

# 南京市市场监督管理局文件

宁市监信〔2023〕123号

---

## 关于印发南京市场监管领域市场主体信用 合规建设指引（试行）的通知

江北新区、各区市场监管局：

为深入贯彻党中央决策部署和国务院、省、市关于优化营商环境的各项要求，充分发挥信用在经济运行中的保障和助推作用，更好地推动市场主体诚信经营，根据《关于开展信用提升行动助力市场主体纾困解难的意见》（国市监信发〔2022〕97号）和《关于贯彻落实市场监管总局开展信用提升行动助力市场主体纾困解难意见的通知》（苏市监信〔2022〕324号）文件要求，市局从概念定义、体系构成、合规内容和运营管理等方面，搭建了信用合规建设的整体框架，编制了《南京市场监管领域市场主体

信用合规建设指引（试行）》，梳理了信用合规指导清单和融资服务指导清单，为市场主体加强信用合规建设提供参考依据。现印发给你们参考，进一步加强市场主体信用建设合规指导，引导企业知信、守信、用信。

南京市市场监督管理局

2023年9月19日

# 南京市市场监管领域市场主体 信用合规建设指引

(试行)

## 第一章 总则

### 1.1 宗旨

为加快构建以信用为基础的新型监管机制，推动市场主体自觉遵守信用监管法律法规和行业政策，依法合规经营、守信践诺履约，建立健全信用合规内控体系，提升诚信自律意识和主动合规能力，有效避免信用风险，实现可持续高质量发展，制定本指引。

### 1.2 市场主体

本指引所称市场主体为公司、非公司企业法人及其分支机构；个人独资企业、合伙企业及其分支机构。

### 1.3 信用

指各市场主体在经济和社会活动中遵守法定义务、履行约定义务的状态。

### 1.4 信用合规

指市场主体的经营行为符合行政机关、司法机关，法律法规、规章授权具有管理公共事务职能的组织等的相关法律法规、监管规定，诚信经营。

### 1.5 信用合规建设

指市场主体以信用合规为目的，避免违法失信行为，开展的

包括但不限于信用制度制定、合规清单梳理、风控流程完善、信用风险识别、信用风险监测、信用风险应对、风险责任追究、信用合规培训、持续管控改善、运行机制保障等有组织、有计划的管理活动。

## **1.6 适用范围**

本指引适用于在南京市各级市场监督管理部门（行政审批部门）登记注册的市场主体。管理的信用行为包括但不限于：

- （一）列入经营异常名录（经营异常状态）；
- （二）违反法律法规被行政处罚；
- （三）列入严重违法失信名单；
- （四）不实信用承诺信息；
- （五）信用修复信息；
- （六）信用提升信息。

## **第二章 信用合规体系**

### **2.1 基本原则**

**全面覆盖。**坚持将信用合规要求覆盖生产经营管理各环节、业务领域和人员，贯穿决策、执行、监督全流程。

**强化责任。**落实好各部门、岗位的信用合规责任，明确职责分工和要求，健全定期考核和问责机制，并督促有效落实。

**协同融合。**推动信用合规管理与内控、质量管理、安全管理、职业健康等体系相融合，加强管理活动协同联动。

**风险穿透。**牢固树立信用合规“零容忍”理念，按照风险穿透

原则，主动对标重要部门、重点岗位、关键环节信用合规建设内容，严格把控合规风险，避免形式合规掩盖实质不合规。

## **2.2 体系构成**

组织体系。市场主体根据实际情况，设置与自身业务规模和风控管理要求相适应的信用合规部门或合规岗位，配置相关专业人员，负责信用合规的培训指导、预警提示、风险处置等工作。

制度体系。基于市场主体业务实际、所处行业和内控流程，制定信用合规相关制度，包括合规岗位职责、业务合规流程、信用合规要求、违规问责制度等。

运行机制。包括信用合规重点领域、环节、人员和行为的确定、合规风险识别及管控、合规事项调查、修复及奖惩机制等。

保障机制。包括信用合规理念的宣导、合规文化的培育、合规培训与教育制度等，保障信用合规体系建设在本单位的实施。

## **2.3 重要环节和重点人员**

市场主体依据相关的法律法规和行业政策及信用管理规范，确定本单位信用合规的重点领域、重要环节、关键岗位和重点人员，加强培训与监督检查，预防不必要的风险发生。建立全员守信合规意识，特别是管理人员、特殊工种人员、职业资格准入人员等重点人员，建立相关的人员名册、执业档案，加强职业培训，提升专业能力及合规能力。

## **2.4 合规清单**

市场监督管理部门依据行政管理职责，发布信用合规指导清单和融资服务指导清单，市场主体结合自身情况，对与信用相关

的生产、经营、销售、融资、合同等行为事项实行清单式管理，理清任务，突出重点，聚焦难点，让信用合规管理更有效落地。

## **第三章 信用合规内容**

### **3.1 信用承诺**

市场主体应结合自身经营实际，主动、公开、透明地向社会作出依法守信经营、提供合格的产品或服务承诺，自觉接受主管部门和社会各界的监督，为同行树立良好信用合规形象。

市场主体还可在申请办理许可（审批）事项时做出符合许可条件承诺（许可类），申请办理行政事项时就部分证明材料做出符合相关要求的承诺（证明类），就产品或服务标准、服务质量、守法经营、诚信自律、信用修复等主动向社会公布声明或公开承诺（声明类）。

### **3.2 登记注册**

市场主体应当按照《市场主体登记管理条例》依法依规办理设立、变更和注销等登记、备案事项。登记、备案事项通过国家企业信用信息公示系统进行公示。

### **3.3 信息公示**

市场主体应当按照《企业信息公示暂行条例》《个体工商户年度报告暂行办法》，于每年1月1日至6月30日，通过国家企业信用信息公示系统报送上一年度年报，并向社会公示。

认缴和实缴的出资额、出资时间、出资方式，股权变更信息，行政许可取得、变更、延续信息，知识产权出质登记，行政处罚，

其他依法应当公示的信息等信息形成之日起 20 个工作日内通过企业信用信息公示系统向社会公示。

市场主体应当对公示信息的真实性负责，不得隐瞒真实情况、弄虚作假。

### **3.4 经营异常**

市场主体应主动按照《企业信息公示暂行条例》要求公示相关信息，及时变更登记的住所或者经营场所，否则将被列入经营异常名录。

### **3.5 重点领域**

生产运营过程中，市场主体应严格执行各项规章制度，加强对重点流程的监督检查，确保生产经营过程中照章办事、按章操作。重点加强以下领域的信用合规检查与管理：

3.5.1 （价格与收费）遵守明码标价规定，依法执行价格政府定价、政府指导价和法定的价格干预措施、紧急措施，严禁价格欺诈等价格违法违规行为。

3.5.2 （合同管理）加强对合同文本的审定及审查、监督和管理，包括与合同有关的合同意向接触、资信调查、对外谈判、要约、合同的承诺与签订、履行、变更或解除、应收款追收、档案管理全过程的管理。

3.5.3 （广告管理）设计、制作、发布广告，应当真实、合法，以健康的表现形式表达广告内容，不得欺骗、误导消费者。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。

3.5.4（消费者权益保护）市场主体在经营的过程中，应保障消费者安全保障权、知情权、选择权、公平交易权、受尊重权及信息得到保护权等合法权益，对存在缺陷的产品和服务及时采取措施，接受消费者的监督。

3.5.5（产品质量与安全）不断提升产品与服务质量，完善质量体系，加强过程控制，严把各环节质量关，提供优质产品和服务。

3.5.6（反垄断与反不正当竞争）拒绝达成垄断协议行为，拒绝滥用市场支配地位，避免出现经营者集中行为。在生产经营活动中，遵守自愿、平等、公平、诚信的原则，遵守法律法规和商业道德，不实施或者帮助他人实施不正当竞争行为。

3.5.7（知识产权）建立健全知识产权保护体系，及时申请注册知识产权成果，规范实施许可和转让，加强对商业秘密和商标的保护，依法规范使用他人知识产权，防止侵犯商标专利知识产权和制售假冒伪劣行为。市场主体在选择专利代理机构的过程中，可参考市场监督管理局专利代理行业信用评价信息。

3.5.8（认证认可）组织实施强制性和自愿性产品、管理体系、服务认证体系建设时，应选择经国务院认证认可监督管理部门批准的机构。认证机构应获得认可后才能开展业务，开展认证业务时，应当完成认证基本规范、认证规则规定的程序，保障认证结果客观真实。

3.5.9（特种设备安全）特种设备生产、经营、使用、检验、检测，应坚持安全第一，应当遵守有关特种设备安全技术规范及



相关标准。配备特种设备安全管理人员、检测人员和作业人员，并对其进行必要的安全教育和技能培训。

3.5.10（食品安全）食品生产经营者应当依照法律、法规和食品安全标准从事生产经营活动，保证食品安全，诚信自律，对社会和公众负责，接受社会监督，承担社会责任。

3.5.11（网络交易）电子商务经营者从事经营活动，应当遵循自愿、平等、公平、诚信的原则，遵守法律和商业道德，公平参与市场竞争，履行消费者权益保护、环境保护、知识产权保护、网络安全与个人信息保护等方面的义务，承担产品和服务质量责任，接受政府和社会的监督。

3.5.12（标准化）不得生产、销售、进口或者提供不符合强制性标准的产品、服务。鼓励企业标准通过标准信息公共服务平台向社会公开，并按照标准组织生产经营活动，生产的产品、提供的服务应当符合公开标准的技术要求。

3.5.13（药品化妆品）从事药品生产活动应当取得药品生产许可证，遵守药品生产质量管理规范，建立健全药品生产质量管理体系，保证药品生产全过程持续符合法定要求。从事药品批发活动应当取得药品经营许可证。不生产（包括配置）、销售、使用假药、劣药。化妆品生产经营者应当依照法律、法规、强制性国家标准、技术规范从事生产经营活动，加强管理，诚信自律，保证化妆品质量。

3.5.14（医疗器械）医疗器械按照风险程度实行分类管理，第一类医疗器械实行产品备案管理，第二类、第三类医疗器械实

行产品注册管理。市场主体应事先进行备案（注册），生产的医疗器械产品应当符合医疗器械强制性国家标准、医疗器械强制性行业标准，同时建立相应的质量管理体系、风险管控计划、不良事件监测和再评价、产品追溯和召回制度等。

### **3.6 严重违法失信名单**

市场监督管理总局在食品安全、知识产权、价格、药品化妆品等领域制定了严重违法失信名单制度，市场主体应严格遵守，避免因较重的违法失信行为而被纳入严重违法失信名单。

## **第四章 信用合规运营管理**

### **4.1 开展诚信文化建设**

鼓励市场主体将诚实守信理念融入企业经营中，构建诚信文化并贯穿于企业文化建设。加强信用合规宣传教育，培养全员守法诚信、合规经营意识，引导员工诚实守信，建立员工守信激励、失信惩戒机制。建立常态化信用合规培育机制，将信用合规管理作为管理人员、重点岗位人员和新入职人员必修内容，培养信用合规管理专业化队伍。

### **4.2 建立风险识别预警机制**

结合市场主体行业特点和实际需要，梳理重点环节与重要业务的信用风险特别是行政风险，将信用合规要求融入合同管理、采购管理、融资管理、担保管理、投资管理、服务外包、人力资源管理、安全生产等关键业务流程控制。对于典型性、普遍性和可能产生比较严重后果的风险及时发布预警。

### **4.3 加强信用风险监测和处置**

建立违规风险和失信信息及时报告制度，发现风险隐患及时排查整改。对已产生失信影响的，实行快速处置、分类处置，制止违法违规行为，尽快消除不良影响。

### **4.4 积极进行信用修复**

信用合规管理人员定期查询国家企业信用信息公示系统、“信用中国”等信用网站，及时关注信用风险情况。存在行政处罚、严重违法失信名单等信息的情况下，信用合规管理人员及时按照各网站的要求进行信用修复，维护市场主体对外信用形象。

### **4.5 建立问责制**

完善违规行为处罚机制，明晰违规责任范围，细化惩处标准。针对反映的问题和线索，及时开展调查，严肃追究违规人员责任并督促改正。

### **4.6 开展信用合规管理评估**

定期对信用合规管理体系的有效性进行分析，对重大或反复出现的信用风险和违规问题，查找根源，完善制度，强化过程管理，持续改进提升。

## **第五章 附则**

**5.1** 本指引及附件内容是对市场主体信用合规建设作出一般性指引，供市场主体参考。

**5.2** 本指引未涉及事项，应当遵照相关法律法规及相关规定实施。

**5.3** 本指引自发布之日起实施。

附件：1.信用合规指导清单  
2.融资服务指导清单  
3.信用承诺书