近日，经国务院同意，市场监管总局、国家发展改革委、工业和信息化部、商务部、文化和旅游部联合印发《优化消费环境三年行动方案（2025—2027年）》（以下简称《行动方案》），部署各地区、各部门全面优化消费环境，切实提振消费信心和预期，激发消费市场活力，提升人民生活品质。五部门有关司局负责同志就《行动方案》相关问题回答了记者提问。

**问题1：请问开展优化消费环境三年行动的背景是什么？主要是为了解决哪些问题？**

答：党中央、国务院高度重视优化消费环境。习近平总书记强调，使居民有稳定收入能消费、没有后顾之忧敢消费、消费环境优获得感强愿消费。2024年中央经济工作会议要求着力提振内需特别是居民消费需求。李强总理在2024年《政府工作报告》中指出，要优化消费环境，加强消费者权益保护。近年来，市场监管总局会同有关部门认真贯彻落实党中央、国务院决策部署，推动出台《消费者权益保护法实施条例》，不断健全消费者权益保护工作部际联席会议制度，创新消费纠纷解决机制，加强消费教育引导宣传，加大消费者权益保护工作力度，全国消费环境持续改善。

同时，随着人民美好生活需要日益增长、新一轮科技和产业革命加速演进，我国消费环境建设仍有不少薄弱环节，在推动高质量发展、保障高品质生活、实施高效能治理方面还有提升空间。一是消费者权益保护体制机制有待完善。跨行业领域的新业态新消费越来越多，存在部门职责不清、衔接不畅问题，容易导致标准规则滞后、监管维权空白，既会损害消费者权益，也会制约新质生产力自身发展。二是关系群众衣食住行的消费痛点亟待破解。传统的产品质量安全、市场秩序问题仍未解决，一些服务行业诚信水平不高，重大消费侵权事件不时发生，制约了消费意愿，降低了消费信心。三是消费者维权难现象仍然较为普遍。全国消费纠纷数量持续较快增长并处于历史高位，消费纠纷源头化解不足，给基层化解矛盾纠纷、维护社会稳定带来更大挑战。如何优化消费环境，成为新时代新征程的“必答题”，各方面迫切希望完善顶层设计，推动消费环境系统治理。

对此，市场监管总局会同有关部门深入开展调查研究，组织专题座谈研讨，反复征求各方意见，充分吸收地方实践经验，起草形成了《行动方案》，经国务院批准印发各省、自治区、直辖市人民政府及国务院各部委、各直属机构。力争通过三年时间，使供给质量不高、市场秩序失范、维权效能不足等问题得到系统治理，商品服务质量显著提高，消费风险明显降低，消费纠纷源头治理效果显著，经营者诚信意识普遍增强，消费便利度、舒适度、满意度大幅提升，全国消费环境明显优化。

**问题2：《行动方案》是首个经国务院批准的消费环境建设文件，请问总体思路是什么？**

答：《行动方案》是首个经国务院批准、针对消费环境建设的政策文件，以消费供给提质、消费秩序优化、消费维权提效、消费环境共治、消费环境引领五大行动为牵引，进一步完善质量标准、信用约束、综合治理、消费维权等制度，构建“优化消费环境—提振消费信心—扩大消费需求”良性循环，全面营造放心的消费环境。具体来说，有以下三点基本思路：

一是坚持系统集成，充分发挥政策组合效应。前期，各地区、各部门围绕优化消费环境出台了一系列政策措施并取得积极成效，但多以特定领域促消费、特定行业治理、特定问题执法为主，较为单一零散，社会公众感知度不高，统筹协同不足，政策的整体效果尚未完全释放。为此，《行动方案》首次系统集成各个消费环节、各个行业领域，各个政府部门的各类政策措施，统筹宏观机制和微观措施、有为政府和有效市场、正向激励和负面约束、源头预防和末端治理，建立消费环境建设四梁八柱，实现“1+N”叠加效应。例如，对服务消费集成了保障场所安全、健全服务标准、实施“信用+”工程、完善合同示范文本、优质服务认证、服务质量监测、建立消费者评价机制、查处霸王条款等政策工具箱。

二是坚持问题导向，积极回应社会普遍关切。消费环境建设涉及各行各业和千家万户，点多面广、头绪繁多，必须在整体推进的同时寻求重点突破。《行动方案》聚焦群众反映强烈的非法添加、以假充真、以次充好、计量作弊、价格欺诈、虚假宣传等市场重点问题，网购、电信、装修、维修、家政、托育、养老、美容美发、文化旅游、公用事业等民生重点行业，集中同向发力，放大治理效果。例如，对信息不对称问题，既要清除商业混淆、刷单炒信、流量造假、违法广告等虚假信息，又要公示消费投诉、行政执法、企业信用等真实信息，“一加一减”让消费环境更透明。

三是坚持标本兼治，建立消费环境建设长效机制。《行动方案》既是一次行动部署，也是一份消费环境建设纲要，有效兼顾了“当下治”与“长久立”，推动消费环境持续优化。例如，方案要求制定消费环境指数及评价规范，探索开展全域消费环境监测评价，动态反映各地区、各行业的消费环境，有针对性地补短板强弱项；完善消费领域信用体系，健全消费领域失信联合惩戒机制，引导诚信经营的市场预期；建立消费投诉举报大数据分析治理机制，提高监管执法前瞻性，从接诉即办转向未诉先办。

**问题3：优化消费环境涉及众多部门和各行各业，请问如何建立消费环境共同治理体系？**

答：当前消费环境建设体制机制尚未理顺、各方合力尚未形成。《行动方案》的一大着力点是推动建立政府牵头、部门协同、企业主责、社会共治的消费环境建设体系，进一步完善消费者权益保护体制机制。

一是推动政府牵头，加强统筹协调。优质的消费环境和营商环境、生态环境一样，都是一个地方乃至一个国家宜居宜业的基本公共产品，也是当前提振消费的重要支撑。《行动方案》明确地方各级政府要切实扛起优化消费环境的主体责任和属地责任，完善工作机制，加强组织领导保障，把消费环境建设摆在更加突出的位置来抓。推动地方健全消费者权益保护部门协调机制，加强督促指导。

二是强化部门协同，形成监管合力。推动各主管部门落实行业监管职责，按照“谁监管谁维权”原则，把推动发展和规范秩序紧密结合，把促进消费和维护权益紧密结合，通过完善行业规则标准、加强行业日常监管、化解行业消费风险、提升行业信用水平，切实优化本行业领域消费环境。市场监管部门将积极发挥牵头作用，履行综合监管职责，与行业主管部门高效联动、优势互补。

三是落实企业主责，促进源头治理。经营者提供的商品、服务、场所、信息等构成了消费环境的基础，广大经营者是建设消费环境的主力军。我们将引导经营者建立消费者权益保护合规体系，完善首问和先行赔付制度，落实安全保障、质量担保和售后服务责任，强化平台对入驻经营者的身份信息核验和定期更新，从源头预防消费侵权问题；鼓励经营者主动公开并履行优于法律规定的承诺，改善消费体验。

四是完善社会共治，强化监督引导。我们将推动行业发起重点行业放心消费倡议，制定实施行业自律公约和放心消费标准；支持消协组织加强消费提示警示、比较试验、消费调查、消费评议、公益诉讼等工作；强化社会监督，开展消费教育“进校园、进社区、进乡村”活动，建设消费教育基地，拓展消费投诉公示，支持新闻媒体监督，提高消费者依法维权能力。

**问题4：优化消费环境离不开坚实物质基础，请问工业和信息化部下一步在提升实物消费质量、促进消费产业升级方面有哪些考虑？**

答：消费品工业涵盖人民衣食住行、教育康养、文旅医疗等方方面面，是我国传统优势产业和重要民生产业。近年来，工业和信息化部贯彻落实党中央、国务院决策部署，深入实施消费品增品种、提品质、创品牌“三品”战略，优质供给不断扩大，产业基础更加坚实，国际竞争力显著增强。下一步，工业和信息化部将贯彻落实《行动方案》，深入实施消费品“三品”战略，推动供给提质与消费扩量有效结合，促进消费产业升级，进一步提升百姓的消费体验。

一是增强供需适配性。加力扩围消费品以旧换新政策，制定增强消费品供需适配性助力扩大消费行动方案。加快中国消费名品方阵建设，用三年左右的时间培育千件优质品牌，打造一批国际一流消费品企业。开展视听电子技术、产品和服务友好体系建设，助力青少年近视防控、听力保护，便利老年人使用相关产品和服务。面向大众消费与行业领域的需求定位，全面提升虚拟现实关键器件、终端外设、业务运营平台等产业化供给能力。

二是推进标准提升。实施标准升级引领行动，加快制定一批消费品领域质量品牌、数字化转型、绿色低碳相关标准，推动标准体系优化、标准质量升级。制定老年用品、智能家居产业标准体系建设指南，用5年时间制定50项以上重点行业标准，引领产业升级发展。聚焦儿童用品、儿童手表、电动自行车等领域研制一批强制性国家标准，保障产业本质安全，增强消费者信任度和认可度。

三是推动产业升级。制定纺织、轻工等重点行业的数字化转型实施方案，遴选推广一批“数字三品”应用场景典型案例，培育壮大消费新业态、新场景、新模式。培育一批千亿级轻工纺织产业集群，支持地方创建一批传统优势食品产区和地方特色食品产业，为消费提质提供强大物质基础。持续推动人工智能终端全产业链整体升级，推动视听电子产业高质量发展，推进虚拟现实与行业融合应用。加快推进智慧健康养老产业发展，推动人工智能、物联网、大数据等新一代信息技术在健康及养老领域的集成创新和融合应用。

四是促进绿色消费。深入开展绿色建材下乡活动，加快完善绿色建材产品认证制度，进一步扩大绿色建材产品认证应用范围，鼓励各地因地制宜制定绿色建材产品推荐目录，积极推动绿色建材产品升级，为消费者提供更加节能、安全、便利、舒适的高品质建材。

**问题5：服务消费已成为我国居民消费增长最快、热点最多、潜力最大的领域，请问商务部下一步在促进服务消费扩容升级、优化服务消费环境方面有哪些考虑？**

答：服务消费涵盖养老托育、餐饮家政、文化旅游、体育休闲、交通出行、通信信息等领域，一头连着民生福祉、一头连着经济发展，在扩内需、惠民生、稳就业中发挥重要作用。下一步，商务部将发挥好服务消费牵头部门作用，会同相关部门抓好《国务院关于促进服务消费高质量发展的意见》和《行动方案》落实落地，聚焦重点领域、重点人群，提升供给质量，创新多元化消费场景，优化消费环境，培育服务消费新增长点。

首先是健全政策体系。我们将牵头实施服务消费提质惠民行动，将该行动作为发挥部门合力促进服务消费高质量发展的重要抓手。加快完善服务消费“1+N”政策措施体系，围绕家政服务消费、文化和旅游消费、数字消费、健康消费、体育消费等出台一系列政策文件，研究制定务实管用的服务消费支持政策，发挥部门合力打好政策“组合拳”。

其次是提升供给能力。对标国际高标准经贸规则，发挥开放平台先行先试作用，持续推动电信、教育、医疗等领域开放，引入高品质服务供给，以开放优化供给，以供给创造需求。指导地方创新多元化消费场景，发布一批最佳实践案例，促进商旅文体健融合发展。开展“服务消费季”“中华美食荟”“跟着电影品美食”等一批服务消费促进活动，激发服务消费活力。

最后是优化消费环境。我们将持续完善服务领域标准体系，发挥标准在提升服务供给质量方面的引领作用。加强家政信用体系建设，完善家政服务信用信息平台功能。修订发布《餐饮业促进和经营管理办法》，抓好制止餐饮浪费工作，营造有利于餐饮业发展的良好环境。同时配合市场监管总局等部门，强化服务质量监测评价，加强消费者权益保障，引导服务企业诚信合规经营，优化服务消费体验，提振消费信心，促进服务消费高质量发展。

**问题6：近年来，文化和旅游市场热力十足，文旅消费潜力不断释放，请问文化和旅游部下一步在优化文旅市场环境方面有哪些考虑？**

答：近年来，文旅市场繁荣发展，提升了群众的幸福感、获得感，也为拉动整体消费上升、促进经济复苏发挥了较好的综合效用。下一步，文化和旅游部将从改善服务品质、创造消费场景、维护市场秩序等方面持续发力，为推动文化和旅游市场高质量发展夯实基础。

在改善服务品质方面，举办全国文化和旅游市场服务质量提升活动，推进旅游服务质量评价体系建设，引导各地提升服务质量。组织演出经纪人员和导游资格考试、特级导游考核，加强高等级导游和外语导游培养，实施旅游讲解服务提升工程，举办全国导游大赛，提升行业从业人员服务能力。加强标准引领，实施《旅游饭店星级的划分与评定》《旅游民宿基本要求与等级划分》等国家标准，擦亮星级旅游饭店、等级旅游民宿品牌。

在创造消费场景方面，支持和推动更多平台企业和文艺表演团体加入“艺播”（艺术+直播）计划，增加优质文化产品供给。制定完善沉浸式演出、网络演出、剧本娱乐等新业态包容审慎管理政策，设置政策过渡期，营造包容、稳定、可预期的政策环境，为新业态留足发展空间。推动修订演出、娱乐、互联网文化等领域政策法规，鼓励创造消费新场景，拓展消费新空间，丰富消费新体验。举办“5·19中国旅游日”等活动，开展各类宣传推广活动，推出各类文化和旅游惠民措施。

在维护市场秩序方面，推动建立旅游市场综合监管机制，强化部门监管协同。推进“互联网+监管”，完善信息化监管服务平台功能，扩大旅游电子合同应用覆盖面。严厉打击“不合理低价游”。创新内容源头管理等精准有效管理制度。深化大型演出活动管理部际协作，加强演出市场治理，严厉打击黄牛倒票炒票。加强信用体系建设，指导督促各地依法开展失信主体认定和管理，增强信用监管的震慑力。

总之，我们将积极推动文旅产品和业态迭代升级，有力维护市场秩序，为广大群众提供高品质的文旅体验，努力营造暖心、舒心、放心的消费环境。

**问题7：当前，消费市场秩序还存在一些关系人民群众切身利益的乱象，请问市场监管总局下一步将如何营造公平公正市场秩序、治理消费侵权突出问题？**

答：良好市场秩序既包括公平竞争，也包括公平交易，是消费者和经营者共同的生命线，是市场运行和消费增长的前提和基础。市场监管总局将以实施《行动方案》为契机，把消费者优先导向深入贯穿到市场监管全过程各领域，在制定法律标准、出台政策措施、开展监管执法等各项工作中，做到人民有所呼、监管有所应，擦亮监管为民品牌。

一是切实破解消费领域痛点问题。深入开展“守护消费”铁拳行动，聚焦食品非法添加、侵权假冒、消费欺诈、缺斤短两等社会反映强烈问题，集中力量、压茬推进。以贯彻实施“一法一条例”为主线，重点查处售后推诿、虚假承诺、霸王条款、强制搭售等问题。全面整合制定统一的消费品“三包”制度，加大缺陷汽车和缺陷消费品召回管理力度。加强服务消费领域的合同示范文本制定、质量监测、标准制修订和认证制度建设，严厉打击检验检测违法行为。

二是切实规范平台经济市场秩序。制定《网络交易平台规则监督管理办法》，依法查处平台规则领域违法行为，整治利用规则破坏公平竞争、侵害平台内商家和消费者合法权益现象，促进平台规则公平透明。严厉打击网售假冒伪劣商品，加大网售产品质量监督抽查力度，强化与主要电商平台的CCC认证证书联网核查，压实平台责任、强化源头治理。制定《直播电商监督管理办法》，加强对直播平台、主播和直播营销人员服务机构等关键主体监管，查处直播电商领域各类违法违规行为，开展直播电商领域产品质量、食品安全专项抽查抽检，净化行业生态。

三是切实治理市场失序突出问题。着力规范新能源汽车、光伏、锂电池等“新三样”市场秩序，严厉打击恶意比价、虚假宣传、互黑互踩等市场乱象。加强对能源、医药、教育、旅游等重点领域价格监管，严厉打击价格违法行为、妥善应对价格突发事件。聚焦医药、公用事业、建材、民爆等重点领域，坚决整治不公平高价、限定交易等问题。推动恢复设立制造、修理计量器具行政许可，加强重点民生领域计量器具市场秩序的综合治理。推进殡葬领域违法违规问题专项整治、打击传销专项执法行动、直销行业挂靠行为排查整治“回头看”、机动车检验及生态环境监测专项整治等。

**问题8：消费者经常反映维权难、维权慢甚至不知道该找谁，请问《行动方案》在完善消费维权机制、提高消费维权效能方面是如何安排的？**

答：发生消费纠纷怎么办，是每一个消费者关心的问题，也直接关系到能不能“敢消费”“愿消费”。《行动方案》致力于减少消费者后顾之忧，在完善消费纠纷化解体系、提高消费纠纷解决效能方面，主要做了三方面制度创新。

一是突出源头和解。与经营者和解是对消费者最便捷、对全社会最经济的方式。我们将推动平台型、总部型、连锁型等大型企业健全消费纠纷解决体系，加入消费纠纷在线解决机制，探索“一键和解”等新模式。加强基层消费维权服务站点建设，扩大消费维权“进商场、进超市、进市场、进企业、进景区”的覆盖面，方便消费者第一时间就近维权。鼓励实体店承诺无理由退换货，到2027年动态发展承诺单位150万家，探索统一便捷的异地异店退换货服务。

二是加强行政调解。行政部门承担了大量消费纠纷调解工作，是消费者使用最多的渠道之一。《行动方案》落实消费者权益保护法及其实施条例的规定，专门提出各有关部门要加强消费维权能力建设，依法畅通投诉渠道，完善处理流程，高效处置各自行业领域的消费投诉，提升消费者维权体验。同时，强化消费维权与行政执法衔接，加大“诉转案”力度，从根源上解决消费投诉多发易发的共性问题。

三是推动多元化解。支持消费领域集体诉讼、公益诉讼、小额诉讼，总结推广“诉调对接”做法和“共享法庭”模式，降低消费者维权成本。将消费维权纳入基层治理体系，形成以人民调解为基础，人民调解、行政调解、司法调解、行业性专业性调解优势互补、有机衔接的调解工作格局。支持引入第三方力量开展委托调解，发挥社区、志愿者、律师、市场开办方、电商平台等作用，壮大消费维权队伍。

此外，预防是最好的救济。我们将锚定“源头减量”目标，加强对重点企业和区域等“关键少数”的综合治理，打通“消费纠纷处置、事前事中规范、投诉举报减量”监管闭环，集成放心消费承诺、消费投诉公示、消费维权服务站、消费纠纷在线解决、线下无理由退货等“一站式解决方案”，让更多消费纠纷化解在源头，减轻消费者负担和企业合规成本。

**问题9：优化消费环境需要消费者和经营者相向而行、同向发力，请问《行动方案》如何增强广大经营者的获得感，带动引领更多经营者积极参与进来？**

答：从国际比较经验和实地调研情况来看，消费环境是政府监管出来的，更是市场发展出来的，一个好的消费环境背后一定有一个活跃健康的消费市场。激发消费市场活力和内在动力，优化竞争生态和营商环境，这是改善消费环境的长久之计。《行动方案》不仅强调问题治理和负面约束，更注重探索激励机制，发挥市场配置资源作用，让市场来选择，让消费者来投票，让经营者从“要我变好”向“我要变好”转变，形成需求牵引供给、供给创造需求的良性循环。

《行动方案》提出实施消费环境引领行动，支持优质的商家和品牌、商品和服务、产业和区域脱颖而出，在国家大力提振消费的过程中赢得自身更大发展，进而提高消费供给侧整体质量、引领广大经营者比学赶超、带动消费环境整体好转。突出创新引领，鼓励各地区、各部门积极创新信用激励、金融赋能、流量扶持等市场化激励，积极完善标准引领、质量支撑、数字改革等基础设施，积极融入提振消费、产业升级、区域战略、对外开放等政策，不断增强经营者获得感，让更多经营者参与进来。突出标杆带动，以“安全放心、质量放心、价格放心、服务放心、维权放心”自我承诺和“示范带动、对标提升、监测评价、动态管理”机制为牵引，培育放心消费商店、网店、直播间、餐饮店、工厂等单位，发展放心消费市场、商圈、景区等集聚区，发挥提振消费和优化环境的双重集聚效应。突出利企惠企，积极创造更多消费场景，探索跨境电商、跨境旅游等国际合作，打通入境人员消费堵点，进一步激发海内外消费需求；开展地方保护、市场分割突出问题整治，促进全国消费市场高效畅通和规模拓展。

消费环境没有最优、只有更优。三年行动只是开始，消费环境建设将是一项长期工程。我们欢迎社会各界关心、支持和参与，久久为功，共同营造国际一流消费环境。