餐饮服务第三方平台提供者未设置专门的食品安全管理机构，配备专职食品安全管理人员，或者未按要求对食品安全管理人员进行培训、考核并保存记录的，由县级以上地方市场监督管理部门责令改正，给予警告；拒不改正的，处5000元以上3万元以下罚款。
110	食品安全	网络餐饮服务第三方平台提供者未与入网餐饮服务提供者签订食品安全协议的	1.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 2.未造成危害后果。	《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》第八条第二款　网络餐饮服务第三方平台提供者应当与入网餐饮服务提供者签订食品安全协议，明确食品安全责任。 《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》第三十一条第二款　违反本办法第八条第二款规定，网络餐饮服务第三方平台提供者未与入网餐饮服务提供者签订食品安全协议的，由县级以上地方市场监督管理部门责令改正，给予警告；拒不改正的，处5000元以上3万元以下罚款。
111	食品安全	网络餐饮服务第三方平台提供者和入网餐饮服务提供者未按要求进行信息公示和更新	1.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 2.未造成危害后果。	《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》第九条　网络餐饮服务第三方平台提供者和入网餐饮服务提供者应当在餐饮服务经营活动主页面公示餐饮服务提供者的食品经营许可证。食品经营许可等信息发生变更的，应当及时更新。 第十条　网络餐饮服务第三方平台提供者和入网餐饮服务提供者应当在网上公示餐饮服务提供者的名称、地址、量化分级信息，公示的信息应当真实。 第十一条　入网餐饮服务提供者应当在网上公示菜品名称和主要原料名称，公示的信息应当真实。 第三十二条　违反本办法第九条、第十条、第十一条规定，网络餐饮服务第三方平台提供者和入网餐饮服务提供者未按要求进行信息公示和更新的，由县级以上地方市场监督管理部门责令改正，给予警告；拒不改正的，处5000元以上3万元以下罚款。

112	食品安全	网络餐饮服务第三方平台提供者和入网餐饮服务提供者未对送餐人员进行食品安全培训和管理，或者送餐单位未对送餐人员进行食品安全培训和管理，或者未按要求保存培训记录的	1.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 2.未造成危害后果。	《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》第十三条　网络餐饮服务第三方平台提供者和入网餐饮服务提供者应当加强对送餐人员的食品安全培训和管理。委托送餐单位送餐的，送餐单位应当加强对送餐人员的食品安全培训和管理。培训记录保存期限不得少于2年。 第三十四条　违反本办法第十三条规定，网络餐饮服务第三方平台提供者和入网餐饮服务提供者未对送餐人员进行食品安全培训和管理，或者送餐单位未对送餐人员进行食品安全培训和管理，或者未按要求保存培训记录的，由县级以上地方市场监督管理部门责令改正，给予警告；拒不改正的，处5000元以上3万元以下罚款。
113	食品安全	网络餐饮服务第三方平台提供者和自建网站餐饮服务提供者未按要求记录、保存网络订餐信息	1.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 2.未造成危害后果。	《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》第十五条　网络餐饮服务第三方平台提供者和自建网站餐饮服务提供者应当履行记录义务，如实记录网络订餐的订单信息，包括食品的名称、下单时间、送餐人员、送达时间以及收货地址，信息保存时间不得少于6个月。 第三十六条　违反本办法第十五条规定，网络餐饮服务第三方平台提供者和自建网站餐饮服务提供者未按要求记录、保存网络订餐信息的，由县级以上地方市场监督管理部门责令改正，给予警告；拒不改正的，处5000元以上3万元以下罚款。
114	食品安全	网络餐饮服务第三方平台提供者未按要求建立消费者投诉举报处理制度，公开投诉举报方式，或者未对涉及消费者食品安全的投诉举报及时进行处理的	1.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 2.未造成危害后果。	《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》第十七条　网络餐饮服务第三方平台提供者应当建立投诉举报处理制度，公开投诉举报方式，对涉及消费者食品安全的投诉举报及时进行处理。 第三十八条　违反本办法第十七条规定，网络餐饮服务第三方平台提供者未按要求建立消费者投诉举报处理制度，公开投诉举报方式，或者未对涉及消费者食品安全的投诉举报及时进行处理的，由县级以上地方市场监督管理部门责令改正，给予警告；拒不改正的，处5000元以上3万元以下罚款。

115	食品安全	入网餐饮服务提供者将订单委托其他食品经营者加工制作，或者网络销售的餐饮食品未与实体店销售的餐饮食品质量安全保持一致	1.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 2.未造成危害后果。	《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》第十八条　入网餐饮服务提供者加工制作餐饮食品应当符合下列要求： （四）在自己的加工操作区内加工食品，不得将订单委托其他食品经营者加工制作； （五）网络销售的餐饮食品应当与实体店销售的餐饮食品质量安全保持一致。 第三十九条第四款　违反本办法第十八条第（四）项、第（五）项规定，入网餐饮服务提供者将订单委托其他食品经营者加工制作，或者网络销售的餐饮食品未与实体店销售的餐饮食品质量安全保持一致的，由县级以上市场监督管理部门责令改正，给予警告；拒不改正的，处5000元以上3万元以下罚款。
116	食品安全	入网餐饮服务提供者未履行相应的包装义务	1.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 2.未造成危害后果。	《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》第十九条　入网餐饮服务提供者应当使用无毒、清洁的食品容器、餐具和包装材料，并对餐饮食品进行包装，避免送餐人员直接接触食品，确保送餐过程中食品不受污染。 第四十条　违反本办法第十九条规定，入网餐饮服务提供者未履行相应的包装义务的，由县级以上地方市场监督管理部门责令改正，给予警告；拒不改正的，处5000元以上3万元以下罚款。
117	食品安全	食品经营许可证有效期届满未延续	1.初次违法； 2.属于食品经营环节； 3.违法行为持续时间不足3个月； 4.实际具备取得食品经营许可证的条件； 5主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 6.危害后果轻微。	《中华人民共和国食品安全法》 第三十五条第一款　国家对食品生产经营实行许可制度。从事食品生产、食品销售、餐饮服务，应当依法取得许可。但是，销售食用农产品和仅销售预包装食品的，不需要取得许可。仅销售预包装食品的，应当报所在地县级以上地方人民政府食品安全监督管理部门备案。 《中华人民共和国食品安全法》第一百二十二条第一款 违反本法规定，未取得食品生产经营许可从事食品生产经营活动，或者未取得食品添加剂生产许可从事食品添加剂生产活动的，由县级以上人民政府食品安全监督管理部门没收违法所得和违法生产经营的食品、食品添加剂以及用于违法生产经营的工具、设备、原料等物品；违法生产经营的食品、食品添加剂货值金额不足一万元的，并处五万元以上十万元以下罚款；货值金额一万元以上的，并处货值金额十倍以上二十倍以下罚款。

118	食品安全	将特殊食品与普通食品或者药品混放销售	1.属于食品经营环节； 2.自然年度内不超过三次（含）； 3.能如实提供食品合法来源； 4.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 5.未造成危害后果。	《中华人民共和国食品安全法实施条例》第三十九条第二款　特殊食品不得与普通食品或者药品混放销售。 《中华人民共和国食品安全法实施条例》第六十九条第（五）项 有下列情形之一的，依照食品安全法第一百二十六条第一款、本条例第七十五条的规定给予处罚： （五）将特殊食品与普通食品或者药品混放销售。 《中华人民共和国食品安全法》第一百二十六条第一款　违反本法规定，有下列情形之一的，由县级以上人民政府食品安全监督管理部门责令改正，给予警告；拒不改正的，处五千元以上五万元以下罚款；情节严重的，责令停产停业，直至吊销许可证。
119	食品安全	入网食品生产经营者网上刊载的食品名称、成分或者配料表、产地、保质期、贮存条件，生产者名称、地址等信息与食品标签或者标识不一致	1.初次违法； 2.违法行为持续时间不足 1 个月； 3.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 4.危害后果轻微。	《网络食品安全违法行为查处办法》第十七条第（一）项 入网食品生产经营者不得从事下列行为： （一）网上刊载的食品名称、成分或者配料表、产地、保质期、贮存条件，生产者名称、地址等信息与食品标签或者标识不一致。 第三十九条 入网食品生产经营者违反本办法第十七条禁止性规定的，由县级以上地方市场监督管理部门责令改正，给予警告；拒不改正的，处 5000 元以上 3 万元以下罚款。
120	食品安全	未制定食品安全事故处置方案	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《中华人民共和国食品安全法》第一百零二条第四款　食品生产经营企业应当制定食品安全事故处置方案，定期检查本企业各项食品安全防范措施的落实情况，及时消除事故隐患。 第一百二十六条第一款第（四）项 违反本法规定，有下列情形之一的，由县级以上人民政府食品安全监督管理部门责令改正，给予警告；拒不改正的，处五千元以上五万元以下罚款；情节严重的，责令停产停业，直至吊销许可证： （四）食品生产经营企业未制定食品安全事故处置方案；

121	食品安全	入网销售保健食品、特殊医学用途配方食品、婴幼儿配方乳粉的食品生产经营者未按要求公示特殊食品相关信息	1.初次违法； 2.违法行为持续时间不足1个月； 3.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 4.危害后果轻微。	《网络食品安全违法行为查处办法》第十九条第一款 入网销售保健食品、特殊医学用途配方食品、婴幼儿配方乳粉的食品生产经营者，除依照本办法第十八条的规定公示相关信息外，还应当依法公示产品注册证书或者备案凭证，持有广告审查批准文号的还应当公示广告审查批准文号，并链接至市场监督管理部门网站对应的数据查询页面。保健食品还应当显著标明“本品不能代替药物”。 第四十一条第一款 违反本办法第十九条第一款规定，食品生产经营者未按要求公示特殊食品相关信息的，由县级以上地方市场监督管理部门责令改正，给予警告；拒不改正的，处5000元以上3万元以下罚款。
122	食品安全	小餐饮店食品经营者未取得许可从事食品经营活动。	1.违法经营的食品不属于婴幼儿、孕妇、病人等高风险人群专用的。 2.违法经营的食品不存在诸如含有有毒有害成分等危害人体健康的高风险问题的。 3.其中违法行为持续时间未超过六个月的，可以不予行政处罚；六个月以上未超过一年的，可以减轻行政处罚； 4.初次违法； 5.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 6.危害后果轻微。	《北京市小规模食品生产经营管理规定》第八条 本市对小作坊、小餐饮店实行许可制度，对小食杂店、食品摊贩实行备案制度。 小规模食品生产经营者应当在许可或者备案载明的生产经营范围内从事食品生产经营活动。 小作坊、小餐饮店和小食杂店的许可备案具体管理办法由市市场监督管理部门制定，食品摊贩备案具体办法由区人民政府制定。 第十条 开办小餐饮店，应当向所在地的区市场监督管理部门申请许可，并符合下列条件： （一）经营场所卫生环境保持整洁，通风良好，并与有毒、有害场所及其他污染源保持规定的距离； （二）具有有效的冷藏、洗涤、消毒、防腐、防尘、防蝇、防鼠、防虫设备，以及密闭的废弃物收集设备，加工、制作冷食类食品、生食类食品、裱花蛋糕以及分餐操作的，应当设有专间并配备专用工具、专用消毒设备、专用冷藏冷冻设备等； （三）加工场所布局合理，与就餐场所、卫生间有效隔离，粗加工、烹饪、餐具、饮具清洗消毒、食品原料贮存等功能区分区明确，防止食品存放、制作产生交叉污染。 第二十二条第一款 小作坊违反本规定第九条第二款规定、小餐饮店违反本规定第十条规定，未取得许可从事食品生产经营活动的，由市场监督管理部门没收违法所得和违法生产经营的食品以及违法生产经营的工具、设备、原料等物品，并处5000元以上5万元以下罚款；情节严重的，并处5万元以上10万元以下罚款。

123	食品安全	餐饮服务企业未按规定建立食品安全管理制度，或者未按规定配备或者培训、考核食品安全管理人员	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《中华人民共和国食品安全法》第一百二十六条第一款第（二）项　违反本法规定，有下列情形之一的，由县级以上人民政府食品安全监督管理部门责令改正，给予警告；拒不改正的，处五千元以上五万元以下罚款；情节严重的，责令停产停业，直至吊销许可证： （二）食品生产经营企业未按规定建立食品安全管理制度，或者未按规定配备或者培训、考核食品安全管理人员； 《食品生产经营企业落实食品安全主体责任监督管理规定》第三条　食品生产经营企业应当建立健全食品安全管理制度，落实食品安全责任制，依法配备与企业规模、食品类别、风险等级、管理水平、安全状况等相适应的食品安全总监、食品安全员等食品安全管理人员，明确企业主要负责人、食品安全总监、食品安全员等的岗位职责。 食品生产经营企业主要负责人对本企业食品安全工作全面负责，建立落实食品安全主体责任的长效机制并推动有效运行。食品安全总监、食品安全员应当按照岗位职责协助企业主要负责人做好食品安全管理工作。 第十一条　食品生产经营企业应当建立基于食品安全风险防控的动态管理机制，结合企业实际，落实自查要求，制定《食品安全风险管控清单》，建立健全日管控、周排查、月调度工作制度和机制。 食品生产经营企业可以将日管控、周排查、月调度工作制度和机制与已经建立的工作制度和机制有机结合实施。 第十九条　食品生产经营企业未按规定建立食品安全管理制度，或者未按规定配备、培训、考核食品安全总监、食品安全员等食品安全管理人员，或者未按责任制要求落实食品安全责任的，由县级以上地方市场监督管理部门依照食品安全法第一百二十六条第一款的规定责令改正，给予警告；拒不改正的，处5000元以上5万元以下罚款；情节严重的，责令停产停业，直至吊销许可证。

124	食品安全	集中用餐单位未按规定建立食品安全管理制度，或者未按规定配备或者培训、考核食品安全管理人员	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《中华人民共和国食品安全法》第一百二十六条第一款第（二）项　违反本法规定，有下列情形之一的，由县级以上人民政府食品安全监督管理部门责令改正，给予警告；拒不改正的，处五千元以上五万元以下罚款；情节严重的，责令停产停业，直至吊销许可证： （二）食品生产经营企业未按规定建立食品安全管理制度，或者未按规定配备或者培训、考核食品安全管理人员； 《集中用餐单位落实食品安全主体责任监督管理规定》第四条　单位食堂、承包经营企业、供餐单位应当建立健全食品安全管理制度，落实食品安全责任制，依法配备与供餐规模、食品经营项目、风险等级、管理水平、安全状况等相适应的食品安全总监、食品安全员等食品安全管理人员，明确主要负责人、食品安全总监、食品安全员等的岗位职责。食品安全总监、食品安全员应当按照岗位职责协助主要负责人做好食品安全管理工作。 第十五条　单位食堂、承包经营企业、供餐单位应当建立基于食品安全风险防控的动态管理机制，结合各自实际，落实自查要求，制定《食品安全风险管控清单》，建立健全日管控、周排查、月调度工作制度和机制。 单位食堂、承包经营企业、供餐单位可以将日管控、周排查、月调度工作制度和机制与已经建立的工作制度和机制有机结合实施。 第二十一条第一款　单位食堂、承包经营企业、供餐单位应当组织对本单位员工进行食品安全知识培训，对食品安全总监、食品安全员进行法律、法规、规章、标准和专业知识培训、考核，并对培训、考核情况予以记录，存档备查。食品安全总监、食品安全员每年参加培训时间不少于40小时。 第二十三条第一款、第二款　集中用餐单位未按规定履行食品安全管理责任的，由县级以上地方市场监督管理部门依照食品安全法第一百二十六条第一款的规定予以处罚。集中用餐单位有其他违法行为的，依照有关法律、行政法规的规定，由相关主管部门予以处罚。 单位食堂、承包经营企业、供餐单位未按规定建立食品安全管理制度，或者未按规定配备、培训、考核食品安全总监、食品安全员等食品安全管理人员，或者未按责任制要求落实食品安全责任的，由县级以上地方市场监督管理部门依照食品安全法第一百二十六条第一款的规定责令改正，给予警告；拒不改正的，处5000元以上5万元以下罚款；情节严重的，责令停产停业，直至吊销许可证。

125	食品安全	餐饮服务企业安排未取得健康证明的人员从事接触直接入口食品的工作。	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正的期限内改正； 3.未造成危害后果。	《中华人民共和国食品安全法》第四十五条　食品生产经营者应当建立并执行从业人员健康管理制度。患有国务院卫生行政部门规定的有碍食品安全疾病的人员，不得从事接触直接入口食品的工作。 从事接触直接入口食品工作的食品生产经营人员应当每年进行健康检查，取得健康证明后方可上岗工作。 第一百二十六条　违反本法规定，有下列情形之一的，由县级以上人民政府食品安全监督管理部门责令改正，给予警告；拒不改正的，处五千元以上五万元以下罚款；情节严重的，责令停产停业，直至吊销许可证： （六）食品生产经营者安排未取得健康证明或者患有国务院卫生行政部门规定的有碍食品安全疾病的人员从事接触直接入口食品的工作；
126	食品安全	食品生产经营者采购或者使用不符合食品安全标准的塑料预包装袋。	1.履行了进货查验义务； 2.有充分证据证明其不知道所采购或使用的塑料袋不符合食品安全标准； 3.能如实说明进货来源。	《中华人民共和国食品安全法》第三十四条第一款第（二）项、第（十三）项禁止生产经营下列食品、食品添加剂、食品相关产品： （二）致病性微生物，农药残留、兽药残留、生物毒素、重金属等污染物质以及其他危害人体健康的物质含量超过食品安全标准限量的食品、食品添加剂、食品相关产品； （十三）其他不符合法律、法规或者食品安全标准的食品、食品添加剂、食品相关产品。 第一百二十五条第一款第（四）项　违反本法规定，有下列情形之一的，由县级以上人民政府食品安全监督管理部门没收违法所得和违法生产经营的食品、食品添加剂，并可以没收用于违法生产经营的工具、设备、原料等物品；违法生产经营的食品、食品添加剂货值金额不足一万元的，并处五千元以上五万元以下罚款；货值金额一万元以上的，并处货值金额五倍以上十倍以下罚款；情节严重的，责令停产停业，直至吊销许可证： （四）食品生产经营者采购或者使用不符合食品安全标准的食品原料、食品添加剂、食品相关产品。

127	食品安全	食品生产经营者未按要求贮存、运输和装卸食品	1.自然年度内不超过三次（含）； 2.未与有毒、有害物品一同贮存、运输和装卸； 3.不影响食品安全； 4.主动改正，或在行政机关责令改正的期限内改正； 5.危害后果轻微。	《网络食品安全违法行为查处办法》第二十条　网络交易的食品有保鲜、保温、冷藏或者冷冻等特殊贮存条件要求的，入网食品生产经营者应当采取能够保证食品安全的贮存、运输措施，或者委托具备相应贮存、运输能力的企业贮存、配送。　第四十二条　违反本办法第二十条规定，入网食品生产经营者未按要求采取保证食品安全的贮存、运输措施，或者委托不具备相应贮存、运输能力的企业从事贮存、配送的，由县级以上地方市场监督管理部门依照食品安全法第一百三十二条的规定处罚。 《中华人民共和国食品安全法》第一百三十二条 违反本法规定，未按要求进行食品贮存、运输和装卸的，由县级以上人民政府食品安全监督管理等部门按照各自职责分工责令改正，给予警告;拒不改正的，责令停产停业，并处一万元以上五万元以下罚款;情节严重的，吊销许可证。
128	食品安全	食品生产经营者未按要求建立食品进货查验记录制度	1.初次违法； 2.能如实供述供货者，且供货者相关资质符合食品安全法第五十三条第一款的规定； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《中华人民共和国食品安全法》第五十三条第一款、第二款　食品经营者采购食品，应当查验供货者的许可证和食品出厂检验合格证或者其他合格证明（以下称合格证明文件）。 食品经营企业应当建立食品进货查验记录制度，如实记录食品的名称、规格、数量、生产日期或者生产批号、保质期、进货日期以及供货者名称、地址、联系方式等内容，并保存相关凭证。记录和凭证保存期限应当符合本法第五十条 第二款的规定。 第一百二十六条第一款第（三）项 违反本法规定，有下列情形之一的，由县级以上人民政府食品安全监督管理部门责令改正，给予警告；拒不改正的，处五千元以上五万元以下罚款；情节严重的，责令停产停业，直至吊销许可证：（三）食品、食品添加剂生产经营者进货时未查验许可证和相关证明文件，或者未按规定建立并遵守进货查验记录、出厂检验记录和销售记录制度；
129	知识产权	将“驰名商标”字样用于商品、商品包装或者容器上，或者用于广告宣传、展览以及其他商业活动中	1.有获得“驰名商标”认定或保护记录； 2.初次违法； 3.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 4.危害后果轻微。	《中华人民共和国商标法》第十四条第五款　生产、经营者不得将“驰名商标”字样用于商品、商品包装或者容器上，或者用于广告宣传、展览以及其他商业活动中。 第五十三条　违反本法第十四条第五款规定的，由地方工商行政管理部门责令改正，处十万元罚款。

130	知识产权	法律、行政法规规定必须使用注册商标的商品，必须申请商标注册，未经核准注册的，不得在市场销售	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.违法销售持续时间不超过六个月； 4.没有违法经营额或者违法经营额较少； 5.危害后果轻微。	《中华人民共和国商标法》第六条　法律、行政法规规定必须使用注册商标的商品，必须申请商标注册，未经核准注册的，不得在市场销售。 第五十一条　由地方工商行政管理部门责令限期申请注册，违法经营额五万元以上的，可以处违法经营额百分之二十以下的罚款，没有违法经营额或者违法经营额不足五万元的，可以处一万元以下的罚款。
131	知识产权	商标印制档案及商标标识出入库台帐未存档备查或者存查期不满两年	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《商标印制管理办法》第十条　商标印制档案及商标标识出入库台帐应当存档备查，存查期为两年。 第十一条　商标印制单位违反本办法第七条至第十条规定的，由所在地市场监督管理部门责令其限期改正，并视其情节予以警告，处以非法所得额三倍以下的罚款，但最高不超过三万元，没有违法所得的，可以处以一万元以下的罚款。
132	知识产权	将未注册商标冒充注册商标使用的	1.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 2.未造成危害后果。	《中华人民共和国商标法》第五十二条 将未注册商标冒充注册商标使用的，或者使用未注册商标违反本法第十条规定的，由地方工商行政管理部门予以制止，限期改正，并可以予以通报，违法经营额五万元以上的，可以处违法经营额百分之二十以下的罚款，没有违法经营额或者违法经营额不足五万元的，可以处一万元以下的罚款。

133	知识产权	使用未注册商标违反商标法第十条规定的	1.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 2.未造成危害后果。	《商标法》第十条 下列标志不得作为商标使用： （一）同中华人民共和国的国家名称、国旗、国徽、国歌、军旗、军徽、军歌、勋章等相同或者近似的，以及同中央国家机关的名称、标志、所在地特定地点的名称或者标志性建筑物的名称、图形相同的； （二）同外国的国家名称、国旗、国徽、军旗等相同或者近似的，但经该国政府同意的除外； （三）同政府间国际组织的名称、旗帜、徽记等相同或者近似的，但经该组织同意或者不易误导公众的除外； （四）与表明实施控制、予以保证的官方标志、检验印记相同或者近似的，但经授权的除外； （五）同“红十字”、“红新月”的名称、标志相同或者近似的； （六）带有民族歧视性的； （七）带有欺骗性，容易使公众对商品的质量等特点或者产地产生误认的； （八）有害于社会主义道德风尚或者有其他不良影响的。 县级以上行政区划的地名或者公众知晓的外国地名，不得作为商标。但是，地名具有其他含义或者作为集体商标、证明商标组成部分的除外；已经注册的使用地名的商标继续有效。 第五十二条 将未注册商标冒充注册商标使用的，或者使用未注册商标违反本法第十条规定的，由地方工商行政管理部门予以制止，限期改正，并可以予以通报，违法经营额五万元以上的，可以处违法经营额百分之二十以下的罚款，没有违法经营额或者违法经营额不足五万元的，可以处一万元以下的罚款。

134	消费者权益保护	经营者格式条款违法行为	1.自然年度内不超过三次（含）； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.未造成危害后果。	《侵害消费者权益行为处罚办法》第十二条　经营者向消费者提供商品或者服务使用格式条款、通知、声明、店堂告示等的，应当以显著方式提请消费者注意与消费者有重大利害关系的内容，并按照消费者的要求予以说明，不得作出含有下列内容的规定： （一）免除或者部分免除经营者对其所提供的商品或者服务应当承担的修理、重作、更换、退货、补足商品数量、退还货款和服务费用、赔偿损失等责任； （二）排除或者限制消费者提出修理、更换、退货、赔偿损失以及获得违约金和其他合理赔偿的权利； （三）排除或者限制消费者依法投诉、举报、提起诉讼的权利； （四）强制或者变相强制消费者购买和使用其提供的或者其指定的经营者提供的商品或者服务，对不接受其不合理条件的消费者拒绝提供相应商品或者服务，或者提高收费标准； （五）规定经营者有权任意变更或者解除合同，限制消费者依法变更或者解除合同权利； （六）规定经营者单方享有解释权或者最终解释权； （七）其他对消费者不公平、不合理的规定。 第十五条 经营者违反本办法第十二条、第十三条规定，其他法律、法规有规定的，依照法律、法规的规定执行；法律、法规未作规定的，由市场监督管理部门责令改正，可以单处或者并处警告，违法所得三倍以下、但最高不超过三万元的罚款，没有违法所得的，处以一万元以下的罚款。

135	消费者权益保护	经营者以虚假或者引人误解的商品说明、商品标准、实物样品等方式销售商品或者服务	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《侵害消费者权益行为处罚办法》第六条第（二）项　经营者向消费者提供有关商品或者服务的信息应当真实、全面、准确，不得有下列虚假或者引人误解的宣传行为： （二）以虚假或者引人误解的商品说明、商品标准、实物样品等方式销售商品或者服务； 第十四条　经营者有本办法第五条至第十一条规定的情形之一，其他法律、法规有规定的，依照法律、法规的规定执行；法律、法规未作规定的，由工商行政管理部门依照《消费者权益保护法》第五十六条予以处罚。 《中华人民共和国消费者权益保护法》第五十六条第一款第（六）项　经营者有下列情形之一，除承担相应的民事责任外，其他有关法律、法规对处罚机关和处罚方式有规定的，依照法律、法规的规定执行；法律、法规未作规定的，由工商行政管理部门或者其他有关行政部门责令改正，可以根据情节单处或者并处警告、没收违法所得、处以违法所得一倍以上十倍以下的罚款，没有违法所得的，处以五十万元以下的罚款；情节严重的，责令停业整顿、吊销营业执照： （六）对商品或者服务作虚假或者引人误解的宣传的；

136	消费者权益保护	对于消费者提出的修理、重作、更换、退货、补足商品数量、退还货款和服务费用或者赔偿损失的要求，经营者故意拖延或者无理拒绝	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》第六条　下列商品不适用七日无理由退货规定： （一）消费者定作的商品； （二）鲜活易腐的商品； （三）在线下载或者消费者拆封的音像制品、计算机软件等数字化商品； （四）交付的报纸、期刊。 第七条　下列性质的商品经消费者在购买时确认，可以不适用七日无理由退货规定： （一）拆封后易影响人身安全或者生命健康的商品，或者拆封后易导致商品品质发生改变的商品； （二）一经激活或者试用后价值贬损较大的商品； （三）销售时已明示的临近保质期的商品、有瑕疵的商品。 第三十条　网络商品销售者违反本办法第六条、第七条规定，擅自扩大不适用七日无理由退货的商品范围的，按照《消费者权益保护法》第五十六条第一款第（八）项规定予以处罚。 第三十一条　网络商品销售者违反本办法规定，有下列情形之一的，依照《消费者权益保护法》第五十六条第一款第（八）项规定予以处罚： （一）未经消费者在购买时确认，擅自以商品不适用七日无理由退货为由拒绝退货，或者以消费者已拆封、查验影响商品完好为由拒绝退货的； （二）自收到消费者退货要求之日起超过十五日未办理退货手续，或者未向消费者提供真实、准确的退货地址、退货联系人等有效联系信息，致使消费者无法办理退货手续的； （三）在收到退回商品之日起超过十五日未向消费者返还已支付的商品价款的。 《消费者权益保护法》第五十六条第一款第（八）项　经营者有下列情形之一，除承担相应的民事责任外，其他有关法律、法规对处罚机关和处罚方式有规定的，依照法律、法规的规定执行；法律、法规未作规定的，由工商行政管理部门或者其他有关行政部门责令改正，可以根据情节单处或者并处警告、没收违法所得、处以违法所得一倍以上十倍以下的罚款，没有违法所得的，处以五十万元以下的罚款；情节严重的，责令停业整顿、吊销营业执照： （八）对消费者提出的修理、重作、更换、退货、补足商品数量、退还货款和服务费用或者赔偿损失的要求，故意拖延或者无理拒绝的；

137	合同监管	经营者采用格式条款与消费者订立合同，未以显著方式提请消费者注意与消费者有重大利害关系的内容，并按照消费者的要求予以说明	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《合同行政监督管理办法》第六条第一款　经营者采用格式条款与消费者订立合同，应当以单独告知、字体加粗、弹窗等显著方式提请消费者注意商品或者服务的数量和质量、价款或者费用、履行期限和方式、安全注意事项和风险警示、售后服务、民事责任等与消费者有重大利害关系的内容，并按照消费者的要求予以说明。 第十八条 经营者违反本办法第五条、第九条、第十二条，法律、行政法规有规定的，依照其规定；法律、行政法规没有规定的，由县级以上市场监督管理部门责令限期改正，给予警告，可以处十万元以下罚款。经营者违反本办法第六条第一款、第七条、第八条规定的，依照《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》第五十条的规定处理。
138	合同监管	经营者与消费者订立合同，利用格式条款等方式作出减轻或者免除自身责任的规定	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《合同行政监督管理办法》第七条　经营者与消费者订立合同，不得利用格式条款等方式作出减轻或者免除自身责任的规定。格式条款中不得含有以下内容： （一）免除或者减轻经营者造成消费者人身伤害依法应当承担的责任； （二）免除或者减轻经营者因故意或者重大过失造成消费者财产损失依法应当承担的责任； （三）免除或者减轻经营者对其所提供的商品或者服务依法应当承担的修理、重作、更换、退货、补足商品数量、退还货款和服务费用等责任； （四）免除或者减轻经营者依法应当承担的违约责任； （五）免除或者减轻经营者根据合同的性质和目的应当履行的协助、通知、保密等义务； （六）其他免除或者减轻经营者自身责任的内容。 第十八条　经营者违反本办法第五条、第九条、第十二条，法律、行政法规有规定的，依照其规定；法律、行政法规没有规定的，由县级以上市场监督管理部门责令限期改正，给予警告，可以处十万元以下罚款。经营者违反本办法第六条第一款、第七条、第八条规定的，依照《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》第五十条的规定处理。

139	合同监管	经营者与消费者订立合同，利用格式条款等方式作出加重消费者责任、排除或者限制消费者权利的规定	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《合同行政监督管理办法》第八条　经营者与消费者订立合同，不得利用格式条款等方式作出加重消费者责任、排除或者限制消费者权利的规定。格式条款中不得含有以下内容： （一）要求消费者承担的违约金或者损害赔偿金超过法定数额或者合理数额； （二）要求消费者承担依法应当由经营者承担的经营风险； （三）排除或者限制消费者依法自主选择商品或者服务的权利； （四）排除或者限制消费者依法变更或者解除合同的权利； （五）排除或者限制消费者依法请求支付违约金或者损害赔偿金的权利； （六）排除或者限制消费者依法投诉、举报、请求调解、申请仲裁、提起诉讼的权利； （七）经营者单方享有解释权或者最终解释权； （八）其他加重消费者责任、排除或者限制消费者权利的内容。 第十八条　经营者违反本办法第五条、第九条、第十二条，法律、行政法规有规定的，依照其规定；法律、行政法规没有规定的，由县级以上市场监督管理部门责令限期改正，给予警告，可以处十万元以下罚款。经营者违反本办法第六条第一款、第七条、第八条规定的，依照《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》第五十条的规定处理。
140	药品	未取得《药品经营许可证》经营非处方药	1.违法经营的非处方药不属于婴幼儿、孕妇、病人等高风险人群专用的； 2.违法经营的非处方药不属于诸如假药、劣药等高风险药品的； 3.其中违法行为持续时间未超过六个月的，可以不予行政处罚；六个月以上未超过一年的，可以减轻行政处罚； 4.初次违法； 5.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 6.危害后果轻微。	《中华人民共和国药品管理法》第五十一条第一款　从事药品批发活动，应当经所在地省、自治区、直辖市人民政府药品监督管理部门批准，取得药品经营许可证。从事药品零售活动，应当经所在地县级以上地方人民政府药品监督管理部门批准，取得药品经营许可证。无药品经营许可证的，不得经营药品。 第一百一十五条　未取得药品生产许可证、药品经营许可证或者医疗机构制剂许可证生产、销售药品的，责令关闭，没收违法生产、销售的药品和违法所得，并处违法生产、销售的药品（包括已售出和未售出的药品，下同）货值金额十五倍以上三十倍以下的罚款；货值金额不足十万元的，按十万元计算。

141	药品	生产、销售的中药饮片不符合药品标准，尚不影响安全性、有效性的	1.生产、销售的中药饮片所用中药材的质量（包括基原、药用部位等）合格、饮片炮制工艺等符合规定的； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.未造成危害后果。	《中华人民共和国药品管理法》第九十八条第三款第（七）项 有下列情形之一的，为劣药： （七）其他不符合药品标准的药品。 第一百一十七条第二款 生产、销售的中药饮片不符合药品标准，尚不影响安全性、有效性的，责令限期改正，给予警告；可以处十万元以上五十万元以下的罚款。
142	药品	药品零售企业以买药品赠药品或者买商品赠药品等方式向公众直接或者变相赠送处方药、甲类非处方药	1.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 2.赠送的药品无质量问题且在保质期内； 3.未造成危害后果。	《药品经营和使用质量监督管理办法》第四十二条第二款　药品零售企业不得以买药品赠药品或者买商品赠药品等方式向公众赠送处方药、甲类非处方药。处方药不得开架销售。 第七十二条第（二）项　药品零售企业有以下情形之一的，由药品监督管理部门责令限期改正；逾期不改正的，处五千元以上五万元以下罚款；造成危害后果的，处五万元以上二十万元以下罚款： （二）以买药品赠药品或者买商品赠药品等方式向公众直接或者变相赠送处方药、甲类非处方药的；
143	医疗器械	经营未取得医疗器械注册证的第二类医疗器械	1.违法经营的第二类医疗器械不属于婴幼儿、孕妇、病人等高风险人群专用的； 2.违法经营的第二类医疗器械不存在诸如产品质量严重不合格等高风险问题的。 3.其中违法行为持续时间未超过六个月的，可以不予行政处罚；六个月以上未超过一年的，可以减轻行政处罚； 4.初次违法； 5.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 6.危害后果轻微。	《医疗器械监督管理条例》第三十二条　从事第二类、第三类医疗器械生产的，应当向所在地省、自治区、直辖市人民政府药品监督管理部门申请生产许可并提交其符合本条例第三十条规定条件的有关资料以及所生产医疗器械的注册证。 受理生产许可申请的药品监督管理部门应当对申请资料进行审核，按照国务院药品监督管理部门制定的医疗器械生产质量管理规范的要求进行核查，并自受理申请之日起20个工作日内作出决定。对符合规定条件的，准予许可并发给医疗器械生产许可证；对不符合规定条件的，不予许可并书面说明理由。 医疗器械生产许可证有效期为5年。有效期届满需要延续的，依照有关行政许可的法律规定办理延续手续。 第五十五条　医疗器械经营企业、使用单位不得经营、使用未依法注册或者备案、无合格证明文件以及过期、失效、淘汰的医疗器械。 第八十一条第一款第（一）项　有下列情形之一的，由负责药品监督管理的部门没收违法所得、违法生产经营的医疗器械和用于违法生产经营的工具、设备、原材料等物品；违法生产经营的医疗器械货值金额不足1万元的，并处5万元以上15万元以下罚款；货值金额1万元以上的，并处货值金额15倍以上30倍以下罚款；情节严重的，责令停产停业，10年内不受理相关责任人以及单位提出的医疗器械许可申请，对违法单位的法定代表人、主要负责人、直接负责的主管人员和其他责任人员，

				没收违法行为发生期间自本单位所获收入，并处所获收入30%以上3倍以下罚款，终身禁止其从事医疗器械生产经营活动： （一）生产、经营未取得医疗器械注册证的第二类、第三类医疗器械；
144	医疗器械	经营标签和说明书不符合规定的第一类、第二类医疗器械	1.违法生产、经营的第一类、第二类医疗器械不属于婴幼儿、孕妇、病人等高风险人群专用的； 2.违法生产、经营的第一类、第二类医疗器械不存在诸如产品质量严重不合格等高风险问题的。 3.其中违法行为持续时间未超过六个月的，可以不予行政处罚；六个月以上未超过一年的，可以减轻行政处罚； 4.初次违法； 5.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 6.危害后果轻微。	《医疗器械监督管理条例》第三十九条　医疗器械应当有说明书、标签。说明书、标签的内容应当与经注册或者备案的相关内容一致，确保真实、准确。 第八十八条第（二）项　有下列情形之一的，由负责药品监督管理的部门责令改正，处1万元以上5万元以下罚款；拒不改正的，处5万元以上10万元以下罚款；情节严重的，责令停产停业，直至由原发证部门吊销医疗器械生产许可证、医疗器械经营许可证，对违法单位的法定代表人、主要负责人、直接负责的主管人员和其他责任人员，没收违法行为发生期间自本单位所获收入，并处所获收入30%以上2倍以下罚款，5年内禁止其从事医疗器械生产经营活动： （二）生产、经营说明书、标签不符合本条例规定的医疗器械；
145	医疗器械	经营不符合经备案的产品技术要求的第一类医疗器械	1.涉案产品非防疫或者应急用医疗器械； 2.已履行进货查验等义务，进货渠道合法且采购与收货记录、入库检查验收记录真实完整； 3.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 4.未造成危害后果。	《医疗器械监督管理条例》第八十六条第（一）项　有下列情形之一的，由负责药品监督管理的部门责令改正，没收违法生产经营使用的医疗器械；违法生产经营使用的医疗器械货值金额不足1万元的，并处2万元以上5万元以下罚款；货值金额1万元以上的，并处货值金额5倍以上20倍以下罚款；情节严重的，责令停产停业，直至由原发证部门吊销医疗器械注册证、医疗器械生产许可证、医疗器械经营许可证，对违法单位的法定代表人、主要负责人、直接负责的主管人员和其他责任人员，没收违法行为发生期间自本单位所获收入，并处所获收入30%以上3倍以下罚款，10年内禁止其从事医疗器械生产经营活动：（一）生产、经营、使用不符合强制性标准或者不符合经注册或者备案的产品技术要求的医疗器械； 第八十七条　医疗器械经营企业、使用单位履行了本条例规定的进货查验等义务，有充分证据证明其不知道所经营、使用的医疗器械为本条例第八十一条第一款第一项、第八十四条第一项、第八十六条第一项和第三项规定情形的医疗器械，并能如实说明其进货来源的，收缴其经营、使用的不符合法定要求的医疗器械，可以免除行政处罚。

146	医疗器械	从事医疗器械网络销售的企业未按照《医疗器械网络销售监督管理办法》规定备案	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《医疗器械网络销售监督管理办法》第三十九条　从事医疗器械网络销售的企业未按照本办法规定备案的，由县级以上地方食品药品监督管理部门责令限期改正，给予警告；拒不改正的，向社会公告，处1万元以下罚款。
147	医疗器械	从事医疗器械网络销售的企业未按照规定告知负责药品监督管理的部门	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《医疗器械监督管理条例》第四十六条　从事医疗器械网络销售的，应当是医疗器械注册人、备案人或者医疗器械经营企业。从事医疗器械网络销售的经营者，应当将从事医疗器械网络销售的相关信息告知所在地设区的市级人民政府负责药品监督管理的部门，经营第一类医疗器械和本条例第四十一条第二款规定的第二类医疗器械的除外。 《医疗器械监督管理条例》第八十九条　有下列情形之一的，由负责药品监督管理的部门和卫生主管部门依据各自职责责令改正，给予警告；拒不改正的，处1万元以上10万元以下罚款；情节严重的，责令停产停业，直至由原发证部门吊销医疗器械注册证、医疗器械生产许可证、医疗器械经营许可证，对违法单位的法定代表人、主要负责人、直接负责的主管人员和其他责任人员处1万元以上3万元以下罚款： （八）医疗器械注册人、备案人、经营企业从事医疗器械网络销售未按照规定告知负责药品监督管理的部门；
148	化妆品	化妆品经营者未依照《化妆品监督管理条例》规定建立并执行进货查验记录制度	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《化妆品监督管理条例》第三十八条第一款　化妆品经营者应当建立并执行进货查验记录制度，查验供货者的市场主体登记证明、化妆品注册或者备案情况、产品出厂检验合格证明，如实记录并保存相关凭证。记录和凭证保存期限应当符合本条例第三十一条第一款的规定。 《化妆品监督管理条例》第六十二条第一款第（二）项　有下列情形之一的，由负责药品监督管理的部门责令改正，给予警告，并处1万元以上3万元以下罚款；情节严重的，责令停产停业，并处3万元以上5万元以下罚款，对违法单位的法定代表人或者主要负责人、直接负责的主管人员和其他直接责任人员处1万元以上3万元以下罚款： （二）未依照本条例规定建立并执行进货查验记录制度、产品销售记录制度；

149	化妆品	化妆品展销会举办者未在展销会举办前按规定履行报告的管理义务	1.已在展销会举办当日向所在地负责药品监督管理的部门报告展销会基本信息； 2.初次违法； 3.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 4.危害后果轻微。	《化妆品生产经营监督管理办法》第四十二条第三款　化妆品展销会举办者应当在展销会举办前向所在地县级负责药品监督管理的部门报告展销会的时间、地点等基本信息。 《化妆品生产经营监督管理办法》第六十条　违反本办法第四十二条第三款，展销会举办者未按要求向所在地负责药品监督管理的部门报告展销会基本信息的，由负责药品监督管理的部门责令改正，给予警告；拒不改正的，处5000元以上3万元以下罚款。
150	化妆品	经营超过使用期限的化妆品	1.化妆品包装没有破损、感官性状没有异常； 2.首次违法； 3.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 4.无证据证明造成人身、财产等危害后果的。	《化妆品监督管理条例》第六十条第（五）项　有下列情形之一的，由负责药品监督管理的部门没收违法所得、违法生产经营的化妆品和专门用于违法生产经营的原料、包装材料、工具、设备等物品；违法生产经营的化妆品货值金额不足1万元的，并处1万元以上5万元以下罚款；货值金额1万元以上的，并处货值金额5倍以上20倍以下罚款；情节严重的，责令停产停业、由备案部门取消备案或者由原发证部门吊销化妆品许可证件，对违法单位的法定代表人或者主要负责人、直接负责的主管人员和其他直接责任人员处以其上一年度从本单位取得收入的1倍以上3倍以下罚款，10年内禁止其从事化妆品生产经营活动；构成犯罪的，依法追究刑事责任： （五）化妆品经营者擅自配制化妆品，或者经营变质、超过使用期限的化妆品；
151	化妆品	经营标签不符合《化妆品监督管理条例》规定的化妆品	1.自然年度内不超过三次（含）； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.经营者履行了进货查验义务； 4.没有造成实际危害后果。	《化妆品监督管理条例》第六十一条　有下列情形之一的，由负责药品监督管理的部门没收违法所得、违法生产经营的化妆品，并可以没收专门用于违法生产经营的原料、包装材料、工具、设备等物品；违法生产经营的化妆品货值金额不足1万元的，并处1万元以上3万元以下罚款；货值金额1万元以上的，并处货值金额3倍以上10倍以下罚款；情节严重的，责令停产停业、由备案部门取消备案或者由原发证部门吊销化妆品许可证件，对违法单位的法定代表人或者主要负责人、直接负责的主管人员和其他直接责任人员处以其上一年度从本单位取得收入的1倍以上2倍以下罚款，5年内禁止其从事化妆品生产经营活动： （五）生产经营标签不符合本条例规定的化妆品。
152	化妆品	宾馆等服务机构擅自分装化妆品	1.初次违法； 2.危害后果轻微。包括以下情形：分装的化妆品属于来源合法的化妆品；涉案数额较少；仅限于宾馆等服务机构的分装行为；分装后的化妆品仅限于在本机构内给消费者使用，未对外	《化妆品监督管理条例》第三十八条第二款 化妆品经营者不得自行配制化妆品。 《化妆品监督管理条例》第四十二条第一款 美容美发机构、宾馆等在经营中使用化妆品或者为消费者提供化妆品的，应当履行本条例规定的化妆品经营者义务。 《化妆品生产经营监督管理办法》第四十一条 美容美发机构、宾馆等在经营服务中使用化妆品或者为消费者提供化妆品的，应当依法履行化妆品监督管理条例以及

			销售； 3.化妆品符合强制性国家标准、技术规范或者符合化妆品注册、备案资料载明的技术要求； 4.及时改正（在药品监督管理部门尚未立案调查且责令改正之前主动改正）。	本办法规定的化妆品经营者义务。 《化妆品监督管理条例》第六十条第五项 有下列情形之一的，由负责药品监督管理的部门没收违法所得、违法生产经营的化妆品和专门用于违法生产经营的原料、包装材料、工具、设备等物品；违法生产经营的化妆品货值金额不足 1 万元的，并处 1 万元以上 5 万元以下罚款；货值金额 1 万元以上的，并处货值金额 5 倍以上 20 倍以下罚款；情节严重的，责令停产停业、由备案部门取消备案或者由原发证部门吊销化妆品许可证件，对违法单位的法定代表人或者主要负责人、直接负责的主管人员和其他直接责任人员处以其上一年度从本单位取得收入的 1 倍以上 3 倍以下罚款，10 年内禁止其从事化妆品生产经营活动；构成犯罪的，依法追究刑事责任：（五）化妆品经营者擅自配制化妆品，……；
153	化妆品	化妆品经营者（注：不含化妆品注册人、备案人）无主观过错经营不符合强制性国家标准、技术规范或者不符合化妆品注册、备案资料载明的技术要求的化妆品	1.已履行进货查验记录等法定义务； 2.产品来源合法； 3.有充分证据证明不知道所采购的化妆品不符合强制性国家标准、技术规范或者不符合化妆品注册、备案资料载明的技术要求。	《化妆品监督管理条例》第六十八条 化妆品经营者履行了本条例规定的进货查验记录等义务，有证据证明其不知道所采购的化妆品是不符合强制性国家标准、技术规范或者不符合化妆品注册、备案资料载明的技术要求的，收缴其经营的不符合强制性国家标准、技术规范或者不符合化妆品注册、备案资料载明的技术要求的化妆品，可以免除行政处罚。

154	化妆品	上市销售、经营或者进口未备案的普通化妆品（假冒伪劣产品除外）	1.初次违法； 2.单次货值金额不超过1000元，或者案涉化妆品不超过1件（1个最小销售单元为1件），且有证据证明产品不存在质量问题； 3.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 4.危害后果轻微.	《化妆品监督管理条例》第十七条　特殊化妆品经国务院药品监督管理部门注册后方可生产、进口。国产普通化妆品应当在上市销售前向备案人所在地省、自治区、直辖市人民政府药品监督管理部门备案。进口普通化妆品应当在进口前向国务院药品监督管理部门备案。 第六十一条第一款第（一）项　有下列情形之一的，由负责药品监督管理的部门没收违法所得、违法生产经营的化妆品，并可以没收专门用于违法生产经营的原料、包装材料、工具、设备等物品；违法生产经营的化妆品货值金额不足1万元的，并处1万元以上3万元以下罚款；货值金额1万元以上的，并处货值金额3倍以上10倍以下罚款；情节严重的，责令停产停业、由备案部门取消备案或者由原发证部门吊销化妆品许可证件，对违法单位的法定代表人或者主要负责人、直接负责的主管人员和其他直接责任人员处以其上一年度从本单位取得收入的1倍以上2倍以下罚款，5年内禁止其从事化妆品生产经营活动：（一）上市销售、经营或者进口未备案的普通化妆品；
155	化妆品	平台内化妆品经营者对披露的功效宣称的信息超出化妆品备案的功效范围且不能证明产品具有相关功效的	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微且没有造成人身健康损害。	《化妆品网络经营监督管理办法》　第二十一条　平台内化妆品经营者应当履行化妆品信息披露的义务，全面、真实、准确、清晰、及时披露与注册或者备案资料一致的化妆品标签等信息。披露的化妆品标签信息应当包含其所经营化妆品标签的全部内容，其中产品名称、产品执行的标准编号应当在其产品展示页面显著位置以文字形式展示；披露的其他有关产品安全、功效宣称的信息应当与其所经营化妆品的注册或者备案资料中标签信息和功效宣称依据摘要的相关内容一致。 《中华人民共和国广告法》第八条第一款　广告中对商品的性能、功能、产地、用途、质量、成分、价格、生产者、有效期限、允诺等或者对服务的内容、提供者、形式、质量、价格、允诺等有表示的，应当准确、清楚、明白。 第五十九条第一款第（一）项：有下列行为之一的，由市场监督管理部门责令停止发布广告，对广告主处十万元以下的罚款：（一）广告内容违反本法第八条规定的； 《中华人民共和国广告法》第二十八条第一款，第二款第（二）项：广告以虚假或者引人误解的内容欺骗、误导消费者的，构成虚假广告。 广告有下列情形之一的，为虚假广告：（二）商品的性能、功能、产地、用途、质量、规格、成分、价格、生产者、有效期限、销售状况、曾获荣誉等信息，或者服务的内容、提供者、形式、质量、价格、销售状况、曾获荣誉等信息，以及与商品或者服务有关的允诺等信息与实际情况不符，对购买行为有实质性影响的； 第五十五条第一款　违反本法规定，发布虚假广告的，由市场监督管理部门责令停止

				发布广告，责令广告主在相应范围内消除影响，处广告费用三倍以上五倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处二十万元以上一百万元以下的罚款；两年内有三次以上违法行为或者有其他严重情节的，处广告费用五倍以上十倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处一百万元以上二百万元以下的罚款，可以吊销营业执照，并由广告审查机关撤销广告审查批准文件、一年内不受理其广告审查申请。 《中华人民共和国反不正当竞争法（2025 修订）》第九条　经营者不得对其商品的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者和其他经营者。 经营者不得通过组织虚假交易、虚假评价等方式，帮助其他经营者进行虚假或者引人误解的商业宣传。 第二十五条第一款　经营者违反本法第九条规定对其商品作虚假或者引人误解的商业宣传，或者通过组织虚假交易、虚假评价等方式帮助其他经营者进行虚假或者引人误解的商业宣传的，由监督检查部门责令停止违法行为，处一百万元以下的罚款；情节严重的，处一百万元以上二百万元以下的罚款，可以并处吊销营业执照。
156	产品质量	销售不符合国家推荐性标准、行业标准或企业标准的产品	1.不符合项目不危害人体健康和人身安全； 2.建立并执行了进货检查验收制度； 3.货值金额较小； 4.初次违法； 4.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 5.危害后果轻微。	《中华人民共和国产品质量法》第三十九条　销售者销售产品，不得掺杂、掺假，不得以假充真、以次充好，不得以不合格产品冒充合格产品。 第五十条　在产品中掺杂、掺假，以假充真，以次充好，或者以不合格产品冒充合格产品的，责令停止生产、销售，没收违法生产、销售的产品，并处违法生产、销售产品货值金额百分之五十以上三倍以下的罚款；有违法所得的，并处没收违法所得；情节严重的，吊销营业执照；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

157	产品质量	销售的产品（含食品相关产品）仅标签标识（标志）项目不符合相关标准技术要求，导致检验结论为不合格的	1.不属于同一产品再次发生违法行为的情形； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.产品实物质量符合相关标准技术要求； 4.标签标识（标志）内容真实； 5.未造成危害后果。	《中华人民共和国产品质量法》第二十六条　生产者应当对其生产的产品质量负责。产品质量应当符合下列要求： (三)符合在产品或者其包装上注明采用的产品标准，符合以产品说明、实物样品等方式表明的质量状况。 第三十二条　生产者生产产品，不得掺杂、掺假，不得以假充真、以次充好，不得以不合格产品冒充合格产品。 第三十九条　销售者销售产品，不得掺杂、掺假，不得以假充真、以次充好，不得以不合格产品冒充合格产品。 第四十九条　生产、销售不符合保障人体健康和人身、财产安全的国家标准、行业标准的产品的，责令停止生产、销售，没收违法生产、销售的产品，并处违法生产、销售产品(包括已售出和未售出的产品，下同)货值金额等值以上三倍以下的罚款；有违法所得的，并处没收违法所得；情节严重的，吊销营业执照；构成犯罪的，依法追究刑事责任。 第五十条　在产品中掺杂、掺假，以假充真，以次充好，或者以不合格产品冒充合格产品的，责令停止生产、销售，没收违法生产、销售的产品，并处违法生产、销售产品货值金额百分之五十以上三倍以下的罚款；有违法所得的，并处没收违法所得；情节严重的，吊销营业执照；构成犯罪的，依法追究刑事责任。 《食品安全法》第三十四条　禁止生产经营下列食品、食品添加剂、食品相关产品： （十三）其他不符合法律、法规或者食品安全标准的食品、食品添加剂、食品相关产品。 第一百二十四条第一款、第三款　违反本法规定，有下列情形之一，尚不构成犯罪的，由县级以上人民政府食品安全监督管理部门没收违法所得和违法生产经营的食品、食品添加剂，并可以没收用于违法生产经营的工具、设备、原料等物品；违法生产经营的食品、食品添加剂货值金额不足一万元的，并处五万元以上十万元以下罚款；货值金额一万元以上的，并处货值金额十倍以上二十倍以下罚款；情节严重的，吊销许可证：生产食品相关产品新品种，未通过安全性评估，或者生产不符合食品安全标准的食品相关产品的，由县级以上人民政府食品安全监督管理部门依照第一款规定给予处罚。

158	产品质量	销售没有再利用产品标识的再利用电器电子产品	1.产品实物质量符合相关标准技术要求； 2.初次违法； 3.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 4.危害后果轻微。	《中华人民共和国循环经济促进法》第三十九条第一款　回收的电器电子产品，经过修复后销售的，必须符合再利用产品标准，并在显著位置标识为再利用产品。 第五十六条第（一）项　违反本法规定，有下列行为之一的，由地方人民政府市场监督管理部门责令限期改正，可以处五千元以上五万元以下的罚款；逾期不改正的，依法吊销营业执照；造成损失的，依法承担赔偿责任： （一）销售没有再利用产品标识的再利用电器电子产品的；
159	产品质量	销售没有再制造或者翻新产品标识的再制造或者翻新产品	1.产品实物质量符合相关标准技术要求； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.未造成危害后果。	《中华人民共和国循环经济促进法》第四十条第二款　销售的再制造产品和翻新产品的质量必须符合国家规定的标准，并在显著位置标识为再制造产品或者翻新产品。 第五十六条第（二）项　违反本法规定，有下列行为之一的，由地方人民政府市场监督管理部门责令限期改正，可以处五千元以上五万元以下的罚款；逾期不改正的，依法吊销营业执照；造成损失的，依法承担赔偿责任： （二）销售没有再制造或者翻新产品标识的再制造或者翻新产品的。
160	产品质量	商品零售场所未向依法设立的塑料购物袋生产厂家、批发商或进口商采购塑料购物袋，或者未索取相关证照或者未建立塑料购物袋购销台账	满足下列情形之一： 1.本项内条件需同时满足： （1）初次违法； （2）能如实供述供货者； （3）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （4）危害后果轻微。 2.本项内条件需同时满足： （1）能如实供述供货者； （2）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （3）未造成危害后果。	《商品零售场所塑料购物袋有偿使用管理办法》第八条　商品零售场所应向依法设立的塑料购物袋生产厂家、批发商或进口商采购塑料购物袋，并索取相关证照，建立塑料购物袋购销台账，以备查验。 第十六条　商品零售场所经营者、开办单位或出租单位违反本办法第八条规定的，由工商行政管理部门责令改正，并可视情节处以 20000 元以下罚款。
161	产品质量	超市、商场、集贸市场等商品零售场	满足下列情形之一： 1.本项内条件需同时满足：	《北京市生活垃圾管理条例》第二十六条第一款　禁止在本市生产、销售超薄塑料袋。超市、商场、集贸市场等商品零售场所不得使用超薄塑料袋，不得免费提供塑

		所使用超薄塑料袋	（1）初次违法； （2）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （3）货值金额较小； （4）危害后果轻微，无证据证明造成人身、财产等危害后果。 2.本项内条件需同时满足： （1）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （2）货值金额较小； （3）未造成危害后果。	料袋。 第六十六条第一款　违反本条例第二十六条第一款规定，超市、商场、集贸市场等商品零售场所使用超薄塑料袋的，由市场监督管理部门责令立即改正，处一万元以上五万元以下罚款；再次违反规定的，处五万元以上十万元以下罚款。
162	产品质量	农业机械销售者未依照本条例的规定建立、保存销售记录	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《农业机械安全监督管理条例》第十四条第二款　农业机械销售者应当建立销售记录制度，如实记录农业机械的名称、规格、生产批号、供货者名称及联系方式、销售流向等内容。销售记录保存期限不得少于3年。 第四十七条　农业机械销售者未依照本条例的规定建立、保存销售记录的，由县级以上人民政府市场监督管理部门责令改正，给予警告；拒不改正的，处1000元以上1万元以下罚款，并责令停业整顿；情节严重的，吊销营业执照。
163	产品质量	生产单位未按规定建立质量安全管理制度，或者未按规定配备、培训、考核质量安全总监、质量安全员	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《工业产品生产单位落实质量安全主体责任监督管理规定》　第三条 生产单位应当建立健全产品质量安全管理制度，落实产品质量安全责任制，依法配备与单位规模、产品类别、风险等级相适应的质量安全总监和质量安全员，明确生产单位主要负责人、质量安全总监和质量安全员的岗位职责。 生产单位主要负责人对本单位的产品质量安全工作全面负责，建立并落实产品质量安全主体责任的长效机制。质量安全总监、质量安全员应当按照岗位职责协助生产单位主要负责人做好产品质量安全管理工作。 第九条　生产单位应当建立基于工业产品质量安全风险防控的动态管理机制，结合本单位实际，落实自查要求，制定《工业产品质量安全风险管控清单》，建立健全日管控、周排查、月调度工作制度。 第十七条 生产单位未按规定建立质量安全管理制度，或者未按规定配备、培训、考核质量安全总监、质量安全员，或者未按责任制要求落实质量安全责任的，由县级以上地方市场监督管理部门责令改正，给予警告；拒不改正的，处五千元以上五万元以下罚款。法律、行政法规另有规定的，从其规定。

164	产品质量	销售单位未按规定建立质量安全管理制度，或者未按规定配备、培训、考核质量安全总监、质量安全员	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《工业产品销售单位落实质量安全主体责任监督管理规定》　第三条 销售单位应当建立健全产品质量安全管理制度，落实产品质量安全责任制，依法配备与单位规模、产品类别、风险等级相适应的质量安全总监和质量安全员，明确销售单位主要负责人、质量安全总监和质量安全员的岗位职责。 销售单位主要负责人对本单位的产品质量安全工作全面负责，建立并落实产品质量安全主体责任的长效机制。质量安全总监、质量安全员应当按照岗位职责协助销售单位主要负责人做好产品质量安全管理工作。 第九条 销售单位应当建立基于工业产品质量安全风险防控的动态管理机制，结合本单位实际，落实自查要求，制定包括进货查验、索证索票、建立台账、核对产品质量信息等内容的《工业产品质量安全风险管控清单》，建立健全日管控、周排查、月调度工作制度。 第十七条 销售单位未按规定建立质量安全管理制度，或者未按规定配备、培训、考核质量安全总监、质量安全员，或者未按责任制要求落实质量安全责任的，由县级以上地方市场监督管理部门责令改正，给予警告；拒不改正的，处五千元以上五万元以下罚款。法律、行政法规另有规定的，从其规定。
165	产品质量	取得工业产品生产许可的企业未能持续保持规定条件	1.初次违法； 2.违法行为持续时间较短； 3.期间未生产不合格的产品或者未流入市场或者流入市场数量较少并及时召回； 4.及时改正。	《工业产品生产许可证管理条例实施办法》第四十六条　取得生产许可的企业应当保证产品质量稳定合格，并持续保持取得生产许可的规定条件。 《工业产品生产许可证管理条例实施办法》第四十九条　违反本办法第四十六条规定，取得生产许可的企业未能持续保持取得生产许可的规定条件的，责令改正，处1万元以上3万元以下罚款。
166	产品质量	销售国家明令淘汰并停止销售的产品	1.产品不危害人体健康和人身安全，且未失效或变质； 2.建立并执行了进货检查验收制度； 3.初次违法； 4.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 5.危害后果轻微。	《中华人民共和国产品质量法》第三十五条　销售者不得销售国家明令淘汰并停止销售的产品和失效、变质的产品。 第五十一条　生产国家明令淘汰的产品的，销售国家明令淘汰并停止销售的产品的，责令停止生产、销售，没收违法生产、销售的产品，并处违法生产、销售产品货值金额等值以下的罚款；有违法所得的，并处没收违法所得；情节严重的，吊销营业执照。

167	标准化	系统成员转让厂商识别代码和相应条码	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《商品条码管理办法》第二十条　系统成员不得将其厂商识别代码和相应的商品条码转让他人使用。 第三十四条　系统成员转让厂商识别代码和相应条码的，责令其改正，没收违法所得，处以3000元罚款。
168	标准化	未经核准注册使用厂商识别代码和相应商品条码的，在商品包装上使用其他条码冒充商品条码或伪造商品条码的，或者使用已经注销的厂商识别代码和相应商品条码	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《商品条码管理办法》第二十一条　任何单位和个人未经核准注册不得使用厂商识别代码和相应的条码。 任何单位和个人不得在商品包装上使用其他条码冒充商品条码；不得伪造商品条码。 第三十五条　未经核准注册使用厂商识别代码和相应商品条码的，在商品包装上使用其他条码冒充商品条码或伪造商品条码的，或者使用已经注销的厂商识别代码和相应商品条码的，责令其改正，处以30000元以下罚款。
169	标准化	经销的商品印有未经核准注册、备案或者伪造的商品条码	满足下列情形之一： 1.以下条件需同时满足： （1）初次违法； （2）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （3）危害后果轻微。 2.以下条件需同时满足： （1）主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； （2）没有造成危害后果。	《商品条码管理办法》第二十四条第一款 销售者不得经销违反第二十一条规定的商品。 第二十一条 任何单位和个人未经核准注册不得使用厂商识别代码和相应的条码。 任何单位和个人不得在商品包装上使用其他条码冒充商品条码；不得伪造商品条码。 第三十六条 经销的商品印有未经核准注册、备案或者伪造的商品条码的，责令其改正，处以10000元以下罚款。
170	计量	属于强制检定范围的计量器具未按照规定申请检定	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《中华人民共和国计量法》第九条第一款　县级以上人民政府计量行政部门对社会公用计量标准器具，部门和企业、事业单位使用的最高计量标准器具，以及用于贸易结算、安全防护、医疗卫生、环境监测方面的列入强制检定目录的工作计量器具，实行强制检定。未按照规定申请检定或者检定不合格的，不得使用。实行强制检定的工作计量器具的目录和管理办法，由国务院制定。 第二十五条 属于强制检定范围的计量器具，未按照规定申请检定或者检定不合

				格继续使用的，责令停止使用，可以并处罚款。 《中华人民共和国计量法实施细则》第十一条　使用实行强制检定的工作计量器具的单位和个人，应当向当地县（市）级人民政府计量行政部门指定的计量检定机构申请周期检定。当地不能检定的，向上一级人民政府计量行政部门指定的计量检定机构申请周期检定。 第四十三条　属于强制检定范围的计量器具，未按照规定申请检定和属于非强制检定范围的计量器具未自行定期检定或者送其他计量检定机构定期检定的，以及经检定不合格继续使用的，责令其停止使用，可并处1000元以下的罚款。 《计量违法行为处罚细则》第十一条第（二）项　使用计量器具违反计量法律、法规的，按以下规定处罚： （二）属于强制检定的工作计量器具，未按照规定申请检定或超过检定周期而继续使用的，责令其停止使用，可并处五百元以下罚款；经检定不合格而继续使用的，责令其停止使用，可并处一千元以下罚款；
171	计量	属于非强制检定范围的计量器具未自行定期检定或者送其他计量检定机构定期检定，经发现后主动送检且检定合格	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《中华人民共和国计量法》第九条第二款　对前款规定以外的其他计量标准器具和工作计量器具，使用单位应当自行定期检定或者送其他计量检定机构检定。 《中华人民共和国计量法实施细则》四十三条 属于强制检定范围的计量器具，未按照规定申请检定和属于非强制检定范围的计量器具未自行定期检定或者送其他计量检定机构定期检定的，以及经检定不合格继续使用的，责令其停止使用，可并处一千元以下的罚款。

172	计量	进口和销售未经国务院计量行政部门型式批准的计量器具	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《中华人民共和国计量法》第十四条　任何单位和个人不得违反规定制造、销售和进口非法定计量单位的计量器具。 《中华人民共和国进口计量器具监督管理办法》第四条　凡进口或外商在中国境内销售列入本办法所附《中华人民共和国进口计量器具型式审查目录》内的计量器具的，应向国务院计量行政部门申请办理型式批准。 属进口的，由外商申请型式批准。 属外商在中国境内销售的，由外商或其代理人申请型式批准。 国务院计量行政部门可根据情况变化对《中华人民共和国进口计量器具型式审查目录》作个别调整。 第十六条　进口或销售未经国务院计量行政部门型式批准的计量器具的，计量行政部门有权封存其计量器具，责令其补办型式批准手续，并可处以相当于进口或销售额百分之三十以下的罚款。
173	计量	使用非法定计量单位	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《中华人民共和国计量法实施细则》第二条　国家实行法定计量单位制度。法定计量单位的名称、符号按照国务院关于在我国统一实行法定计量单位的有关规定执行。 第四十条　违反本细则第二条规定，使用非法定计量单位的，责令其改正；属出版物的，责令其停止销售，可并处1000元以下的罚款。
174	计量	企事业单位最高计量标准未经有关人民政府计量行政部门考核合格开展计量检定工作	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《中华人民共和国计量法实施细则》第十条　企业、事业单位建立本单位各项最高计量标准，须向与其主管部门同级的人民政府计量行政部门申请考核。乡镇企业向当地县级人民政府计量行政部门申请考核。经考核符合本细则第七条规定条件并取得考核合格证的，企业、事业单位方可使用，并向其主管部门备案。 第四十二条　部门和企业、事业单位的各项最高计量标准，未经有关人民政府计量行政部门考核合格而开展计量检定的，责令其停止使用，可并处1000元以下的罚款。
175	计量	制造、修理计量器具的个体工商户不按照规定场所从事经营活动	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《中华人民共和国计量法实施细则》第十四条　制造、修理计量器具的企业、事业单位和个体工商户须在固定的场所从事经营，具有符合国家规定的生产设施、检验条件、技术人员等，并满足安全要求。 《中华人民共和国计量法实施细则》第四十九条　个体工商户制造、修理国家规定范围以外的计量器具或者不按照规定场所从事经营活动的，责令其停止制造、修理，没收全部违法所得，可并处以500元以下的罚款。

176	计量	结算量与实际量不符，且偏差超过国家和本市有关规定的	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《北京市计量监督管理规定》第十二条　以量值为结算依据的商品、服务交易的结算量应当与实际量相符，计量偏差应当符合国家和本市有关规定。 不得以掺杂异物等方法改变商品量值。 第二十二条　违反第十二条规定，结算量与实际量不符，且偏差超过国家和本市有关规定的，责令限期改正，可以处3万元以下罚款；以掺杂异物等方法改变商品量值的，责令改正，可以处5000元以下罚款。
177	计量	未按规定标注型式批准标志和编号	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《计量器具新产品管理办法》第十五条　制造已取得型式批准的计量器具的，应当在其使用说明书中标注国家统一规定的型式批准标志和编号。 第二十一条　未按规定标注型式批准标志和编号的，由县级以上市场监督管理部门责令改正，处三万元以下罚款。
178	计量	生产者按要求进行自我声明使用计量保证能力合格标志，达不到定量包装商品生产企业计量保证能力要求	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《定量包装商品计量监督管理办法》第二条　在中华人民共和国境内，生产、销售定量包装商品，以及对定量包装商品实施计量监督管理，应当遵守本办法。 本办法所称定量包装商品是指以销售为目的，在一定量限范围内具有统一的质量、体积、长度、面积、计数标注等标识内容的预包装商品。药品、危险化学品除外。 第十六条　定量包装商品生产者按要求进行自我声明，使用计量保证能力合格标志，达不到定量包装商品生产企业计量保证能力要求的，由县级以上地方市场监督管理部门责令改正，处三万元以下罚款。
179	计量	单件定量包装商品的实际含量小于其标注净含量	1.初次违法； 2.无法进行批量判定； 3.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 4.危害后果轻微。	《定量包装商品计量监督管理办法》第八条　单件定量包装商品的实际含量应当准确反映其标注净含量，标注净含量与实际含量之差不得大于本办法附件3规定的允许短缺量。 第十八条　生产、销售的定量包装商品，经检验违反本办法第八条、第九条规定的，由县级以上地方市场监督管理部门责令改正，处三万元以下罚款。
180	计量	批量定量包装商品的平均实际含量小于其标注净含量	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《定量包装商品计量监督管理办法》第九条　批量定量包装商品的平均实际含量应当大于或者等于其标注净含量。 用抽样的方法评定一个检验批的定量包装商品，应当符合定量包装商品净含量计量检验规则等系列计量技术规范。 第十八条 生产、销售的定量包装商品，经检验违反本办法第八条、第九条规定的，由县级以上地方市场监督管理部门责令改正，处三万元以下罚款。

181	计量	眼镜镜片、角膜接触镜、成品眼镜生产者配备与生产不相适应的顶焦度、透过率和厚度等计量检测设备	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《眼镜制配计量监督管理办法》第五条第（一）项　眼镜镜片、角膜接触镜和成品眼镜生产者除遵守本办法第四条规定外，还应当遵守以下规定： （一）配备与生产相适应的顶焦度、透过率和厚度等计量检测设备。 第十条第（一）项　眼镜镜片、角膜接触镜、成品眼镜生产者违反本办法第五条有关规定，应当按照以下规定进行处罚： （一）违反本办法第五条第一项规定的，责令改正，可以并处1000元以上10000元以下罚款。
182	计量	眼镜镜片、角膜接触镜、成品眼镜生产者不能保证出具的眼镜产品计量数据准确可靠	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《眼镜制配计量监督管理办法》第五条第（二）项　眼镜镜片、角膜接触镜和成品眼镜生产者除遵守本办法第四条规定外，还应当遵守以下规定： （二）保证出具的眼镜产品计量数据准确可靠。 第十条第（二）项　眼镜镜片、角膜接触镜、成品眼镜生产者违反本办法第五条有关规定，应当按照以下规定进行处罚： （二）违反本办法第五条第二项规定，责令改正，给消费者造成损失的，责令赔偿损失，可以并处2000元以下罚款。
183	计量	从事眼镜镜片、角膜接触镜、成品眼镜销售以及从事配镜验光、定配眼镜、角膜接触镜配戴经营者未配备与销售、经营业务相适应的验光、瞳距、顶焦度、透过率、厚度等计量检测设备	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《眼镜制配计量监督管理办法》第六条第（二）项　眼镜镜片、角膜接触镜、成品眼镜销售者以及从事配镜验光、定配眼镜、角膜接触镜配戴的经营者除遵守本办法第四条规定外，还应当遵守以下规定： （二）配备与销售、经营业务相适应的验光、瞳距、顶焦度、透过率、厚度等计量检测设备。 第十一条第（二）项　从事眼镜镜片、角膜接触镜、成品眼镜销售以及从事配镜验光、定配眼镜、角膜接触镜配戴经营者违反本办法第六条有关规定，应当按照以下规定进行处罚： （二）违反本办法第六条第二项规定的，责令改正，可以并处1000元以上10000元以下罚款。
184	计量	从事角膜接触镜配戴的经营者未配备与经营业务相适应的眼科计量检测设备	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《眼镜制配计量监督管理办法》第六条第（三）项　眼镜镜片、角膜接触镜、成品眼镜销售者以及从事配镜验光、定配眼镜、角膜接触镜配戴的经营者除遵守本办法第四条规定外，还应当遵守以下规定： （三）从事角膜接触镜配戴的经营者还应当配备与经营业务相适应的眼科计量检测设备。

				第十一条第（三）项　从事眼镜镜片、角膜接触镜、成品眼镜销售以及从事配镜验光、定配眼镜、角膜接触镜配戴经营者违反本办法第六条有关规定，应当按照以下规定进行处罚： （三）违反本办法第六条第三项规定的，责令改正，可以并处2000元以下罚款。
185	计量	经营者对属于强制检定范围的计量器具未按照规定申请检定或者经检定不合格继续使用	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《集贸市场计量监督管理办法(2024修订)》第九条第（二）项　经营者应当履行以下义务：（二）正确、规范使用计量器具和法定计量单位，对配置和使用的计量器具进行维护和管理，保证计量器具量值准确。属于强制检定计量器具的，应当定期送法定计量检定机构进行检定，计量器具出现新增、减少、更换、维修等情况，应当及时向集市主办者报备。 第十四条第一款　经营者违反本办法第九条第二项规定，对属于强制检定范围的计量器具未按照规定申请检定或者经检定不合格继续使用的，按照《中华人民共和国计量法实施细则》第四十三条的规定处理。 《中华人民共和国计量法实施细则》第四十三条　属于强制检定范围的计量器具，未按照规定申请检定和属于非强制检定范围的计量器具未自行定期检定或者送其他计量检定机构定期检定的，以及经检定不合格继续使用的，责令其停止使用，可并处1000元以下的罚款。
186	计量	使用出厂产品合格证不齐全计量器具	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《加油站计量监督管理办法》第九条第（一）项　加油站经营者违反本办法有关规定，应当按以下规定进行处罚： （一）违反本办法第五条第（四）项规定，使用出厂产品合格证不齐全计量器具的，责令其停止使用，没收计量器具和全部违法所得，可并处2000元以下罚款。燃油加油机安装后未报经市场监督管理部门授权的法定计量检定机构强制检定合格即投入使用的，责令其停止使用，可并处5000元以下罚款；给国家和消费者造成损失的，责令其赔偿损失，可并处5000元以上30000元以下罚款。
187	计量	网络交易产品信息主页面展示水效标识不符合规定、伪造、冒用水效标识	1.适用于“展示水效标识不符合规定”的情形，不适用“伪造、冒用水效标识”的情形； 2.初次违法； 3.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 4.危害后果轻微。	《水效标识管理办法》第八条　凡列入《目录》的产品，应当在产品或者产品最小包装的明显部位标注水效标识，并在产品使用说明书中予以说明。对于网络交易，销售者应当在产品信息展示主页面醒目位置展示相应的水效标识。 第十一条第二款 在产品包装物、说明书、广告宣传以及网络商品交易产品信息展示主页面中使用的水效标识，可按比例放大或者缩小，并清晰可辨。 第二十八条　违反本办法规定，销售者（含网络商品经营者）有下列情形之一的，予以通报，并处1万元以上3万元以下罚款：

				（三）在网络交易产品信息主页面展示的水效标识不符合规定的；
188	计量	销售应当标注水效标识而未标注、销售使用不符合规定的标识	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《水效标识管理办法》第二十一条第一款　销售者（含网络商品经营者）应当建立并执行进货检查验收制度，对列入《目录》的产品，验明产品水效标识，不得销售应当标注但未标注水效标识的产品，不得伪造或者冒用水效标识。 第二十八条　违反本办法规定，销售者（含网络商品经营者）有下列情形之一的，予以通报，并处一万元以上三万元以下罚款： （一）销售应当标注但未标注水效标识的产品的； （二）销售使用不符合规定的水效标识的产品的；
189	计量	眼镜制配者使用属于非强制检定的计量器具，未按照规定定期检定	1.初次违法； 2.违法经营时间较短； 3.经发现后及时检定； 4.实际使用的计量器具经检定合格； 5.危害后果轻微。	《眼镜制配计量监督管理办法》第四条第（四）项　眼镜制配者应当遵守以下规定： （四）不得使用未经检定、超过检定周期或者经检定不合格的计量器具。 《眼镜制配计量监督管理办法》第九条第（一）项　眼镜制配者违反本办法第四条有关规定，应当按照下列规定进行处罚： （一）属于强制检定范围的计量器具，未按照规定申请检定和属于非强制检定范围的计量器具未自行定期检定或者送其他计量检定机构定期检定的，以及经检定不合格继续使用的，责令其停止使用，可并处1000元以下的罚款。
190	计量	集市主办者未合理设置用于公平复核的公平秤、公平尺等计量器具，未摆放在显著、便捷位置，或未予以标识；未对用于公平复核的计量器具负责保管、维护和监督检查。	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《集贸市场计量监督管理办法》第五条第（六）项　集市主办者应当履行以下义务：（六）合理设置用于公平复核的公平秤、公平尺等计量器具，摆放在显著、便捷位置，并予以标识；对用于公平复核的计量器具负责保管、维护和监督检查，保证量值准确。 《集贸市场计量监督管理办法》第十三条第三款 集市主办者违反本办法第五条第五项、第六项规定的，由县级以上地方市场监督管理部门责令改正；拒不改正或者情节严重的，处一万元以下罚款。
191	认证	在产品或者产品包装及标签上标注含有“有机”、“ORGANIC”等字	1.涉案产品货值金额1万元以下，且产品未售出或售出后全部召回； 2.初次违法； 3.主动改正，或在行政机关责令改正	《有机产品认证管理办法》第三十四条　有下列情形之一的，任何单位和个人不得在产品、产品最小销售包装及其标签上标注含有“有机”、“ORGANIC”等字样且可能误导公众认为该产品为有机产品的文字表述和图案： （一）未获得有机产品认证的；

		样且可能误导公众认为该产品为有机产品的文字表述和图案	或要求的期限内改正； 4.危害后果轻微。	（二）获证产品在认证证书标明的生产、加工场所外进行了再次加工、分装、分割的。 第四十八条　违反本办法第三十四条的规定，在产品或者产品包装及标签上标注含有“有机”、“ORGANIC”等字样且可能误导公众认为该产品为有机产品的文字表述和图案的，县级以上地方市场监督管理部门责令改正，处3万元以下罚款。
192	认证	非法买卖认证证书	1.适用于买方； 2.初次违法； 3.涉案证书未使用（包括未展示、未用于宣传、招投标等）； 4.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 5.危害后果轻微。	《认证证书和认证标志管理办法》第五条　禁止伪造、冒用、转让和非法买卖认证证书和认证标志。 第二十七条　违反本办法规定，非法买卖或者转让认证证书的，县级以上地方市场监督管理部门责令其改正，处以3万元罚款；认证机构向未通过认证的认证委托人出卖或转让认证证书的，依照条例第六十一条规定处罚。
193	认证	认证机构向不具备相关法定资质、资格的认证对象出具认证证书	1.获证企业营业执照经营范围不明确的； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.未造成危害后果。	《认证机构管理办法》第十七条第一款第（一）项、第二款　认证机构在从事认证活动时，应当对认证对象的下列情况进行核实： （一）具备相关法定资质、资格； 认证对象不符合上述要求的，认证机构不得向其出具认证证书。 第三十八条第（二）项　认证机构有下列情形之一的，地方认证监督管理部门应当责令其改正，并处3万元罚款： （二）违反本办法第十七条规定，向认证对象出具认证证书的；
194	认证	检验检测机构使用已经过期或者被撤销、注销的资质认定证书或者标志	1.检验检测机构在使用过期或者被撤销、注销的资质认定证书或者标志时已经取得有效的资质认定证书； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.未造成危害后果。	《检验检测机构资质认定管理办法》第二十条 检验检测机构不得转让、出租、出借资质认定证书或者标志；不得伪造、变造、冒用资质认定证书或者标志；不得使用已经过期或者被撤销、注销的资质认定证书或者标志。 第三十七条 检验检测机构违反本办法规定，转让、出租、出借资质认定证书或者标志，伪造、变造、冒用资质认定证书或者标志，使用已经过期或者被撤销、注销的资质认定证书或者标志的，由县级以上市场监督管理部门责令改正，处3万元以下罚款。

195	认证	未取得计量认证合格证书的产品质量检验机构，为社会提供公证数据的	1.初次违法； 2.违法行为持续时间短； 3.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 4.危害后果轻微。	《中华人民共和国计量法实施细则》第五十条 未取得计量认证合格证书的产品质量检验机构，为社会提供公证数据的，责令其停止检验，可并处1000元以下的罚款。
196	特种设备	对使用未经检验或检验不合格的特种设备	以下条件同时满足的，可以减轻处罚： 1.初次违法； 2.企业主动发现并上报隐患，且在15个工作日内完成整改（停用、拆除、检验合格）； 3.危害后果轻微。	《中华人民共和国特种设备安全法》第三十二条第一款 特种设备使用单位应当使用取得许可生产并经检验合格的特种设备。 第四十条第三款 未经定期检验或者检验不合格的特种设备，不得继续使用。 第八十四条第（一）项 违反本法规定，特种设备使用单位有下列行为之一的，责令停止使用有关特种设备，处三万元以上三十万元以下罚款： （一）使用未取得许可生产，未经检验或者检验不合格的特种设备，或者国家明令淘汰、已经报废的特种设备的；
197	特种设备	使用未经定期检验的特种设备	1.初次违法； 2.立案调查前已经申报检验且检验合格； 3.危害后果轻微。	《中华人民共和国特种设备安全法》第四十条第三款 未经定期检验或者检验不合格的特种设备，不得继续使用。 第八十四条第（一）项 违反本法规定，特种设备使用单位有下列行为之一的，责令停止使用有关特种设备，处三万元以上三十万元以下罚款： （一）使用未取得许可生产，未经检验或者检验不合格的特种设备，或者国家明令淘汰、已经报废的特种设备的；
198	特种设备	电梯维护保养单位未按照《中华人民共和国特种设备安全法》以及安全技术规范的要求，进行电梯维护保养	1.在维护保养中，已严格执行安全技术规范对维保项目和维保间隔的要求，保证电梯安全性能，并已落实现场安全防护措施； 2.仅维保记录填写有误； 3.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 4.没有造成危害后果。	《中华人民共和国特种设备安全法》第四十五条第二款 电梯的维护保养单位应当在维护保养中严格执行安全技术规范的要求，保证其维护保养的电梯的安全性能，并负责落实现场安全防护措施，保证施工安全。 《中华人民共和国特种设备安全法》第八十八条 违反本法规定，未经许可，擅自从事电梯维护保养的，责令停止违法行为，处一万元以上十万元以下罚款；有违法所得的，没收违法所得。 电梯的维护保养单位未按照本法规定以及安全技术规范的要求，进行电梯维护保养的，依照前款规定处罚。
199	特种设备	锅炉使用单位未建立健全日管控、周	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正	《特种设备使用单位落实使用安全主体责任监督管理规定》 第十条 锅炉使用单位应当建立基于锅炉安全风险防控的动态管理机制，结合本单位实际，落实自查要

		排查、月调度工作制度和机制。	或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	求，制定《锅炉安全风险管控清单》，建立健全日管控、周排查、月调度工作制度和机制。锅炉停（备）用期间，使用单位应当做好锅炉及水处理设备的防腐蚀等停炉保养工作。 第十八条 锅炉使用单位未按规定建立安全管理制度，或者未按规定配备、培训、考核锅炉安全总监和锅炉安全员的，由县级以上地方市场监督管理部门责令改正并给予通报批评；拒不改正的，处五千元以上五万元以下罚款，并将处罚情况纳入国家企业信用信息公示系统。法律、行政法规另有规定的，依照其规定执行。 锅炉使用单位主要负责人、锅炉安全总监、锅炉安全员未按规定要求落实使用安全责任的，由县级以上地方市场监督管理部门责令改正并给予通报批评；拒不改正的，对责任人处二千元以上一万元以下罚款。法律、行政法规另有规定的，依照其规定执行。
200	特种设备	压力容器使用单位未建立健全日管控、周排查、月调度工作制度和机制。	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《特种设备使用单位落实使用安全主体责任监督管理规定》第二十六条 压力容器使用单位应当建立基于压力容器安全风险防控的动态管理机制，结合本单位实际，落实自查要求，制定《压力容器安全风险管控清单》，建立健全日管控、周排查、月调度工作制度和机制。 第三十四条 压力容器使用单位未按规定建立安全管理制度，或者未按规定配备、培训、考核压力容器安全总监和压力容器安全员的，由县级以上地方市场监督管理部门责令改正并给予通报批评；拒不改正的，处五千元以上五万元以下罚款，并将处罚情况纳入国家企业信用信息公示系统。法律、行政法规另有规定的，依照其规定执行。 压力容器使用单位主要负责人、压力容器安全总监、压力容器安全员未按规定要求落实使用安全责任的，由县级以上地方市场监督管理部门责令改正并给予通报批评；拒不改正的，对责任人处二千元以上一万元以下罚款。法律、行政法规另有规定的，依照其规定执行。
201	特种设备	气瓶充装单位未建立健全日管控、周排查、月调度工作制度和机制。	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《特种设备使用单位落实使用安全主体责任监督管理规定》第四十二条 气瓶充装单位应当建立基于气瓶充装安全风险防控的动态管理机制。结合本单位实际，落实自查要求，制定《气瓶充装安全风险管控清单》，建立健全日管控、周排查、月调度工作制度和机制。 第五十条 气瓶充装单位未按规定建立安全管理制度，或者未按规定配备、培训、考核气瓶安全总监和气瓶安全员的，由县级以上地方市场监督管理部门责令改正并给予通报批评；拒不改正的，处五千元以上五万元以下罚款，并将处罚情况纳入国家企业信用信息公示系统。法律、行政法规另有规定的，依照其规定执行。

				气瓶充装单位主要负责人、气瓶安全总监、气瓶安全员未按规定要求落实充装安全责任的，由县级以上地方市场监督管理部门责令改正并给予通报批评；拒不改正的，对责任人处二千元以上一万元以下罚款。法律、行政法规另有规定的，依照其规定执行。
202	特种设备	压力管道使用单位未建立健全日管控、周排查、月调度工作制度和机制。	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《特种设备使用单位落实使用安全主体责任监督管理规定》第五十八条　压力管道使用单位应当建立基于压力管道安全风险防控的动态管理机制，结合本单位实际，落实自查要求，制定《压力管道安全风险管控清单》，建立健全日管控、周排查、月调度工作制度和机制。 第六十六条 压力管道使用单位未按规定建立安全管理制度，或者未按规定配备、培训、考核压力管道安全总监和压力管道安全员的，由县级以上地方市场监督管理部门责令改正并给予通报批评；拒不改正的，处五千元以上五万元以下罚款，并将处罚情况纳入国家企业信用信息公示系统。法律、行政法规另有规定的，依照其规定执行。 压力管道使用单位主要负责人、压力管道安全总监、压力管道安全员未按规定要求落实使用安全责任的，由县级以上地方市场监督管理部门责令改正并给予通报批评；拒不改正的，对责任人处二千元以上一万元以下罚款。法律、行政法规另有规定的，依照其规定执行。
203	特种设备	电梯使用单位未建立健全日管控、周排查、月调度工作制度和机制。	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《特种设备使用单位落实使用安全主体责任监督管理规定》第七十五条 电梯使用单位应当建立基于电梯安全风险防控的动态管理机制，结合本单位实际，落实自查要求，制定《电梯安全风险管控清单》，建立健全日管控、周排查、月调度工作制度和机制。 第八十四条 电梯使用单位未按规定建立安全管理制度，或者未按规定配备、培训、考核电梯安全总监和电梯安全员的，由县级以上地方市场监督管理部门责令改正并给予通报批评；拒不改正的，处五千元以上五万元以下罚款，并将处罚情况纳入国家企业信用信息公示系统。法律、行政法规另有规定的，依照其规定执行。 电梯使用单位主要负责人、电梯安全总监、电梯安全员未按规定要求落实使用安全责任的，由县级以上地方市场监督管理部门责令改正并给予通报批评；拒不改正的，对责任人处二千元以上一万元以下罚款。法律、行政法规另有规定的，依照其规定执行。

204	特种设备	起重机械使用单位未建立健全日管控、周排查、月调度工作制度和机制。	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《特种设备使用单位落实使用安全主体责任监督管理规定》第九十三条 起重机械使用单位应当建立基于起重机械安全风险防控的动态管理机制，结合本单位实际，落实自查要求，制定《起重机械安全风险管控清单》，建立健全日管控、周排查、月调度工作制度和机制。 第一百零一条 起重机械使用单位未按规定建立安全管理制度，或者未按规定配备、培训、考核起重机械安全总监和起重机械安全员的，由县级以上地方市场监督管理部门责令改正并给予通报批评；拒不改正的，处五千元以上五万元以下罚款，并将处罚情况纳入国家企业信用信息公示系统。法律、行政法规另有规定的，依照其规定执行。 起重机械使用单位主要负责人、起重机械安全总监、起重机械安全员未按规定要求落实使用安全责任的，由县级以上地方市场监督管理部门责令改正并给予通报批评；拒不改正的，对责任人处二千元以上一万元以下罚款。法律、行政法规另有规定的，依照其规定执行。
205	特种设备	客运索道使用单位未建立健全日管控、周排查、月调度工作制度和机制。	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《特种设备使用单位落实使用安全主体责任监督管理规定》第一百零九条 客运索道使用单位应当建立基于客运索道安全风险防控的动态管理机制，结合本单位实际，落实自查要求，制定《客运索道安全风险管控清单》，建立健全日管控、周排查、月调度工作制度和机制。 第一百一十七条 客运索道使用单位未按规定建立安全管理制度，或者未按规定配备、培训、考核客运索道安全总监和客运索道安全员的，由县级以上地方市场监督管理部门责令改正并给予通报批评；拒不改正的，处五千元以上五万元以下罚款，并将处罚情况纳入国家企业信用信息公示系统。法律、行政法规另有规定的，依照其规定执行。 客运索道使用单位主要负责人、客运索道安全总监、客运索道安全员未按规定要求落实使用安全责任的，由县级以上地方市场监督管理部门责令改正并给予通报批评；拒不改正的，对责任人处二千元以上一万元以下罚款。法律、行政法规另有规定的，依照其规定执行。

206	特种设备	大型游乐设施使用单位未建立健全日管控、周排查、月调度工作制度和机制。	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《特种设备使用单位落实使用安全主体责任监督管理规定》第一百二十五条 大型游乐设施使用单位应当建立基于大型游乐设施安全风险防控的动态管理机制，结合本单位实际，落实自查要求，制定《大型游乐设施安全风险管控清单》，建立健全日管控、周排查、月调度工作制度和机制。 第一百三十三条 大型游乐设施使用单位未按规定建立安全管理制度，或者未按规定配备、培训、考核大型游乐设施安全总监和大型游乐设施安全员的，由县级以上地方市场监督管理部门责令改正并给予通报批评；拒不改正的，处五千元以上五万元以下罚款，并将处罚情况纳入国家企业信用信息公示系统。法律、行政法规另有规定的，依照其规定执行。 大型游乐设施使用单位主要负责人、大型游乐设施安全总监、大型游乐设施安全员未按规定要求落实使用安全责任的，由县级以上地方市场监督管理部门责令改正并给予通报批评；拒不改正的，对责任人处二千元以上一万元以下罚款。法律、行政法规另有规定的，依照其规定执行。
207	特种设备	场车使用单位未建立健全日管控、周排查、月调度工作制度和机制。	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《特种设备使用单位落实使用安全主体责任监督管理规定》第一百四十六条 市场监督管理部门应当将场车使用单位建立并落实场车使用安全责任制等管理制度，在日管控、周排查、月调度中发现的场车使用安全风险隐患以及整改情况作为监督检查的重要内容。 第一百四十九条 场车使用单位未按规定建立安全管理制度，或者未按规定配备、培训、考核场车安全总监和场车安全员的，由县级以上地方市场监督管理部门责令改正并给予通报批评；拒不改正的，处五千元以上五万元以下罚款，并将处罚情况纳入国家企业信用信息公示系统。法律、行政法规另有规定的，依照其规定执行。 场车使用单位主要负责人、场车安全总监、场车安全员未按规定要求落实使用安全责任的，由县级以上地方市场监督管理部门责令改正并给予通报批评；拒不改正的，对责任人处二千元以上一万元以下罚款。法律、行政法规另有规定的，依照其规定执行。

208	商务	供应商、经销商未按规定建立健全消费者投诉制度，未明确受理消费者投诉的具体部门和人员，未向消费者明示投诉渠道；投诉的受理、转交以及处理情况未在收到投诉之日起7个工作日内通知投诉的消费者	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《汽车销售管理办法》第十八条　供应商、经销商应当建立健全消费者投诉制度，明确受理消费者投诉的具体部门和人员，并向消费者明示投诉渠道。投诉的受理、转交以及处理情况应当自收到投诉之日起7个工作日内通知投诉的消费者。 第三十三条　违反本办法第十一条、第十五条、第十八条、第二十条第二款、第二十七条、第二十八条有关规定的，由县级以上地方商务主管部门责令改正，并可给予警告或1万元以下罚款。
209	商务	汽车供应商、经销商在本企业网站和经营场所均未公示与其合作的售后服务商名单	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《汽车销售管理办法》第二十条第二款　供应商、经销商应当在本企业网站或经营场所公示与其合作的售后服务商名单。 第三十三条　违反本办法第十一条、第十五条、第十八条、第二十条第二款、第二十七条、第二十八条有关规定的，由县级以上地方商务主管部门责令改正，并可给予警告或1万元以下罚款。
210	市场规范管理	房地产经纪机构及其经纪人员未在经营场所公示服务内容、服务标准、房地产经纪资格证书复印件	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《北京市房屋租赁管理若干规定》第二十七条第（一）项　房地产经纪机构及其经纪人员从事房屋租赁经纪业务，应当遵守下列规定： （一）在经营场所公示服务内容、服务标准、房地产经纪资格证书复印件； 第三十七条第（二）项　对违反本规定的下列行为，由工商行政管理部门按照下列规定处罚： （二）违反本规定第二十七条第（一）项、第（五）项的规定，房地产经纪机构违规经营的，责令改正，处1万元以上3万元以下罚款；
211	市场规范管理	未进行机动车销售发票（新拖拉机和新旧两轮摩托车发票除外）验证盖章	1.初次违法； 2.主动改正，或在行政机关责令改正的期限内改正； 3.危害后果轻微。	《北京市机动车市场管理暂行规定》第九条　机动车销售发票（新拖拉机和新旧两轮摩托车发票除外）须经工商行政管理机关验证盖章。 第十二条第（二）项　对违反本规定的下列行为，由工商行政管理机关依法予以处罚： （二）机动车交易成交后，销售发票未到工商行政管理机关验证盖章的，视情况可以对交易双方分别处以500元以下罚款；

二、下列违法行为，及时纠正的，依法不予行政处罚

序号	类别	违法行为名称	适用条件 （无特殊说明以下条件需同时满足）	处罚依据
1	企业监管	市场主体未按规定办理备案	主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正。	《中华人民共和国市场主体登记管理条例》第九条第（八）项　市场主体的下列事项应当向登记机关办理备案： （八）公司、合伙企业等市场主体受益所有人相关信息； 第二十九条　市场主体变更本条例第九条规定的备案事项的，应当自作出变更决议、决定或者法定变更事项发生之日起30日内向登记机关办理备案。农民专业合作社（联合社）成员发生变更的，应当自本会计年度终了之日起90日内向登记机关办理备案。 第三十条第三款　市场主体应当在歇业前向登记机关办理备案。登记机关通过国家企业信用信息公示系统向社会公示歇业期限、法律文书送达地址等信息。 第四十七条　市场主体未依照本条例办理备案的，由登记机关责令改正；拒不改正的，处5万元以下的罚款。
2	企业监管	市场主体不按规定办理变更登记的	主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正，或超过责改期限，但在处罚决定书正下达前改正的。	《中华人民共和国市场主体登记管理条例》第二十四条第一款　市场主体变更登记事项，应当自作出变更决议、决定或者法定变更事项发生之日起30日内向登记机关申请变更登记。 第四十六条　市场主体未依照本条例办理变更登记的，由登记机关责令改正；拒不改正的，处1万元以上10万元以下的罚款；情节严重的，吊销营业执照。
3	企业监管	公司登记事项发生变更时，未依照规定办理有关变更登记的	主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正，或超出责改期限且未下达处罚决定前改正的。	《中华人民共和国公司法》第三十四条第一款　公司登记事项发生变更的，应当依法办理变更登记。 《中华人民共和国公司法》第二百六十条第二款　公司登记事项发生变更时，未依照本法规定办理有关变更登记的，由公司登记机关责令限期登记；逾期不登记的，处以一万元以上十万元以下的罚款。
4	企业监管	合伙企业登记事项发生变更时，未依照本法规定办理变更登记的	主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正。	《中华人民共和国合伙企业法》第十三条　合伙企业登记事项发生变更的，执行合伙事务的合伙人应当自作出变更决定或者发生变更事由之日起十五日内，向企业登记机关申请办理变更登记。 第九十五条第二款　合伙企业登记事项发生变更时，未依照本法规定办理变更登记的，由企业登记机关责令限期登记；逾期不登记的，处以二千元以上二万元以下的罚款。

5	企业监管	个人独资企业登记事项发生变更时，未按规定办理有关变更登记的	主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正。	《中华人民共和国个人独资企业法》第十五条　个人独资企业存续期间登记事项发生变更的，应当在作出变更决定之日起的十五日内依法向登记机关申请办理变更登记。 第三十七条第二款　个人独资企业登记事项发生变更时，未按本法规定办理有关变更登记的，责令限期办理变更登记；逾期不办理的，处以二千元以下的罚款。
6	企业监管	市场主体未按照规定公示终止歇业的	主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正。	《中华人民共和国市场主体登记管理条例》第三十条第四款　市场主体歇业的期限最长不得超过3年。市场主体在歇业期间开展经营活动的，视为恢复营业，市场主体应当通过国家企业信用信息公示系统向社会公示。 《中华人民共和国市场主体登记管理条例实施细则》第四十二条第一款 市场主体办理歇业备案后，自主决定开展或者已实际开展经营活动的，应当于30日内在国家企业信用信息公示系统上公示终止歇业。 第七十四条　市场主体未按照本实施细则第四十二条规定公示终止歇业的，由登记机关责令改正；拒不改正的，处3万元以下的罚款。
7	企业监管	市场主体不按规定悬挂营业执照的	主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正。	《中华人民共和国市场主体登记管理条例》第三十六条　市场主体应当将营业执照置于住所或者主要经营场所的醒目位置。从事电子商务经营的市场主体应当在其首页显著位置持续公示营业执照信息或者相关链接标识。 第四十八条第一款　市场主体未依照本条例将营业执照置于住所或者主要经营场所醒目位置的，由登记机关责令改正；拒不改正的，处3万元以下的罚款。
8	知识产权	被许可人未按规定在使用该注册商标的商品上标明被许可人的名称和商品产地的	主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正。	《中华人民共和国商标法》第四十三条第二款　经许可使用他人注册商标的，必须在使用该注册商标的商品上标明被许可人的名称和商品产地。 《中华人民共和国商标法实施条例》第七十一条　违反商标法第四十三条第二款规定的，由工商行政管理部门责令限期改正；逾期不改正的，责令停止销售，拒不停止销售的，处10万元以下的罚款。

9	知识产权	销售侵犯注册商标专用权的商品的	1.不知道该商品是侵犯注册商标专用权的商品，且能证明该商品是自己合法取得并说明提供者； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正。	《中华人民共和国商标法》第五十七条　有下列行为之一的，均属侵犯注册商标专用权： （一）未经商标注册人的许可，在同一种商品上使用与其注册商标相同的商标的； （二）未经商标注册人的许可，在同一种商品上使用与其注册商标近似的商标，或者在类似商品上使用与其注册商标相同或者近似的商标，容易导致混淆的； （三）销售侵犯注册商标专用权的商品的； （四）伪造、擅自制造他人注册商标标识或者销售伪造、擅自制造的注册商标标识的； （五）未经商标注册人同意，更换其注册商标并将该更换商标的商品又投入市场的； （六）故意为侵犯他人商标专用权行为提供便利条件，帮助他人实施侵犯商标专用权行为的； （七）给他人的注册商标专用权造成其他损害的。 第六十条第二款　工商行政管理部门处理时，认定侵权行为成立的，责令立即停止侵权行为，没收、销毁侵权商品和主要用于制造侵权商品、伪造注册商标标识的工具，违法经营额五万元以上的，可以处违法经营额五倍以下的罚款，没有违法经营额或者违法经营额不足五万元的，可以处二十五万元以下的罚款。对五年内实施两次以上商标侵权行为或者有其他严重情节的，应当从重处罚。销售不知道是侵犯注册商标专用权的商品，能证明该商品是自己合法取得并说明提供者的，由工商行政管理部门责令停止销售。
10	知识产权	销售假冒专利的产品	1.销售不知道是假冒专利的产品，并且能够证明该产品合法来源； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正。	《中华人民共和国专利法》第六十八条　假冒专利的，除依法承担民事责任外，由负责专利执法的部门责令改正并予公告，没收违法所得，可以处违法所得五倍以下的罚款；没有违法所得或者违法所得在五万元以下的，可以处二十五万元以下的罚款；构成犯罪的，依法追究刑事责任。 《中华人民共和国专利法实施细则（2023修订）》第一百零一条第三款　销售不知道是假冒专利的产品，并且能够证明该产品合法来源的，由管理专利工作的部门责令停止销售，但免除罚款的处罚。

11	知识产权	对集体商标、证明商标管理不严，侵害消费者权益的	主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正。	《集体商标、证明商标注册和管理办法》第二十一条　集体商标、证明商标注册人没有对该商标的使用进行有效管理或者控制，致使该商标使用的商品达不到其使用管理规则的要求，对消费者造成损害的，由工商行政管理部门责令限期改正；拒不改正的，处以违法所得3倍以下的罚款，但最高不超过3万元；没有违法所得的，处以1万元以下的罚款。
12	网络监管	电子商务平台经营者不履行核验、登记义务	主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正。	《中华人民共和国电子商务法》第二十七条第一款　电子商务平台经营者应当要求申请进入平台销售商品或者提供服务的经营者提交其身份、地址、联系方式、行政许可等真实信息，进行核验、登记，建立登记档案，并定期核验更新。 第八十条第一款第（一）项　条电子商务平台经营者有下列行为之一的，由有关主管部门责令限期改正；逾期不改正的，处二万元以上十万元以下的罚款；情节严重的，责令停业整顿，并处十万元以上五十万元以下的罚款： （一）不履行本法第二十七条规定的核验、登记义务的；
13	网络监管	网络交易平台经营者不履行核验、登记义务	主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正。	《网络交易监督管理办法》第二十四条第一款　网络交易平台经营者应当要求申请进入平台销售商品或者提供服务的经营者提交其身份、地址、联系方式、行政许可等真实信息,进行核验、登记,建立登记档案,并至少每六个月核验更新一次。 第四十七条　网络交易平台经营者违反本办法第二十四条第一款、第二十五条第二款、第三十一条，不履行法定核验、登记义务，有关信息报送义务，商品和服务信息、交易信息保存义务的，依照《中华人民共和国电子商务法》第八十条的规定进行处罚。 《中华人民共和国电子商务法》第八十条第一款第（一）项　电子商务平台经营者有下列行为之一的，由有关主管部门责令限期改正；逾期不改正的，处二万元以上十万元以下的罚款；情节严重的，责令停业整顿，并处十万元以上五十万元以下的罚款： （一）不履行本法第二十七条规定的核验、登记义务的；

14	网络监管	电子商务平台经营者未按规定向市场监管部门报送有关信息	主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正。	《中华人民共和国电子商务法》第二十八条第一款　电子商务平台经营者应当按照规定向市场监督管理部门报送平台内经营者的身份信息，提示未办理市场主体登记的经营者依法办理登记，并配合市场监督管理部门，针对电子商务的特点，为应当办理市场主体登记的经营者办理登记提供便利。 第八十条第一款第（二）项　电子商务平台经营者有下列行为之一的，由有关主管部门责令限期改正；逾期不改正的，处二万元以上十万元以下的罚款；情节严重的，责令停业整顿，并处十万元以上五十万元以下的罚款： （二）不按照本法第二十八条规定向市场监督管理部门、税务部门报送有关信息的。
15	网络监管	电子商务平台经营者违反《电子商务法》第二十九条、第三十一条规定	主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正。	《中华人民共和国电子商务法》第二十九条　电子商务平台经营者发现平台内的商品或者服务信息存在违反本法第十二条、第十三条规定情形的，应当依法采取必要的处置措施，并向有关主管部门报告。 第三十一条　电子商务平台经营者应当记录、保存平台上发布的商品和服务信息、交易信息，并确保信息的完整性、保密性、可用性。商品和服务信息、交易信息保存时间自交易完成之日起不少于三年；法律、行政法规另有规定的，依照其规定。 第八十条第一款第（三）、（四）项　电子商务平台经营者有下列行为之一的，由有关主管部门责令限期改正；逾期不改正的，处二万元以上十万元以下的罚款；情节严重的，责令停业整顿，并处十万元以上五十万元以下的罚款： （三）不按照本法第二十九条规定对违法情形采取必要的处置措施，或者未向有关主管部门报告的； （四）不履行本法第三十一条规定的商品和服务信息、交易信息保存义务的。
16	网络监管	通过网络社交、网络直播等网络服务开展网络交易活动的网络交易经营者，未以显著方式展示商品或者服务及其实际经营主体、售后服务等信息，或者上述信息的链接标识	主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正。	《网络交易监督管理办法》第二十条第一款　通过网络社交、网络直播等网络服务开展网络交易活动的网络交易经营者，应当以显著方式展示商品或者服务及其实际经营主体、售后服务等信息，或者上述信息的链接标识。 第四十五条　网络交易经营者违反本办法第二十条，法律、行政法规有规定的，依照其规定；法律、行政法规没有规定的，由市场监督管理部门责令限期改正；逾期不改正的，处一万元以下罚款。

17	网络监管	网络交易经营者未提供特定时段、特定品类、特定区域的商品或者服务的价格、销量、销售额等数据信息	主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正。	《网络交易监督管理办法》第二十二条第一款　网络交易经营者应当按照国家市场监督管理总局及其授权的省级市场监督管理部门的要求，提供特定时段、特定品类、特定区域的商品或者服务的价格、销量、销售额等数据信息。 第四十六条　网络交易经营者违反本办法第二十二条的，由市场监督管理部门责令限期改正；逾期不改正的，处五千元以上三万元以下罚款。
18	网络监管	网络交易平台经营者未于每年1月和7月向住所地省级市场监督管理部门报送平台内已办理市场主体登记的平台内经营者的身份信息	主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正。	《网络交易监督管理办法》第二十五条第二款　网络交易平台经营者应当分别于每年1月和7月向住所地省级市场监督管理部门报送平台内经营者的下列身份信息：…… 第四十七条　网络交易平台经营者违反本办法第二十四条第一款、第二十五条第二款、第三十一条，不履行法定核验、登记义务，有关信息报送义务，商品和服务信息、交易信息保存义务的，依照《中华人民共和国电子商务法》第八十条的规定进行处罚。 《中华人民共和国电子商务法》第八十条第一款第（二）项　电子商务平台经营者有下列行为之一的，由有关主管部门责令限期改正；逾期不改正的，处二万元以上十万元以下的罚款；情节严重的，责令停业整顿，并处十万元以上五十万元以下的罚款： （二）不按照本法第二十八条规定向市场监督管理部门、税务部门报送有关信息的。
19	网络监管	网络交易平台经营者修改平台服务协议和交易规则未完整保存修改后的版本生效之日前三年的全部历史版本，不能保证经营者和消费者能够便利、完整地阅览和下载	主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正。	《网络交易监督管理办法》第二十八条　网络交易平台经营者修改平台服务协议和交易规则的，应当完整保存修改后的版本生效之日前三年的全部历史版本，并保证经营者和消费者能够便利、完整地阅览和下载。 第四十八条　网络交易平台经营者违反本办法第二十七条、第二十八条、第三十条的，由市场监督管理部门责令限期改正；逾期不改正的，处一万元以上三万元以下罚款。
20	食品安全	食品、食品添加剂的标签、说明书存在瑕疵但不影响食品安全且不会对消	主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正。	《中华人民共和国食品安全法》第一百二十五条第二款　生产经营的食品、食品添加剂的标签、说明书存在瑕疵但不影响食品安全且不会对消费者造成误导的，由县级以上人民政府食品安全监督管理部门责令改正；拒不改正的，处二千元以下罚款。

		费者造成误导		
21	食品安全	食品经营者未按规定在经营场所的显著位置悬挂或者摆放食品经营许可证	主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正。	《食品经营许可和备案管理办法》第二十八条第二款　食品经营者应当在经营场所的显著位置悬挂、摆放纸质食品经营许可证正本或者展示其电子证书。 第五十七条第二款，违反本办法第二十八条第二款、第三款规定的，由县级以上地方市场监督管理部门责令限期改正；逾期不改的，给予警告。
22	食品安全	食品经营许可证载明的许可事项以外的其他事项发生变化，未按照规定申请变更	主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正。	《食品经营许可和备案管理办法》第二十九条　食品经营许可证载明的事项发生变化的，食品经营者应当在变化后十个工作日内向原发证的市场监督管理部门申请变更食品经营许可。食品经营者地址迁移，不在原许可经营场所从事食品经营活动的，应当重新申请食品经营许可。 第五十二条第四款　食品经营许可证载明的除许可事项以外的其他事项发生变化，食品经营者未按照规定申请变更的，由县级以上地方市场监督管理部门责令限期改正；逾期不改的，处一千元以上一万元以下罚款。
23	食品安全	食品经营者违反《食品经营许可和备案管理办法》第三十条第一款的规定	主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正。	《食品经营许可和备案管理办法》第三十条　发生下列情形的，食品经营者应当在变化后十个工作日内向原发证的市场监督管理部门报告： （一）食品经营者的主要设备设施、经营布局、操作流程等发生较大变化，可能影响食品安全的； （二）从事网络经营情况发生变化的； （三）外设仓库（包括自有和租赁）地址发生变化的； （四）集体用餐配送单位向学校、托幼机构供餐情况发生变化的； （五）自动设备放置地点、数量发生变化的； （六）增加预包装食品销售的。 符合前款第一项、第五项情形的，县级以上地方市场监督管理部门应当在收到食品经营者的报告后三十个工作日内对其实施监督检查，重点检查食品经营实际情况与报告内容是否相符、食品经营条件是否符合食品安全要求等。 第五十八条　违反本办法第三十条第一款第一项规定的，由县级以上地方市场监督管理部门责令限期改正；逾期不改的，处两千元以上一万元以下罚款；情节严重的，处一万元以上五万元以下罚款；造成危害后果的，处五万元以上二十万元以下罚款。 违反本办法第三十条第一款第二项至第六项规定的，由县级以上地方市场监督管理部门责令限期改正；逾期不改的，处一千元以上一万元以下罚款。

24	食品安全	食品生产者未按规定在生产场所的显著位置悬挂或者摆放食品生产许可证	主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正。	《食品生产许可管理办法》第三十一条第二款　食品生产者应当在生产场所的显著位置悬挂或者摆放食品生产许可证正本。 第五十二条第二款　违反本办法第三十一条第二款规定，食品生产者未按规定在生产场所的显著位置悬挂或者摆放食品生产许可证的，由县级以上地方食品药品监督管理部门责令改正；拒不改正的，给予警告。
25	食品安全	食品生产者未按规定申请变更、报告、办理注销手续	主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正。	《食品生产许可管理办法》第三十二条　食品生产许可证有效期内，食品生产者名称、现有设备布局和工艺流程、主要生产设备设施、食品类别等事项发生变化，需要变更食品生产许可证载明的许可事项的，食品生产者应当在变化后 10 个工作日内向原发证的市场监督管理部门提出变更申请。 食品生产者的生产场所迁址的，应当重新申请食品生产许可。 食品生产许可证副本载明的同一食品类别内的事项发生变化的，食品生产者应当在变化后 10 个工作日内向原发证的市场监督管理部门报告。 食品生产者的生产条件发生变化，不再符合食品生产要求，需要重新办理许可手续的，应当依法办理。 第四十条第一款　食品生产者终止食品生产，食品生产许可被撤回、撤销，应当在 20 个工作日内向原发证的市场监督管理部门申请办理注销手续。 第五十三条第一款　违反本办法第三十二条第一款规定，食品生产许可证有效期内，食品生产者名称、现有设备布局和工艺流程、主要生产设备设施等事项发生变化，需要变更食品生产许可证载明的许可事项，未按规定申请变更的，由原发证的市场监督管理部门责令改正，给予警告；拒不改正的，处 1 万元以上 3 万元以下罚款。 第五十三条第三款　违反本办法第三十二条第三款、第四十条第一款规定，食品生产许可证副本载明的同一食品类别内的事项发生变化，食品生产者未按规定报告的，食品生产者终止食品生产，食品生产许可被撤回、撤销或者食品生产许可证被吊销，未按规定申请办理注销手续的，由原发证的市场监督管理部门责令改正；拒不改正的，给予警告，并处 5000 元以下罚款。
26	食品安全	小食杂店未取得备案或者超出备案载明的生产经营范围从事食品经营活动	主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正。	《北京市小规模食品生产经营管理规定》第十一条　开办小食杂店，应当向所在地的区市场监督管理部门办理备案，并提交下列材料： (一)拟经营食品类别的说明； (二)经营场所平面图； (三)食品安全承诺书。 仅从事食用农产品销售的，不需要办理备案。 第二十二条第二款　小食杂店违反本规定第十一条规定，未取得备案从事食品经

				营活动的，由市场监督管理部门责令停止违法经营活动、限期改正;逾期拒不改正的，没收违法所得和违法经营的食品，并处 2000 元以上 5000 元以下罚款;情节严重的，并处 5000 元以上 5 万元以下罚款。 第二十四条第一款　小作坊、小食杂店违反本规定第八条第二款规定，超出许可或备案载明的生产经营范围从事食品生产经营活动的，由市场监督管理部门对小作坊、小食杂店依照本规定第二十二条的规定处理。
27	食品安全	小规模食品生产经营者违反《北京市小规模食品生产经营管理规定》第十三条第十四项至第十六项，第十五条，第十六条第一款、第十七条第一项至第六项，第十八条第一项至第六项，第十九条第一项至第四项规定	主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正。	《北京市小规模食品生产经营管理规定》第十三条　小规模食品生产经营者不得有下列生产经营行为： (十四)生产经营无标签的预包装食品或者标签不符合法律、法规规定的食品； (十五)在生产经营条件发生变化，不再符合法律、法规规定要求的情况下继续生产经营； (十六)安排未取得健康证明或者患有国务院卫生健康行政部门规定的有碍食品安全疾病的人员从事接触直接入口食品的工作。 第十五条　小规模食品生产经营者采购食品、食品原料、食品添加剂、食品相关产品，应当查验供货者的许可证和产品合格证明，保存记载有货物名称、数量、进货日期，以及供货者名称、地址、联系方式等内容的相关凭证，凭证信息不齐的，如实记录补齐。凭证或者记录保存期限不得少于 2 年。 第十六条第一款　小规模食品生产经营者应当对食品添加剂实行专区(柜)存放，并有专用的称量器具。 第十七条　小作坊从事生产加工活动，应当遵守下列规定： (一)食品原料应当具有合格证明，对无法提供合格证明的食品原料应当按照食品安全标准进行检验，合格后方可使用； (二)依照食品安全标准定期进行食品检验，检验期限间隔不得超过 6 个月，首批生产加工的食品经检验合格后方可出厂销售，检验记录保存期限不得少于 2 年； (三)生产加工食品，应当如实记录使用的食品原料和食品添加剂的名称、数量，以及成品数量和生产日期等内容，记录和凭证保存期限不得少于 2 年； (四)销售食品，应当如实记录所销售食品的名称、规格、数量、生产日期或者生产批号、销售日期，以及单位购货者名称、地址、联系方式等内容，并保存相关凭证，记录和凭证保存期限不得少于 2 年； (五)出厂销售的食品为预包装食品； (六)预包装食品包装上有符合法律、法规和食品安全标准要求的标签； 第十八条　小餐饮店从事餐饮服务活动，应当遵守下列规定：

				(一)用于加工制作的工具、设备、容器，应当定位存放，并贴有区分标识或者能够明显区分； (二)加工、制作食品，应当生熟分开，食品工具用具专用； (三)专间内不得存放未清洗的原料； (四)餐具、饮具和盛放直接入口食品的容器，使用前应当洗净、消毒，用后应当洗净，保持清洁； (五)无专用餐具、饮具清洗消毒设备的，应当使用符合规定的一次性餐具、饮具或者集中式消毒餐具、饮具； (六)经营场所内不得圈养、宰杀禽畜类动物； 第十九条　小食杂店从事食品经营活动，应当遵守下列规定： (一)食品销售、贮存场所与生活场所有效分隔，保持环境卫生整洁，并与有毒、有害场所以及其他污染源保持规定的距离； (二)与销售的食品品种、数量相适应的经营设备或者设施，以及废弃物密闭收集设备，能够正常使用； (三)销售散装食品所配备的洗手、干手设备，销售直接入口的散装食品所配备的防腐、防尘、防蝇、防鼠、防虫设备，以及销售散装熟食的独立操作间内专用清洗消毒设备和给排水设施，能够正常使用； (四)生食与熟食经营区域分开，生鲜畜禽、水产品与其他食品经营区域分开； 第二十八条　小规模食品生产经营者违反本规定第十三条第十四项至第十六项，第十五条，第十六条第一款、第十七条第一项至第六项，第十八条第一项至第六项，第十九条第一项至第四项规定的，由市场监督管理部门或者城管执法部门责令限期改正；逾期拒不改正的，对小作坊、小餐饮店、小食杂店处1000元以上5000元以下罚款，对食品摊贩处500元以上2000元以下罚款；情节严重的，责令停产停业，直至由原许可部门吊销许可证。

28	食品安全	小规模食品生产经营者违反《北京市小规模食品生产经营管理规定》第十四条、第十八条第七项、第二十条第一项规定	主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正。	《北京市小规模食品生产经营管理规定》第十四条　小规模食品生产经营者应当在生产经营场所显著位置公示许可证或者备案证明、从业人员健康证明。 第十八条　小餐饮店从事餐饮服务活动，应当遵守下列规定：(七)使用食品添加剂的，应当如实记录使用食品添加剂的名称、数量、时间、人员等内容，记录保存期限不得少于2年，并在经营场所显著位置公示使用食品添加剂的名称。 第二十条　食品摊贩从事食品经营活动，应当遵守下列规定： (一)使用食品添加剂的，应当如实记录使用食品添加剂的名称、数量、时间、人员等内容，记录保存期限不得少于1年，并在显著位置公示使用食品添加剂的名称； 第二十九条　小规模食品生产经营者违反本规定第十四条、第十八条第七项、第二十条第一项规定的，由市场监督管理部门或者城管执法部门责令限期改正；逾期拒不改正的，对小作坊、小餐饮店、小食杂店处500元以上1000元以下罚款，对食品摊贩处200元以上500元以下罚款。

29	食品安全	食用农产品销售者违反 《食用农产品市场销售质量安全监督管理办法》第十二条、第十三条规定，未按要求标明食用农产品相关信息	主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正。	《食用农产品市场销售质量安全监督管理办法》第十二条 销售者销售食用农产品，应当在销售场所明显位置或者带包装产品的包装上如实标明食用农产品的名称、产地、生产者或者销售者的名称或者姓名等信息。产地应当具体到县（市、区），鼓励标注到乡镇、村等具体产地。对保质期有要求的，应当标注保质期；保质期与贮存条件有关的，应当予以标明；在包装、保鲜、贮存中使用保鲜剂、防腐剂等食品添加剂的，应当标明食品添加剂名称。 销售即食食用农产品还应当如实标明具体制作时间。 食用农产品标签所用文字应当使用规范的中文，标注的内容应当清楚、明显，不得含有虚假、错误或者其他误导性内容。 鼓励销售者在销售场所明显位置展示食用农产品的承诺达标合格证。带包装销售食用农产品的，鼓励在包装上标明生产日期或者包装日期、贮存条件以及最佳食用期限等内容。 第十三条 进口食用农产品的包装或者标签应当符合我国法律、行政法规的规定和食品安全标准的要求，并以中文载明原产国（地区），以及在中国境内依法登记注册的代理商、进口商或者经销者的名称、地址和联系方式，可以不标示生产者的名称、地址和联系方式。 进口鲜冻肉类产品的外包装上应当以中文标明规格、产地、目的地、生产日期、保质期、贮存条件等内容。 分装销售的进口食用农产品，应当在包装上保留原进口食用农产品全部信息以及分装企业、分装时间、地点、保质期等信息。 第四十条 销售者违反本办法第十二条、第十三条规定，未按要求标明食用农产品相关信息的，由县级以上市场监督管理部门责令改正；拒不改正的，处二千元以上一万元以下罚款。
30	食品安全	食品经营者未按规定公示相关不合格产品信息	主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正。	《食品安全抽样检验管理办法》第四十二条 食品经营者收到监督抽检不合格检验结论后，应当按照国家市场监督管理总局的规定在被抽检经营场所显著位置公示相关不合格产品信息。 第四十七条第三款 违反本办法第四十二条的规定，食品经营者未按规定公示相关不合格产品信息的，由市场监督管理部门责令改正；拒不改正的，给予警告，并处2000 元以上 3 万元以下罚款。
31	食品安全	小餐饮店食品经营者超出许可载明的	主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正。	《北京市小规模食品生产经营管理规定》第八条 本市对小作坊、小餐饮店实行许可制度，对小食杂店、食品摊贩实行备案制度。

		生产经营范围从事食品经营活动		小规模食品生产经营者应当在许可或者备案载明的生产经营范围内从事食品生产经营活动。 小作坊、小餐饮店和小食杂店的许可备案具体管理办法由市市场监督管理部门制定，食品摊贩备案具体办法由区人民政府制定。 第二十四条第二款　小餐饮店违反本规定第八条第二款规定，超出许可载明的经营范围从事食品经营活动的，由市场监督管理部门责令停止违法经营活动、限期改正；逾期拒不改正的，没收违法所得和违法经营的食品以及违法经营的工具、设备、原料等物品；并处2000元以上1万元以下罚款；情节严重的，并处1万元以上5万元以下罚款。
32	产品质量	取得生产许可证的企业未在产品、包装或者说明书上标注生产许可证标志和编号	主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正。	《中华人民共和国工业产品生产许可证管理条例》第四十七条　取得生产许可证的企业未依照本条例规定在产品、包装或者说明书上标注生产许可证标志和编号的，责令限期改正；逾期仍未改正的，处违法生产、销售产品货值金额30%以下的罚款；有违法所得的，没收违法所得；情节严重的，吊销生产许可证。
33	认证	未按照规定使用认证标志	主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正。	《强制性产品认证管理规定》第三十二条　认证委托人应当建立认证标志使用管理制度，对认证标志的使用情况如实记录和存档，按照认证规则规定在产品及其包装、广告、产品介绍等宣传材料中正确使用和标注认证标志。 第五十五条　有下列情形之一的，由地方质检两局责令其限期改正，逾期未改正的，处2万元以下罚款。 （二）违反本规定第三十二条规定，未按照规定使用认证标志的。
34	认证	获证产品及其销售包装上标注的认证证书所含内容与认证证书内容不一致	主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正。	《强制性产品认证管理规定》第二十三条　获证产品及其销售包装上标注认证证书所含内容的，应当与认证证书的内容相一致，并符合国家有关产品标识标注管理规定。 第五十五条第（一）项　有下列情形之一的，由地方质检两局责令其限期改正，逾期未改正的，处2万元以下罚款。（一）违反本规定第二十三条规定，获证产品及其销售包装上标注的认证证书所含内容与认证证书内容不一致的。
35	认证	检验检测机构未按照国家有关强制性规定的样品管理、仪器设备管理与使用、检验检测规程	主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正。	《检验检测机构监督管理办法》第九条第一款　检验检测机构应当按照国家有关强制性规定的样品管理、仪器设备管理与使用、检验检测规程或者方法、数据传输与保存等要求进行检验检测。 第二十六条第（一）项　检验检测机构有下列情形之一的，由县级以上市场监督管理部门责令限期改正；逾期未改正或者改正后仍不符合要求的，处3万元以下罚款：

		或者方法、数据传输与保存等要求进行检验检测		（一）违反本办法第九条第一款规定，进行检验检测的；
36	认证	检验检测机构未按规定分包检验检测项目	主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正。	《检验检测机构监督管理办法》第十一条　需要分包检验检测项目的，检验检测机构应当分包给具备相应条件和能力的检验检测机构，并事先取得委托人对分包的检验检测项目以及拟承担分包项目的检验检测机构的同意。 检验检测机构应当在检验检测报告中注明分包的检验检测项目以及承担分包项目的检验检测机构。 第二十六条第（二）项　检验检测机构有下列情形之一的，由县级以上市场监督管理部门责令限期改正；逾期未改正或者改正后仍不符合要求的，处3万元以下罚款：（二）违反本办法第十一条规定分包检验检测项目，或者应当注明而未注明的；
37	认证	检验检测机构未在检验检测报告上加盖检验检测机构公章或者检验检测专用章，或者未经授权签字人签发或者授权签字人超出其技术能力范围签发的	主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正。	《检验检测机构监督管理办法》第十二条第一款　检验检测机构应当在其检验检测报告上加盖检验检测机构公章或者检验检测专用章，由授权签字人在其技术能力范围内签发。 第二十六条第（三）项　检验检测机构有下列情形之一的，由县级以上市场监督管理部门责令限期改正；逾期未改正或者改正后仍不符合要求的，处3万元以下罚款：（三）违反本办法第十二条第一款规定，未在检验检测报告上加盖检验检测机构公章或者检验检测专用章，或者未经授权签字人签发或者授权签字人超出其技术能力范围签发的。
38	计量	未办理能源效率标识备案，或者使用的能源效率标识不符合规定	主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正。	《中华人民共和国节约能源法》第十九条第一款、第二款　生产者和进口商应当对列入国家能源效率标识管理产品目录的用能产品标注能源效率标识，在产品包装物上或者说明书中予以说明，并按照规定报国务院市场监督管理部门和国务院管理节能工作的部门共同授权的机构备案。 生产者和进口商应当对其标注的能源效率标识及相关信息的准确性负责。禁止销售应当标注而未标注能源效率标识的产品。 《能源效率标识管理办法》第十五条　生产者和进口商应当对其使用的能源效率标识信息准确性负责。 《中华人民共和国节约能源法》第七十三条第二款　违反本法规定，未办理能源效率标识备案，或者使用的能源效率标识不符合规定的，由市场监督管理部门责令限期改正；逾期不改正的，处一万元以上三万元以下罚款。
39	计量	用能单位未按照规	主动改正，或在行政机关责令改正或	《中华人民共和国节约能源法》第二十七条第一款　用能单位应当加强能源计量

		定配备、使用能源计量器具	要求的期限内改正。	管理，按照规定配备和使用经依法检定合格的能源计量器具。 第七十四条　用能单位未按照规定配备、使用能源计量器具的，由市场监督管理部门责令限期改正；逾期不改正的，处一万元以上五万元以下罚款。
40	计量	重点用能单位未按照规定配备能源计量工作人员或者能源计量工作人员未接受能源计量专业知识培训	主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正。	《能源计量监督管理办法》第十二条　重点用能单位应当配备专业人员从事能源计量工作。重点用能单位的能源计量工作人员应当具有能源计量专业知识，定期接受能源计量专业知识培训。 第十九条　违反本办法规定，重点用能单位未按照规定配备能源计量工作人员或者能源计量工作人员未接受能源计量专业知识培训的，由县级以上地方市场监督管理部门责令限期改正；逾期不改正的，处 1 万元以上 3 万元以下罚款。
41	计量	集市主办者未对使用的属于强制检定的计量器具登记造册、备案，未做强制检定工作，未及时更新登记新增、减少、更换、维修等情况的计量器具信息。	主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正。	《集贸市场计量监督管理办法》第五条第（五）项　集市主办者应当履行以下义务： （五）对集市使用的属于强制检定的计量器具登记造册，向当地市场监督管理部门备案，并配合市场监督管理部门及相关法定计量检定机构做好强制检定工作，计量器具出现新增、减少、更换、维修等情况应当及时更新登记信息。 第十三条第三款　集市主办者违反本办法第五条第五项、第六项规定的，由县级以上地方市场监督管理部门责令改正；拒不改正或者情节严重的，处一万元以下罚款。
42	计量	经营者以商品量的量值作为结算依据的，不使用计量器具测量量值	主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正。	《集贸市场计量监督管理办法》第九条第（五）项 经营者应当履行以下义务： （五）以商品量的量值作为结算依据的，应当使用计量器具进行测量，但经交易双方当事人同意的除外。计量偏差应当在国家规定的范围内，结算值与实际值相符。 第十四条第三款　　经营者违反本办法第九条第五项规定，应当使用计量器具进行测量而未使用计量器具的，由县级以上地方市场监督管理部门责令改正；拒不改正的，处一万元以下罚款。经营者销售商品的结算值与实际值不相符的，按照《商品量计量违法行为处罚规定》第五条、第六条的规定处罚。
43	计量	销售超过有效期的标准物质	主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正。	《计量违法行为处罚细则》第十五条　销售超过有效期的标准物质的，责令改正；逾期不改正的，处三万元以下罚款。
44	化妆品	生产经营的化妆品的标签存在瑕疵	1.不影响质量安全且不会对消费者造成误导； 2.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正。	《化妆品监督管理条例》第六十一条第二款　生产经营的化妆品的标签存在瑕疵但不影响质量安全且不会对消费者造成误导的，由负责药品监督管理的部门责令改正；拒不改正的，处 2000 元以下罚款。

45	医疗器械	医疗器械拆零销售未附说明书	1.主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正； 2.不影响医疗器械产品安全、有效的。	《医疗器械经营监督管理办法》第二十九条 从事医疗器械经营，应当按照法律法规和医疗器械经营质量管理规范的要求，建立覆盖采购、验收、贮存、销售、运输、售后服务等全过程的质量管理制度和质量控制措施，并做好相关记录，保证经营条件和经营活动持续符合要求。 《医疗器械经营质量管理规范》第四十五条 医疗器械零售的经营场所应当与其经营范围和经营规模相适应，并符合以下要求： （四）经营可拆零医疗器械的，应当配备拆零销售所需的工具、包装用品，拆零的医疗器械标签和说明书应当符合有关规定。 《医疗器械经营监督管理办法》第六十七条 违反医疗器械经营质量管理规范有关要求的，由药品监督管理部门责令限期改正；影响医疗器械产品安全、有效的，依照医疗器械监督管理条例第八十六条的规定处罚。
46	医疗器械	经营未经备案的第一类医疗器械	主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正。	《医疗器械监督管理条例》第五十五条 医疗器械经营企业、使用单位不得经营、使用未依法注册或者备案、无合格证明文件以及过期、失效、淘汰的医疗器械。 第八十四条第（一） 有下列情形之一的，由负责药品监督管理的部门向社会公告单位和产品名称，责令限期改正；逾期不改正的，没收违法所得、违法生产经营的医疗器械；违法生产经营的医疗器械货值金额不足 1 万元的，并处 1 万元以上 5 万元以下罚款；货值金额 1 万元以上的，并处货值金额 5 倍以上 20 倍以下罚款；情节严重的，对违法单位的法定代表人、主要负责人、直接负责的主管人员和其他责任人员，没收违法行为发生期间自本单位所获收入，并处所获收入 30%以上 2 倍以下罚款，5 年内禁止其从事医疗器械生产经营活动：（一）生产、经营未经备案的第一类医疗器械；
47	医疗器械	经营第二类医疗器械，应当备案但未备案	主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正。	《医疗器械监督管理条例》第四十一条 从事第二类医疗器械经营的，由经营企业向所在地设区的市级人民政府负责药品监督管理的部门备案并提交符合本条例第四十条规定条件的有关资料。 按照国务院药品监督管理部门的规定，对产品安全性、有效性不受流通过程影响的第二类医疗器械，可以免于经营备案。 第八十四条 有下列情形之一的，由负责药品监督管理的部门向社会公告单位和产品名称，责令限期改正；逾期不改正的，没收违法所得、违法生产经营的医疗器械；违法生产经营的医疗器械货值金额不足 1 万元的，并处 1 万元以上 5 万元以下罚款；货值金额 1 万元以上的，并处货值金额 5 倍以上 20 倍以下罚款；情节严重的，对违法单位的法定代表人、主要负责人、直接负责的主管人员和其他责任人员，没收违法行为发生期间自本单位所获收入，并处所获收入 30%以上 2 倍以下罚款，5 年内禁止

				其从事医疗器械生产经营活动：（三）经营第二类医疗器械，应当备案但未备案；
48	药品	药品零售网络销售企业未向药品监督管理部门报告企业名称、网站名称、应用程序名称、IP地址、域名、药品生产许可证或者药品经营许可证等信息。或信息发生变化未在10个工作日内报告	主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正。	《药品网络销售监督管理办法》第十一条　药品网络销售企业应当向药品监督管理部门报告企业名称、网站名称、应用程序名称、IP地址、域名、药品生产许可证或者药品经营许可证等信息。信息发生变化的，应当在10个工作日内报告。 药品网络销售企业为药品上市许可持有人或者药品批发企业的，应当向所在地省级药品监督管理部门报告。药品网络销售企业为药品零售企业的，应当向所在地市县级药品监督管理部门报告 第三十五条　违反本办法第十一条的规定，责令限期改正；逾期不改正的，处1万元以上3万元以下罚款；情节严重的，处3万元以上5万元以下罚款。
49	药品	药品网络销售企业未按《药品网络销售监督管理办法》展示药品相关信息	主动改正，或在行政机关责令改正或要求的期限内改正。	《药品网络销售监督管理办法》第十三条　药品网络销售企业展示的药品相关信息应当真实、准确、合法。 从事处方药销售的药品网络零售企业，应当在每个药品展示页面下突出显示“处方药须凭处方在药师指导下购买和使用”等风险警示信息。处方药销售前，应当向消费者充分告知相关风险警示信息，并经消费者确认知情。 药品网络零售企业应当将处方药与非处方药区分展示，并在相关网页上显著标示处方药、非处方药。 药品网络零售企业在处方药销售主页面、首页面不得直接公开展示处方药包装、标签等信息。通过处方审核前，不得展示说明书等信息，不得提供处方药购买的相关服务。 第三十六条　违反本办法第十三条、第十九条第二款的规定，责令限期改正；逾期不改正的，处5万元以上10万元以下罚款。

严格惩戒类

为构建宽严相济、刚柔并济的市场监管执法体系，《北京市朝阳区市场监管领域服务型执法事项清单》在优化容错纠错机制基础上，新增严格惩戒类章节，与容错纠错清单互为补充，构建起“轻微容错、严重严惩、底线严守”的全维度监管格局。

严格惩戒类清单立足市场监管核心职责，紧扣“最严谨的标准、最严格的监管、最严厉的处罚、最严肃的问责”要求，划定执法不可逾越的红线边界。明确对触及食品药品安全、特种设备安全、产品质量安全等民生底线，趁突发事件之机违法，以及主观恶意明显、屡查屡犯、造成恶劣社会影响的行为，一律不适用容错纠错规定，依法从严快速查处，坚决杜绝“以罚代管、降格处罚、应罚不罚”，确保执法权威不弱化、安全底线不松动。

本章案例覆盖广告监管、反不正当竞争、消费者权益保护、食品药品、特种设备、知识产权、价格监管、网络交易等重点领域，均为社会关注度高、危害性突出的典型案件。坚持依法监管、过罚相当、惩教结合，以刚性执法守护公共安全、公平竞争与消费者合法权益，彰显服务型执法“有温度更有力度”的鲜明导向。

本章的设立，是服务型执法从“柔性包容”向“刚柔并济”的深化升级。容错纠错清单为守法经营、轻微失误的市场

主体提供纠错空间，激发市场活力；严格惩戒类则对突破底线的违法行为“长牙带刺”，维护市场秩序与公共利益，二者相辅相成、辩证统一。既避免“一刀切”式严苛执法影响营商环境，也杜绝“宽松软”监管导致风险隐患，真正做到对守法者无事不扰，对违法者利剑高悬。

一、广告、市场主体、反不正当竞争、消费者权益、教育类

某餐饮管理公司发布违背社会良好风尚食品广告案

【案例提示】本案聚焦食品广告低俗化、擦边球问题，针对当事人以“男友力”“壮阳成分”为噱头发布食品广告的行为，明确了“暗示产品具有特定功效、违背公序良俗”的违法认定标准。案件办理过程中，执法人员全面核查产品 成分、广告内容及投诉举报情况，精准区分普通食品与保健食品的界限，依法对违背社会良好风尚的广告行为予以处罚，为规范食品广告宣传、净化市场环境提供了典型指引。

一、案情介绍

2024 年 5 月 7 日，我局接到 12315 举报单，反映某餐饮管理公司在其微信小程序销售的“Superboy 男友力扳回一局”系列酸奶，主打壮阳成分且广告标注 18 禁等元素，观感不佳且夸大功效。5 月 11 日至 13 日，陆续接到 3 件 12345 工单，反映该产品涉嫌非法添加中药材；5 月 9 日，接到区委宣传部舆情工作通知单，反映《新京报》报道该产品广告宣传疑似擦边低俗。经核查，当事人行为涉嫌违反《中华人民共和国广告法》（以下简称《广告法》）相关规定，于 2024 年 5 月 9 日予以立案调查。

经我局查明，当事人在北京市有 55 家酸奶门店，均通过旗下分公司在网络销售平台注册网店，当事人负责品牌酸奶研发

及新品广告宣传、推广工作。2024 年 5 月 7 日，当事人在微信小程序、55 家门店及美团、大众点评、饿了么平台上架两款涉案酸奶，并在北京 16 家门店投放灯箱广告。广告以“男友力”命名，突出标注玛咖、鹿鞭等成分，配“18 周岁以下我不卖”等暗示性用语，制作安装费用 6041.52 元，3 天内销售 5779 杯，总销售额 28.3 万元，案发后于 5 月 9 日下架广告。

经查，酸奶添加的“小桔袋”为合规运动营养食品，无特殊功效。针对投诉举报的原料添加、食品安全等问题，经核查，人参（人工种植）等原料属性合法，涉案食品无安全问题，虚假宣传事实不成立。

当事人通过产品命名、成分宣传及暗示性用语，将酸奶功效与男性性功能相关联，广告内容低俗擦边，违背公共秩序和善良风俗，违反了《广告法》第九条第（七）项“广告不得有下列情形：（七）妨碍社会公共秩序或者违背社会良好风尚”的规定，构成发布违背社会良好风尚广告的行为。依据《广告法》第五十七条第一款“发布有本法第九条、第十条规定的禁止情形的广告的，由市场监督管理部门责令停止发布广告，对广告主处二十万元以上一百万元以下的罚款，情节严重的，并可以吊销营业执照”及《北京市市场监督管理局行政处罚自由裁量基准表》有关规定，结合当事人涉案广告线上线下同步发

布、销售量大、涉及面广且造成一定社会负面影响的情节，我局决定对当事人处以罚款40万元的行政处罚。

二、焦点问题

本案在办理过程中主要遇到以下问题：

1. 如何认定食品广告中“暗示产品具有特定功效”且“违背社会良好风尚”的行为；

2. 涉案产品添加人参等成分，如何区分普通食品与保健食品的界限；

3. 投诉举报涉及多个争议点时，如何逐一核查并准确认定相关事实；

4. 食品广告引发舆情关注时，如何平衡案件办理与社会影响处置。

三、案例评析

（一）精准界定“违背社会良好风尚”，厘清广告违法边界。

《广告法》第九条第（七）项对“违背社会良好风尚”的规定较为原则，本案中，执法人员从三个维度作出认定：一是产品命名“Superboy男友力扳回一局”突出男性力量特质，暗示与男性性功能相关；二是广告重点标注玛咖、鹿鞭等大众传统认知中与壮阳功效相关的成分，强化功效联想；三是使用“18周岁以下我不卖”“别说你不懂”等暗示性用语，传递低

俗导向。结合酸奶作为大众健康食品的属性，上述广告内容与公序良俗相悖，易对未成年人身心健康产生不良影响，据此认定当事人行为构成违法。该认定标准为处理同类低俗擦边食品广告案件提供了清晰的判断依据。

（二）严格区分普通食品与保健食品，规范原料使用认定。

针对投诉举报反映的“添加人参未取得保健食品许可”问题，执法人员依据相关规定精准区分：一是确认人参（人工种植）为新资源食品，可添加到普通食品中；二是核查小桔袋中人参粉添加量为 0.3 克/袋，未达到保健食品原料目录规定的 1-3 克添加量标准，不属于保健食品范畴。同时，对其他原料逐一核查，明确鹿鞭、牡蛎等的属性，排除了当事人涉嫌虚假宣传和违法添加的事实。该做法体现了对食品类别认定的严谨性，避免了因原料属性界定不清导致的执法偏差。

（三）全面核查投诉举报事项，确保案件事实清楚。

本案投诉举报涉及广告低俗、违法添加、食品安全等多个事项，执法人员采取“逐一核查、分类认定”的方式：对广告内容违法问题，通过固定广告截图、询问当事人等方式确认事实；对原料添加问题，调取采购合同、检测报告等证据，结合相关标准作出认定；对食品安全问题，依据第三方检测报告排除违法情形。通过全面核查，既回应了群众关切，又确保了案件事实认定的准确性和完整性。

四、案例启示

（一）强化食品广告导向监管，净化市场宣传环境。

食品广告应坚守公序良俗底线，市场监管部门应加强对食品广告的日常巡查，重点打击以低俗擦边、功效暗示等为噱头的违法宣传行为。引导食品经营者树立正确的广告宣传理念，聚焦产品品质和正常营养功能，杜绝虚假、低俗广告内容。

（二）明确食品原料使用标准，规范食品类别界定。

经营者应严格遵守食品原料使用相关规定，明确普通食品、保健食品、新资源食品的界限，规范原料添加和标签标注。市场监管部门应加强对食品原料使用的监管指导，通过宣传培训、专项检查等方式，提升经营者合规意识，避免因原料属性界定不清引发违法风险。

（三）高效回应社会关切，提升执法公信力。

针对引发舆情关注的广告违法案件，市场监管部门应快速响应、及时立案，全面核查相关事项，主动回应社会关切。在案件办理过程中，坚持依法执法、公正裁量，既严厉打击违法行为，又保障当事人合法权益，提升行政执法的公信力和社会认可度。

某公司提交虚假材料取得公司变更登记案

【案例提示】经国家市场总局执法稽查局、北京市局执法总队指导，在区领导精心调度指挥下，北京市朝阳区市场监管综合执法大队于2024年8月办理了全国首例“职业闭店”案件，该案为全国市场监管系统在此类案件领域的突破。

在区领导高位调度下，办案部门积极与公安、检察等机关协调配合，运用视频问话等数字化办案手段，在不到一个月的时间里，对涉案链条上分布于不同省份的4家主体与7名自然人作出了行政处理。撤销了闭店企业违法变更登记行为，恢复了其原法定代表人的主体身份，继续承担其债务等法律责任。成为坚持法治思维，运用法治方式破解难题的生动示范。

一、案情介绍

根据市总队案件线索，市公安经侦总队在侦办阳某某等人案件过程中，发现某教育机构（即当事人）相关主体公司变更存在违法行为。朝阳区市场监管局接到案件线索后，于2024年7月19日对当事人（闭店企业）涉嫌提交虚假材料取得公司变更登记的违法行为立案查处。同时对涉案3家中介机构（职业闭店人）北京某公司（以下简称职业闭店人甲）、四川某公司（以下简称职业闭店人乙）、北京某公司（以下简称职业闭店人丙），协助当事人进行虚假登记的违法行为一并立案查处。

经查，2024 年 3 月，当事人原法定代表人李某，找到职业闭店人甲的阳某某等，委托其处理当事人及关联公司公司变更登记（备案）业务。后阳某某等找到职业闭店人乙的李某等，委托其寻找适宜的自然人，以顶替当事人原法定代表人李某。同时，委托职业闭店人丙的朱某某进行具体的公司变更登记（备案）操作。经职业闭店人乙的李某等人运作，由贾某等出任当事人新的法定代表人、股东等职务。2024 年 4 月，当事人完成公司变更登记（备案）手续。

8 月 26 日我局对上述主体陆续作出了处理决定。

1、对闭店企业当事人。依据《中华人民共和国公司法》(2018 修正)第一百九十八条的规定，罚款 10 万元。

依据《中华人民共和国市场主体登记管理条例》第四十条第二款的规定，撤销其虚假变更登记(备案)事项。恢复李某原法定代表人身份。

2、对职业闭店人甲、乙、丙。其系协助小蕃茄进行虚假登记的违法行为。依据《中华人民共和国市场主体登记管理条例实施细则》第七十一条第二款的规定，分别没收违法所得 9300 元、1.88 万元、700 元，处罚款 10 万元、10 万元、2 万元。

3、对职业背债人贾某、张某。依据《中华人民共和国市场主体登记管理条例》第四十条第三款的规定，认定为虚假登记

直接责任人，自虚假市场主体登记被撤销之日起3年内不得再次申请市场主体登记。

4、对职业闭店人实际控制人阳某某、吴某某、李某、刘某、朱某某。依据《中华人民共和国市场主体登记管理条例》第四十条第三款的规定，认定为虚假登记直接责任人，自虚假市场主体登记被撤销之日起3年内不得再次申请市场主体登记。

处理决定下达后，涉案主体均表示认可处理结果，无复议诉讼情况。

对于此批“职业闭店”全国首案，北京市市场局专门召开了新闻发布会，通过北京电视台、新京报等媒体对案件情况进行了介绍。后期中央电视台、抖音等也对此批案件进行了报道，有效震慑了心存侥幸的潜在违法者。

二、焦点问题

本案在办理过程中主要遇到以下问题：

1、涉案当事人散布于不同省份，有些还处于公安羁押状态，取证存在难度；

2、办案过程需要与公安部门、检察院等不同部门协调沟通；

3、案件定性与处罚幅度需要悉心斟酌。

三、案例评析

1、新旧《公司法》取舍。当事人案立案于2024年7月19日，《中华人民共和国公司法》（2023修订）（以下简称2023版公司法）于2024年7月1日实施，因当事人违法变更登记行为发生于2024年4月16日，2023版公司法尚未生效，同时2023版公司法对当事人违法行为的处罚额度为5-200万，而2018版公司法对该违法行为的处罚额度是5-50万。本着从旧兼从轻的原则，办案部门选择了适用2018版公司法。

2、包容审慎、处罚适度。**一是**对当事人，办案部门考虑其积极处理未完成课时学员后续问题，未造成社会负面影响，遂依据《中华人民共和国行政处罚法》第三十二条第（一）项的规定，进行了从轻处罚。**二是**对职业闭店中介，考虑职业闭店人丙在上述违法行为中违法所得明显小于另2家中介机构，对其进行了从轻处罚。

3、行政处罚结合行政许可。对当事人的违法行为，不仅作出了行政处罚，同时依照《中华人民共和国市场主体登记管理条例》，撤销了其虚假登记行为，恢复了原法定代表人的法律身份，使其欲通过变更登记的方式逃避法律追责的意图难以实行。

四、案例启示

1、运用法治思维、法治方式推动重大问题解决

该案得到各级领导高度关注，区领导多次就预付费消费问题召开专题会议，强调要在法治逻辑下打击职业闭店行为，利用典型案例向社会宣传恶意闭店行为的不良后果。

2、数字赋能预付费监管事前、事中、事后工作，形成预付费监管“朝阳经验”

构建消费闭店风险监测模型，优化风险预警模块。借助人工智能技术，动态管理辖区预付费行业，提前发现风险隐患，以数字技术赋能事前监管。定期对现有监测指标进行更新，保持模型数据接入敞口。结合此次“职业闭店”案，加强与公安、检察院等部门之间的联系互动，定期接入公安、检察院方面相关数据。结合公安、检察院方面的案件线索、情报分析对风险监测模型进行优化，保持与市场一线动态的同频共振，及时掌握市场一线情报，为事中、事后监管提供数据、证据支持。形成预付费监管的“朝阳经验”。

3、部门协同协作形成处置合力

办案部门在涉案自然人朱某某等处于羁押状态下就提前介入调查，联系公安机关赶赴看守所开展案件前期准备工作，制作《送达地址确认书》等执法文书，为后期开展案件调查及处置工作奠定了基础。公安机关提前介入，羁押了涉案的阳某某、李某、朱某某等人，制作了详实的问话笔录，后期在检察部门的指导下，进行了反向行刑衔接，一并移转给了办案部

门，为本系列案件的成功办结创造了条件。通过此案件，进一步健全了各相关部门良好的沟通协作机制，为今后类似案件的办理探索了思路。

4、强化审慎包容监管，实现法律效果与社会效果统一

为避免媒体对此批案件进行炒作，办案部门在对外公开的执法文书中，如《处罚告知书》、《处罚决定书》等，均避免使用“职业闭店人”、“职业背债人”等敏感词汇，避免出现负面舆情，干扰案件办理。同时处罚当中充分考虑案件违法情形，积极适用包容审慎政策，做到适度处罚。在体现执法力度的同时彰显执法的温度。在案件办理及后期宣传工作中，对《公司法》等法律法规进行了普及。

某科技有限公司擅自使用他人有一定影响的企业名称案

【案例提示】本案在假冒央企整治工作中创新开拓执法模式，一方面在全国首先办理了假冒央企案，起到了对市场乱象的震慑作用，另一方面，开拓了此类案件的办案思路。

一、案情介绍

当事人中铁XX（北京）投资管理有限公司经营业务为工程设计以及基础设施建设等。原投资人为中铁二院工程集团有限责任公司、北京辰邦投资管理有限公司、京安艺海（北京）科技有限公司、国瑞创鑫（北京）投资管理有限公司。中国中铁股份有限公司是国务院国有资产监督管理委员会所属中央企业，其简称为“中铁”，中铁二院工程集团有限责任公司为中国中铁股份有限公司全资子公司。北京辰邦投资管理有限公司、京安艺海（北京）科技有限公司、国瑞创鑫（北京）投资管理有限公司等公司均为民营企业，与中国中铁股份有限公司等央企无投资隶属关系。2022年11月16日，中铁二院工程集团有限责任公司将其拥有的全部当事人26.44%股权转让至张某。至此中铁二院工程集团有限责任公司与当事人不再存在投资关系，即当事人与中国中铁股份有限公司等央企再无投资隶属关系。

当事人设立有微信公众号，用于介绍公司情况以及发布公司工作动态等业务宣传活动。在“关于公众号”一栏中，公众

号简介内容有“中铁XX投资集团是“中国中铁”旗下的投资公司”等内容。同时，该公众号发布了“中铁XX投资集团与一道新能源科技（衢州）有限公司于2022年10月2日签订《战略合作协议》”、“中铁XX投资集团与苏州阿特斯新能源开发有限公司于2022年9月30日签订《战略合作协议》”等工作动态。在上述工作动态中均存在“中铁XX是世界500强企业“中国中铁”旗下的投资公司”等内容。

当事人股权发生变化后，当事人与中国中铁股份有限公司及其子公司等央企已不存在投资关系，不属于中国中铁股份有限公司旗下公司，在没有投资隶属关系及授权的情况下继续“中铁”这一企业名称开展业务宣传，且未及时对其微信公众号内容下架，使公众误解当事人与中国中铁股份有限公司仍存在一定联系。

当事人擅自使用“中铁”这一企业名称开展业务宣传，违反了《中华人民共和国反不正当竞争法》第六条第一款第（二）项的规定，构成擅自使用他人有一定影响的企业名称的违法行为。依据《中华人民共和国反不正当竞争法》第十八条第一款的规定，责令当事人立即停止上述违法行为，处罚款5万元。

依据《中华人民共和国反不正当竞争法》第十八条第二款的规定，责令当事人30日办理名称变更登记，名称变更前，由当事人统一社会信用代码91110113091857797U代替企业名称。

二、焦点问题

本案在办理过程中主要遇到以下问题：

1、对案件定性存在不同意见；

2、处罚裁量方面需要斟酌。

三、案例评析

2022年以来，国资委与国家市场监督管理总局联合开展了打击假冒央企专项行动。这些假冒央企打着“中”、“国”字头，主要从事交通运输、建筑施工等央企、国企集中的行业，利用央企、国企的影响力在全国各个地区获取政企合作、投资融资方面的便利，其结果可能导致工程建设质量不达标、投资收益达不到预期标准，这不仅损害了地方政府、金融机构的利益，而且降低了群众对央企、国企的信任，更扰乱了市场竞争秩序。针对“假冒国企”这一违法乱象，执法人员发现案件线索后快速反映，迅速固化当事人微信公众号相关宣传内容等证据材料，针对当事人多次变更经营地址后查无下落的情况，执法人员多地摸排走访，与多家物业和房屋承租人沟通，最后找出当事人实际经营地并与其取得联系，使得案件得以继续推

进，最后依法对当事人违法行为进行处理，终止了当事人继续“假冒”国企的违法行为，维护了市场应有的健康生态。

四、案例启示

1、细致摸排、顺藤摸瓜，发现违法线索。

本案是在查处中铁XX（北京）投资管理有限公司（以下称中铁XX投资公司）违法行为过程中发现的一个“串案”。执法人员通过前期细致摸排已经发现当事人与中铁XX投资公司存在投资隶属关系，并且同样被国资委公示为“假冒”国企，执法人员判断当事人与中铁XX投资公司虽然注册地不在同一行政区内，但在经营活动中可能存在一定关联关系。执法人员随后在现场检查过程中发现中铁XX投资公司实际经营地在外区一产业园区，而在向产业园物业了解情况过程中发现当事人承租了园区内停车位，最后锁定了当事人实际办公场所，证实了当事人与中铁XX投资公司实际办公地址为同一地址。最后经请示，由市局将当事人的违法线索进行了指定管辖，对当事人及其子公司即中铁XX投资公司依法进行了行政处罚。

2、反映迅速、全面取证，回馈社会热点。

“假冒”国企主要存在三种违法行为，分别是1、“无中生有”型，即通过提交虚假的注册登记材料的方式将国企注册为股东；2、“移花接木”型，即擅自使用国企有一定影响的企业名称；3、“好聚不好散”型，即历史上与国企具有投资或者

合作关系，但投资、合作终止后拒绝配合完成股东变更登记或继续使用国企字号的。在国资委公示“假冒”国企名单后，执法人员对涉事企业全面调查，针对可能存在的三种违法行为，确定取证方向，迅速对微信公众号、网站公示信息以及宣传内容等易消失的证据进行固化，同时调取相关注册信息，确定了当事人属于第三种违法行为，最后仅用一个月左右的时间对当事人作出处罚，责令其变更登记事项，同时在北京市率先完成了“假冒”央企案件查处工作，及时回应了社会关切。

某教育科技有限公司对其提供的服务作虚假宣传案

【案例提示】本案为教育培训领域专项整治期间办理的相关案件，在教育领域不正当竞争违法整治方面创新开拓执法模式，一方面，结合检察院、公安部门前期取证证据对案件予以定性。另一方面，积极向当事人解释涉案法律法规，使得涉案当事人深刻认识到违法行为的危害，实现执法与教育的双重目的。

一、案情介绍

案件来源：2023 年 11 月 13 日，我局接北京市朝阳区人民检察院的检查建议书，反映其在查办北京某教育科技有限公司诈骗案时，发现当事人存在假冒国企等违法经营问题。

案件事实：经查，当事人从事注册消防工程师线上培训业务，假借具有国企背景，通过网站、微信公众号等方式开展业务宣传。在获取意向消费者的信息后，通过电话、微信等方式进行营销，促使消费者进行线上报名、缴费。当事人注册消防工程师线上培训课程的销售价格分别为：3980 元、5980 元、7980 元、19980 元。2021 年 12 月-2022 年 9 月期间，当事人的销售人员在电话及微信推销宣传中，使用当事人下发并培训过的话术模板，以注册消防工程师能获得高收入、推荐就业为诱饵，向消费者推销注册消防工程师线上培训课程。当事人在推销过程中宣传内容有：当事人是中国建筑集团控股公司，和中国石化、中国建筑等国企有合作关系，可以推荐就业或兼职，

从而使学员获得很可观的收入；消费者报名后考试通过率高，并暗示消费者报名后基本保过；公司有考前密卷，授课老师都是命题组、出题组成员；引用部分学员考证后被当事人推荐挂靠企业兼职获得高收入的聊天记录及工资图片截图以吸引消费者报名;当事人刻意隐瞒考试报名中的从事消防安全技术工作的年限等要求，对于不符合报名条件的，当事人通过总公司自己制作的系统生成新生信息备案系统显示备案通过，销售人员截图后发给消费者，诱导消费者报名。而当事人与中国石化、中国建筑等国企并无合作关系；宣传的高通过率毫无依据，也不存在保过情形；宣称的考前密卷实际为当事人内部模拟题；授课老师也并非命题组或出题组成员；对大部分学员无法保证推荐兼职、就业，宣传的学员兼职高收入案例为当事人或关联公司水军编造的虚假信息。隐瞒考试报名要求从事消防安全技术工作年限等要求，对不符合报名条件的，借助总公司自制系统生成新生备案信息，诱导消费者报名。

定性处罚：我局认为，当事人在介绍其服务时，假借具有国企背景，以注册消防工程师能获得高收入、推荐就业为诱饵，通过虚假的宣传话术向消费者推销其培训班的行为，违反了《中华人民共和国反不正当竞争法》第八条第一款的规定。依据《中华人民共和国反不正当竞争法》第二十条第一款的规定，责令当事人立即停止上述违法行为，处罚款80万元。

二、焦点问题

本案在办理过程中主要遇到以下问题：

1、案件证据梳理存在困难；

2、在与涉案人员调查取证时的方式方法与问话技巧需要斟酌。

三、案例评析

1、本案案件线索来源于检察院移送，对于案件涉及证据的效力以及证据形式是否符合案卷要求办案人员存有分歧。为能保证案件质量，执法人员联系了检察机关与相关公安部门，重新调取了涉案证据，对案件材料进行了补充。

2、本案涉案人员均刚由公安机关释放，为能顺利办结案件，执法人员一一找到相关人员进行了安抚、询问，串联了涉案案情，还原了案件的真实情况，也顺利完成了检察院移转的案件线索。

四、案例启示

调查过程中联系检察院和公安机关，申请查看案卷原始材料，同时通过视频问话的方式，开展问话调查，开拓了办案思路。同时此案一方面及时对社会上目前存在的注册消防工程师培训乱象进行了有力打击，保护了消费者的权益，另一方面积极在安全生产工作方面予以突破，积极落实特种作业人员安全技术培训考核专项治理工作要求，同时此案也是我队在整治假

冒国企央企工作方面完成的一个案例。

某医疗美容公司擅自使用他人有一定影响的企业名称案

【案例提示】本案为知识产权与不正当竞争行为交织案例，一方面涉及商标使用等知识产权问题，同时涉及不正当使用企业名称的不正当竞争问题，通过此案进一步梳理了遇到此类问题的办案思路与取证技巧。

一、案情介绍

案件来源：2024 年 5 月 7 日，我局接举报，反映艾 X 建某美容公司的企业名称为不适宜的企业名称。

案件事实：经查，某有限公司为生物制药公司艾伯维（abbvie）旗下公司，业务涉及眼科、医美产品、生物制品、医疗器械的开发和销售等。其名下产品包括保妥适 BOTOX(A 型肉毒毒素)、乔雅登 Juvedern XC（可注射透明质酸钠凝胶）等医疗美容产品。

某有限公司于 2009 年在中国投资设立了艾 X 建信息咨询（上海）有限公司，后陆续又成立了多家名称含有“艾 X 建”字样的其他公司，包括：艾 X 建信息咨询（上海）有限公司北京分公司、艾 X 建医疗器械（上海）有限公司、艾 X 建（成都）医疗美容诊所有限公司等，并在经营活动中持续使用“艾 X 建”作为企业名称，与国内各地医疗机构开展合作，在医疗美容领域具有较高的知名度。

某有限公司于2013年5月至2019年1月期间，陆续在多个商品和服务类别上进行了“艾X建”的商标注册。具体为：

1、2013年5月14日，注册了第10657236号“艾X建”商标，类别为第3类，核定商品项目包括：化妆品；防晒剂；皮肤保湿霜；洗面奶；润唇膏；指甲护剂；去除死皮用凝胶剂；香波；干燥肌肤用润肤霜；类别为第5类，核定商品项目包括：消除眉间皱纹用医药制剂；消除面部皱纹用医药制剂；治疗面部不对称用医药制剂；治疗面部瑕疵用医药制剂；面部美容手术用医药制剂；面部整形手术用医药制剂；医用胸部美容产品；减肥用药剂；局部抗生素；治疗青光眼药”等。

2、2013年6月7日，注册了第10657234号“艾X建”商标，类别为第10类，核定商品项目包括：外科用人造皮肤；人造乳房、外科用移植物；矫形用物品；治疗肥胖症腹腔镜检查用胃间隔绷带；

3、2019年1月28日，注册了第29972821号“XX”商标，类别为第44类，核定服务项目包括：医疗服务；美容服务。

某有限公司及其母公司艾伯维（abbvie）长期在我国从事商业活动，分别使用为“艾X建”、“艾伯维”作为企业名称。艾X建官方网站为：www.allerganaesthetics.cn，其网站名称为艾X建美学中国，网页介绍中以艾X建作为企业名称使用。艾X建官方微博、小红书、抖音账号均为“艾X建美学荟”，

截止调查终结，其微博粉丝14.6万人，小红书粉丝5.7万人，抖音粉丝19万人。其官方微信公众号账号为“艾X建美学荟”、“艾X建美学”。

经检索国家图书馆（国家图书馆知识产权信息中心），2010年至2023年期间国内《重庆晨报》、《北京商报》、《深圳晚报》、《大连日报》、《第一经济日报》、《环球时报》、《中国新闻社》等国内媒体均使用“艾X建”作为爱力根有限公司（ALLERGAN.INC）在国内经营的企业名称。通过查阅济南市人民政府网站、人民网、上海市人民政府、上海市青浦区人民政府官网、上海市静安区人民政府官网、中国国际进口博览会官网、央广网、人民日报、新华网客户端、证券公司研报、中国外商投资协会会员名单、上海市商务委员会官网微信号及官网、文汇报、新民晚报、国家知识产权局裁定书，均使用“艾X建”作为某有限公司的企业名称，并对其在医疗美容领域的知名度进行了介绍。

当事人成立于2017年12月，成立时使用的公司名称为艾X建管理公司，2018年4月变更公司名称为艾X建美容公司，即现公司名称，经营范围包括：美容科、外科、口腔科医疗服务等。当事人公司名称“艾X建”与某有限公司经营活动所使用的企业名称“艾X建”一致，与其所使用商标（ALLERGAN）

中文翻译名称“艾 X 建”一致，与其经营业务相似。当事人成立后，未从事经营活动，无营业收入。

当事人在与某有限公司无任何隶属关系，也未经得某有限公司公司许可的情况下，擅自使用其企业名称，使相关公众产生混淆，误认为其与某有限公司存在关联关系。

定性处罚：我局认为，当事人在变更公司名称后，在公司名称中使用“艾 X 建”、“医疗美容”字样，与某有限公司在医疗美容领域的公司简称“艾 X 建”存在混淆，违反了《中华人民共和国反不正当竞争法》（以下简称反不正当竞争法）第六条第（二）项的规定。应当依据《反不正当竞争法》第十八条的规定进行处罚。鉴于当事人首次违法，没有违法经营额，对当事人从轻处罚。

当事人的行为违反了《反不正当竞争法》第六条第（二）项的规定，构成擅自使用他人有一定影响的企业名称实施混淆的违法行为。依据《反不正当竞争法》第十八条第一款的规定，责令当事人立即停止上述违法行为，处罚款 2000 元。

依据《反不正当竞争法》第十八条第二款的规定，责令当事人 30 日内办理名称变更登记；名称变更前，由当事人统一社会信用代码 91110105MA019D0D9E 代替企业名称。

二、焦点问题

本案在办理过程中主要遇到以下问题：

1、涉案法条选取问题；

2、违法行为定性问题。

三、案例评析

1、对于该案是应优先适用《商标法》从知识产权的角度切入，还是适用《反不正当竞争法》从商业混淆的角度切入，执法人员进行了细致考量。当事人在开展违法行为的同时通过正规手续注册了一系列相关商标，以彰显其行为的合法性，从其注册商标结合其行业特点与企业名称，执法人认为依据《中华人民共和国商标法》（以下简称商标法）第五十八条：“将他人注册商标、未注册的驰名商标作为企业名称中的字号使用，误导公众，构成不正当竞争行为的，依照《中华人民共和国反不正当竞争法》处理。”的规定，将当事人违法行为转至由《反不正当竞争法》领域的商业混淆处理。

2、当事人认为自己虽然存在违法行为，但由于市场行情原因一直没有经营，没有经营收入，未造成社会影响，不应当予以处罚。但执法人员考虑到其企业名称已投入实际使用，已造成了对举报方的不良影响，同时考虑到当事人的实际经营情况，依照容错纠错的要求，对其进行了减轻处理。

四、案例启示

本案为知识产权与反不正当竞争交织形成的的商业混淆类案件，举报方某有限公司深耕国内医疗美容市场多年，旗下保

妥适 BOTOX(A 型肉毒毒素)、乔雅登 Juvedern XC（可注射透明质酸钠凝胶）等均为医疗美容届明星产品。多年来一直以“艾 X 建”作为企业名称、官方名称、自媒体账号名称，并申请了多项“艾 X 建”医疗美容产品注册商标。而当事人申请“艾 X 建”商标、注册以“艾 X 建”为企业名称的经营主体的动机均不是以开展正常经营为目的。而是希望自己能够被举报方收购，换取一个较好的收益。考虑到其未产生实际的经营收入，执法人员对其进行了从轻处罚。但责令其尽快将经营主体名称进行替换，避免造成商业混淆，影响举报方的商业信誉。

执法人员通过梳理举报方在我国境内经营的历史沿革，通过查阅大量的文献资料，整理出举报方使用“艾 X 建”作为其企业名称的合理性，并在医疗美容领域具有较高的知名度。通过本案，执法人员维护了举报方的知识产权和商业信誉，也维护了良好的市场竞争秩序，是营造良好商业环境的切实举措。

某酒业有限公司传播误导性信息损害竞争对手商品声誉案

【案例提示】本案在移动电商不正当竞争领域违法整治方面创新开拓执法模式，维护了移动电商领域的竞争秩序，营造了电商领域良好的商业环境。

一、案情介绍

案件来源：执法人员在日常监督检查中发现，当事人在抖音平台使用名为“某某”的抖音账号，发布烟台吉斯波尔酿酒有限公司（以下简称烟台吉斯波尔）出品的昆威威士忌酒的测评视频，涉嫌存在商业诋毁行为。

案件事实：某某酒业公司通过抖音平台销售威士忌产品。其抖音账号名称为“某某”，粉丝量108.4万。当事人同时在抖音平台开设有线上店铺，名为“某某旗舰店”，店铺内销售威士忌产品。

2023年11月13日当事人使用其抖音账号“某某”发布了一则名为“今天测测最近出现在挺多人评论区的中国威士忌，来自烟台的单一麦芽#测评＃威士忌＃某某”的视频，内容为对一款产自烟台的威士忌产品进行测评。测评视频中，当事人员工在品尝了上述产自烟台的威士忌产品后，表情夸张痛苦，随后将酒吐进了摆放在一旁的痰盂中。其主播评价说该款威士忌产品有“老袜子味，很臭”“酒头酒尾都没去，所以是这个味

道”等。该视频转发量为191次，点赞量为2457次，播放量为26.7万次。

当事人在测评上述产自烟台的威士忌产品前未对其生产工艺、制作流程以及生产设备等进行过考察和确认，其评价并无事实依据。上述产品测评视频对产自烟台的威士忌产品具有明显丑化和贬低意味，对其商品声誉造成了负面影响。

定性处罚：当事人上述行为违反了《中华人民共和国反不正当竞争法》（以下简称反不正当竞争法）第十一条的规定，构成了在商品宣传中编造、传播误导性信息，损害竞争对手商品声誉的商业诋毁行为。依据《反不正当竞争法》第二十三条的规定，责令当事人立即停止违法行为，处2万元罚款。

二、焦点问题

本案在办理过程中主要遇到以下问题：

1、不正当竞争对象是否成立；

2、是否构成商业诋毁行为。

三、案例评析

1、当事人与其视频中诋毁的威士忌产品商是否构成竞争关系，成为本案能够成立的焦点。当事人通过抖音进行产品推广，而其攻击的威士忌产品商只是通过传统的线下渠道销售威士忌产品，双方不在一个维度，是否能构成竞争关系？执法人员通过检索发现当事人在抖音平台开设有线上店铺，也销售威士忌

产品，且价格与其攻击的威士忌产品类似，由此才确定双方具有竞争关系，当事人存在诋毁竞争对手的行为。

2、由于技术的发展，商业模式在飞速的发展和变化，不在一个领域的两个商家完全有可能构成竞争关系，我们应当以更加开放的眼光来适用《反不正当竞争法》，而不要局限于法理的限制。目前法院系统对于竞争关系的构成也是呈开放的态度，我们行政执法方面更应及时更新执法理念。

四、案例启示

当事人在抖音平台销售威士忌产品，并已积累了一定量的粉丝人群，在该产品领域具备一定的话语权，其与烟台威士忌产品厂商为同业竞争关系。当事人利用抖音平台发布产自烟台的威士忌产品的测评视频，之前并未对该款威士忌产品进行过检测等了解，仅凭员工主观感受，配合痰盂道具，员工夸张表情等，对该款威士忌产品进行丑化、贬低。该测评视频转发量为 191 次，点赞量为 2457 次，播放量为 26.7 万次，已构成了通过互联网渠道对同业竞争对手进行商业诋毁的违法行为。通过此案警示借助互联网开展营销的经营主体，在对自身产品进行宣传的时候，不要以贬低对手的方式来抬高自身产品价值。要规范销售行为，营造良好的市场竞争秩序。

某信息技术有限公司利用技术手段妨碍其他经营者合法提供的服务正常运行案

【案例提示】本案在互联网领域不正当竞争违法整治方面创新开拓执法模式，一方面，借助技术报告对涉案软件的运营模式和工作逻辑进行了深入理解和分析，另一方面，借助司法判例获取了破解该案的关键思路，为技术类不正当竞争类案件的办理开拓了思路。

一、案情简介

案件来源：2020 年 8 月 21 日，接北京市市场监督管理局批转，深圳市某计算机系统有限公司（以下简称某系统）、某科技（深圳）有限公司（以下简称某科技）举报，当事人开发的某软件系统，不正当利用微信平台开展经营业务。

案件事实：经查，当事人为软件开发经营企业，2019 年 3 月自主开发了某软件系统（以下简称涉案系统），借助腾讯微信平台，通过自主开发的涉案系统，为其客户提供销售管理服务，提高客户的业务成单率。当事人在 2020 年 1 月至 6 月期间，将涉案系统预装于定制手机中，连同手机一同销售给客户，后依托腾讯个人微信平台进行管理，操作涉案系统，帮助客户进行销售管理。

涉案系统分为 PC 端、手机端、营销中心三部分，可实现以下功能：展示员工与客户的微信会话记录，展示员工的微信账

号，可查看微信号拥有的基本信息和会话信息，以员工维度实时统计客户新增趋势、排名、数量和明细，实时统计销售机会数，并根据销售机会预测销售金额，实时统计微信好友总数、增长趋势和员工添加微信好友的排名，关联客户微信，可在工作手机上进行微信聊天、加好友，自动关联工作手机好友，线索变好友等操作。

根据广东某司法鉴定所出具的司法鉴定意见书，当事人开发使用的涉案系统是一套独立于微信生态圈的私域流量聚合管理工具，具有破解和读取微信核心数据库，自动上传微信聊天消息、通讯录好友数据、监控微信聊天记录、模拟点击控制微信自动批量添加好友等功能。

结合人民法院对于此类问题的认定，对于批量营销行为，以技术手段便捷地帮助使用者增加了微信运营环境下的商业营销信息，直接加重了微信的运营负担，同时批量营销信息的充斥亦将损害腾讯计算机公司将微信定位并运营为一款个人社交应用的利益。该种批量营销的存在，同时给其他微信用户造成商业营销信息充斥的不当滋扰，损害了其他微信用户的微信使用体验，直接影响用户对微信的使用评价，亦损害腾讯计算机公司合法运营微信的利益。该种经营行为，属于反不正当竞争法第十二条第二款第（四）项规定的对腾讯计算机公司经营的微信服务的其他妨碍、破坏行为，构成不正当竞争。

综合上述情况，我局认为当事人开发使用的涉案系统具有破解和读取微信核心数据库，模拟点击控制微信自动批量添加好友等功能。上述行为系借助个人微信实现了批量营销行为，违反了《中华人民共和国反不正当竞争法》（以下简称反不正当竞争法）的规定。

定性处罚：我局认为当事人开发使用涉案系统，利用自动化的群控技术批量操作添加微信好友、群发消息的行为，违反了《反不正当竞争法》第十二条第二款第（四）项的规定，构成利用技术手段妨碍其他经营者合法提供的网络产品正常运行的行为。鉴于当事人积极配合调查，违法时间短等因素，予以从轻处理。依据《反不正当竞争法》第二十四条的规定，罚款10万元。

二、焦点问题

本案在办理过程中主要遇到以下问题：

1、对于互联网领域的不正当竞争行为难以界定；

2、司法判决对于涉案问题有不同看法；

3、对于违法行为的定性难以确定。

三、案例评析

案件办理过程中，对于数字领域不正当竞争关系的构成大家众说纷纭。对于涉案当事人销售预装其自研软件系统手机的行为，是否构成对于举报方的不正当竞争很难达成一致。为此

办案单位查找了大量法院判例，从中寻找法理支持。

通过相关法院判例分析，办案单位梳理出涉案当事人经营涉案软件系统，开展对微信数据监测分析、进行批量营销等行为，形成与微信权属方的竞争关系，构成了不正当竞争行为。其中通过微信进行批量操作的行为，违反了《网络反不正当竞争暂行规定》第二十一条第（五）项及《反不正当竞争法》第十二条（反法互联网专条）第二款第（四）项规定。依照《网络反不正当竞争暂行规定》第三十七条和《反不正当竞争法》第二十四条的规定进行处理。

对于对微信数据监控的行为，违反了《反不正当竞争法》第二条第一款规定，在法院判例操作中，可依据《反不正当竞争法》第十七条的规定进行处理。而作为行政执法机关，则无对应行政处罚罚则。为规范涉案当事人经营行为，办案单位依照《行政指导工作规范》对其进行了行政指导，规范了其经营行为。对其涉案违法行为进行了全面处理。

四、案例启示

（一） 学习借鉴司法判例，从说理式判决中寻找办案思路

虽说行政执法独立于司法审判，两者不存在上下管辖的关系。但无论是从司法审判的专业角度，还是说理式判决的逻辑缜密程度上，法院的判决书都是我们日常行政执法很好的学习

教材。从中我们可以学到前沿的法律思想，缜密的逻辑判断，乃至文书行文的遣词造句。通过学习研判相关法院判决，可以让我们在面对疑难案件时找到更多的解题办法。当然与法院判决保持一致，也可以使我们能更好的规避执法风险，避免行政诉讼败诉。

（二）保持对于当下科技发展的关注，了解科技企业经营模式变化

对于从事市场监管的执法人员，我们面对的市场环境日新月异，技术的发展让我们越来越难以简单看懂当下的经营模式。DeepSeek、TikTok 等科技公司的涌现，带来对以往认知前所未有的冲击。技术的进步使得两个具有竞争关系的主体可能来自完全不同的两个行业。随着经营模式越来越数字化，带来日后更多的数字领域执法问题，要求我们执法人员要保持对当下科技发展的关注，对于当下经营模式变化的关注。人工智能的飞速发展，使得“眼见不再为实”，要求我们今天的市场监管执法人员具备更高的执法办案本领，具备更多的数字技术知识，以应对未来行政执法工作的要求。

北京某科技有限公司组织策划传销行为案

【案例提示】本案是一起以“电商导购”为 外衣， “消费返利”、“助力养老”为噱头，实质却是销售旅游产品收取入门费的传销行为。案件的告破，为新业态企业敲响了警钟：商业模式创新，绝不能脱离法治轨道，应坚守实质合规！ 对监管部门而言，则必须持续提升对新型违法行为的穿透识别能力和精准打击能力，既要鼓励创新活力，更要坚决守住底线，维护健康、公平的市场环境。

一、案情介绍

2024 年 3 月，我局接到市局转来的大数据监测线索：“某优选”平台以“消费即能攒养老金”为噱头吸引消费者加入，设定多层级架构，存在直接返利和间接返利，疑似涉嫌传销。我局立即行动，依据分析报告指向的涉嫌违法行为内容对当事人“运营模式”及“人员链”和“资金链”展开核查。

核查发现：当事人是一家为天猫、京东等主流平台引流，包含票务，餐饮，出行等高频生活服务的线上生活平台。消费者通过平台引流消费后，可获得相应的返利，平台设定“推广大使-团长-创客-会员”多级架构，并且团长-创客-会员三个层级之间存在直接返利和间接返利机制。其返利的资金来源宣称是通过引流获得的“消费返利”和发展推广大使收取的“系统

搭建费”。会员免费注册，通过累积消费或上级赠送的方式可升级为创客和团长。

2023 年 6 月-11 月，当事人在平台销售一款“4999 元旅居团长”的旅游产品。用户支付 4999 元购买“旅居团长”产品，不仅获得旅游服务，还可以获得“旅居团长”身份，“旅居团长”不但拥有“某优选”APP“团长”的全部权益外，更关键的是获得该产品的“推广资格”——这实质就是变相交纳费用取得发展下线的资格。

“旅居团长”推广他人购买 4999 旅居团长产品后，可获 10%直接返利；其下线再推广成功，团长还能获得 5%间接返利。 当事人通过要求上述“旅居团长”与灵活用工平台山东某企业管理有限公司和某信息科技有限公司签订劳务协议，伪造虚假劳动合同，以“服务费”的方式向“旅居团长”支付传销返利。

当事人通过上述模式，收取费用 279944 元，返利 41888 元。当事人推广旅居团长过程中，违反了《禁止传销条例》第七条第（二）项的规定，构成传销行为。

依据《禁止传销条例》第二十四条第一款和《中华人民共和国行政处罚法》第三十二条第一项的规定，我局决定对当事人处以：1.改正违法行为；2.罚款 3 万元的行政处罚。

二、焦点问题

本案在办理过程中主要遇到以下问题：

1. 利用“电商导购”、“消费返利”外衣，违法行为隐蔽性强；

2.通过“团长”、“旅居团长”模糊“身份”概念；

3.通过灵活用工平台进行返利，取证难；

三、案例评析

（一）商业模式合法性边界：合法外衣与传销实质的冲突

当事人为第三方主流平台引流，获得消费返利，再将部分消费返利分配给消费者的行为本身并不违法。但当事人通过平台引流过程中，在平台销售自营的旅游产品，并将“消费返利”与“层级推广”结合，形式上虽然具有商品交易属性，但实质上符合传销构成要件，暴露出新业态中隐蔽性传销的典型特征：“入门费”的变相设定：消费者需支付4999元购买旅游产品以获得“推广资格”，本质是通过认购服务变相缴纳“门槛费”，符合《禁止传销条例》第七条“变相交纳费用取得发展资格”的违法要件。

（二）资金流转与违法手段的隐蔽性：灵活用工平台的合规风险

当事人通过灵活用工平台以“服务费”名义支付返利，暴露出新型传销活动利用第三方渠道逃避监管的典型问题，即利用灵活用工平台责任缺位，第三方平台未对“服务费”的真实

性及业务合规性进行有效审核的漏洞，隐匿资金流动路径，将传销的资金链伪装成合规的劳务报酬，意图切断直接返利证据链，规避监管部门对传销资金池的追踪。此类操作同时也反映出违法主体对监管规则的针对性规避，以及灵活用工平台随时成为传销洗钱的“帮凶”。

（三）违法行为的认定与处罚的裁量不能“一刀切”，因坚持教育与处罚相结合的原则

本案中，当事人平台整体通过“消费返利”+“层级返利”模式进行运营，如若将当事人的整体行为都认定为传销，显然并不合适。办案人员基于部分消费者购买旅游产品，仅是为了商品的旅游属性，并非是为了“推广资格”的事实，对当事人通过传销行为销售旅游产品的行为进行了切割。再违法所得的计算中，充分考虑到当事人在收取 4999 旅居团长订单过程中，对未完成旅游的订单可以随时退款，运营成本受旅游路线不同、旅游时间不同、机票和酒店价格变动等因素影响，违法所得无法计算。鉴于当事人违法行为持续时间较短，被我局立案调查前就已停止违法行为，不具有重大社会危害性，依据《禁止传销条例》第五条的规定，“工商行政管理部门依法查处传销行为，应当坚持教育与处罚相结合的原则。”以及《中华人民共和国行政处罚法》第三十二条第（一）项的规定，最终对当事人减轻处罚。

四、案例启示

（一）警惕商业模式中的“传销化”隐蔽风险

本案中，当事人通过“消费+返利”模式吸引用户，看似合法经营，实则嵌套多层级返利机制，符合传销行为特征。这提示市场经营主体：商业模式创新需严守法律底线，任何以“拉人头”“层级返利”为核心的盈利模式，即使以“旅游服务”“电商导购”等合法业态为包装，仍可能构成传销。企业应避免以“营销创新”为名触碰法律红线，尤其警惕通过设置“直接返利”“间接返利”变相发展下线的行为。

（二）有限层级返利仍具违法性，法律认定不以层级数量为唯一标准

当事人虽将返利层级限定为三级，其本质上仍通过“上线以下线业绩获利”形成资金链条，符合《禁止传销条例》对传销行为的定性。这表明：法律对传销的认定聚焦于“入门费”“层级关系”“团队计酬”三大核心要件，即便层级有限或设置“终止条件”，只要符合要件即构成违法。企业需摒弃“层级少即合法”的侥幸心理，彻底杜绝此类设计。

（三）灵活用工平台滥用暴露监管盲区

当事人通过第三方灵活用工平台以“服务费”名义支付返利，试图规避资金监管。这一行为揭示：新型传销活动正借助第三方支付、灵活用工等渠道隐匿资金流向，监管部门需加强

对“服务费”“佣金”等名义的异常资金流动监测，督促平台企业落实主体责任，防范其成为传销洗钱工具。

（四）大数据监测与执法韧性的结合显威力

案件源于大数据监测预警，但突破关键依靠办案人员对线索的深挖细查。面对日益隐蔽的违法行为，“技防”与“人防”必须紧密结合，才能有效“打早打小”，守护群众利益和市场秩序。

某信息科技有限公司利用网络实施混淆行为案

【案例提示】本案在互联网领域不正当竞争违法整治方面创新开拓执法模式，一方面，以数字取证的方式固化关键证据，另一方面，运用数字领域不正当竞争法规条款对数字领域不正当竞争违法行为予以规制，积极维护数字领域竞争行为和良好的市场竞争秩序。

一、案情介绍

案件来源：2025 年 3 月 11 日，我局接北京市市场监督管理局案件线索，反映当事人存在仿冒混淆 DeepSeek 的情况。

案件事实：经查，当事人成立于 2004 年 10 月，主营业务为通过网站为客户提供各类软件下载使用。当事人开展上述业务所使用的网站域名为 aldeee.com，域名备案号为桂 ICP 备 2022004003 号，备案单位为广西某科技有限公司。当事人是该网站的实际运营主体。

2025 年 2 月 16 日至 3 月 11 日期间，当事人与位于辽宁省铁岭市开原市的开原市某手机配件经营部合作，由开原市某手机配件经营部开发名为“DeepSeek 本地部署工具”的软件（以下简称涉案软件），并制作涉案软件下载链接设置于当事人运营的域名为 aldeee.com 的网站上，供客户下载使用。涉案软件下载网址为：https://dpseek.aldeee.com，该网页标有“DeepSeek”字样与

，以及 DeepSeek 官方网页图片。网页对

涉案软件进行了介绍，包括涉案软件文件大小、运营环境、型号版本、更新时间等。网页还标有“我是DeepSeek，很高兴见到你！DeepSeek本地部署软件-超强AI零基础一键安装到本地电脑”等字样。客户在该页面点击下载涉案软件后，会出现收费页面，收费页面也使用了“DeepSeek”字样以及 图标，同时标有购买价格。点击“立即购买”后，会出现收费二维码。客户扫码付款时，显示收款单位为开原市某手机配件经营部。客户付款后会进入到具体安装程序。安装时，均显示有“DeepSeek”字样以及 图标。安装完成后，软件实际名称是Chatbox，即涉案软件，由开原市某手机配件经营部开发。开原市某手机配件经营部与DeepSeek研发主体杭州深度求索人工智能基础技术研究有限公司（以下简称杭州深度求索）无关联关系。当事人使用竞价排名的方式在百度等网站对涉案软件进行推广。

当事人在与开原市某手机配件经营部合作时签订有合作协议，合作协议约定开原市某手机配件经营部按照客户下载使用涉案软件付费金额的2%作为代理运营服务费支付给当事人。2025年2月16日起至3月11日期间，有7名客户通过当事人运营的网站下载使用涉案软件并支付费用，付费金额为343元。当事人应收代理运营服务费6.86元，认定当事人违法经营额为6.86元。

杭州深度求索于2025年2月6日通过微信公众号“深度求索 DeepSeek”发布了“关于DeepSeek官方信息发布及服务渠道的说明”声明获取 DeepSeek 模型服务需通过其官方网站 www.deepseek.com ，官方网页端不含广告和付费项目。

定性处罚：本局认为，当事人于2025年2月16日至3月11日期间，通过其运营的域名为aldeee.com的网站，推广开原市某手机配件经营部开发的涉案软件，涉案软件下载页面、收费页面、安装页面等多处显示有“DeepSeek”字样以及 ，而当事人与开原市某手机配件经营部均与杭州深度求索无关联关系。

当事人的行为违反了《网络反不正当竞争暂行规定》第七条第一款第三项、第五项的规定，构成利用网络实施混淆的违法行为。依据《网络反不正当竞争暂行规定》第三十三条和《中华人民共和国反不正当竞争法》第十八条第一款的规定，处罚款5000元。

二、焦点问题

本案在办理过程中主要遇到以下问题：

1.如何将数字取证技术取得的证据予以转化成案卷中涉案行为定性证据；

2.对涉案行为自由裁量的判定；

3.对涉案违法行为如何定性以及如何选用涉案法条。

三、案例评析

自今年年初以来，杭州深度求索研发的DeepSeek-R1人工智能大模型在全球范围内引发了广泛关注，同时也引来一些企业通过“蹭热度”的方式，借助“DeepSeek”字样以及 图标来抬高自身身价，取得不正当的市场竞争优势，以获取不当得利。此次办案单位借助总局的数字取证技术，运用数字区块链取证查办了利用网络实施混淆DeepSeek的全国首案。有力震慑和警示了其他不法经营者，保障新业态、新模式健康发展。

四、案例启示

一是运用数字技术办理数字领域案件。此案为运用数字技术办理的数字领域的不正当竞争类案件。涉案证据为总局通过大数据模型筛选出的违法行为，后通过区块链技术对涉案当事人网站页面等电子证据进行了固化，为后期案件办理提供了详实可靠的证据支持。

二是适用新法对违法行为精准定性。案件定性适用了2024年9月1日施行的《网络反不正当竞争暂行规定》，其第七条细化了网络实施混淆行为的内容，解决了以往对于网联网领域违法行为不好定性的问题。此案适用该法对当事人的违法行为予以精准定性。

三是包容审慎准确裁量。当事人违法行为持续时间不足一个月，违法经营额数额较少，经执法人员提示改正了违法行为，

能够积极配合调查。符合自由裁量基准表（2024 修订）中编码 C32696A010 的要求，可以从轻处罚。杭州深度求索研发的 DeepSeek 人工智能大模型在全球范围引发广泛关注，当事人作为软件推广从业者，理应知晓 DeepSeek 人工智能大模型情况。其在网页多处使用“DeepSeek”字样以及 ，主观故意明显，符合自由裁量基准表（2024 修订）中编码 C32231A030 要求，应当从重处罚。办案单位结合《北京市市场监督管理局行政处罚裁量权适用规定》（2024 年修订）第十八条第一款，结合当事人经营情况及当前整体经济形势，从维护营商环境的角度，对当事人予以了从轻处罚。

四是使用说理式处罚文书讲明违法情形。办案单位以说理式处罚决定文书向当事人详细阐明了其违法情形与处罚裁量权衡，使其认识到自身违法事实及主管故意性，同时感受到行政处理的温度。

北京某汽车销售服务有限公司在采用格式条款订立合同中排除就格式条款争议提起诉讼的权利案

【案例提示】本案旨保护消费者合法权益，防止其被不公平格式条款侵害。本案中部分法院认定以当事人和消费者签订格式条款为由认定不应法院管辖，然而从行政管理方面市场监管部门依然可以对格式条款是否公平作出判定，进一步认定条款无效。此外本案中采取系统说理方式出具文书，达到一案释法的目的。

一、案情介绍

2022 年 1 月 21 日，我局收到《北京市市场监督管理局案件交办通知书》与《公益公开实名投诉并举报信》。信中称当事人使用霸王格式条款，排除消费者合法权益，免除经营者义务。

当事人主要从事汽车的销售和售后服务等经营活动。消费者在购买小客车过程中，可以在汽车 APP 线上选购或线下实体店选购车辆。消费者购买车辆时需与当事人签订《汽车购买协议》。

经查一：当事人与消费者签订的《汽车购买协议》含有格式条款。《中华人民共和国民法典》第四百九十六条第一款规定：“格式条款是当事人为了重复使用而预先拟定，并在订立合同同时未与对方协商的条款。”。《汽车购买协议》内容由

广州某汽车科技有限公司确认并由当事人在销售车辆过程中重复使用。协议第十三条规定：本协议应适用中华人民共和国法律管辖。因本协议引起的以及与本协议有关的一切争议，双方应通过友好协商解决。如果双方未协商一致解决该等争议的，则任何一方均有权将争议提交至广州仲裁委员会进行仲裁，仲裁语言为中文。仲裁裁决是终局的，对双方均有约束力。该内容部分文字使用加粗、下划线作出提示。消费者在使用汽车APP购买车辆时，需要在线上签订购买协议，在此签订过程中该协议第十三条无法更改。《汽车购买协议》第十三条由当事人预先设立并在交易过程中重复使用，构成格式条款。

经查二：《汽车购买协议》排除限制了消费者提起诉讼的权利。《中华人民共和国民事诉讼法》第一百二十七条第二项规定：“人民法院对下列起诉，分别情形，予以处理：（二）依照法律规定，双方当事人达成书面仲裁协议申请仲裁、不得向人民法院起诉的，告知原告向仲裁机构申请仲裁；”。根据当事人提供的《民事裁定书》等证据材料显示，地方人民法院审理认为当事人与消费者签订《汽车购买协议》符合上述规定，应当申请仲裁。

我局认为，当事人在合同中使用格式条款约定将争议提交至广州仲裁委员会进行仲裁的行为排除了消费者提起诉讼的权利，违反了《侵害消费者权益行为处罚办法》第十二条第

（三）项和《合同违法行为监督处理办法》第十一条第（五）项的规定，依据《侵害消费者权益行为处罚办法》第十五条的规定，责令当事人改正上述违法行为，并决定对当事人作出处罚如下：1、警告；2、罚款：3000 元。

二、焦点问题

本案在办理过程中主要遇到以下问题：

1.关于当事人合同内容是否构成格式条款；

2.关于责令改正如何改的问题；

3.关于预判处罚结果对社会影响的问题。

三、案例评析

当前市场消费环境下，不少行业或者新业态都引入“互联网+”的模式，当事人作为“造车新势力”的头部企业，在销售车辆的过程中也使用了互联网的模式，即线下体验、线上购车、再线下交付的模式，并且将车辆日常使用与其专用 APP 结合，使消费者用车更直观、更方便。但在新的销售模式下，许多消费者依然固有传统的车辆使用、维修、维权的习惯，比如在哪里看车、在哪里签合同，一般就在哪里保养、在哪里维修，一旦出了问题就在哪里维权。当事人在订立汽车销售协议时，改变了上述情况，设置的格式条款使消费者维权仅能通过协商或者广州仲裁委员会仲裁的方式解决争议，这一手段改变了消费者以往的维权习惯，为此执法人员对北京市购买该品牌

汽车的消费者进行了走访，通过走访发现，如此重要的格式条款，汽车销售人员并未在签署合同时对消费者进行告知，没有尽到足够的提醒义务。执法人员也在调查过程中了解到，在外省市有购车的消费者在维权过程中出现了向购买地的法院起诉，但法院以合同中有“广州仲裁委员会”的仲裁条款为由不予受理，从而造成消费者维权成本上升、维权困难等情况。执法人员认为，在商事活动中，商事合同的双方可以按照意愿协商通过仲裁解决，但消费者购车属于一种消费行为，其订立的合同不同于商事合同，如果仅能通过异地仲裁解决，无疑加重了消费者的负担。通过调查，我局认为当事人的行为完全符合利用格式条款排除了消费者权利的违法行为。该品牌汽车每年销售的车辆近 10 万辆，如果仅对其进行处罚而不规范其具体行为，那么影响将会越来越大。在案件办理过程中，我局的执法重点在指导企业如何更改相关的格式条款，使销售合同能够充分保障消费者的权益。最后当事人更改了权利义务方面的格式条款，且由于该品牌汽车的互联网销售模式，其变更后的格式合同将在全国范围内使用，即通过北京朝阳区的执法工作，使全国的消费者在购买该品牌汽车过程中不会再存在异地维权的问题，保护了全国消费者的合法权益。

四、案例启示

（一）优化专项执法，牢筑市场秩序压舱石。

积极开展民生领域案件查办“铁拳”行动，对重点领域、重点环节开展精准执法。当前通过互联网订立格式合同侵害消费者权益的行为依然存在，多家媒体对本案进行相关报道，通过报道给予其他行业如婚恋平台企业等提供了警示。

（二）是提升执法效能，提振消费信心惠民生。

当前很多企业反映消费环境还不如疫情期间，如何在执法过程中帮扶企业脱困，同时也要增强消费者消费的信心是下一步工作的重中之中，所以在具体执法开展中，要对影响消费的实质问题进行了解，解决问题症结。

某艺术培训有限公司对消费者提出的退还费用故意拖延或者无理拒绝案

【案例提示】本案在“零口供”情况下快速处理故意拖延或无理拒绝退还费用一案中，穷尽调查手段，依法依规行职权、尽职责，在平民怨、得民心方面具有一定的借鉴和推广意义，希望能通过办理此类案件加快推动行政+司法共同执法模式加快案件落地，坚决打击主观闭店跑路市场主体试图逃避法律制裁的行为，切实在维护群众合法消费权益方面发挥市场监管作用。

一、案情介绍

2024 年 2 月 6 日北京市朝阳区市场监督管理局接到消费者反映无法联系到某艺术培训有限公司（以下简称：某公司）退费的诉求后，于 2 月 8 日开始查找当事人拟开展调解，但通过多处现场检查、询问、拨打电话、发送邮件等方式方法始终未能联系，随后限制变更登记手续，至 3 月 18 日，我局穷尽手段，均无法联系到当事人，遂立案调查。后经对消费者的证据核实，其于 2022 年 10 月 18 日微信扫码支付学费 4320 元（共 24 节，每节 180 元），消费 3 次课。2022 年 11 月 11 日缴费 2222 元（买 10 节送 10 节），消费 19 节课，合计 22 节课。由此计算，消费者还有 2 次 180 元/节，计 360 元，买 10 送 10 的 2222 元学费未消费，总计余额 2582 元。

当事人在未告知消费者停业，也未告知消费者退还剩余课

时费用的情况下，失联导致无法调解退费，当事人的上述行为违反了《中华人民共和国消费者权益保护法》第五十六条第一款第（八）项“对消费者提出的修理、重作、更换、退货、补足商品数量、退还货款和服务费用或者赔偿损失的要求，故意拖延或者无理拒绝的；”的规定，属于对消费者提出的退还服务费用的要求，故意拖延或者无理拒绝的违法行为。

以上事实有邮寄凭证、询问笔录、微信转帐记录、现场检查笔录及照片、列入异常截屏、限制变更申请等证据佐证。

某艺术培训有限公司上述行为违反了《消费者权益保护法》第五十六条第一款第（八）项的规定，依据《消费者权益保护法》第五十六条第一款第（八）项作出行政处罚。按照《北京市市场监督管理局行政处罚自由裁量基准表（2024 修订）》中编码 C32611A010 所示的违法情节为“法律、法规未作规定的。违法所得不足 1 万元的。没有违法所得，一年内被投诉五次以下（含五次）或涉及投诉金额一万以内的。对拒不解决或故意拖延解决消费争议、不积极赔偿消费者损失的，在基准内从重处罚。”，裁量基准为“单处或者并处警告，没收违法所得，并处违法所得 1 倍以上 3 倍以下的罚款；没有违法所得的，并处 15 万元以下罚款。”，根据证据证明，某艺术培训有限公司的上述行为属于从重处罚的情节。因此，我局决定作出如下处罚：

1.警告；2.罚款 7746 元；3.没收违法所得 2582 元。

由于无法联系到某公司，我局对某公司的法律文书均依法进行了公告送达，当事人一直未与我局取得联系，也未履行我局下达的《行政处罚决定书》的处罚内容。2024 年 12 月 30 日我局依据《中华人民共和国行政强制法》第五十三条、第五十四条的规定，向北京市朝阳区人民法院申请对某公司强制执行。

二、焦点问题

本案在办理过程中主要遇到以下问题：

1.穷尽哪此手段才可以实现完全履职？

2.对于无法找到某艺术培训有限公司的情况下，退费金额如何认定？

3.法院强制执行的最终时效存在不确定性？

三、案例评析

本案的最大亮点在于：快速全面履职，及时平抚民怨。主要体现通过多渠道调取联系方式，先后采取 10 种手段开展调查，并随时告知诉求人，让其了解进程和我局的履职情况，最终由愤怒、抱怨，到理解、认可和赞赏，充分展示了我局办案人员较强的业务能力和沟通水平，同时，也完善了预付费不退费案件市场监管领域全面履职的办案思路。

四、案例启示

（一）思路清晰，履职全面，保证案件程序合法。

本案环节复杂、程序繁琐，面对诉求人“跑路企业市场局就不管”和“如何监管”的责问时，我局不推诿扯皮，及时立案调查，穷尽调查手段，依法确认金额，按程序公告送达，确保在依法履职方面的程序合法性和内容的全面性。

（二）注重事实，收集证据，保证涉案金额准确有效。

因我局穷尽手段仍无法联系到某公司，某公司的违法事实、涉案金额难以确定，但我局在充分调查的基础上，按照有利于消费者权益的原则，对现有证据与消费者当面核算，特别是阐明赠送课时不应计算为交费金额的理由，取得消费者认同，从而计算出违法所得及罚款金额。

（三）借力司法，推动行政，保证探索零口供案件办结新模式的法定有效性。

由于本案为零口供案件，我局依法开展公示公告，期满后申请了人民法院强制执行，至此，我局的行政处罚程序已全部完成，司法层面的强制执行则是行政执法部门处罚决定能否“落地”办结的最终保证。这类案件执行时间的长短，不但考验消费者的耐心和心理承受力，也是消费者对市场监管部门执法效力的认同标准。我局推动“行政+司法=维护群众合法消费权益模式”的模式，希望能以强制执行+广泛宣传=限制失信人+社会警示，让失信人无处遁形，逐步推动社会信用体系的全面建设，此种“行政+司法”共同推动行政案件“落地”，特别是

能快速执行的模式值得推行。

本案的借鉴意义重点在于尽心履职，安抚民心，平复民怨。从投诉时的请求，到举报时的怒气，再到办案过程中的理解，最终到对我局工作的高度认可，我局所做的工作重点有三点：一是穷尽调查手段，快速完成案件办理，让消费者看到我局依法办案的高效性；二是加强沟通，保持联系，让消费者清晰地了解案件的每个环节的进度，体现我局办案人员的高度负责的责任心；三是契而不舍，一查到底，本案最终交由人民法院强制执行，充分体现我局全面履职，坚决维护群众消费合法权益的决心。

某便利店向未成年人售酒案

【案例提示】本案聚焦未成年人权益保护领域的突出问题，针对便利店向未成年人售酒的违法行为，明确了“仅口头询问年龄未核实身份证件”即构成违法的认定标准。案件办理过程中，充分衔接接诉即办线索，精准固定证据，同时结合当事人首次违法、积极整改的情节依法从轻处罚，既维护了未成年人合法权益，也为同类涉未成年人消费领域执法提供了清晰指引。

一、案情介绍

2025 年 8 月 22 日、23 日，我局先后接到朝阳区接诉即办系统两张工单，市民反映某便利店向未成年人销售酒。接到工单后，我局立即联系举报人收集相关证明材料，并于 2025 年 8 月 28 日予以立案调查。

经我局查明，2025 年 8 月 22 日 15 时左右，2 名顾客到该便利店挑选“江小白蜜桃味果汁酒”2 瓶（44 元）、“魔爪 monster330”1 听（6.8 元）、“雪花勇闯天涯 500ml”1 听（6.5 元），消费共计 57.3 元。收银店员见顾客较为年轻，仅口头询问是否成年，在女顾客答复“已经成年”后，未要求出示身份证件核实年龄便完成结账。当日晚，消费者家长到店交涉并取证，当事人向家长道歉并退还货款 57.3 元，后续积极配合处理相关事宜。8 月 28 日，举报人（消费者母亲）向我局提供监控截图、消费者身份证明等材料，证实消费者年龄为 13 岁，

系未成年人。同日，我局执法人员对该便利店进行检查，发现当事人已在酒类经营区域、收款结账区域张贴“禁止向未成年人销售酒”等警示标语。

当事人的行为违反了《中华人民共和国未成年人保护法》（以下简称《未成年人保护法》）第五十九条第一款“学校、幼儿园周边不得设置烟、酒、彩票销售网点。禁止向未成年人销售烟、酒、彩票或者兑付彩票奖金。烟、酒和彩票经营者应当在显著位置设置不向未成年人销售烟、酒或者彩票的标志；对难以判明是否是未成年人的，应当要求其出示身份证件”的规定。

依据《未成年人保护法》第一百二十三条“相关经营者违反本法第五十八条、第五十九条第一款、第六十条规定的，由文化和旅游、市场监督管理、烟草专卖、公安等部门按照职责分工责令限期改正，给予警告，没收违法所得，可以并处五万元以下罚款；拒不改正或者情节严重的，责令停业整顿或者吊销营业执照、吊销相关许可证，可以并处五万元以上五十万元以下罚款”及《北京市市场监督管理局行政处罚自由裁量基准表（2024 修订）-教育领域监管》有关规定，结合当事人首次违法、积极配合调查并主动退还货款的情节，我局决定对当事人处以：1. 警告；2. 罚款 3000 元的行政处罚。

二、焦点问题

本案在办理过程中主要遇到以下问题：

1. 如何认定“对难以判明是否是未成年人的，应当要求其出示身份证件”中的“难以判明”标准；

2. 当事人已张贴警示标语且事后积极整改，是否影响违法事实的认定；

3. 涉未成年人消费侵权案件中，如何高效衔接接诉即办线索与调查取证工作。

三、案例评析

（一）明确“难以判明”认定标准，精准界定违法边界。

《未成年人保护法》第五十九条第一款未对“难以判明是否是未成年人”作出具体界定，实践中易产生争议。本案中，执法人员结合消费者实际年龄 13 岁、外观明显稚嫩的客观情况，以及店员已意识到顾客“较为年轻”的主观认知，认定当事人属于“难以判明”情形。在此情形下，当事人仅口头询问年龄未核实身份证件，即便顾客虚假答复，也不影响其违法事实的成立。该认定标准明确了经营者的核实义务，避免了经营者以“顾客虚假陈述”为由规避责任，为同类案件的定性提供了参考。

（二）区分违法事实与整改情节，兼顾惩戒与教育功能。

本案中，当事人虽已张贴警示标语，且在案发后积极道歉、退还货款并配合调查，但上述行为系事后整改措施，无法消除

其已向未成年人售酒的违法事实，不能作为否定违法性的依据。同时，执法人员考量当事人首次违法、主动消除危害后果的情节，依据自由裁量基准给予较轻处罚，既体现了对侵害未成年人权益行为的严厉惩戒，也落实了行政处罚“处罚与教育相结合”的原则，引导经营者自觉履行法定义务。

（三）衔接接诉即办与调查取证，提升执法效率。

本案线索来源于接诉即办系统，具有时效性强、涉及群众关切的特点。执法人员接到工单后，第一时间联系举报人固定证据，同步开展现场检查，快速锁定违法主体和违法事实。通过衔接接诉即办线索与调查取证环节，既保障了举报人合法权益，又提升了案件办理效率，为及时制止侵害未成年人权益的违法行为提供了有力支撑。

四、案例启示

（一）强化主体责任，筑牢未成年人消费保护防线。

酒类经营者应切实履行法定义务，不仅要在显著位置张贴警示标语，更要对外观难以判明年龄的消费者严格落实身份证件核实要求，杜绝口头询问流于形式。市场监管部门应加强对酒类、烟草等重点领域的日常监管，通过常态化检查、宣传引导等方式，强化经营者的未成年人保护意识。

（二）精准适用法律，规范自由裁量权行使。

办理涉未成年人权益保护案件时，应准确界定违法事实，严格区分违法情节与整改措施的法律意义。在适用自由裁量权时，综合考量当事人的违法次数、整改态度、危害后果等因素，确保处罚幅度合理适当，实现法律效果与社会效果的统一。

（三）畅通维权渠道，完善协同治理机制。

充分发挥接诉即办、12315 等投诉举报平台的作用，畅通群众维权渠道。加强市场监管部门与教育、公安、文化和旅游等部门的协同配合，建立信息共享、联合执法等工作机制，形成未成年人消费权益保护的合力。

某托育服务有限公司无证举办幼儿园案

【案例提示】本案在查处教育违法领域的违法所得认定及处罚法律适用方面创新开拓执法模式和认定模式，一方面，对当事人将无证举办幼儿园的保育费与其他杂费混合收取的情形做了合理的界定，从综合收费中分解出保育费的费用；另一方面，面对现行教育行业法规未对违法所得处理做出规定的情形下，引用行政处罚法的相关条款，对违法所得进行处理，增加了查处违法举办幼儿园的力度，防止出现查处后当事人继续违法办园的情况，增加其继续违法经营的成本。

一、案情介绍

2022 年 9 月 14 日，北京市朝阳区市场监督管理局接北京市朝阳区教育行政处罚案件线索移送书（京朝教民移送字（2022）11 号），称当事人未在教委取得办学许可证，是一所无证幼儿园。

经查，2021 年 1 月至 2022 年 10 月，当事人未取得办学许可证，在北京市朝阳区某地址，开办了“某某”幼儿园，该园面积 700 平米，教室 9 间，招收 3-6 岁的儿童，开展幼儿园相关教学活动。收费标准分别为：3980 元/月（中英文双语班）和 2980 元/月，餐费是 800 元/月。实际收费金额根据报名的时间早晚、缴费时间的长短、组团报名情况等因素予以不同折扣。期间，当事人共收取费用 3940252 元，其中餐费 708099

元，所收费用未缴税，共退费 1119669 元，其无证办园的违法所得为 2112484 元。

据此，我局认定当事人的上述行为违反了《幼儿园管理条例》第十一条和第二十七条第（一）项的规定，属于未经登记注册，擅自招收幼儿的行为，依据《幼儿园管理条例》第二十七条第（一）项的规定，责令当事人立即停止办园。依据《中华人民共和国行政处罚法》第二十八条第二款的规定，没收当事人违法所得 2112484 元。

二、焦点问题

本案在办理过程中主要遇到以下问题：

1.当事人在收取费用时，将保育费和餐费一起收取，且有部分收取的费用并非按月收取，还有以天数收取的短期费用。因当事人有餐饮许可证，因此，如何从总的收费中分出保育费，是本案的主要难点；

2.幼儿园管理条例发布时间较早，对无证举办幼儿园的最重处罚规定是责令停止办园，因此，我局在本案之前多次遇到查处过的幼儿园再次开园招生的问题，使得行政处罚的效果较差。

三、案例评析

（一）证据是案件的灵魂，先固化证据，在分析证据

我局接移转后，及时对当事人进行了现场检查，除了确定

当事人无证举办幼儿园的违法事实证据外，更重要的是要确定当事人一共招收了多少幼儿，以及收取了多少的费用，这要在第一次检查时，就对相关证据进行及时的获取并固化下来，这能为案件的顺利推进奠定坚实的基础。

（二）现场检查需仔细，案件证据梳理应全面

因当事人至提供了收取费用的总的费用收据及统计表格，并未区分其中的保育费和餐费，因此，无法直接得出无证举办幼儿园违法收取的保育费。为此，执法人员梳理了案卷的证据，发现在幼儿园的公示栏中有公示收取的月餐费标准，在部分幼儿的退费单据中也发现了按照公示的月餐费计算出的按日收取的餐费，因此，通过减去公示的餐费标准的方式，我局最终计算出当事人无证举办幼儿园收取的保育费的总费用，也就是其违法所得。

（三）积极开拓办案思路，拓展教育执法领域的法律使用范围

因市场监管局查处教育领域的违法问题是新的业务领域，可供借鉴的案例及答复较少，因此，在办案中需要解决如何将教育执法与市场监管执法流程及法律适用相结合的问题。本案中使用的《幼儿园管理条例》发布于 1991 年，之后未在变动，而当前的幼儿园行业发展情况与 1991 年相比已完全不同。在实践中，我局在本案之前，针对无证办园行为，都是参照《幼儿

园管理条例》的规定，责令当事人停止办园，但因处罚力度不够，使得被处理后当事人依然继续办园。通过引用行政处罚法第二十八条第二款中规定的关于违法所得的处理方法，我局对教育领域的违法所得予以没收，增加了无证办园的成本，也让违法经营者的违法成本增加，进而加大了查处无证办园的力度，防止出现不符合办园标准的无证园对幼儿造成危害。

四、案例启示

（一）不忘初心、牢记使命，坚守市场监管的责任

本案在办理过程中，当事人不断的向市场监管部门反映其无证办园是教委造成的问题，且反复强调其在办园时并未盈利。但更应该看到，幼儿园事关儿童的重大利益，也绝对不能出现任何问题，因此，如果放任无证幼儿园无序招生，会对社会及儿童造成巨大的潜在危害。正因事关重大，为了防止违法经营者通过先关停再开业的方式逃避处罚，我局加大了对无证办园的查处力度，力争杜绝无证办园的反复发生。

（二）积极协调沟通，与法制部门充分沟通

在本案的取证、定性及处罚等工作中，执法人员充分利用了法制部门在执法办案中的作用，将法制核审前置，在办案初期，即与法制部门进行充分沟通，及时就计算方法、法律适用问题进行沟通，将法制的专业性与办案人员的灵活性相结合，将法制的规范性贯穿于整个案件办理过程中，使得案件的办理

质量和结果都很高，并在当事人复议后得到了维持处罚决定的复议决定。

（三）灵活用法，探索新型处罚模式

《行政处罚法》中规定当事人有违法所得，除依法应当退赔的外，应当予以没收。但在实际执法中，如果使用的专业法条中未对违法所得进行规定，执法人员也不会引用行政处罚法对违法所得进行没收。本案中，因专业的法条处罚力度不足以制止违法行为的继续发生，因此，我局引用了行政处罚法的条款与专业法条相结合，探索出了在教育执法领域的新的处罚模式，取得了比较好的社会效果。

二、产品质量、特种设备、计量、认证类

某电动自行车销售有限公司从事经营性拼装、改装电动自行车行为案

【案例提示】本案属于电动自行车安全监管领域典型案件，是贯彻落实电动自行车安全隐患全链条整治工作要求的执法实践，在对当事人案件情况调查中，一方面需要执法人员具备较强的专业能力，锲而不舍确定违法事实的担当精神，另一方面，对于当事人的违法行为，需要结合当事人违法行为的性质、情节、社会危害程度确定适当的处罚金额。本案中，当事人对电动自行车进行改装的行为，违反了相关法律法规规定，存在一定的社会危害性，且在案件调查过程中，不积极配合行政机关供认违法事实，我局在进行综合考量后，对当事人给予了一般行政处罚。

一、案情介绍

2023 年 09 月 02 日，接到关于某电动自行车销售有限公司的案源，市局第三方暗访人员在对我辖区电动自行车经营主体进行暗访时发现当事人经营场所内有不符合国家标准、行业标准的电动自行车。

2023 年 09 月 02 日，我局执法人员对当事人经营场所进行现场检查，于当事人经营场所发现两辆与电动自行车产品合格证不符的电动自行车，整车编码分别为 294822305001125 和

294822306107178，我局执法人员当场对其实施扣押行政强制措施，并于当日对当事人进行立案调查。该案经两次延期后于2024年01月29日对当事人下达行政处罚决定书。

经我局查明，当事人主要从事九号牌电动自行车销售，我局执法人员在当事人经营场所检查时发现的两辆电动自行车（整车编码分别为294822305001125和294822306107178）并非当事人所销售，涉案车辆均为消费者自行从其他地方购置，当事人为消费者提供了对两辆电动自行车进行加装“加强座椅”的改装服务，每辆收取100元手工费。

当事人从事经营性拼装、改装电动自行车的行为违反了《北京市非机动车管理条例》第十八条第一款第（二）项的规定，依据《北京市非机动车管理条例》第三十条的规定，我局责令当事人改正上述违法行为，并处罚款4万元。

二、焦点问题

本案在办理过程中主要遇到以下问题：

一是因涉案电动自行车未停放在店内，当事人是否为违法经营主体难以认定；

二是因当事人不配合，调查取证和当事人违法事实的认定存在困难。

三、案例评析

（一）迅速联系当事人经营店铺附近监控所有者，第一时

间锁定证据

我局在接到市局转来的违法线索后，第一时间到当事人的经营场所开展现场检查，在当事人经营场所发现不符合标准的电动自行车，但是当事人拒不承认涉案电动自行车为当事人所有。经细心查看当事人经营场所周围的环境，发现一监控设备可以拍摄到当事人的经营行为。为确定涉案电动自行车的经营主体，我局执法人员迅速联系监控所有者，调取了监控视频，最终确认当事人即为涉案电动自行车的经营主体。

（二）通过多方协查找准案件突破点，探明违法事实

本案的办理过程中，分别给涉案电动车品牌方、生产方和经销商发送协助调查函，经多方协查，最终确定了涉案电动自行车的流转过程，在铁一般的证据面前，当事人最终选择了配合。

（三）对当事人进行说服教育，做好普法工作

本案在办理过程中，多次与当事人沟通，进行普法宣传，耐心讲解相关法律法规的要求，同时结合电动自行车事故频发的具体案例，使当事人深刻认识到电动自行车改装行为可能给消费者和社会带来的安全隐患，规范当事人的电动自行车经营行为。

四、案例启示

（一）坚持一查到底，敢啃硬骨头

本案的办理过程中，面临重重困难，在违法主体难以确定、违法事实溯源历经波折、当事人拒不配合等情况下，执法人员通过细心观察，多方取证，反复对当事人进行说服教育，最终争取到当事人的理解和配合，凿实违法事实。

（二）规范经营行为，守护民生安全

由于电动自行车经营者法律意识和安全意识的淡薄，电动自行车事故频发，给人民的生命和财产造成了不可挽回的损失，对于电动自行车经营领域的违法线索，市场监督管理部门坚持有案必查，重拳出击，严厉打击电动自行车违规违法经营行为。执法人员以此案为契机，严格落实电动自行车安全隐患全链条整治工作要求，对辖区内电动自行车经营主体开展全覆盖式执法检查，教育引导电动自行车经营主体依法依规开展经营活动，守护人民群众生命财产安全。

某物业管理有限公司使用检验不合格的特种设备案

【案例提示】本案在特种设备安全监管领域创新开拓执法模式，一方面，面对当事人拒不配合执法、拒绝签收执法文书、规避调查的情形，执法人员坚持依法履职，通过留置送达、加班核查监控录像、多次询问核实等多种方式固定证据，确保案件调查顺利推进；另一方面，针对当事人使用检验不合格电梯、涉及群众人身安全的违法行为，严格落实监管责任，结合自由裁量基准依法作出处罚，同时督促当事人完成电梯复检整改，既捍卫了执法权威，又切实保障了特种设备使用安全，为同类特种设备违法案件的办理提供了实践参考。本案重点体现了执法过程中“证据固定难、当事人不配合”的特殊情形，通过规范执法流程、强化证据意识、严格裁量标准，破解办案难点，彰显了市场监管部门守护公共安全、优化营商环境的责任担当。

一、案情介绍

2024 年 6 月 11 日，接到我局特设科通知反映当事人涉嫌使用检验不合格的特种设备。

2024 年 6 月 17 日，我局执法人员现场检查，发现当事人运营的电梯存在检验不合格仍然进行运营使用的问题。本局当日予以立案调查。

2024 年 6 月 19 日，我局执法人员对当事人下达了《特种设备安全监察指令书》，责令当事人立即停止使用检验不合格

的特种设备的违法行为，当事人拒绝签收，由社区工作人员见证下留置送达。

经我局查明，2024 年 4 月 29 日，经朝阳区特种设备检测所检验，当事人使用的 8 部电梯电梯检验结论为不合格。北京市朝阳区特种设备检测所出具了《特种设备检验意见通知书》及《曳引驱动乘客与载货电梯定期检验报告》。2024 年 6 月 17 日，我局执法人员在对当事人电梯进行现场检查时发现上述 7 部检验不合格电梯处于使用状态，1 部检验不合格电梯处于停用状态。经查询当事人监控室监控录像，上述 7 部检验不合格电梯在 2024 年 6 月 12 日至 2024 年 6 月 17 日期间均有使用监控录像记录。

2024 年 7 月 3 日我局收到当事人提供的电梯复检报告材料，上述 8 台电梯复检结果均为合格。

据此，我局依据《中华人民共和国特种设备安全法》第八十四条第（一）项的规定，结合自由裁量基准，对当事人作出如下行政处罚：罚款 30000 元。

二、焦点问题

本案在办理过程中主要遇到以下问题：

1. 当事人拒绝签收《特种设备安全监察指令书》，如何确保执法文书送达合法有效、程序正当；

2. 当事人违法行为具有持续性，如何有效固定监控录像等关键证据，核实违法事实；

3. 案件关乎群众人身财产安全，如何在依法处罚的同时督促整改、保障民生；

4. 如何结合当事人整改态度、涉案数量等情节，精准适用自由裁量基准，确保过罚相当。

三、案例评析

（一）依法破解送达难题，规范执法程序

当事人拒绝签收执法文书，本质是规避监管、拖延整改，若送达无效将直接影响案件合法性与进度。本案中，执法人员严格遵循《市场监督管理行政处罚程序暂行规定》，邀请社区工作人员见证，对指令书依法留置送达并全程留痕，既破解了送达痛点，彰显执法严肃性，也为同类案件提供了可借鉴的实践经验，奠定了案件办理的合法基础。

（二）精准固证破难点，明确违法事实

当事人违法行为具有持续性，仅靠现场检查难以全面核实。执法人员以监控录像为关键证据，核查比对，逐段确认检验不合格电梯的持续使用情况，形成完整证据链，有效破解了持续违法行为取证难的问题，确保事实认定准确，杜绝当事人规避处罚，体现了执法人员的责任担当与严谨作风。

（三）规范裁量权适用，兼顾处罚与教育

行政处罚的核心是过罚相当，兼顾惩处与引导。本案中，执法人员严格对照《北京市市场监督管理局行政处罚自由裁量基准表》，综合考量当事人违法情节与整改态度，依法作出处罚，既严厉打击特种设备违法行为，又引导当事人树立安全主体责任意识，切实实现“处罚与教育相结合”的执法原则。

四、案例启示

（一）勇于担当，坚守市场监管责任

本案办理过程中，面对当事人拒不签收文书、取证工作量大等多重阻碍，执法人员未畏难退缩，而是以群众安全为核心，加班加点核查监控、规范完成留置送达，用实干破解办案难点。面对特种设备安全隐患、当事人整改推进、市民出行保障等多重任务，执法人员未顾此失彼，而是以安全防控为核心，同步推进处罚与整改落实，当日下达指令书责令停用、全程跟踪检修进度、主动联动特检所加快复检，用实干化解安全隐患、保障民生出行。市场监管职责关乎公共安全与民生福祉，面对涉特种设备类案件，唯有坚守初心、勇于担当，摒弃重处罚轻整改的倾向，以严谨细致的工作作风统筹执法、整改与民生，才能守住安全底线，捍卫执法权威，切实守护群众人身财产安全与出行便利。

（二）注重协作，促进社会共同治理

本案的顺利办结，离不开多方协作的支撑：邀请社区工作人员见证文书送达，破解送达难题；联动特种设备检验所加快复检，兼顾监管与民生；与当事人委托代理人多次沟通，推动案件调查与整改落地。这充分说明，市场监管并非孤军奋战，唯有强化部门协同、联动基层力量，凝聚执法、基层治理、行业监管的合力，才能提升执法效能，构建上下联动、左右协同的社会共同治理格局，推动形成规范有序的市场环境。

某商贸有限公司使用以欺骗消费者为目的的计量器具案

【案例提示】本案为使用以欺骗消费者为目的的计量器具案件，当事人采用输入密码方式开启电子计价秤作弊功能，利用电子计价秤键盘上的各按键功能，在称重商品时可随意操作欺骗消费者，若事先尚未采取措施控制当事人远离电子计价秤，当事人有可能会拔掉电子计价秤电源插头或者将电子计价秤的开关关闭，一旦电源插头被拔出或者将电子计价秤的开关关闭，则作弊功能取消，就难以取得证据和违法事实认定以及案件的后处理工作。使用以欺骗消费者为目的的计量器具的行为不仅侵犯了消费者的合法权益，给消费者带来相应的经济损失，也给社会造成了不良影响。

一、案情介绍

2023 年 2 月 6 日，我局执法人员计量监督科两名行政执法人员来到北京农展北路集贸市场进行计量双随机检查，发现市场内销售海产品的商户（某商贸公司）销售海产品使用的电子计价秤（ACS-30 型、产品编号：24777），涉嫌使用以欺骗消费者为目的的计量器具。

执法人员将 500 克标准砝码放置在电子计价秤的秤盘上，液晶面板上显示 500 克。按“M1”键显示 520 克，按“M2”键显示 550 克，按“M3”键显示 570 克，按“M4”键显示 600 克，按“M5”键显示 630 克，按“M6”键显示 650 克，按“M7”键

显示670克，按“计数”键则显示500克。电子计价秤开机后先后按下“6”、“8”、“置零”键，即开启电子计价秤的作弊功能。

我局查明，当事人某商贸公司主要是在销售鲈鱼时，使用电子计价秤上的“M1”键功能（500克重量显示520克），使用此功能销售黄花鱼2千克，销售价格为22元/500克，销售金额共计88元，违法所得88 元。

某商贸公司使用以欺骗消费者为目的的计量器具行为违反了《中华人民共和国计量法》第二十七条和《中华人民共和国计量法实施细则》第四十八条，依据《中华人民共和国计量法》第二十七条和《中华人民共和国计量法实施细则》第四十八条的规定，我局做出如下行政处罚：没收以欺骗消费者为目的的电子计价秤，没收全部违法所得88元，并处400元罚款。

二、焦点问题

本案件在整个办理过程中的剖析：

1.使用以欺骗消费者为目的的计量器具案件来源于日常双随机计量监督检查；

2.绝大多数发生在集贸市场，尤其是销售海产品和水产品以及冰鲜产品的商户；

3.对以欺骗消费者为目的的计量器具若不实行异地先行登记保存，将会导致证据的损坏、销毁或者转移；

4.当事人若不配合我局的执法检查工作，不说出电子计价秤作弊功能的开启密码，关机后就无法取证及违法事实认定。

5.因是个人经营，且无销售台账和票据，其销售的产品种类、数量、价格难以确认，违法所得也就难以准确认定。

三、案例评析

（一）电子计价秤内暗藏玄机

在案件初期的现场检查中，当事人使用以欺骗消费者为目的的计量器具被查处后，执法人员不敢将电子计价秤的开关关闭，若一旦关闭则无法复现当时作弊状态下各个按键的功能，也就无从认定当事人使用以欺骗消费者为目的的计量器具的违法事实。通过执法人员向当事人宣传我国有关法律法规以及相关政策，当事人最终讲出电子计价秤作弊功能启动的密码。为了证明作弊功能启动密码，执法人员关闭电子计价秤后再开机并输入密码，电子计价秤的作弊功能开启，证实了密码的正确。

（二）违法物品证据保全

当事人使用以欺骗消费者为目的的计量器具被查处后，应当及时采取相应的行政措施保全证据。为防止以欺骗消费者为目的的计量器具被损坏、销毁或者转移，确保在行政处罚案件后期依法没收以欺骗消费者为目的的计量器具，执法人员果断采取异地先行登记保存的行政措施。

（三）销售商品种类、数量、价格认定及违法所得计算

此案在立案后进行的案件调查中，当事人没有建立销售台账和销售记录，也没有销售票据，难以对当事人使用作弊电子计价秤销售活鱼的种类、数量、价格和违法所得进行认定，为以后的行政处罚带来极大影响。此案的承办人员用事实证明当事人使用以欺骗消费者为目的的计量器具违法行为，通过耐心细致的说服教育，当事人认识到自己的行为是违法的，在之后的调查过程中能够积极配合我局的工作，并主动承认销售活鱼的种类、数量和价格情况，并且提供了一份书面的情况说明。

当事人销售活鱼的种类、数量及其价格等情况虽然已调查清楚，但是，违法所得应如何计算是困扰案件承办人员的关键。承办人员向法制部门咨询，查阅有关法律法规及条文释义，得到以下计算方法：

1.当事人违法所获得的全部财物为“违法所得”或“非法收入”。计算公式为 S=a·q。公式中，S 为违法所得或非法收入，a 为销售单价，q 为销售量。

2.当事人违法所获得的全部财物中扣除应当扣除的部分，为“违法所得”或“非法收入”。计算公式为 S=a·q-β。公式中，β为应当扣除的部分。

3.在办理行政案件过程中，经查证属实后确认行政相对人故意违法的，可以认定其全部经营额为“违法所得”或“非法收入”。

结合本案的违法情形，当事人使用以欺骗消费者为目的的计量器具行为属于主观故意，应当按照3的表述计算违法所得。本案有了计算违法所得的正确方法，因有法律法规的支持且作为强大的后盾，最终为行政处罚的正确、准确打下了坚实基础和有力保障。

四、案例启示

维护市场经济秩序，保护消费者合法权益，是我们市场监管人义不容辞的责任。

在本案中，从执法检查到调查取证再到最后行政处罚完毕，全过程充分做到仔细分析，行动迅速，查处准确，程序合法，证据充分，适用法律法规正确，处罚适度，惩戒教育相结合。虽然本案没有那么复杂曲折，但也遇到了一些难点问题。执法人员充分发挥勇于担当、积极作为、攻坚克难的精神，本着全心全意为广大消费者服务的思想，通过敏捷的思维和多年的办案经验，帮助教育当事人，使其能够主动配合调查工作，认错服法，接受法律的惩罚。在办理行政处罚案件中，应做到依法行政，尽职尽责，认真细致，防止案件办理过程中出现任何瑕疵和纰漏，避免当事人提起行政复议和行政诉讼情况发生。

使用以欺骗消费者为目的的计量器具行为不仅侵犯了消费者的合法权益，给消费者带来相应的经济损失，也给社会造成了不良影响，扰乱了社会主义市场经济秩序和公平竞争、诚信

经营的理念。

我局已办理过许许多多各类行政处罚案件，就此案而言，仅仅对《北京市市场监督管理局行政处罚自由裁量基准表（2021 修订）》计量部分处罚项的内容得到一点启示。使用以欺骗消费者为目的的计量器具行为是主观上的故意，属于明知故犯，其行为较恶劣，认为不应划分具体情节分项处罚，应当从严从重处理，需要通过建立统一的一个处罚标准来威慑当事人的违法行为，维护法律的尊严。

某燃气用品有限公司未按申报用途使用 CCC 免办产品案

【案例提示】本案在免予强制性产品认证（CCC 免办）后续监管领域创新探索执法监管模式。其一，目前北京市对于 CCC 免办后续监管尚未形成统一的标准、规范，对这方面的研究和探索较少，本案为北京市首例“未按照申报用途使用 CCC 免办产品”案；其二，创新运用“互联网+”监管手段，梳理、分类、甄别辖区内 CCC 免办信息，查摆薄弱环节、薄弱领域，建立了本案的案源基础；其三，通过行政处罚与撤销 CCC 免办证明联动机制，优化完善 CCC 产品进口防线，对众多申请企业起到警示作用，保障 CCC 认证市场秩序。

一、案情介绍

2022 年 1 月 24 日，北京市朝阳区市场监管局执法人员对当事人关于免予办理强制性产品认证的相关产品使用情况进行现场检查，发现当事人通过 CCC 免办形式进口的部分产品与其申报用途不一致。

经查，当事人于 2021 年 3 月 18 日对 16 台待进口报关的燃气采暖热水炉产品申请办理 CCC 免办证明，申报用途为“仅用于商业展示但不销售”，并出具《后续管理承诺书》明确表示：此批产品将作为新样品给代理商作商业展示之用，不进行任何以销售为目的活动。经审核，该产品属于《强制性产品认证目录描述与界定表（2020 年修订）》中第十七类：家用燃气器具

的103项：燃气采暖热水炉（产品代码：2403），申报用途及申报材料符合申办3C免办证明要求，于2021年3月19日向当事人出具CCC免办证明。当事人于2021年3月9日至2021年12月17日将16台燃气采暖热水炉产品全部售出，其中部分产品在进口报关前已售出但尚未发货，其上述行为违反自我承诺，未按申报用途使用。涉案产品销售总价约24.3万元，违法得利约10.7万元。

当事人于2021年4月26日取得上述燃气采暖热水炉产品的中国国家CCC认证证书，案件查办时该证书处于有效状态。

据此，依据《中华人民共和国认证认可条例》以及《强制性产品认证管理规定》的规定，于2022年3月21日作出行政处罚决定，责令当事人改正未按申报用途使用免予办理强制性产品认证产品的行为，撤销涉案产品的《免予办理强制性产品认证证明》，处以罚款9万元，没收违法所得约10.7万元，罚没款合计约19.7万元。

二、焦点问题

本案在办理过程中主要遇到以下问题：

1.面对数量巨大的CCC免办证明如何准确识别、筛选可能存在问题的对象，通过较少的行政资源做到精准执法。

2.燃气采暖热水炉产品正处于生产许可证转CCC认证管理过渡阶段，如何确定产品监管方式。

3.已售出的涉案产品，如何确定其产品合法性及后续处理方式。

三、案例评析

（一）合理分析风险因子，高效开展后续监管

通过运用“互联网+”手段，通过梳理辖区内CCC免办业务信息，建立数据台账，对申请类别、申请数量、产品用途进行细致甄别，进而识别申请企业的风险等级，以问题导向为后续监管提供数据支撑，执法检查时重点检查产品是否按照申报用途使用、是否建立有效的产品追溯制度、是否按照承诺履行退运或销毁流程等。

（二）准确理解政策要求，依法开展行政监管

依据《市场监管总局关于防爆电气等产品由生产许可转为强制性产品认证管理实施要求的公告》（2019年第34号）家用燃气器具产品由生产许可证转换为CCC认证管理，确定2019年10月1日至2020年10月1日为过渡期，并明确规定：自2020年10月1日起，转换产品未获得强制性产品认证证书和未标注强制性认证标志，不得出厂、销售、进口或在其他经营活动中使用。CCC免办方式进口的产品仍属于进口的一种形式，其进口日期在2020年10月1日后应归属CCC认证管理方式，而不应以产品出厂日期计算。

（三）切实保障产品安全，妥善履行监管职责

按照《强制性产品认证管理规定》，未按照申报用途使用CCC免办产品的情形应当撤销其CCC免办证明，则相关产品应按照承诺进行退运或销毁。但本案调查时当事人已将涉案燃气采暖热水炉产品全部售出，其产品所有权已发生转移，且产品无法召回、退款，因此难以退运或销毁。由于CCC免办产品被禁止流入市场的主要原因在于其未经认证，无法保障产品质量安全，考虑到涉案产品已取得CCC认证，能够证明其安全性、使用性符合标准要求，故执法人员认为按照处罚法定和过罚相当原则，依法没收违法所得属于较为合理的处理方式。

四、案例启示

（一）积极作为，锁定监管着力点

在持续优化营商环境、切实落实“放管服”工作要求的背景下，面对北京市尚未形成统一规范的CCC免办后续监管领域，朝阳区市场监管局勇于探索、积极行动，借助信息技术手段辅助行政监管，主抓薄弱环节，处理了全市首例“未按照申报用途使用CCC免办产品”案，对CCC免办申请人起到了重要的警示作用。

（二）攻坚克难，抓住监管关键点

本案的调查取证过程曲折复杂，CCC认证专业性较强，涉及法律法规、部门规章以及规范性文件较多，在充分考虑违法行为的实施、性质、情节、社会危害程度、主观过错及公平公

正要求的基础上，以产品为核心落实全链条、全环节监管。

（三）服务民生，站稳监管落脚点

以CCC认证领域为重点，聚焦大型家电、设备等产品类别，在不断优化CCC免办审批流程、服务企业发展的基础上，严格履行监管职责，建立完善CCC认证产品“防火墙”，切实维护国家CCC认证制度的权威性和守法企业的合法利益，保障人民群众身体健康和生命财产安全。

三、食品、药品类

某食品营销管理有限公司经营重金属含量超过食品安全标准限量的食品案

【案例提示】本案为国家食品安全抽样不合格案件，在案件办理过程中，办案机构着重对于主体责任的认定、货值金额的计算等方面进行考量，让执法有力度、有温度。

一、案情介绍

2023 年 3 月 24 日，北京市朝阳区市场监管局收到国家食品安全抽样系统检验报告，反映某食品营销管理有限公司（以下简称“当事人”）经营的多用途麦芯粉（小麦粉）（以下简称“涉案小麦粉”）经抽样检测不合格。我局在收到当事人经营涉案小麦粉抽检不合格报告后向当事人送达检验报告,并向其告知了抽检不合格情况，当事人不申请复检，该批次涉案小麦粉生产商河南省某实业有限公司向广东省市场监督管理局申请复检，我局于 2023 年 5 月 6 日向当事人送达复检报告(No：23R0100006），复检报告显示涉案小麦粉所检铅(以 Pb 计)项目的判定依据要求为≤0.2mg/kg，检验结果为 0.262mg/kg，检验结论为不合格。

经查，当事人主要经营面粉业务，2022 年 11 月 2 日当事人委托河南省某实业有限公司生产涉案小麦粉（规格型号 ：1kg/袋，生产日期 ：2022-11-03）1275 袋，2022 年 11 月 13

日当事人将1275袋该批次涉案小麦粉销售给广州某商贸有限公司，原约定价格为7005.67元，实际售价为4852.12元，当事人处没有库存， 故当事人销售该批涉案小麦粉货值金额为7005.67元，违法所得为4852.12元。

案件调查过程中，执法人员要求当事人联系生产商、下游经销商对涉案小麦粉进行召回，对不合格原因进行自查。当事人向广州某商贸有限公司发送召回通知，销毁剩余产品。

经河南省某实业有限公司自查，认定该批次涉案小麦粉重金属超标原因为部分小麦种植过程中土壤受到污染。生产商将对可能出现污染物超标的地区，落实超标拒收，从源头上控制隐患；并在生产过程中增加原粮搭配次数，如有异常情况立即停止生产，自查原粮重新配比，保证产品质量；同时做好每批次样品留存，以备日后生产对比和复检。

当事人经营涉案小麦粉中铅含量超标的行为违反了《中华人民共和国食品安全法》（以下简称食品安全法）第三十四条第（二）项的规定，属于经营重金属含量超过食品安全标准限量食品的行为，我局依据《食品安全法》第一百二十四条第一款第（一）项的规定， 对当事人处5万元罚款、没收4852.12元违法所得的行政处罚。

我局作出处罚决定后，依据《市场监督管理行政处罚信息公示规定》的相关规定依法公示行政处罚信息，同时对在处罚决定书中的进货价格等涉及到商业秘密的信息做好脱敏。

二、焦点问题

本案在办理过程中主要遇到以下问题：

1.关于主体责任的认定。《食品安全法》第三十四条中提到的“禁止生产经营下列食品、食品添加剂、食品相关产品”，那么当事人是经营重金属含量超过食品安全标准限量的食品，还是生产重金属含量超过食品安全标准限量的食品？这一问题值得我们去考虑，首先本案的事实为当事人委托河南省某实业有限公司生产，并销售给下级经销商广州某商贸有限公司；当事人处的角色为赚差价的中间商，并且该批次涉案小麦粉实际生产企业为办理了食品生产许可证的河南省某实业有限公司，故当事人所处的环节为委托生产，但说其是经营重金属含量超过食品安全标准限量食品的行为更为妥当。

2.关于货值金额的计算。在食品领域货值金额的计算为产品标价×涉案产品数量，但在本案中当事人并不是面向消费者的终端零售商，并没有报价单、价签等明示的价格，当事人处并未发现以及未能提供价目表、详细的合同等材料，执法人员参照《市场监管总局办公厅关于食品安全行政处罚案件货值金额计算的意见》（市监稽发〔2021〕70号）中的“销售价格应

当以销售单、合同、价签等明示的单价计算”，通过调查仅有的销货清单明细计算货值金额以及违法所得。执法人员调取了包含了该批次的1275袋以及其他批次的面粉销货清单中显示“数量：1579袋、金额：7959.68元，折扣：-2446.82元，税额：716.37元、-220.21元”，为了验证销货清单中数据的真实性，我局又依据《市场监督管理行政处罚程序规定》向上下游企业属地发送协助函进行核实，那么销货清单中这1579袋广州某商贸有限公司向当事人实际支付的费用为7959.68元＋716.37元-2446.82元-220.21元＝6009.02元，销货清单中双方并没有按照每袋的单价来计算价格，也就是说当事人销售1275袋该批次涉案小麦粉实际收取的费用为（7959.68元＋716.37元-2446.82元-220.21元）÷1579×1275，最终四舍五入保留小数点后2位等于4852.12元，此为违法所得。

经询问，7959.68元＋716.37元＝8676.05元为广州某商贸有限公司向当事人按照约定价格支付1579袋小麦粉的总费用，也就是说销售1275袋该批次涉案小麦粉两家公司约定的价格为（7959.68元＋716.37元）÷1579×1275袋，最终四舍五入保留小数点后2位等于7005.67元，此为货值金额。

三、案例评析

（一）强化食品安全监管，守护百姓“舌尖上的安全”。

“菜篮子”“米袋子”连着老百姓的“心窝子”，确保食品安全是最基础、最重要的民生工程。近年来，我局始终坚持以人民为中心的发展思想，严格落实食品安全“两个责任”，提升食品安全工作的责任感和使命感，坚决筑牢食品安全防线，确保老百姓“舌尖上的安全”。

（二）规范行政处罚裁量权，让执法有力度、有温度。

为进一步贯彻落实北京市关于优化营商环境的有关要求，深化市场监管领域轻微违法行为容错机制，不断优化朝阳区营商环境，促进朝阳区经济持续健康发展，根据《中华人民共和国行政处罚法》《市场监督管理行政处罚程序规定》《北京市优化营商环境条例》《北京市市场监督管理局轻微违法行为容错纠错清单》《北京市朝阳区市场监督管理局轻微违法行为容错纠错清单》的相关规定，我局制定了《北京市朝阳区市场监督管理局轻微违法行为容错纠错清单2.0》，在严格公正执法的同时，根据违法情节、危害程度、主体规模等实际情况科学运用行政裁量权，让人民群众在每一项执法决定中感受到执法的温度，有效避免了滥用行政处罚裁量权、轻责重罚、重责轻罚、同案不同罚的现象，保障行政执法人员依法正常履职，维护人民群众合法权益。

四、案例启示

（一）做好进货查验的检查，严格公正执法。

当发现涉及食品安全等重大民生领域的案源一定要及时前往现场一是为做好风险处置。二是现场检查当事人进货查验制度，索要进货票据，做好现场记录，所谓“进货”“查验”，那么作为经营者一定是随时可以拿得出来，避免当事人后续补充材料声称履行了进货查验制度，逃避处罚。本案中当事人申请对其违法行为按照《食品安全法》第一百三十六条免予行政处罚，但当事人未能及时提供完整的进销存记录、检测报告。同时，不能提供含有重金属项目的检验报告，在进货查验的管理上存在疏漏，不符合《食品安全法》进货查验要求，故认定当事人的违法行为不应免予处罚。又因当事人经营铅项目超过食品安全国家标准的小麦粉，其行为本身具有较严重的危害性。我局结合当事人销售数量、货值金额、违法行为持续时间等内容对行政处罚进行了综合考量。

（二）做好案件线索移转，依法履职尽责。

本案的来源是国抽系统，在系统中可以看到对各环节的涉案企业都已经按照属地做好了案源的派送，但是在案件办理中执法人员发现区域经销商广州某商贸有限公司涉嫌经营重金属含量超过食品安全标准限量食品的违法线索，但该违法线索未在国抽系统中，我局依据《市场监督管理行政处罚程序规定》第十四条的规定，及时依法进行线索移转。发现违法线索及时处理是对人民群众的负责，也是依法履职的体现。

某餐饮单位经营国家为防病等特殊需要明令禁止经营的食品、进货时未查验许可证和相关证明文件及未按规定建立并遵守进货查验记录制度案

【案例提示】本案是一个典型的“碰瓷式投诉”人反映“疫区”食品的问题，近年来同类案件的投诉举报数量也相当可观。对于此类案件，我局认为，在办理过程中需以证据为基础，扎实取证，多面调查，同时本案中充分体现了在行政执法过程中处罚与教育相结合的原则。

一、案情介绍

2021 年 3 月 30 日我局接到举报，举报人反映 2021 年 3 月 20 日在当事人处花费 12800 元购买的一瓶日本威士忌酒“余市 12 年，700 毫升，无生产年份”（以下简称：涉案酒水），怀疑是日本核辐射地生产的及无中文标签。

2021 年 4 月 2 日执法人员对当事人进行检查，现场未发现涉案酒水；当事人现场未能出示涉案酒水台账记录及相关合格证明文件；现场从当事人电脑里调取了单号：20210320201710137346687000002 的结账清单，消费金额为 12838 元，其中薯条 38 元，“open beverage”12800 元。

经查，执法人员 4 月 2 日现场调取的结账单上的“open beverage”为手动输入的涉案酒水名称，其实为当事人于 2021 年 3 月 20 日销售的一瓶价格为 12800 元的无中文标签的日本

酒。因此认定涉案酒水货值金额为1.28万元，违法所得为1.28万元。

举报人提供了涉案酒水的实物、标签翻译件及购买凭证和录像，对当事人进行询问调查时，首先让当事人确认举报人的购买凭证和录像，确认无误后，再让当事人查看涉案酒水的实物，当事人也进行了确认，并称酒水已被打开，未开封时有生产日期在瓶口，且该酒是其会员在日本机场免税店购买后存放在酒吧自饮，被店员误卖，该款酒入境时符合海关进口的规定。但以上内容除其所谓的会员“张XX”写的《消费者声明》外，并未提供涉案酒水的境外信用卡消费记录及个人出入境记录等佐证材料。我局对涉案酒水的瓶身标签样式和内容进行取证后，通过举报人提供的涉案酒水瓶身正反面标签的翻译件、翻译公司的资质和翻译人员的资质，发现涉案酒水的制造者为一甲威士忌株式会社6　东京都港区南青山5-4-31，销售者为朝日啤酒株式会社 东京都墨田区吾妻桥1-23-1。当事人对翻译的真实性没有意见，但主张举报人为恶意投诉索赔8万元，涉案酒水实际产自日本余市，却未能提供相关证据佐证。按照2011年4月8日国家质量监督检验检疫总局发布的《关于进一步加强从日本进口食品农产品检验检疫监管的公告》“自即日起，禁止从日本福岛县、群马县、栃木县、茨城县、宫城县、山形县、新泻县、长野县、山梨县、琦玉县、东京都、千叶县

等12个都县进口食品、食用农产品及饲料。”涉案酒水的制造者和销售者均为东京都，是国家禁止进口的地区，故涉案酒水涉嫌属于国家为防病等特殊需要明令禁止经营的食品。依据《中华人民共和国行政处罚法》第二十二条、《行政执法机关移送涉嫌犯罪案件的规定》第三条的规定，涉案酒水涉嫌为我国明令禁止生产经营的食品，我局将此案件线索函告北京市公安局朝阳分局，该局拒收未受理。

另查，当事人未查验涉案酒水的许可证和相关证明文件以及未按规定建立并记录台账。应依据《中华人民共和国食品安全法》第一百二十六条的规定，责令当事人改正，给予警告。

涉案酒水无中文标签且为国家为防病等特殊需要明令禁止生产经营的食品，当事人经营涉案酒水的行为，属于同一违法行为违反法律的不同条款，择一重处罚。故本案应依据《中华人民共和国食品安全法》第一百二十三条的规定，没收违法所得，并处货值金额十五倍以上三十倍以下的罚款。

在本案中，经营国家为防病等特殊需要明令禁止经营的食品、未查验涉案酒水的许可证和相关证明文件以及未按规定建立并记录台账违法事实清楚、证据确凿，因涉案酒水只有1瓶，当事人又属首次违法，且未有相关证据证明违法行为产生实际危害后果，综合考量《中华人民共和国行政处罚法》中

“处罚与教育相结合”以及“过罚相当”的原则，我局决定对当事人适当减轻处罚：

1、没收违法所得1.28万元；

2、处货值金额7倍罚款8.96万元罚款；

3、警告。

以上1、2项罚没款共计10.24万元。

二、焦点问题

此类涉及经营日本和辐射区食品的案件，为近年职业索赔人的获利重点。特别是威士忌等高价位的单品结合货值金额倍数本就较高的罚则，会最终导致数额较高的罚款。且此类案件又涉及是否移送公安机关追究刑事责任的问题，在未得到司法判例充分指导的前提下，该类案件的查处研判存在一些争议。

本案办理的主要矛盾和关注点一是涉案酒水是否可以认定违反了《中华人民共和国食品安全法》第三十四条第（十二）项的规定，属于国家为防病等特殊需要明令禁止经营的食品？二是总局《关于开展销售来自日本核辐射区食品专项检查的通知》缺乏具体的解释，进口食品的原产地如何认定？

三、案例评析

第一，“疫区”食品，首先需要追溯涉案食品的来源。本案中，因当事人未查验涉案酒水的许可证和相关证明文件以及未按规定建立并记录台账，因此无法通过进货查验途径溯源。

本案中涉案酒水还涉嫌由个人携带入境，但因为当事人未提供其会员个人将食品通关入境的材料，其会员“张 XX”也拒绝配合我局询问调查。故，我局对涉案酒水的瓶身标签样式和内容进行取证后，通过举报人提供的涉案酒水瓶身正反面标签的翻译件，发现涉案酒水“标签标称”制造者所在地为东京都，当事人对该标签翻译件的真实性亦不持异议，却坚称涉案酒水系生产于余市，但未提供有效证据，不足以证明涉案酒水并非制造生产于东京都。我局组织了案件会商，案件承办部门会同法制科、餐饮科和相关专家，共同讨论，最终依据调取的证据认定涉案酒水属于《关于开展销售来自日本核辐射区食品专项检查的通知》中所列的食品，继而认定涉案酒水属于“国家为防病等特殊需要明令禁止经营的食品”。

第二，“误卖”亦属于经营行为。本案中，当事人一直主张涉案酒水为其会员所有，是由于店员操作失误，才将会员存放的酒水销售给其他顾客，因此不存在经营行为。在调查中，除了所谓其会员“张 XX”的一份书面声明，当事人始终未能提交涉案酒水属于其会员“张 XX”的其他证据，同时，当事人对不属于其所有的涉案酒水，如何给涉案酒水定价及为何擅自录入结算系统的操作也无其他合理解释。此外，不论涉案酒水究竟属于谁，当事人对其销售涉案酒水并出具结算小票这一事实

也予以承认。因此，我局认定当事人存在经营涉案酒水的违法行为。

第三，涉案酒水无中文标签且为国家为防病等特殊需要明令禁止经营的食品，当事人经营涉案酒水的行为，违反了《中华人民共和国食品安全法》第三十四条第十二项“禁止经营国家为防病等特殊需要明令禁止生产经营的食品”的规定，同时违反了《中华人民共和国食品安全法》第九十七条“进口的预包装食品、食品添加剂应当有中文标签.....”的规定，属于同一违法行为违反法律的不同条款，依据《行政处罚法》第二十九条的规定“对当事人的同一个违法行为，不得给予两次以上罚款的行政处罚。同一个违法行为违反多个法律规范应当给予罚款处罚的，按照罚款数额高的规定处罚”，我局决定择一重进行处罚。

第四，关于案件的定性和处罚的额度，我局采取案件会商集体讨论的形式，坚持实施行政处罚需过罚相当、处罚与教育相结合的原则。在本案中，涉案酒水只有1瓶，当事人又属首次违法，且未有相关证据证明违法行为产生实际危害后果。我局在综合考量了上述情况后，对当事人减轻处罚。

四、案例启示

此案件办结后，当事人先后向市局申请行政复议，向北京市海淀区人民法院提起诉讼，向北京市第一中级人民法院申请二审，均未得到支持。

随着行政执法工作的不断深入，近些年反映涉“疫”食品问题的“碰瓷式投诉”也越来越多。经过不断地摸索，我们也累积了更多的经验。除了本案所述，我们在后期办理其他案件中，还发现有些涉嫌来自“疫区”的食品，可能就是在国内伪造生产的。因此，在办理此类案件时，为了更好地查明案情，除了上述取证情况，我们还积极联系涉案食品的国内总经销，通过商标权利人进行鉴定。若发现商标侵权，案件调查方向也会随之调整。

总之，案件调查须以事实为依据，以法律为准绳。在处理“碰瓷式投诉”相关案件时，对于依法不能免于处罚的案件，体现行政执法力度的同时也要有温度，通过不断努力，营造更加包容、更具活力、更有温度的营商环境。

某蜂产品有限公司委托生产的蜂花粉中微生物项目不合格案

【案例提示】执法人员从细节入手，发现当事人作为涉案食品的委托方，未能有效履行对食品生产方进行监督的行为，对发现的问题做出详细调查，准确判断当事人违法行为的性质。同时，及时向当事人对于其行为作出工作指导与要求，并在行政处罚上，充分考虑当事人主观性、危害性，使得在处罚中既做到“包容审慎”，也能严格贯彻“四个最严”的精神。让执法有温度，有力度。

一、案情介绍

2025 年 6 月 30 日，北京市朝阳区市场监管局接到大连市市场监督管理局对北京市某公司（以下简称“当事人”）委托生产经营的青海高原蜂花粉（生产日期：2025-02-13）（以下简称“涉案食品”）的检验报告 JDCJ202501895。经抽样检验，涉案食品霉菌项目不符合 GB 31636-2016《食品安全国家标准 花粉》要求，标准指标≤200CFU/g，实测值 340CFU/g，检验结论为不合格。

2025 年 7 月 3 日，北京市朝阳区市场监管局向当事人送达了检验报告，并开展现场检查，在当事人经营场所没有发现涉案食品。经查，当事人主要从事蜂产品生产经营。当事人委托生产方青海某公司（以下简称“生产方”）进行生产。根据当事人和生产方签订的《生产加工委托书》、《委托加工合

同》，委托加工期限为2021年1月1日至2025年12月31日，当事人委托加工的品种包含蜂花粉等产品。当事人委托生产的涉案食品配料为油菜花粉，产品标准代号GB 31636，净含量250g/瓶。

调查中，当事人提供了涉案食品生产和销售情况的材料。涉案食品共生产180瓶，生产方生产完成后销售给当事人。当事人在2025年2月至7月期间向大连某公司、山西某公司等销售180瓶，销售金额共计5608.60元。2025年7月11日，当事人向被销售单位进行退款，退款5608.60元。综上，认定当事人生产经营的涉案食品货值5608.60元，无违法所得处理。当事人对涉案食品进行召回，共召回了169瓶。

当事人派出工作人员在生产方进行生产监督，工作内容是监督生产方按照生产标准进行生产检验。当事人提供了生产方对涉案食品进行检验后制作的检验报告，该份检验报告标识的检验依据GB/T 30359，非涉案食品标签标注的产品标准代号GB 31636。GB/T 30359的内容未对蜂花粉类食品的微生物限量进行规定。生产方提供了在对涉案食品进行检验的检验记录复印件，生产方使用的检验方法符合GB 31636对微生物检验的规定，菌落总数、大肠菌数检验结果均小于GB 31636规定的可接受限值的上限。生产方实际是按照GB 31636的规定进行

了检验，生产方表示检验报告标识的检验依据错误是其误写导致。

当事人承认在收取生产方检验报告后没有发现生产方错误标识检验依据的情况。当事人也表示，当事人派遣的工作人员缺乏专业知识，导致对生产方的监督不到位以及从而未发现问题。2025 年 8 月 8 日，北京市朝阳区市场监管局向当事人送达了行政处罚决定书，依据《中华人民共和国食品安全法》第一百二十四条第一款第（一）项的规定，对当事人处以警告，并处罚款 65000 元。

二、焦点问题

本案在办理过程中主要遇到以下问题：

1.本案中当事人作为涉案食品的委托方，根据《中华人民共和国食品安全法实施条例》第二十一条“食品、食品添加剂生产经营者委托生产食品、食品添加剂的，应当委托取得食品生产许可、食品添加剂生产许可的生产者生产，并对其生产行为进行监督，对委托生产的食品、食品添加剂的安全负责。受托方应当依照法律、法规、食品安全标准以及合同约定进行生产，对生产行为负责，并接受委托方的监督”的规定，当事人理应对生产方进行监督。但是当前法规对于委托方在进行生产监督时应当尽到的义务、与生产方之间的责任划分、监督人员的执业要求等缺乏明确的细化规定。

2.当事人索取的检验报告使用了错误的检验标准，检验报告内容是否真实，也是本案中对于当事人的违法行为认定的重要考量。

三、案例评析

（一）查询根源，确认事实真相，对违法行为准确定性

针对当事人提供的检验报告中检验标准与产品实际生产标准不符的情况，执法人员查看了生产方的检验记录，检验记录中明确记载了生产方使用了GB 31636进行了检验，检验方法、检验结果均符合GB 31636的规定，因此没有认定当事人出具了虚假的检验报告，但在收集检验报告时，没有做好查验，应进行处罚。

（二）既处罚也监管，分析企业问题，让企业心服口服

执法人员在发现当事人存在未能有效履行对食品生产方进行监督的行为，当即在询问笔录中要求当事人在今后委托企业生产的时候，应该对食品的生产过程进行全方面的监管，并且增强工作人员在食品生产、食品流通等领域的知识储备水平，提高业务能力。

同时，当事人理应对生产方进行监督，但是当事人派驻人员缺少食品生产方面的职业技能或知识储备，没能有效做到对生产方的监督，在监督过程中未能发现检验报告将检验依据错误标识的问题，应当认定当事人对生产方没能做到有效监督，

对生产方监督工作存在纰漏。应认定当事人没有履行法定的生产经营和管理等责任，也没有尽到合理必要的注意义务，故当事人存在主观过错。

在确认当事人存在主管过错的情况同时，执法人员也对当事人存在及时找回涉案食品等情况，认定当事人有主动消除或者减轻违法行为危害后果的行为。最终，经综合裁量，对当事人从轻处罚,但是罚款金额按照从轻处罚中的上限处理。

四、案例启示

（一）专业细致，提升企业监管质量

本案中，执法人员从细节入手，发现当事人在监督生产方生产过程中存在问题，展现了在食品执法过程中，对于所取得材料内容的敏感性；同时，对发现的问题做出详细调查，准确判断当事人违法行为的性质。同时对于当事人作为委托方，未尽到自身的监督职责，执法人员在进行调查取证的同时，也对当事人自身问题提出了整改要求、改进方向，在处罚当事人违法行为的同时，也对当事人及时开展教育，完善其制度。

（二）处理得当，合理裁量法理兼备

在行政处罚上，充分考虑当事人主观性、危害性，使得在处罚中既做到“包容审慎”，也能严格贯彻“四个最严”的精神。让执法有温度，有力度。

（三）以案说法，期待完善法规规定

当事人此次出现的问题也体现在规范委托方在监督生产方确保生产安全、食品安全的环节中的职责义务缺乏规范，如何让委托方在食品安全上合理的尽到其自身义务则在今后法律法规的制定上需要进一步完善。

某社区卫生服务中心使用劣药案

【案例提示】对当事人中药饮片抽检过程时，主动掌握当事人进货检查验收制度履行情况、中药饮片相关资质票据等，并对相关证据进行提前锁定，同时通过借助第三方检测机构的权威性对当事人的涉案中药饮片进行抽检，从而发现问题，体现执法的专业性、科学性。

一、案情介绍

我局委托中核化学计量检测中心对当事人使用的当归等中药饮片进行检测。2022 年 10 月接到检验报告，显示当事人使用的批号 2206070 的当归检验结果显示：【检查】33 种禁用农药甲拌磷（甲拌磷及其氧类似物〔砜、亚砜〕之和，以甲拌磷表示）为 0.085mg/kg，不符合《中国药典》（2020 年版）规定。当事人申请复验，2022 年 11 月中国食品药品检定研究院受理复检申请。2023 年 12 月我局收到复验报告，显示当事人使用的涉案当归的检验项目“甲拌磷”仍然不符合规定。

经我局查明，当事人为医疗机构，设有中草药房，根据中草药处方为患者抓药或煎药。2022 年 8 月 2 日、8 月 24 日期间，当事人从北京某药业有限公司购进涉案当归共 14 千克，购进价格每千克 340 元，销售价格为每千克 425 元，截至 2022 年 10 月已通过门诊全部使用完毕，货值金额总计为 5950 元，违法所得 5950 元。

当事人在购进药品过程中，未执行进货检查验收制度，未建有完整的药品购进记录的行为，违反了《中华人民共和国药品管理法》（以下简称药品管理法）第七十条以及《药品流通监督管理办法》第二十五条第一款的规定。依据《中华人民共和国行政处罚法》第二十八条第一款责令当事人10日内改正上述违法行为。

当事人使用的不符合《中国药典》规定的当归，属于《药品管理法》第九十八条第三款第七项规定所指的劣药。当事人使用劣药的行为，违反了《药品管理法》第九十八条第一款的规定。依据该法第九十八条第一款和第一百一十七条第一款的规定，给予一般处罚：1.没收违法所得5950元；2.罚款17万元。

二、焦点问题

本案在办理过程中主要遇到以下问题：

1.当事人未充分履行进货检查验收制度的认定；

2.当事人使用不合格中药饮片行为的定性。

三、案例评析

医疗机构使用药品的质量安全，事关广大人民群众的身体健康和生命安全。作为治病救人的医疗机构在使用药品时，必须强化管理、规范操作，增强质量安全意识和责任意识，恪守相关法律法规、管理规范和规章制度的要求。本案的查处，体

现了我局强化药品质量安全监管，严厉打击使用劣药违法行为，切实保障人民群众用药安全的坚定决心。

根据《国家药监局关于实施2020年版<中华人民共和国药典>有关事宜的公告》（2020 第80号）第一条“一、根据《药品管理法》的规定，药品应当符合国家药品标准。《中国药典》是国家药品标准的重要组成部分，是药品研制、生产（进口）、经营、使用和监督管理等相关单位均应遵循的法定技术标准”的规定，及第二条“二、《中国药典》主要由凡例、品种正文和通用技术要求构成。自实施之日起，所有生产上市药品应当符合本版《中国药典》相关技术要求”的规定，涉案当归作为中药饮片应当符合《中国药典》的要求。涉案当归的“甲拌磷”项目不符合规定，根据《中国药典》（2020年版）“四部 P29 药材和饮片检定通则”的规定，“甲拌磷”为禁用农药，会影响药品安全性，而当事人在购进药品时并未索要对药品中农药残留情况的检验报告，不能视为其已充分履行进货检查验收制度，不符合《药品管理法实施条例》第七十五条：“药品经营企业、医疗机构未违反《药品管理法》和本条例的有关规定，并有充分证据证明其不知道所销售或者使用的药品是假药、劣药的，应当没收其销售或者使用的假药、劣药和违法所得；但是，可以免除其他行政处罚”规定的情形，且因“甲拌磷”为禁用农药，会影响药品安全性，故我局认为其不适用《药品管

理法》第一百一十七条第二款规定，而应当适用该法第一百一十七条第一款规定进行处理。

四、案例启示

（一）坚持预判在前，从源头着手取证

我局在查办案件过程中，将执法关口前移。执法人员在中药饮片抽检现场，即对抽检结果可能不合格的情况进行预判，并立即启动溯源调查。主动调取并现场固化与被抽检中药饮片相关的全套证据链，包括当事人的药品经营（生产）资质、该批次饮片的购进票据、上游企业提供的质量检验报告书、药品出入库台账、储存养护记录以及企业内部的药品质量管理制度等。此举旨在从流通和使用源头第一时间掌握药品来龙去脉，为后续可能的违法事实认定打下坚实基础。

（二）注重证据固化，防范事后篡改风险

针对当事人可能在得知不合格报告后补充、修改甚至编造记录的风险，我局执法人员将证据固定作为抽检环节的关键动作。在抽检当日，即以书面提取、现场拍照、制作笔录等方式，对上述各类文件、记录进行即时固定与保全，确保证据的原始性、真实性与关联性。通过“事前固化”，有效锁定了当事人履行进货查验义务、药品储存管理状况等关键事实，构筑了牢固的证据防线，杜绝了事后“补票”操作空间，确保了案件查处工作的主动性和证据的不可推翻性。

（三）秉持“零容忍”态度，坚决维护群众健康权益

此次执法实践，贯穿了对使用劣药违法行为“零容忍”的鲜明立场。所有前置取证与证据固化措施，均是从保障药品安全、维护人民群众生命健康权益的根本大局出发。它体现了我局不是简单地以抽检不合格作为处罚起点，而是以高度的责任感和主动性，将监管执法融入药品流通使用的全过程，致力于在最前端发现风险、固定违法事实。这既是对违法者的有力震慑，也彰显了市场监管部门守护辖区公众用药安全底线、践行执法为民宗旨的坚定决心。

四、知识产权、网络交易类

北京某电气安装工程公司侵犯注册商标专用权案

【案例提示】此案是一起建筑工程领域的商标侵权案件，与传统销售侵权商品的侵权行为不同，当事人在施工过程中购买和安装涉案井盖，因其交付的工程成果和取得的工程款中均包含涉案井盖及相应价款，因而被认定为销售侵权商品违法行为。同时，因当事人在不同小区、不同时间安装涉案井盖，执法人员通过调查涉案井盖采购和安装的具体情况，准确判定当事人的行为属于独立违法行为还是连续性违法行为，进而对其分别作出不同的处理决定。综上，无论从对商标侵权行为“销售”概念的再认识，还是从系列违法行为性质判定上，此案都对同领域类似案件具有一定借鉴意义。

一、案情介绍

2021 年 11 月 24 日，朝阳区市场监管局接到商标权利人北京某有限公司的投诉，反映当事人在朝阳区某 A 系列小区和某 B 小区电力工程项目中，销售侵犯注册商标专用权的井盖，涉嫌侵犯其“长力金盟”等注册商标专用权。朝阳区市场监管局依法对该线索开展核实调查。

经查明，北京某公司是第 4157987 号图形商标、第 4772750 号“长力金盟及图”、第 14826763 号“长力金盟”商标的商标注册人，该三商标均核定使用在第 6 类“金属井盖”

等项目上，商标有效期分别至2026年10月13日、2028年6月20日、2025年9月13日。

再查，当事人分别于2011年、2017年从河北不同的门市部分两批次购进共计144个标有“长力金盟”和第4157987号图形商标的井盖，安装于某A系列小区和某B小区。其中，某A系列小区114个，某B小区30个。上述涉案井盖后经商标权利人鉴定为侵犯注册商标专用权的商品。

又查，某A系列小区井盖于2013年4月交付国网北京市电力公司并投入使用。某B小区井盖于2021年5月21日交付国网北京市电力公司并投入使用。某B小区井盖进价1200元/个，销售（结算）价1296元/个，朝阳区市场监管局认定当事人违法经营额38880元。当事人上述井盖为相应项目分别采购无存货，交付后产权已转移至国网北京市电力公司。2021年4月12日商标权利人发现涉案侵权井盖并进行证据保全公证。

另查，当事人委托国家建筑工程质量检验检测中心对投诉涉案小区井盖进行质量检验，检验结论均为合格。

针对当事人在某A系列小区销售侵权井盖的行为，因某A系列小区井盖安装和交付时间，距离违法行为被发现超过两年，朝阳区市场监管局依据《中华人民共和国商标法》第六十条第二款和《中华人民共和国行政处罚法》第三十六条第一款的规定，责令当事人立即停止侵权行为，决定不再给予行政处罚。

针对当事人在某B小区销售侵权井盖的行为，朝阳区市场监管局依据《中华人民共和国商标法》第六十条第二款的规定，责令当事人立即停止侵权行为，并决定处罚如下：罚款5万元。

二、焦点问题

本案在办理过程中主要遇到以下问题：

1.当事人在施工过程中购买和安装涉案井盖的行为，是使用行为还是销售行为；

2.当事人在不同小区、不同时间安装涉案井盖的行为，是独立违法行为还是连续性违法行为；

3.案发时涉案侵权商品所有权已转移，是否要予以罚没。

三、案例评析

（一）准确把握“销售”行为的实质内涵

案件办理过程中，当事人陈述申辩其购进和安装涉案井盖的行为是使用行为，他们属于商标侵权行为的“受害者”。执法人员通过调查建筑工程领域经营活动的流程、特点，认为当事人在施工过程中购买涉案井盖的行为，虽然表面看起来是一种使用行为，事实上，当事人购进涉案井盖用于电力工程中并交付取得工程款的经营活动中，其交付的成果和取得的工程款中均包含了涉案井盖及相应价款，故当事人在经营中安装并交付涉案侵权井盖的行为应认定为销售侵权商品的行为。

（二）独立违法行为还是连续性违法行为？

判断当事人在不同小区、不同时间安装并交付涉案井盖的行为是独立违法行为还是连续性违法行为，关键要看当事人每一个违法行为的准备和实施是否存在关联。案件中，当事人在某A系列小区和某B小区的涉案井盖，是不同时间分两批次分别采购，两个违法行为的准备和实施是独立的，不具有牵连性，因此应当判定当事人在某A系列小区和某B小区安装和交付涉案井盖的行为是两个独立违法行为，应当对两个违法行为分别处理。

（三）案发时侵权商品所有权转移，是否应予罚没？

因涉案井盖所属的电力工程竣工时间较早，本案立案调查时，涉案侵权井盖所有权按照规定已转移至国网北京市电力公司。在涉案侵权商品物权已流转情况下，执法人员综合考虑两方面对涉案侵权商品作出是否罚没决定：一是侵权商品所有权流转实际情况，包括所有权流转路径是否可以追溯、现所有权人是否配合退返等；二是侵权商品是否可能产生社会危害。本案中，当事人委托国家建筑工程质量检验检测中心对投诉涉案小区井盖进行质量检验，检验结论均为合格，从商品质量上不会危害小区公共安全。且当事人在本案立案调查前已自行更换并处置涉案侵权井盖，所有权已无法追溯，故本案未对涉案侵权井盖作出罚没决定。

四、案例启示

（一）由表及里，把握商标侵权本质

《商标法》第五十七条规定了商标侵权行为的七种情形，其中第三项“销售侵犯注册商标专用权的商品”是商标执法中最常见的侵权情形。与传统印象中在线上线下经营场所销售侵权商品的类型不同，建筑工程领域的商标侵权行为较为隐蔽，“销售”的外在形式并不明显。因此，在考察建筑工程领域商标侵权行为时，应当去伪存真、由表及里、把握本质，才能准确认定查处商标侵权违法行为。

（二）行司衔接，注重行政司法裁判标准统一

本案进入立案调查行政处罚程序前，已经经过法院一审或二审裁判。因此，在本案商标侵权行为的判定标准、论证说理方面采取了同法院一致的思路。行政司法裁判标准的统一，有效的规范了统一区域内知识产权保护秩序，有利于更好的维护商标权利人的合法权益。

（三）分类处置，严格依法落实各项法律规定

《行政处罚法》第三十六条第一款规定：“违法行为在二年内未被发现的，不再给予行政处罚；涉及公民生命健康安全、金融安全且有危害后果的，上述期限延长至五年。法律另有规定的除外。”在判定当事人在某A系列小区销售侵权井盖的违法行为与某B小区的同类违法行为分属两个独立违法行为的基

础上，结合该违法行为距离被发现已远超两年，故本案对在某A小区的商标侵权违法行为不再给予行政处罚。

某商贸公司销售侵犯注册商标专用权商品案

【案例提示】本案系侵犯国际知名大品牌（盟可睐）注册商标专用权的典型服装类案件，聚焦小型商贸企业侵权初犯情形。案件办理过程中，执法人员精准衔接国际品牌权利人举报线索与现场核查，快速采取扣押强制措施固定证据，严厉打击针对国际知名品牌的侵权行为。同时结合当事人初犯、侵权商品数量少、未售出无社会影响等情节依法从轻裁量，既有效维护了国际知名品牌的知识产权权益，彰显我国对涉外商标权的平等保护力度，也为同类小型商贸企业侵犯国际品牌商标权初犯案件的办理提供了清晰指引，实现了惩戒侵权与教育引导的有机统一。

一、案情介绍

2025 年 7 月 1 日，我局接到商标权利人盟可睐股份公司委托代理人上海某知识产权咨询有限公司举报，反映某商贸公司涉嫌销售侵犯注册商标专用权的商品。经现场核查，当事人经营场所内确有待售带有“铃铛”图形标志的服装，我局于当日对相关商品采取扣押行政强制措施，并于 2025 年 7 月 9 日予以立案调查。

经我局查明，当事人于 2024 年 6 月 27 日以现金方式从游商处 680 元打包购进带有“铃铛”图形标志的服装 10 件，在其

经营场所销售，标价合计货值金额6372元。因经营状况不佳，至商品被查扣之日均未售出。经商标权利人委托代理人鉴定，确认上述商品为侵犯注册商标专用权的商品。

当事人的行为违反了《中华人民共和国商标法》（2019修正，以下简称《商标法》）第五十七条第（三）项“有下列行为之一的，均属侵犯注册商标专用权：（三）销售侵犯注册商标专用权的商品的”的规定，构成销售侵犯注册商标专用权商品的违法行为。依据《商标法》第六十条第二款“工商行政管理部门处理时，认定侵权行为成立的，责令立即停止侵权行为，没收、销毁侵权商品和主要用于制造侵权商品、伪造注册商标标识的工具，违法经营额五万元以上的，可以处违法经营额五倍以下的罚款，没有违法经营额或者违法经营额不足五万元的，可以处二十五万元以下的罚款。对五年内实施两次以上商标侵权行为或者有其他严重情节的，应当从重处罚。销售不知道是侵犯注册商标专用权的商品，能证明该商品是自己合法取得并说明提供者的，由工商行政管理部门责令停止销售”及《北京市市场监督管理局行政处罚自由裁量基准表（2024修订）》有关规定，结合当事人系初犯、侵犯商标仅1件、查获侵权商品10件且未售出无社会影响的情节，我局决定责令当事人立即停止侵权行为，并对其处以：1.没收侵犯注册商标专用权的商品；2.罚款1万元的行政处罚。

二、焦点问题

本案在办理过程中主要遇到以下问题：

1. 当事人从游商处购进商品，无法完整说明提供者详细信息，是否影响“销售侵犯注册商标专用权商品”行为的认定；

2. 侵权商品未售出且货值金额较低，如何准确适用自由裁量基准确定处罚幅度；

3. 小型商贸企业商标侵权初犯案件中，如何平衡对商标权的保护与对小微企业的教育引导。

三、案例评析

（一）明确侵权认定标准，不受提供者信息完整性影响。

《商标法》第六十条第二款规定的免责情形，需同时满足“不知道侵权”“合法取得”“说明提供者”三个要件。本案中，当事人虽说明商品来源于游商，但未提供游商具体身份、联系方式等完整信息，无法证明商品合法取得，故不适用免责条款。执法人员依据鉴定书及现场核查情况，直接认定其构成侵权，明确了“说明提供者”的信息完整度标准，避免当事人规避责任。

（二）精准适用自由裁量，考量多重从轻情节。

本案当事人违法经营额 6372 元，不足 5 万元，法定罚款幅度为 25 万元以下。执法人员结合自由裁量基准，考量当事人系初犯、侵权商标仅 1 件、侵权商品 10 件且未售出无社会影响等

从轻情节，在7.5万元以下裁量区间内确定罚款1.0万元，既符合法定范围，又体现“过罚相当”原则，确保处罚与违法情节相匹配。

（三）兼顾权利保护与教育引导，落实处罚与教育相结合原则。

本案当事人为小型自然人独资商贸公司，经营规模小。执法人员在办案中不仅依法处罚，还向当事人普及《商标法》知识，告知其进货核查义务，引导规范进货渠道。这种“处罚+教育”模式，既遏制了侵权行为、维护了市场秩序和商标权利人权益，又兼顾小微企业经营实际，避免过重处罚造成毁灭性影响，实现法律效果与社会效果统一。

四、案例启示

（一）强化小微企业商标合规指引，提升市场主体守法意识。

小型商贸企业是商标侵权高发群体，市场监管部门应加强其商标合规宣传培训，重点讲解侵权认定标准、法律责任及进货核查义务，引导企业从正规渠道进货、主动核查商标授权，从源头防范侵权风险。

（二）精准行使自由裁量权，确保处罚公平合理。

办理商标侵权案件需严格依据法定情节和自由裁量基准，综合考量侵权商标数量、商品数量、违法经营额、是否售出、

是否初犯等因素精准确定处罚幅度，确保同类案件处罚一致，维护执法公平。

（三）畅通商标维权渠道，形成协同保护合力。

市场监管部门应畅通商标权利人维权渠道，高效衔接举报线索与案件查办，快速核查取证。同时加强与商标权利人协作，借助其专业优势提升侵权商品鉴定效率与准确性，形成保护合力，净化市场竞争环境。

某电器设备有限公司与某装饰设计有限公司外观设计侵权纠纷案

【案例提示】专利侵权纠纷行政裁决在实践中具有较高的技术难度，特别是在当事人双方不具备专业背景的情况下，会给案件审理带来较大挑战。这就要求执法人员在充分释法明理的前提下，充分借助证据规则来明确案件事实和作出侵权认定，该案在此方面做了良好的示范，对同类案件具有参考价值。

一、案情介绍

专利权人某某于2018年3月30日获得名称为“风管式恒温恒湿空调机(室外机部分-超薄)的外观设计专利权，专利号为ZL201730586454.6，专利权人将该专利授权给请求人某电器设备有限公司。2024年4月22日，请求人向北京市朝阳区知识产权局提出专利侵权纠纷处理请求，2024年4月24日北京市朝阳区知识产权局立案。该专利权在请求人提起侵权纠纷处理请求时合法有效。请求人认为被请求人未经许可生产、推广、销售、许诺销售侵犯其专利权的产品。被请求人认为被控侵权产品与涉案专利存在明显差异，不构成侵权。

经审理，北京市朝阳区知识产权局认为请求人主张被请求人许诺销售、制造侵犯其涉案专利权的产品，具有相关事实和法律依据，本局予以支持。请求人的其他请求事项，因无相关事实及法律依据，本局不予支持。2024年7月，北京市朝阳区

知识产权局作出行政裁决，认定被请求人的行为构成侵权行为，依据《中华人民共和国专利法》(2020 年修正)第十一条第二款、《专利行政执法办法》(2015 年修正)第十九条第一款第(四)项、第四十三条第一款第（一）、第（四）项规定，作出决定如下：1.责令被请求人某装饰设计有限公司立即停止制造、许诺销售被控侵权产品，并且不得销售、使用尚未售出的侵权产品或者以任何其他形式将其投放市场；2.驳回请求人的其他请求。

二、焦点问题

本案在办理过程中主要遇到以下问题：

1.请求人提供的被控侵权产品的图片只有正面视图，没有侧视图和背视图，如何准确将被控侵权产品与涉案专利进行比较？

2.在证据极其有限情况下，如何准确界定被请求人销售和许诺销售的侵权行为？

三、案例评析

（一）准确适用证据规则，准确查明案件事实

专利裁决是行政机关居中裁判处理专利侵权纠纷的行政行为，其程序规则高度参照民事诉讼程序规则。行政机关查明案件事实、作出行政裁决主要依赖于当事双方提供的证据，遵循“谁主张、谁举证”的证据举证基本原则。本案中，被控侵权产品是一款空调外机产品，在京东网店页面有产品正面视图，

请求人未公证购买被控侵权产品，仅提供了相关产品正面视图的网页截图。外观设计专利的侵权比对遵循“整体观察、综合判断”的原则，被控侵权产品与涉案专利比对应当从多角度整体比对，但本案其他视图的证据缺失使得无法进行整体比对。在此情形下，执法人员借助证据规则，在充分释明法理的情况下，要求被请求人提供产品的其他视图证据，在提供的举证期限内未及时提供将承担举证不利的不利后果。最终，针对未提供的其他视图的侵权比对，执法人员推定被控侵权产品与涉案专利没有显著差异。

（二）综合多种方式准确判定被请求人侵权行为

请求人主张被请求人实施了制造、销售、许诺销售的侵权行为，但提供的证据极其有限，仅提供了被请求人京东店铺网页截图。在此情形下，对于被请求人是否实施制造和销售行为需要进一步明晰。关于被请求人是否存在许诺销售行为。本局认为，请求人提供的京东网站截图显示有被控侵权产品的外观图片、商标标识、价格等信息，京东网站涉案店铺营业执照信息显示企业名称为被请求人名称，被请求人对此未提出异议，能够证明被请求人存在许诺销售被控侵权产品行为。关于被请求人是否存在制造行为。本局认为，被请求人提交的《打样说明》记载，被控侵权产品是被请求人外购设备后加装油压表后形成的。被请求人通过上述“打样”行为实现了涉案外观设计

专利的设计方案，可以认定为专利法所称的制造行为。

关于被请求人是否存在销售行为。本局认为，请求人未提供买卖合同、发票等证明销售行为的相关证据，且被请求人对销售行为予以否认，根据在案证据，不足以认定被请求人存在销售行为。综上，请求人主张被请求人许诺销售、制造侵犯其涉案专利权的产品，具有相关事实和法律依据，本局予以支持。请求人的其他请求事项，因无相关事实及法律依据，本局不予支持。

四、案例启示

（一）综合运用法律思维厘清案件事实

专利侵权纠纷行政裁决案件程序，高度借鉴了民事诉讼程序，案件事实的查明主要依赖当事双方提供证据。实践中，受当事人双方行业思维影响，加上并未聘请专业的法律代理人，导致在双方举证质证中缺乏法律思维。这就要求执法人员运用法律思维，耐心引导，释法明理，巧妙借助借助举证规则，进一步厘清案件事实。

（二）兼顾依法行政与优化营商环境关系

本案是新修订的《专利法实施细则》实施以来，北京市办结的首个区级专利行政裁决案件，标志着北京市建立市、区两级专利行政裁决工作体系建设取得突破性进展。该案被中国市

场监管报、新京报等媒体报道，具有较强的社会影响力。在本案作出侵权判定后，我局充分向被请求人释法明理，借助国家知识产权局专利局技术调查官，指导其改进外观设计，规避侵权风险，有效统筹监管和服务关系，达到法律效果和社会效果的统一。

北京某商贸有限公司侵犯注册商标专用权案

【案例提示】此案是一起典型的流通领域商标侵权案件，涉案商品是与人民群众生活密切相关的汽车零部件，此类民生相关的领域也是市场监管部门打击侵犯知识产权的重点领域。行政机关通过严格执法、柔性执法，贯彻处罚与教育结合的原则，对当事人耐心说服教育，细心给予合规指导，既保障了人民群众生命健康安全，又优化了区域营商环境。

一、案情介绍

2023 年 2 月 23 日我局接到商标权利人投诉对当事人经营场所进行检查。经查，当事人在北京市朝阳区某某地址的经营场所销售的标有 LAND ROVER 商标的门锁 15 个、齿轮油 38 桶、变速箱油 53 桶、刹车片 43 组、空气格 10 个，经商标权利人现场鉴定为侵犯注册商标专用权的商品，被执法人员当场依法扣押。当事人的上述行为涉嫌违反《中华人民共和国商标法》第五十七条第（三）项的规定，依据《市场监督管理行政处罚程序规定》第十九条第一款的规定，我局依法对其立案调查。

经查，捷豹路虎有限公司为第 808460 号 LAND ROVER 图形商标的商标注册人，核定使用商品（第 12 类）：陆地机动车辆及其部件和配件，商标专用权期限续展至 2026 年 1 月 20 日。

再查，当事人在经营场所销售的标有 LAND ROVER 商标的门锁 15 个、齿轮油 38 桶、变速箱油 53 桶、刹车片 43 组、空气

格 10 个，经商标权利人现场鉴定为侵犯注册商标专用权的商品，被执法人员当场依法扣押。当事人上述商品进货数量、销售数量、进价、售价分别如下：标有 LAND ROVER 商标的门锁进货 17 个，销售 2 个，进价 130 元/个，售价 160 元/个；标有 LAND ROVER 商标的齿轮油进货 46 桶，销售 8 桶，进价 70 元/桶，售价 75 元/桶；标有 LAND ROVER 商标的变速箱油进货 60 桶，销售 7 桶，进价 70 元/桶，售价 74 元/桶；标有 LAND ROVER 商标的刹车片进货 47 组，销售 4 组，进价 280 元/组，售价 300 元/组；标有 LAND ROVER 商标的空气格进货 11 个，销售 1 件，进价 10 元/个，售价 12 元/个。经计算，当事人违法经营额 24842 元。

当事人的上述行为违反了《中华人民共和国商标法》第五十七条第（三）项的规定，属于销售侵犯注册商标专用权商品的违法行为。依据《中华人民共和国商标法》第六十条第二款的规定，我局责令当事人立即停止侵权行为，并作出没收侵权商品并罚款 3 万元的行政处罚。

二、焦点问题

本案在办理过程中主要遇到以下问题：

在当事人进销货票据缺失情况下如何确定违法经营额？

三、案例评析

（一）综合运用多种手段查明案件事实

在基层知识产权执法实践中，许多销售侵权商品的当事人是小商户，进销存台账和财务记账很不规范，在调查商标侵权违法经营额时无法准确获取侵权商品的售价及进货数量。在实际办案中，执法人员依据《商标法》《商标法实施条例》等法律法规，调查询问当事人侵权商品进销货数量及价格，综合考虑同类型商品的市场中间价，最终确定当事人违法经营额。

（二）综合考虑多种因素合理确定裁量等次

商标法对于商标侵权行为的处罚幅度比较宽泛，因此，合法合理确定裁量标准是知识产权执法中的重要课题。实践中，执法人员根据侵权商标件数和查获侵权商品件数确定裁量等次。除此之外，在确定处罚具体额度时，还应当综合考虑当事人的违法情节、认错态度、整改情况、社会危害后果等因素，最终使行政执法达到法律效果和社会效果的统一。

四、案例启示

（一）高效执法，对知识产权侵权零容忍

此案是朝阳区市场监管局知识产权执法的缩影，我局接到商标权利人投诉后，当天即派出执法人员会同商标权利人赶赴现场开展执法检查，商标权利人现场针对涉案商品出具鉴定意见，执法人员对经辨认为侵犯注册商标专用权的商品依法当场扣押。此种高效果断的执法风格，有效的保障了对知识产权侵权行为的打击效率，对侵权行为形成雷霆震慑效应，也最大程

度保障了人民群众生命健康安全。

（二）既体现执法力度，又彰显执法温度

此案是一起典型的流通领域商标侵权案件，涉案商品是与人民群众生活密切相关的汽车零部件。此类民生相关的领域也是市场监管部门打击侵犯知识产权的重点领域。本案中，行政机关严格执法，准确查明案件事实，根据当事人的违法情节、认错态度、整改情况，依法给予合理的行政处罚。同时贯彻处罚与教育结合的原则，对当事人进行耐心的说服教育，细心给予合规指导，既体现执法力度，又彰显执法温度。

某公司销售侵犯注册商标专用权商品案

【案例提示】本案系烟酒店销售商标侵权商品，经商标权利人鉴定，为侵犯注册商标专用权商品。本案提示经营者要严格遵守法律法规，不销售假冒注册商标的商品，进货时应仔细审查供应商的资质和商品的合法性，索要相关凭证，建立健全进货查验记录制度。同时，要增强知识产权保护意识，不贪图一时利益而触碰法律红线。

一、案情介绍

2024 年 8 月 15 日，我局接到市民现场举报，反映在某商贸公司购买的“剑南春”白酒，500 毫升 52 度 4 瓶，在未离店的情况下咨询朋友，怀疑是假酒，另外，市民还反映当事人现场销售的青花汾酒和百年牛栏山白酒也存在问题，要求查处。

经执法人员核查，当事人现场销售的“剑南春”白酒（53 度、500 毫升/瓶）1 瓶经商标权利人四川绵竹剑南春酒厂有限公司工作人员现场鉴定为侵犯注册商标专用权的商品；“青花汾酒”（53 度、500 毫升/瓶）1 瓶经商标权利人山西杏花村汾酒厂股份有限公司工作人员现场鉴定为侵犯注册商标专用权的商品；“百年牛栏山陈酿”白酒（36 度、400 毫升/瓶）6 瓶经商标权利人北京顺鑫农业股份有限公司牛栏山酒厂工作人员现场鉴定为侵犯注册商标专用权的商品，案涉商标工作人员同时出具了案涉商品的鉴定证明材料。

鉴于当事人如实交代违法事实并主动提供证据材料，违法行为当事人现场销售的“剑南春”白酒（53 度、500 毫升/瓶）进货价格为 420 元/瓶，标签价格为 568 元；“青花汾酒”（53 度、500 毫升/瓶）进货价格为 355 元/瓶，标签价格为 478 元；“百年牛栏山陈酿”白酒（36 度、400 毫升/瓶）进货价格为 95 元/瓶，标签价格为 120 元。案涉侵权商品货值金额 1766 元。被侵犯的商标 3 件。2024 年 10 月 10 日，朝阳区市场监管局依法对当事人销售侵犯注册商标专用权商品的违法行为，作出“罚款 10000 元、没收 “剑南春”白酒（53 度、500 毫升/瓶）1 瓶、“青花汾酒”（53 度、500 毫升/瓶）1 瓶、“百年牛栏山陈酿”白酒（36 度、400 毫升/瓶）6 瓶”的行政处罚。

二、焦点问题

1.因举报人和当事人发生肢体冲突，双方情绪激动，期间公安进行介入，后期调查过程中，举报人对此事高度重视，持续关注调查环节。

2.涉事门店规模小，经营面积 12 平方米，罚款 10000 元是否过重，是否符合“过罚相当”原则。

三、案例评析

1.违法行为认定。尽管当事人提供了供货商资质及进货凭证，但未履行《食品安全法》要求的进货查验义务（如索要商

品合格证明），导致无法追溯商品真实来源，无法适用《商标法》第六十条第二款中的“合法来源抗辩”。

四、案例启示

1. 经营者须强化法律意识与合规管理

小规模经营者应严格落实《食品安全法》《商标法》规定的进货查验义务，留存供货商资质、进货票据及商品合格证明，避免因“不知情”被追责。

建立进货查验记录制度是防范侵权风险的核心措施，尤其对酒类等高仿冒风险商品需重点核查。

2. 商标权利人与消费者协同共治

消费者主动举报、商标权利人积极参与鉴定，是打击侵权假冒行为的重要力量。本案中市民举报与商标权利人快速响应为案件查办提供关键证据。

3. 执法需兼顾力度与温度

对小微主体，执法机关在依法处罚的同时，采取责令整改、普法教育等柔性措施，充分运用容错纠错机制，帮助其规范经营。

北京某科技有限公司虚假宣传案

【案例提示】本案在虚假广告、不正当竞争领域创新开拓执法模式。无感执法，以无形之手、巧妙维护法律的尊严与市场秩序。无感执法是指在不干扰市场正常运行的情况下，通过技术手段和法律手段，及时发现并处理违法行为的执法方式。这种方式强调的是执法的高效性和隐蔽性，旨在减少对市场的不必要干预。通过无感执法及时发现了虚假宣传行为，并依法进行处理。

一、案情介绍

2024 年 5 月，《今日舆情》报道，“某某视频剪辑广告”涉嫌存在虚假宣传，给消费者带来严重损失，在社会中造成不良影响。

经我局查明，该公司从事“某某”手机短视频剪辑“0 元 5 天手机剪辑线上训练营”微信群运营过程中，涉嫌存在违法行为。

据此，该企业的上述行为违反了《中华人民共和国反不正当竞争法》第八条第一款的规定，构成虚假和引人误解的宣传行为，依据《中华人民共和国反不正当竞争法》第二十条第一款的规定，对该公司处以罚款 45 万元。

二、焦点问题

本案在办理过程中主要遇到以下问题：

虚假宣传和培训课程内容均在微信群内完成，违法行为存在一定的隐蔽性，违法证据极易被销毁、收集难度较大。

三、案例评析

（一）问题出发，掌握关键违法证据。

本案中，执法人员对涉案企业进行了全面调查，包括其经营模式、财务状况、市场行为等，获取全面的信息。还重视证据的收集和保持，特别是关键证据，如合同协议、影像录屏、微信截屏等，为案件的深入调查提供支撑。为清晰掌握违法证据，网监科和来广营市场所执法人员在对企业检查前，先在百度上搜索“某某视频剪辑广告”，发现相关广告，点击进入其“0 元 5 天手机剪辑线上训练营”和以当事人名义注册的《53820 期 402 班》微信群。其班主任“飞飞老师”在班级群中发布视频，其中“老师带你第一视角逛某集团总部”、“老师‘抖音’账号收益 69 万多”，老师的账号也不是本人账号。“宝妈月平均挣 5、6w”、“老太太 11 月收入过万”，当事人无法提供真实来源。执法人员对微信群视频进行了完整录屏，主要页面进行截屏，并与当事人核实确认。该企业的上述行为违反了《中华人民共和国反不正当竞争法》第八条第一款的规定，构成虚假和引人误解的宣传行为。

（二）柔性执法，展现执法艺术的和谐之美。

执法过程中，柔性执法是一种结合了法律刚性与人文关怀

的执法方式。它强调在确保法律权威和公正的同时，考虑到违法者的具体情境，采取更为人性化的执法手段。在本案中，当事人有四个违法点，依据《北京市市场监督管理局行政处罚自由裁量基准表（2024 修订）》的相关规定，应对当事人处以 75-100 万元的处罚。考虑到当前社会的经济形势、当事人的具体经营情况，以及及时删除相关视频等情节，对当事人处以 45 万元的处罚。

四、案例启示

(一)诚信铸魂，企业之本

诚信是企业与消费者建立信任关系的前提。以诚信为本的企业，才能够在激烈的市场竞争中建立起良好的品牌形象，获得消费者的青睐。如案例所展示，通过虚构事实、夸大其词等方式误导消费者，短期内可能会带来一定的经济利益，但长期来看，这种行为会降低消费者对企业的信任度，严重损害企业的声誉，甚至引发法律纠纷，带来巨大的经济损失和法律风险。因此，企业对外宣传时，应确保信息的真实性、准确性和完整性，避免夸大或误导性的信息传播。其次，企业应建立健全内部监督机制，对可能存在的虚假宣传行为进行自查自纠，确保企业行为的合规性。对于消费者的反馈和投诉，企业应给予高度重视，及时响应并采取措施，以实际行动维护消费者权益。诚信经营不仅是法律的要求，更是企业社会责任的体现。企业

应从中吸取教训，深刻认识到诚信经营的重要性，以此为鉴，不断加强自身的诚信建设，通过实际行动维护市场秩序，保护消费者权益，实现可持续发展。

（二）慧眼识真，消费者之盾

消费者应以慧眼洞察，辨识真伪，守护自身权益的坚固盾牌。本次案例中，“某某视频剪辑广告”的虚假宣传行为，给消费者敲响了警钟。消费者在面对这些宣传时，需要具备辨别真伪的能力。在消费前，消费者应通过官方网站、权威评测、消费者论坛等多个渠道，核实产品信息和企业背景。对于广告中的细节描述，如数据、案例等，要保持审慎态度，避免被夸张的宣传所误导。此外，消费者应了解《消费者权益保护法》等相关法律法规，明晰自己的权利和义务。在发现虚假宣传或权益受损时，要敢于维权，通过投诉、举报等途径，维护自己的合法权益。通过理性消费、技术辅助和自我保护，有效避免虚假宣传的侵害，维护自身的合法权益。

（三）无形之手，执法之巧

无感执法，以无形之手，巧妙维护法律的尊严与市场秩序。在市场经济快速发展的今天，虚假广告、不正当竞争等违法行为时有发生，这对执法部门提出了更高的要求。无感执法是指在不干扰市场正常运行的情况下，通过技术手段和法律手段，及时发现并处理违法行为的执法方式。这种方式强调的是执法

的高效性和隐蔽性，旨在减少对市场的不必要干预。本次案例中，执法人员在对企业公开检查前，先通过手机微信进入企业的经营微信群，发现相关违法内容，及时、完整录屏、截屏，保存证据。通过无感执法及时发现了虚假宣传行为，并依法进行处理。这表明，无感执法在实际工作中是可行的，能够有效地保护消费者权益，维护市场秩序。

提升执法能力，实现无感执法，是维护市场秩序、保护消费者权益的重要手段。执法部门应利用大数据、人工智能等技术，对网络广告、社交媒体等进行实时监控，及时发现虚假宣传等违法行为。通过对市场数据的分析，识别异常交易行为，预测潜在的违法行为，提前进行干预。

执法部门还应不断学习相关法律法规，确保法律的适应性和前瞻性。加强对执法人员的培训，提高其法律素养和执法技能，确保执法的专业性。

五、价格监管类

某餐饮分公司利用使人误解的价格手段诱骗消费者与其进行交易案

【案例提示】本案查处了一起餐饮领域的价格违法行为，既是一个民生案件，也是一个创新案件。首先，该案件以外卖平台上套餐价格的“小切口”贴近保护消费者权益的“大民生”，处理当事人设置套餐价格，利用使人误解的价格手段诱骗消费者的违法行为。其次，套餐价格比单品价格总价更高的情形，属于价格违法的一种新类型。案件办理中创新使用市场调研方法，并敢于依法定性处理，打击新型价格违法行为，维护消费者的合法权益。

一、案情介绍

2023 年 3 月 13 日我局接到举报线索，称举报人于 2023 年 3 月 9 日在某外卖平台发现当事人销售的套餐价格比单点贵。

经我局查明，自 2022 年 11 月 21 日至 2023 年 3 月 10 日，当事人在某外卖平台上销售“某套餐”。该套餐销售价格为 149 元/份，套餐包含的餐品为[11 寸招牌某比萨/11 寸某至尊比萨 1 份+迷你鸡肉拼盘+可口可乐 2 份]。在上述期间，当事人在上述店铺提供了优惠政策:配送费立减 5 元以及满 110 元减 40 元。消费者购买该套餐所需支付的实际金额为 112 元（仅享受上述优惠政策的情况下）。

自2022年11月21日至2023年3月10日期间，当事人在某外卖平台上同时销售单品：11寸招牌某比萨（售价98元/份）、11寸某至尊比萨（89元/份）、迷你鸡肉拼盘（35元/份）、可口可乐（6元/份）。上述单品与“某套餐”中包含的餐品在原料、制作流程等方面均一致，无其他差别。

消费者若在上述期间购买单品组合（1份11寸招牌某比萨+1份迷你鸡肉拼盘+2份可口可乐）所需实际支付的金额为110元（仅享受上述优惠政策的情况下）。若在上述期间购买单品组合（1份11寸某至尊比萨+1份迷你鸡肉拼盘+2份可口可乐）所需实际支付的金额为101元（仅享受上述优惠政策的情况下）。且消费者购买上述单品组合后到手的餐品及包装与购买“某套餐”后到手的餐品及包装完全一致。

综上，消费者在同样的时间段（2022年11月21日至2023年3月10日）购买“某套餐”所需支付的金额比购买与该套餐内同样的餐品及包装的单品组合所需支付的金额更高。且购买该套餐时，无论套餐内的比萨选择11寸招牌某比萨（单品价格98元/份）还是11寸某至尊比萨（89元/份），销售价格均为149元。当事人在上述店铺中并未明示或者提醒消费者上述情形。

我局委托北京某咨询有限公司针对餐饮套餐定价情况进行调查。经调查，82.9%的消费者认为套餐应该要比单品价格总和

更便宜；93.9%的商家设置的套餐价格要比单品价格总和便宜；92.5%的消费者表示，如果相同菜品组成的套餐标价比单点贵的话，商家应该事先主动明示，说明原因及细节。从上述调查结果可以看到，套餐价格要比单品价格总和便宜是行业惯例，也是消费者的普遍认知。

当事人销售“某套餐”时，套餐价格比与套餐内同样的餐品及包装的单品组合的价格更高，且无论套餐内的比萨选择11寸招牌某比萨（单品价格98元/份）还是11寸某至尊比萨（89元/份），销售价格均为149元，但未明示及提醒消费者上述信息的价格手段，利用了消费者对行业惯例的理解以及普遍认知，容易使人误解。当事人利用了使人误解的价格手段，诱骗消费者与其进行交易。

当事人的上述行为违反了《中华人民共和国价格法》（以下简称价格法）第十四条第（四）项的规定。据此，我局依据《价格法》第四十条第一款以及《价格违法行为行政处罚规定》第七条的规定，责令当事人立即改正违法行为，给予当事人如下处罚：1.警告；2.处5万元罚款。

二、焦点问题

本案在办理过程中主要遇到以下问题：

1.当事人销售套餐及单品均明码标价，套餐价格比单品价格总价高是否违法；

2.套餐价格比单品价格总价高的违法行为，如何定性。

三、案例评析

（一）以“小”见“大”，客观反映群众认知

执法人员在案件办理过程中，发现自己的消费习惯认为套餐价格不应该比单品价格总和更高，且购买套餐更省时省力，更愿意选择购买套餐。但是执法人员这个“小我”与消费者这个大群体认知是否一致？为了更客观的了解消费者的习惯以及是否对消费者起诱骗的作用，我局委托北京某咨询有限公司针对餐饮套餐定价情况进行调查。调查结果显示：大部分消费者认为套餐应该要比单品价格总和更便宜，而且表示，如果相同菜品组成的套餐标价比单点贵的话，商家应该事先主动明示，说明原因及细节。大部分的商家设置套餐价格要比单品价格总和便宜。从上述调查结果可见，套餐价格要比单品价格总和便宜是行业惯例，也是消费者的普遍认知。当事人使用的价格手段利用了消费者对行业惯例的理解以及普遍认知，使人误解，诱骗消费者与其进行交易。

故我局认定，虽然当事人在销售套餐时明码标价，但套餐价格比单品价格总和更高，且未明示或者提醒消费者上述情形，违反了《价格法》第十四条第（四）项的规定。

（二）由“表”及“里”，依法处置违法行为

《明码标价和禁止价格欺诈规定》第二条第三款规定“本

规定所称价格欺诈，是指经营者利用虚假的或者使人误解的价格手段，诱骗消费者或者其他经营者与其进行交易的行为”，第十九条规定“经营者不得实施下列价格欺诈行为：（一）谎称商品和服务价格为政府定价或者政府指导价；（二）以低价诱骗消费者或者其他经营者，以高价进行结算；（三）通过虚假折价、减价或者价格比较等方式销售商品或者提供服务；（四）销售商品或者提供服务时，使用欺骗性、误导性的语言、文字、数字、图片或者视频等标示价格以及其他价格信息；（五）无正当理由拒绝履行或者不完全履行价格承诺；（六）不标示或者显著弱化标示对消费者或者其他经营者不利的价格条件，诱骗消费者或者其他经营者与其进行交易；（七）通过积分、礼券、兑换券、代金券等折抵价款时，拒不按约定折抵价款；（八）其他价格欺诈行为”。上述规定中列举了多达七种的价格欺诈情形，但未包含“套餐价格比单品价格总价高”的情形。我局透过表象看本质，虽然上述规定的价格欺诈行为中未包含套餐价格比单品价格总价高的情形，但是当事人的上述价格手段，利用了消费者的认知，使消费者产生误解，从而诱骗消费者与其进行交易，属于《价格法》第十四条第（四）项中规定的不正当价格行为，应予以行政处罚。

四、案例启示

（一）开拓创新与法规健全相呼应

本案最终认定当事人的违法行为违反了《价格法》第十四条第（四）项的规定，但是《明码标价和禁止价格欺诈规定》中只规定了七种价格欺诈行为。价格行为种类繁多，且随着经营行为的不断更新变化，价格欺诈违法行为的类型也逐渐增多。面对严峻的新形势，市场监管人员需要提升业务素质，开拓视野，创新办案思路，敢于处理新型违法行为。另外，还需健全《价格法》及相关法律法规，将更多的价格违法行为关进法律法规的牢笼中。只有开拓创新与法规健全相呼应，才能更有力的打击新型价格违法行为。

（二）严格执法与服务民生相结合

莫以事小而不为，老百姓的小事就是市场监管人员的大事。本案中，虽然只是一份套餐，套餐价格比单品价格总价只高了11元，而且表面上，经营者对套餐进行了明码标价，没有违反其他规定。但执法人员还是抽丝剥茧，从看似合法的行为中揪出了违法事实的真面目，并依法处理了违法行为，维护了消费者的合法权益。市场监管人员在案件办理的工作中，面对老百姓的民生问题，应做到严格执法与服务民生相结合，严谨调查，敢于创新，以实际行动为民服务。

某司法鉴定中心不执行政府指导价案

【案例提示】本案在涉及民生领域乱收费整治方面创新开拓执法模式，一方面，司法鉴定中心收费模式长期不规范，司法鉴定收费不合理，群众意见很大。通过本案明确了此领域收费模式，维护了群众的切身利益。

一、案情介绍

案件来源：2023 年 3 月 3 日，我局接 12345 举报工单，反映某司法鉴定中心存在违反国家收费标准的情况。

案件事实：经查，当事人成立于 2008 年，主要业务为法医临床鉴定、文书鉴定、物证鉴定等。2022 年 1 月至 2023 年 10 月期间，当事人开展司法鉴定收费时，在收取关于涉及财产案件的文书鉴定费用时，对“笔迹鉴定”项目的收费标准为：标的额不超过 10 万元的部分，按价目表上浮 50%价格收取；标的额超过 10 万元的部分，按照经营场所公示价目表的比例收取。当事人经营场所公示的价目表与《北京市司法鉴定政府指导价项目和收费标准基准价》相同，但未标明“标的额为诉讼标的和鉴定标的两者中的较小值”内容。当事人在实际确定上述“笔迹鉴定”项目收费标准时，对于涉及的“标的额”，未进行“诉讼标的”和“鉴定标的”的对比，而是直接使用与文书鉴定申请人约定的“鉴定标的”金额作为“标的额”。上述“笔迹鉴定”项目的收费标准不符合《北京市司法鉴定政府指

导价项目和收费标准基准价》的要求。

当事人在开展司法鉴定收费时，在收取关于涉及财产案件的文书鉴定费用时，在确定“笔迹鉴定”项目收费标准方面，未根据鉴定案件所对应法院收取诉讼费时确定的案件性质进行判定。也不符合《北京市司法鉴定政府指导价项目和收费标准基准价》的要求。2022 年 1 月至 2023 年 10 月期间，当事人在收取涉及财产案件文书鉴定中“笔迹鉴定”项目费用时，对 12 名缴费人共多收取 58820 元，认定违法所得 58820 元。

定性处罚：当事人在开展司法鉴定收费时，在收取关于涉及财产案件的文书鉴定费用时，在确定“笔迹鉴定”项目收费标准方面，应当根据鉴定案件所对应法院收取诉讼费时确定的案件性质进行判定。同时应当符合《北京市司法鉴定政府指导价项目和收费标准基准价》的要求。当事人上述行为违反了《价格违法行为行政处罚规定》第九条第（五）项，和中华人民共和国价格法》第十二条的规定，构成不执行政府指导价的违法行为。鉴于当事人其积极配合调查，能主动对部分多收费用进行退款，综合考虑违法行为的事实、情节等，对当事人违法行为予以从轻处罚。依据《中华人民共和国价格法》第三十九条，及《价格违法行为行政处罚规定》第九条第（五）项的规定，没收未退还多收费用 31880 元，罚款 8 万元。

二、焦点问题

本案在办理过程中主要遇到以下问题：

1、司法鉴定行为收费标准长期模糊不清；

2、涉案行为应当如何定性。

三、案例评析

1.在全市首次以案件的形式规范涉及财产案件文书鉴定收费标准问题，在司法鉴定领域规范价格收费行为的突破；

2.在市局的支持调度下，召集司法局等部门，对司法鉴定行业收费标准予以确定，明确了司法鉴定收费关于涉及财产案件的判定标准和收费标准，为案件顺利办结奠定了基础，同时也为同类案件定性的判定进行了开拓创新；

3.在执法的同时进行普法。依据《笔迹鉴定技术规范》（GB/T 37239-2018）其中5.2.1.2 规定，文件形成方式鉴定为进行笔迹鉴定时的前置事项，当事人可以进行收取相关费用，但应在委托书中体现。案件办理同时对当事人进行提示，要求其在后续收到的委托书中写明委托事项后才能收取相关费用。

4.当事人存在随意定义使用《北京市司法鉴定政府指导价项目和收费标准基准价》问题。其在收取文书类鉴定费用时，存在未根据法院确定的性质收取费用情形，也未按照《北京市司法鉴定政府指导价项目和收费标准基准价》规定的财产类案件的收费标准进行收费，属于不执行政府指导价的违法行为。

四、案例启示

作为与广大消费者日常法律诉讼息息相关的司法鉴定中心，其长期以来未认识到自己在收费方面不符合政府定价，
随意解释使用《北京市司法鉴定政府指导价项目和收费标准基准价》，致使消费者在开展民事诉讼等过程中多交了不少费用，造成了切实的损失，形成了大量 12345 工单。此次我局也是在全市首次，通过案件的方式规范了司法鉴定中心在涉及财产案件文书鉴定费用时的收费标准，使相关行业从业者意识到正确制定收费标准，正确执行《北京市司法鉴定政府指导价项目和收费标准基准价》要求的意义。通过一个案件规范了一个行业，进而切实维护了消费者的合法权益。

某供热公司不执行政府定价案

【案例提示】本案为供热公司暖气收费争议，涉及民生领域，社会关注度高，极易引发舆情；发生地覆盖近700户业主涉及共六个供热季的缴费情况，收支情况复杂，数据繁琐庞大；当事人非辖区内企业，配合程度较低，执法人员除多次跨区沟通、检查、调查、送达文书外，与发生地房屋物业、附近中介频繁咨询，走访房屋（电话沟通业主）数百处（通），以核实案情和数据；办案期间，执法人员投入大量精力应对群诉和舆情，尽力缓解各方矛盾。

一、案情介绍

我局陆续接到多个投诉举报，反映当事人在某商业楼提供供热服务时，未遵照《北京市发展和改革委员会关于调整本市非居民供热价格有关问题的通知》（京发改〔2019〕1545号）（以下简称“1545号文”）收取供热费（供暖费），并由此引发社会民生关切。

经查，某商业楼供热收费属于《北京市定价目录》中的政府定价范畴。2019年11月“1545号文”发布后，当事人在某商业楼供热依然延续此前执行的收费标准（建筑面积乘以前一季所执行单价84元/建筑平方米*采暖季），并主张某商业楼所有房屋均存在加装隔层改变房屋结构呈现双层格局，应将房屋内部二层面积计入供热面积。当事人于2021年安排测绘公司对

某商业楼部分“代表房屋”，测绘加装隔层的“二层面积”，后将某商业楼所有收费房屋，分别套用格局、面积与之相同的“代表房屋”，以房屋原本建筑面积加上测绘“二层面积”之和，得出新的“供热面积”，乘以“45 元/建筑平方米*采暖季”的价格计算供热费。在该收费标准下，当事人以退款和冲抵等形式实施了对 19-20 季、20-21 季两个供热季的退费。后在调查中，当事人主张应依据“《关于单层建筑高度超过 4 米房屋供热收费问题的补充通知》（京管发〔2022〕17 号）”（以下简称“17 号文”）收费，并对部分业主依此退费。

我局就某商业楼供热收费所涉及的法规政策、供热面积计算、建筑房屋等问题，向相关行业主管等部门发函协查。结合答复内容以及某商业楼规划图纸、《房屋登记表》等相关材料，我局认为当事人在某商业楼提供供热服务并按面积收费，须执行“1545 号文”所规定的政府定价进行收费。经计算，当事人在某商业楼自 19-20 季至 24-25 季的六个供热季共多收供热费价款 360 余万元。综合当事人的退费情况，当事人违反《中华人民共和国价格法》第十二条的规定，依据《中华人民共和国价格法》第三十九条的规定，我局给予当事人没收违法所得 270 余万元的行政处罚。

二、焦点问题

本案在办理过程中主要遇到以下问题：

1.某商业楼确有经改造内部呈现双层结构的房屋。且早年间相关部门疑似答复（或发布）过对于改造加装隔层房屋供热面积认定相关说法的复函（或通知）。后“17号文”称“在不动产权证建筑面积或使用面积外，对于部分特殊用热需求的房屋”（安装阁楼、跃层的房屋），按阁楼（跃层）面积的50%来计算该部分的供热面积。上述通知对超高房屋有关供热收费的说法，存在极大争议。

2.当事人注册地和办公地均在外区距离我局近40和70公里的地点。且当事人自调查中期起拒绝配合任何检查、调查和沟通，使得调取证据、核实案情遇到巨大阻碍。执法人员须耗费巨量时间精力，突破诸多障碍完成每一步程序。

3.面对各方的不理解甚至是对抗，沟通和调查十分讲究方式方法。定案和裁量所考量的因素也异常复杂。该楼虽非居民楼，但亦为生产生活领域中的敏感话题。既要在法理内办成案件，又要得体妥善应对群诉和舆情尽力缓解各方矛盾，还要尽量顾及当事人继续完成当季（和未来季）供热的基础条件，避免引发新的舆情或维稳相关事件。

4.相关法规解释及房屋信息数据需向有关部门咨询以获取。跨部门甚至向市级部门协查、联络，并要求明确回函，难度较大。

三、案例评析

（一）法律适用及定性准确

调查初期当事人持城管委、发改委给供热协会相关“答复通知”，认为“loft”（双层结构房屋）可将“二层面积”计入供热面积收费。调取该楼验收时测绘报告及房屋登记表、协查该楼规划图纸，均未体现“二层结构”信息；调取当事人与开发商供热项目协议、与业主供暖协议，均约定建筑面积为供热面积。因此，从法律事实层面认定当事人声称的“二层结构”无证据支持。我局就某商业楼供热收费所涉及的法规政策、供热面积计算、建筑房屋等问题，向市发改委、朝阳区发改委、市城管委供热办公室、规自委朝阳分局、朝阳区房管局等部门发函协查。经密切咨询，相关可能产生歧义的“答复通知”在网上已无法搜到，城管委、发改委、供热协会在给我局回函中均未回应或提及上述“答复通知”。因此，从法律政策层面认定当事人上述收费没有依据。

结合回函内容以及某商业楼规划、登记材料，我局认为当事人提供供热服务并按面积收费，须执行“1545 号文”所规定的政府定价：45 元/建筑平方米*采暖季，同时须符合该通知规定：“对执行面积收费的用户（含居民），供热单层建筑高度超过 4 米（不含 4 米）的供热面积，供热价格按实际超过的高度每米加收 12.5%，加价最高不超过一倍”“自 2019-2020 年采暖季起执行”。并认为，“17 号文”非规范性文件，不可作

为突破政府定价的计算依据。

（二）穷尽各类调查和程序手段

此案办理过程中，当事人方较为情绪一贯激动和抗拒。执法人员为了能完成调查，每次碰面和电话都花费巨量的时间进行安抚和解释，公正耐心的与其分析局面和发展趋势。因此要辨明所有争议，定性方有底气。同时，本案文书及程序步骤较多，分析当事人日后会申请复议乃至诉讼，执法人员尤其重视穷尽调查和程序手段。

如在协查咨询阶段，执法人员通过频繁电话、碰头会、协查函、多渠道联系、政务公开等多种途径，甚至借助北京电视台为维权业主委托公益律师的相关行动，向相关部门获得了所需要的明确的答复。

如，在获取当事人供热收费系统数据后，需进一步核对票据。但自调查中期阶段起，当事人未再能配合我局工作。我局后续通过向“小悦城供热收费维权业主群”内发送数据并接收反馈，实地走访房屋，与物业公司沟通，咨询附近房屋中介公司，拨打可获取联系方式的业主电话等末端调查途径，向业主方核对当事人的收费情况。在诸多复杂因素和事实前提下，穷尽各类调查手段取证核实，计算收费金额，并将数据表格及有关《询问通知书》送达当事人。

又如，在责令退款期满前后，多次使用多种途径何手段均

未能获取当事人退款情况；遂逐一拨打已知联系方式业主电话，核实有关退款情况。后向当事人送达《询问通知书》、《限期提供材料通知书》，要求当事人就退款情况配合调查、提供材料，否则将按已调查核实的退款情况计算最终未退部分予以没收。又一个月后，当事人开始向我局提供本案涉及退款相关材料。考虑到退费工作实施与当事人运营资金等现实状况，我局对已超过责令退款期限的退费亦予以认可。截至重大案件上会决定前一日，统计当事人已完成退还多收价款共计86万余元，未退部分即最终违法所得为270余万元。

四、案例启示

（一）乐于全方位思考，办法总比困难多

本案的办理曲折复杂，过程艰难，但也锻炼了执法人员素质，增加了我局办理社会关注涉及小规模群体的案件相关经验。多认真思考，多听取意见，多沟通咨询，可以分散压力并得到启发，甚至获得可靠的方法和建议。

（二）勤于推演和分析，让事态发展不超出预料

当事人及利益相关方的反应，都影响着事态的发展。因此执法人员养成了讨论证据和程序范畴以外的，对事件的分析推演习惯，基于长期沟通了解到的各方的具体利益、理解角度、思维惯性、行为模式，考虑多种可能性，让案件和事件的发展在自己预想之内，并做好不利局面的预案。

（三）勇于迎接挑战，办案人员在面临群体和社会性事件时应有自己的脊梁和主心骨

案件初期应对群诉和舆情，花费大量时间予以答复、报告，后通过更积极的沟通解释、更主动的展现动态，让各方了解本案的工作在加班加点、紧锣密鼓的开展。同时，执法人员始终不能忘了案件本身是我们执法的根本所在，证据和定性依据永远是我们努力寻找的。不要被压力和其他因素影响，以稳定的情绪、冷静的头脑、公正的心态、实质完善的工作作为底气，面对每个阶段的任务。最终能在面对当事人时，情理法均占上风，也收获维权业主群体和关注本案人员的好评。

（四）善于总结经验教训，推动此类问题的法律共识与社会共治

今后希望我们各个岗位上的人员，都能在接到类似问题时防微杜渐，想尽一切办法解决，在明晰证据和事实后及时处理。特别是在有重大争议和政策变化的节点，多做工作，以免堆积成涉及群体的多年遗留的历史问题。如涉及到多部门配合与解释的，要在第一时间不畏繁琐，力求找到合适答案或措施。