

集贸市场诚信计量评价规范

Code of Practice for Integrity Measurement Evaluation in Fair Trade Markets

为进一步强化集贸市场诚信计量分级分类监管，规范集贸市场诚信计量信用评价，依据《中华人民共和国计量法》《中华人民共和国计量法实施细则》《集贸市场计量监督管理办法》等法律法规和规章有关要求，制定本规范。

一、适用范围

本规范适用于县级以上市场监督管理部门对集贸市场开展的诚信计量信用评价活动及其结果的管理，属于公共信用评价。评价旨在推动集贸市场主办者落实主体责任，并作为市场监督管理部门实施集贸市场诚信计量分级分类监管的重要依据。

二、评价依据

1. 《中华人民共和国计量法》；
2. 《中华人民共和国消费者权益保护法》；
3. 《中华人民共和国计量法实施细则》；
4. 《市场监督管理信用修复管理办法》；
5. 《市场监督管理严重违法失信名单管理办法》；
6. 《集贸市场计量监督管理办法》；
7. 《定量包装商品计量监督管理办法》；
8. 《商品量计量违法行为处罚规定》；
9. 其他相关法律、法规、规章及规范性文件。

三、评价指标

诚信计量评价指标由基础管理、器具管理、行为规范、纠纷处理、公共信用综合评价结果、创新引领指标等构成。指标权重可根据实施情况动态调整：

（一）基础管理指标。主要评价集贸市场主办者履行《集贸市场计量监督管理办法》第五条规定的义务情况，重点包括：

1. 计量管理制度建设与执行情况；
2. 计量管理人员配备与培训情况；
3. 计量法律法规宣传普及情况；
4. 强制检定计量器具登记备案及管理情况；
5. 守法情况；
6. 诚信管理情况。

（二）器具管理指标。主要评价计量器具的合规性与可靠性，重点包括：

1. 强制检定计量器具合格率情况；
2. 公平秤等设置与管理情况；
3. 电子计价秤更新换代情况；
4. 违规计量器具管控情况。

（三）行为规范指标。主要评价经营者现场称重零售商品计量偏差合格率情况。

（四）纠纷处理指标。主要评价计量投诉举报处理效能，重点包括：

1. 集贸市场主办者设立并公示便捷投诉渠道情况；
2. 消费者投诉处理情况。

（五）公共信用综合评价结果指标。主要评价集贸市场公共信用综合评价结果情况。

（六）经营异常和严重违法失信处置指标。集贸市场主办者被列入经营异常名录、严重违法失信名单的，直接定为D级。

（七）创新引领指标。（鼓励性条款，不计入评价总分）

本项为引导性鼓励条款，旨在引导集贸市场主动提升诚信计量管理水平，优化消费服务体验，不计入评价总分，具体包括：

1. 鼓励集贸市场开展党建促进诚信计量建设活动，包括集贸市场或场内经营者成立党组织，将诚信计量纳入党组织活动内容；党员经营者开展“亮身份、亮职责、亮承诺”活动，带头践行诚信计量，发挥先锋模范作用等。

2. 鼓励集贸市场持续提升计量服务能力，包括为场内经营者统一配置符合规定要求并经强制检定合格的计量器具，实现统一管理、统一检定；设立民生计量服务站，为消费者提供免费计量复核、计量咨询等服务；其他推动诚信计量建设的创新性举措。

3. 鼓励集贸市场主办者建立违法失信经营者红黄牌警示制度，将经营者计量违法行为在集贸市场

中予以公示。

4. 鼓励集贸市场主办者对集贸市场进行数字化升级改造，对电子计价秤实施智慧监管和计量准确性状态评价。

四、评价流程及方法

集贸市场诚信计量评价工作由市场监督管理部门遵循公益性原则组织开展，主要服务政府管理。

（一）启动评价

集贸市场主办者根据市场监督管理部门通知要求，通过指定平台或渠道提交自评报告。

（二）组织实施

市场监督管理部门组建评价组，开展集贸市场诚信计量评价工作。

1. 评价组组建要求

评价组成员应熟悉计量法律法规和集贸市场管理，具备相应专业能力。评价组实行组长负责制，成员不少于3名。评价组应保证评价工作的真实性、公正性，对评价结果负责。

2. 开展评价

（1）评价组根据本规范及评分细则（见附件1），通过现场核查、器具抽检、人员访谈、调取监管执法信息、信用信息等方式对被评集贸市场进行综合评价。

（2）评价组根据评价工作需要，可要求被评集贸市场一次性补充相关材料。

（3）评价组将评价报告及有关材料确认后，报送市场监督管理部门。

3. 结果异议处理

被评集贸市场对评价结果有异议的，应当自收到评价结果之日起10个工作日内向组织实施评价的市场监督管理部门提出书面申辩。相关单位应当组织复核，复核人员不出自原评价组。

（三）确认结果

1. 市场监督管理部门结合监管执法情况，对评价报告及结论进行审核确认。通过审核的，确定最终评价等级（A、B、C、D级）。

2. 市场监督管理部门应当根据评价结果对集贸市场计量工作实施分级分类监管。

（四）评价方法

针对同一主体的两次诚信计量评价间隔最长不超过一年。对新设立或发生重大计量问题的集贸市场，可开

展专项评价。重大计量问题包括本集贸市场主办者、经营者因计量作弊造成恶劣社会影响且被行政处罚等。

五、评价等级分类

根据评分细则开展综合评价，将集贸市场诚信计量等级划分为四级：

1. A级：得分 ≥ 90 分。计量管理制度健全并有效执行，器具管理规范，经营者行为诚信度高，纠纷处理及时有效，无严重计量违法行为；

2. B级：80分 $\leq$ 得分 < 90 分。计量管理基本规范，器具管理符合要求，经营者行为总体诚信，能较好处理纠纷；

3. C级：60分 $\leq$ 得分 < 80 分。计量管理存在不足但基本达标，器具管理有疏漏但能整改，经营者行为偶有轻微违规，纠纷处理效率有待提高；

4. D级：得分 < 60 分。计量管理混乱，存在较多不合格器具或作弊行为，经营者计量失信问题突出，纠纷频发且处理不力，或发生重大计量违法案件；集贸市场主办者被列入经营异常名录、严重违法失信名单的，直接定为D级。

其中，公共信用综合评价结果为D级的，集贸市场诚信计量等级不得评为A级。

六、评价结果应用

1. 市场监督管理部门根据评价等级对集贸市场实施差异化监管：

（1）A级：以自我管理、诚信承诺为主，减少日常检查频次，在政策扶持、宣传推广等方面给予激励。鼓励其发挥示范引领作用。除投诉举报、大数据监测、转办交办等情况外，一般不实施现场检查。

（2）B级：实施常规监管，加强指导服务，督促持续改进。每年度实施1次计量监督检查。

（3）C级：列为重点监管对象，增加监督检查和抽检频次，限期整改存在问题。每半年实施1次计量监督检查。

（4）D级：列为严格监管对象，实施高频次、高强度监督检查，依法从严查处违法行为。每季度至少实施1次监督检查。

发生重大计量违法案件、因计量违法行为造成恶劣社会影响，或被列入严重违法失信名单的严重不合格市场，依法依规实施失信惩戒，向社会公示其失信信息，对符合法定情形的，推动其退出市

场，并将失信信息纳入相关责任主体的信用记录。

2. 集贸市场主办者将评价结果纳入对场内经营者的日常管理、考核与奖惩体系。

3. 国家市场监督管理总局在各级市场监督管理部门评定为A级的范围内，形成若干向全国复制推广应用的集贸市场诚信计量优秀案例。

七、纪律要求

（一）诚信计量评价是市场监督管理部门为实施分级分类监管而开展的信用评价活动，不是评比达标、创建示范等考核评优项目，任何单位和个人不得将其异化为面向市场的创建、评比、评选活动，不得以评价结果进行地区或市场排名。

（二）有关单位不得以任何形式牟取利益，不

得向集贸市场或场内经营者收取评价费用、咨询费、服务费，或变相摊派、搭车收费。

（三）各级市场监督管理部门不得假借诚信计量评价之名，违规设置准入门槛、实行地方保护或干涉经营主体自由交易，不得减损经营主体依法应获得的公共服务，不得妨碍全国统一大市场。

（四）集贸市场诚信计量评价工作应注重实效，简化流程，不得干扰市场正常经营秩序，切实为基层和市场减负。

八、实施日期

本规范自2027年1月1日起施行。

（信息来源 转自计量资讯速览）