上海市市场监督管理局
江苏省市场监督管理局
浙江省市场监督管理局
安徽省市场监督管理局

沪市监消保〔2026〕204号

上海市市场监督管理局　江苏省市场监督管理局
浙江省市场监督管理局　安徽省市场监督管理局
关于印发《“满意消费长三角”行动计划
（2026—2030年）》的通知

上海市、江苏省、浙江省、安徽省各市、县（区）市场监督管理局:

现将《“满意消费长三角”行动计划（2026—2030年）》印发给你们，请认真执行。

上海市市场监督管理局　　江苏省市场监督管理局

浙江省市场监督管理局　　安徽省市场监督管理局

2026年10月8日

（此件公开发布）

“满意消费长三角”行动计划
（2026—2030年）

为全力服务提振消费战略，助力全国统一大市场建设，全面落实“十五五”规划相关任务，紧扣“一体化”和“高质量”两个关键词，不断促进长三角区域消费环境提档升级，持续提升消费者获得感、幸福感、安全感，力争到2030年，将长三角区域建成消费环境全国领先、消费者满意度高的品质消费目的地，结合长三角地区实际，制定本行动计划。

一、培育放心消费标杆

（一）开展放心消费培育。紧扣热点消费领域、重点消费场景，深入推进以承诺制为内涵的放心消费基础单元和放心消费集聚区培育，完善公开亮诺、主动践诺、社会监督、动态管理、信用赋能等全流程管理机制。持续开展美丽乡村、高速公路服务区等区域放心消费建设。

（二）深化网购放心消费。立足长三角重点电商交易平台集聚优势，推动放心消费全面向线上消费领域延伸，联合培育一批放心消费网店、直播间，引导网络经营者自觉提供优质商品和服务，将“放心消费”打造成为网络购物的特色标识名片。

（三）强化放心消费赋能。引导放心消费单元、集聚区在经营场所亮身份、亮承诺。拓宽放心消费展示渠道，推动长三角地区放心消费单元、集聚区在地图导航类、生活服务类应用程序

（APP）一键查询，逐步实现主体可查、承诺可见、体验可感。探索联合金融机构在信贷、保险等方面为放心消费主体提供金融支持。强化放心消费信用激励，鼓励依法减少对放心消费主体的检查、抽查频次。

二、优化消费维权体验

（四）推动主体责任落实。持续推广线下无理由退换货和异地异店退换货服务，鼓励经营者制定、公开、执行高于法律法规规定的售后承诺。在网络交易平台、大型商超、集贸市场、旅游景区、特色街区等消费集聚区域，引导建立和完善消费环节经营者首问负责和先行赔付制度，推广消费纠纷“一键和解”“一码和解”，大力发展提供在线消费纠纷解决服务（ODR）企业，推动消费纠纷快速化解、源头化解。

（五）推动纠纷多元化解。深入践行新时代“枫桥经验”，加强消保委组织现代化建设，推动其在纠纷化解中发挥更大作用，充分依托“全国消协智慧 315 平台”入驻经营者，促成纠纷和解在先。推动行政调解与人民调解、司法调解对接，构建联动协作、共建共享的“大调解”格局。优化消费维权服务站（点）布局和功能定位，加强线上线下一体化建设，构建多元维权网络。

三、开展消费环境治理

（六）聚焦重点问题治理。围绕消费领域痛点问题，结合投诉举报数据分析以及市场监管总局、地方工作安排，筛选确定重点消费场景、共性违法问题，联合开展侵害消费者权益行为专项

执法行动。统一执法标准、裁量基准，共享线索信息，共同发布执法典型案例。构建消费提示警示信息联合发布、严重违规企业跨区域约谈等机制，协同推进长三角地区线上线下消费场景治理。

（七）联合规制职业索赔。共同开展市场监管领域利用投诉、举报牟取不正当利益行为综合治理，推动各地规制工作机制从跨部门协作向跨区域联动升级。建立长三角地区投诉举报异常名录，对齐纳入标准、甄别规则，强化名录信息动态管理、即时共享和协同应用，对名录内人员开展联合规制。

（八）共同开展合规指导。聚焦投诉举报、日常监管中发现的区域共性问题、高频违规问题，以上门指导、集中培训等方式，共同加强对经营主体的指导和帮扶。基于投诉举报分析，为经营主体提供“挑刺报告”和“避坑指南”，点明违法风险，提出合规建议。针对新领域、新行业的违法违规问题，靠前研究出台合规指引。开展长三角地区消费维权舆情协同应对，指导经营主体及时化解舆情风险。

四、全域提升“数智”能力

（九）加强数字科技赋能。推广市场监管数字化试验区建设经验，推动人工智能、大数据等技术在热线接听、诉求登记、工单流转、在线调解、类案决策、异常名录等场景应用。探索建立消保维权智能体，推动投诉举报处理提质增效。强化数字能力建设，加强经验共享，开展能力提升培训。

（十）强化数据分析应用。针对人身财产风险、集中诉求、

群体纠纷、异常波动等情形，开展投诉举报风险监测，构建闭环处置机制。加强监测结果应用，对苗头性、趋势性风险信息及时共享。发挥投诉举报数据支撑作用，加强智能化、穿透式分析，靶向定位重点行业、重点问题，构建投诉举报助力精准监管的工作模式。

五、多层级开展区域协作

（十一）支持示范先试先行。巩固拓展四地开展优化消费环境试点工作经验，率先在长三角地区推广实践。支持青浦、嘉善、吴江、天长继续依托行动示范区机制，深化跨区域维权协作，完善异地先行赔付和“六方联盟”协同机制，为全域开展行动提供范本。

（十二）全面深化协作范围。支持和服务“沪苏浙城市结对合作帮扶皖北城市”“南京都市圈”“一地六县”“嘉昆太”“金山-平湖”等区域协作项目发展，鼓励毗邻地区结合地域特点，在优化消费环境、强化消费者权益保护方面探索特色合作内容。

六、持续深化品牌影响力

（十三）主动强化部门协作。推动“满意消费长三角”品牌服务对接长三角“文商旅体展”融合发展。用好各地消费者权益保护跨部门议事协调工作机制，发挥行业主管部门、消保委组织在放心消费培育等工作中的积极作用，拓展“放心消费”覆盖面，形成主体诚信与行业发展的良性互动。

（十四）打响消费赋能品牌。打破“重维权、轻赋能”的思

维定式，紧跟群众消费提质升级需求，支持指导四地消保委联动开展“3·15金秋购物节”等促消费活动，推动将“消费维权日”向“消费促进月”提档升级。支持开展“长三角伴手礼”评测，发掘推广一批能够代表长三角水准、彰显长三角特色的优质产品。

（十五）开展消费环境监测。综合运用消费环境指数评价、消费者满意度测评等手段，构建长三角地区消费环境综合评价体系，科学评估长三角地区消费环境建设总体情况，精准定位消费环境优化提升的关键因素和制约短板，及时总结推广全域优秀经验，服务行动质效提升。

（十六）营造良好宣传氛围。充分利用传统媒体、新媒体等宣传载体，结合“3·15”“优化消费环境月”等主题宣传活动，强化行动宣传力度，讲好“满意消费长三角”故事，推介放心消费主体，持续“满意消费长三角”品牌知晓度和影响力。

一市三省各级市场监管部门要将“满意消费长三角”行动作为优化消费环境重点任务推进，强化组织领导和资源倾斜，坚持一体化协作、高标准推进、项目化落实。“满意消费长三角”行动工作组要发挥统筹协调作用，细化任务分工，紧盯工作进度，强化定期会商和工作指导，稳步实现工作目标。各地要持续擦亮“满意消费长三角”名片，切实服务长三角一体化发展和全国统一大市场建设。

上海市市场监督管理局办公室　　2026 年 10 月 8 日印发