

福建省市场监督管理局文件

闽市监信〔2025〕274号

福建省市场监管局关于印发《全面深化市场监管检查改革实施方案》的通知

各设区市、平潭综合实验区市场监管局，局机关有关处室、直属单位：

为认真贯彻党的二十届四中全会精神，进一步规范涉企行政检查，持续打造法治化营商环境，促进高质量发展，省市场监管局制定了《全面深化市场监管检查改革实施方案》，现印发给你们，请结合实际，认真抓好落实。

福建省市场监督管理局

2025年11月17日

(此件主动公开)

全面深化市场监管检查改革实施方案

为深入贯彻落实党中央、国务院和省委、省政府有关规范涉企行政检查、优化营商环境的部署要求，有效促进高质量发展，经研究决定，在2025年5月底以来开展扩大市场监管协同检查改革试点基础上，在全省范围内全面深化市场监管协同检查改革。为抓好改革顺利实施，确保改革目标如期实现，特制定本方案。

一、总体目标

坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，突出精准有效、公平公正、文明有序原则，通过全面深化改革，推动对象确定精准公平、检查方式联合智慧、检查质量文明有效、检查结果闭环运用等“四项改革”点位工作全面落实，做到“进一次门、查多项事”，市场监管协同检查新机制有效建立，涉企检查数量明显下降、更加规范高效，基层和企业负担有效减轻，检查公平性和有效性显著提升，市场监管部门良好监管执法形象得到有力强化，企业和人民群众广泛赞誉，社会效果持续彰显。

二、主要任务和措施

（一）全面实施协同检查改革任务

全面实施协同检查改革，夯实工作根基，树立示范标杆，拓宽创新路径，全力推动协同检查从制度化构建向效能化提升转变。

1. 扎实推进协同检查。全省各地要认真执行《福建省市场监管系统协同检查事项清单（第二版，2025年）》（附件1），试点地区按照“能协同尽协同”原则，开展清单内11个业务条线协同检查；非试点地区“分两步走”，第一步先开展信用监管、价监、广告监管、质量监督、食品安全监管和计量监督等6个业务条线协同检查，第二步扩大覆盖到直销企业、电子商务平台监管和专利代理机构、商标代理机构、认证检测机构监管共11个业务条线。除法律法规等另有规定和要求外，原则上纳入协同检查范围的事项，各业务条线不再部署单一事项检查，不断巩固扩大“进一次门、查多项事”的改革成果。

2. 鼓励扩大协同检查事项范围。支持具备条件的地方在省级清单基础上，主动探索将更多事项纳入协同检查范围，制定本级协同检查事项清单，积极尝试符合地方实际的协同检查新路径，为全省改革持续注入新动能。

3. 倾力打造改革示范样板。各地要勇于先行先试，深入总结在协同检查机制、精准监管、智慧监管等方面的经验，形成可复制、可推广的制度性成果，努力打造一批在全省乃至全国具有影响力的改革示范样板。

（二）着力创新协同检查监管方式制度

坚持“重点联重点、重点带专业、重点带一般、通用随同查”协同要求，强化跨领域、跨条线检查联动，创新建立一套成熟完善的协同检查机制，聚焦重点领域和产业发展精准发力，及时发

现和防范化解安全风险隐患，提升服务发展实效。

1. 积极探索建立“无事不扰”检查事项清单、企业“白名单”制度。对违法行为后果轻微、安全风险可控，运用非现场检查方式可以实现监管目的的检查事项“无事不扰”。坚持信用与风险相结合，支持各地探索试行诚信守法企业“白名单”制度，除法律法规规定必须检查的情形外，对其“无事不扰”，免于日常检查。

2. 探索推进完善集成协同检查模式。即围绕重点牵头检查项目，整合协同多个确定关联监管事项，结合实际，动态纳入现场发现的依法依规需要检查的若干个补充事项，推动检查事项有机整合，做到应协同尽协同。

3. 加大创新推行非现场检查方式力度。鼓励各地结合企业信用风险分级分类和行业特点，积极依托协同检查系统和信息化技术手段大力推行非现场检查方式，建立健全非现场检查工作制度。积极制定书面检查、远程监控、远程核查、风险监测预警等非现场检查工作指引，减少现场检查频次。

4. 着力建立“扫码入企”制度。依托信息化系统生成检查二维码，主动向企业展示检查任务、人员资质等信息，自觉接受企业监督，提升检查透明度和规范性。

5. 推进“监管+服务”深度融合。坚持“监管即服务”理念，在检查中同步开展政策宣讲、合规指引，对发现问题提供“一对一”整改指导，实现监管执法与帮扶紧密融合、一体推进。

6. 强化推进经营主体标签标注。坚持集中推进和日常监管

相结合，根据监管服务需要，针对不同业务领域经营主体及其行业、区域分布、行为等不同特征和关键信息，及时进行标签标注，并建立“物—经营主体”数据映射关系，加快构建完整体系，反复完善检查对象名录库，打牢精准抽取检查对象、高效协同检查基础。

7. 积极创新建立省市县三级协同检查高效运行机制。按照检查任务“谁部署、谁抽取名单”和基层属地检查为主的原则，明确省市县三级协同检查职责分工，积极探索建立全省性协同检查高效有序运行机制。全省性检查任务，由省局负责统一抽取检查对象名单并进行名单比对整合确定后派发；设区市局负责本辖区内统筹组织实施和对下指导，县级局负责具体实施协同检查，科学合理制定检查计划，准确适用检查方式，进一步减少现场检查次数，减轻基层负担。

三、时间安排

在前期组织 8 个设区市 16 个县（市、区）局和厦门、平潭全域，开展扩大协同检查改革试点，有效积累经验的基础上，推动全面深化改革。

（一）全面深入实施阶段（前期试点结束后至 12 月 10 日前）

前期试点单位在改革试点结束后，按能协同尽协同原则，先行进入全面深化改革阶段。非试点单位启动协同检查改革，在信用监管、价监、广告监管、质量监督、食品安全监管、计量监管等 6 大业务领域实施协同检查。并适时启动全面深化改革，开展

更大范围的协同检查。省局适时召开现场会，加快推进全面深化改革。12月10日前，全省各市、县（区）结合2025年度“双随机、一公开”抽查任务，同步完成所有协同检查任务。

（二）总结提升阶段（12月11日至12月31日）

全面回顾梳理改革工作情况和成效，总结经验，挖掘亮点特色，分析查找不足，研究改进措施，持续建章立制，推进工作常态长效。同步做好检查结果录入和发现问题整改衔接等后续工作。各设区市局（含平潭）于12月15日前将本地区开展改革工作总结材料报送省局改革专班办公室。

（三）常态化运行阶段（2026年1月1日起）

全省市场监管协同检查机制进入常态化运行阶段，按协同检查新模式开展检查，协同检查系统进一步完善，功能更加智慧高效，新机制更加健全，涉企检查更加规范，营商环境持续优化。

四、有关要求

各市、县（区）市场监管局和省局各有关处室、直属单位要充分认识全面深化检查改革的重要意义，主动担当作为，勇于攻坚克难，锐意开拓创新，全力以赴抓好改革工作。

（一）强化组织领导，健全工作机制。各级市场监管局主要领导要亲自谋划、亲自部署，靠前指挥；分管领导同志要直接抓，每周调度，常态化推进，其他各相关局领导要大力支持，分头协调推动改革。要结合全面深化改革工作需要，及时调整充实改革工作组织领导机构及其办事机构，加强工作力量。非前期试点单

位要尽快成立协同检查改革组织领导机构和办事机构，配齐配强办事机构专职人员，明确各业务条线职责分工，凝聚改革合力，共同抓好改革。各级改革专班要加强组织协调和督查推进，专班办公室承担好各项工作。省局各有关业务处室要切实增强大局意识和责任意识，加强本条线业务指导，主动参与系统建设应用和全面深化改革其他有关工作。

（二）加快系统建设，强化技术支撑。省局科信处要牵头开展协同检查系统的开发建设集中攻关。加快实现质量监督、计量监管和全面深化改革涉及其他监管系统主体并库、协同抽取和实施检查、“一表通查”、结果录入等系统模块建设，提升系统整体功能作用，及时组织系统测试、培训和上线运行使用。积极探索运用大数据、人工智能等现代信息技术赋能监管，提升协同检查智能化水平。在11月26日全省协同检查系统全面上线前，要加强过渡期间协同检查改革系统支撑，保障各地充分利用现有相关监管系统开展协同检查。

（三）加强培训宣传，营造良好氛围。组织开展分层分级培训，省局负责开展全省范围内重点培训，重点解读改革文件精神，加强改革工作指导，组织系统操作运用培训，并制作系统操作、协同检查流程等教学短视频。各市、县级市场监管部门要层层落实，分级抓好对下培训，组织编制分行业（领域）协同检查操作指引或手册，帮助基层一线检查人员熟练掌握系统操作使用知识技能，提升综合检查能力。推广“驻所蹲点+驻队跟班”培养模

式，通过实战历练培养复合型监管执法人才。要及时总结提炼各地在推行“无事不扰”、差异化监管、智能化应用、减轻企业负担等方面的特色亮点和创新做法，加大宣传报道力度，营造良好改革氛围，展现福建市场监管检查改革成效。

(四) 强化指导激励，推动责任落实。建立挂钩蹲点联系制度，强化下沉指导帮扶。省局将专门派出工作组赴基层一线蹲点，实地调研掌握情况，参与协同检查，指导服务各地推进全面深化改革，帮助研究解决实际问题。建立改革奖惩机制，对推行改革工作主动作为，力度大、推进快、成效好的单位在评先评优、资金补助、装备配置等方面进行激励表扬肯定，帮助基层提升综合检查监管能力，对改革工作拖拉、进度明显滞后，不推进协同检查，或涉企行政检查不规范，造成不良影响等情形，视情依照规定发出工作提示提醒，督促整改提高，进行通报批评和严肃问责。各级市场监管部门要积极创造条件，加强基层协同检查设施装备和资源保障，为改革顺利实施提供有力支撑。适用“双随机、一公开”监管方式开展协同检查，符合尽职免责条件的，按照国务院和省政府有关“双随机、一公开”监管有关文件执行。

- 附件： 1. 福建省市场监管系统协同检查事项清单表（第二版，2025年）
2. 福建省市场监管系统协同检查流程操作指引（试行）
3. 福建省市场监管协同检查规则（试行）

4. 市场监管协同检查涉及业务操作指引

福建省市场监管系统协同检查事项清单表（第二版，2025 年）

序号	检查事项	检查类型	检查对象 (行业企业、产品、项目等)	具体内容	每年完成 抽查比例	检查 范围/ 区域	是否分 期实 施	检查 时间	协同检查 频次比例		牵头 部门	参与 部门	实施检查 部门/单位	检查依据		
									频次	每次抽取 比例						
1	经营主体登记事项检查及公示信息“双随机、一公开”抽查	日常检查	全量经营主体	1. 登记事项检查, 包括营业执照(登记证)规范使用情况的检查, 名称规范使用情况的检查, 经营(驻在)期限的检查, 经营(业务)范围中无需审批的经营(业务)项目的检查, 住所(经营场所)或驻在场所的检查, 注册资本实缴情况的检查, 法定代表人(负责人)任职情况的检查, 法定代表人、自然人股东身份真实性的检查; 2. 公示信息检查, 包括年度报告公示信息的检查、即时公示信息的检查。	企业抽查比例不低于上年度期末企业数量的 3%, 个体工商户、农民专业合作社由市、县、区市场监管部门视实际情况确定	全省	是	全年	上半年 一次 (下同)	0.5% ~ 1%	下半年 一次	2% ~ 2.5%	信用监管部门	各相关部门	各市、县、区市场监管局(含平潭综合实验区市场监管局, 下同), 市场监管所	《公司法》《市场主体登记管理条例》《市场主体登记管理条例实施细则》《外国企业常驻代表机构登记管理条例》《企业名称登记管理规定》《合伙企业法》《电子商务法》《企业经营异常名录管理办法》《企业信息公示暂行条例》《企业公示信息抽查办法》《市场监督管理严重违法失信名单管理办法》《市场监督管理行政处罚信息公示规定》《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》

序号	检查事项	检查类型	检查对象 (行业企业、产品、项目等)	具体内容	每年完成 抽查比例	检查 范围/ 区域	是否分 期实 施	检查 时间	协同检查 频次比例		牵头 部 门	参与 部 门	实施检查 部 门/单 位	检查依据
									频次	每次抽取 比例				
2	直销行为 检查	日常 检查	直销企业 总公司	1. 直销企业发生重大变更 是否事先经批准; 2. 直销企业是否按规定支 付直销员报酬; 3. 直销企业是否按规定进 行信息报备和披露。	如果双随机任务中 抽查到直销企业总 公司同步进行该项 检查	全省	否	全年	1	/	直销 监 管 部 门	各相 关业 务部 门	县级以上 市场监 管部门	《直销管理条例》
3	价格监督 检查	日常 检查、 专项 检查	全量经营 主体	1. 是否按规定明码标价; 2. 是否有价格欺诈等不正 当价格行为; 3. 是否执行政府定价、政 府指导价(根据政策和专 项检查任务确定)。	不低于企业数量的 3%左右,个体工商 户、农民专业合作 社由各地市视实际情 况确定(按照双随机 抽查原则)	全省	是	2025年	上半年	1%~1.5%	价 监 部 门	各相 关业 务部 门	各市、县、 区市场监 管局,市场 监管所	《中华人民共和 国价格法》《明码 标价和禁止价格 欺诈规定》等
									下半年	2%~2.5%				
4	重要时节 重点对象 价格监督 检查	日常 检查、 专项 检查	市场主体 库中选择 标签与 “酒店” “民宿” “餐饮” “景区” “游乐 场”“商 超”“市 场”“集 市”相关 的经营主 体	1. 是否按规定明码标价; 2. 是否有价格欺诈、哄抬 价格等不正当价格行为; 3. 是否执行政府定价、政 府指导价、政府干预措施 (根据政策和专项检查任 务确定)。	当地根据实际情 况确定	全省	是	元旦、春 节、 明 一 午 秋、 国 庆 等重 要时 节	由各地 根据重 要时 节点确 定	由当地根 据实际情 况确定	价 监 部 门	各相 关业 务部 门	各市、县、 区市场监 管局,市场 监管所	《中华人民共和 国价格法》《明码 标价和禁止价格 欺诈规定》等

序号	检查事项	检查类型	检查对象 (行业企业、产品、项目等)	具体内容	每年完成 抽查比例	检查 范围/ 区域	是否分 期实 施	检查 时间	协同检查 频次比例		牵头 部 门	参与 部 门	实施检查 部 门/单 位	检查依据
									频次	每次抽取 比例				
5	电子商务经营行为监督检查	日常检查、专项检查	全量电子商务平台经营者	1. 电子商务平台经营者是否要求经营者提交其身份、地址、联系方式、行政许可等真实信息; 2. 电子商务平台经营者是否记录、保存平台上发布的商品和服务信息、交易信息; 3. 电子商务平台经营者是否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; 4. 电子商务平台经营者是否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; 5. 电子商务平台经营者是否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; 6. 电子商务平台经营者修改平台服务协议和交易规则，是否在其首页显著位置公开征求意见。修改内容是否至少在实施前七日予以公示。	全年不低于电子商务平台经营者数量的 5%	全省	是	全年	上半年	2.5%	网监部门	各相关部门	各市、县、区市场监管局，市场监管所	《中华人民共和国电子商务法》《网络交易监督管理办法》等

序号	检查事项	检查类型	检查对象 (行业企业、产品、项目等)	具体内容	每年完成 抽查比例	检查 范围/ 区域	是否分 期实 施	检查 时间	协同检查 频次比例		牵头 部 门	参与 部 门	实施检查 部 门/单 位	检查依据
									频次	每次抽取 比例				
6	药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告主发布相关广告的审查批准情况的检查	日常检查	药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告主	根据相关法律法规和规章规定执行。重点检查药品、保健食品、医疗器械、特殊医学用途配方食品广告发布批准文件的有效期是否过期，企业、个体工商户及其他经营单位是否按批准文件发布广告。	药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告主总数 5%	全省	是	全年	上半年	2.5%	广告监管部门	各相关部门	各市、县、区市场监管局，市场监管所	《中华人民共和国广告法》
									下半年	2.5%				
7	广告经营者、广告发布者建立、健全广告业务的承接登记、审核、档案管理制度情况的检查	日常检查	广告经营者、广告发布者	1. 是否按照国家有关规定，建立、健全广告业务的承接登记、审核、档案管理、统计报表等制度； 2. 是否按照规定报送《广告业统计报表》； 3. 关注相关档案资料的完整性及时间上的连续性。	广告经营者、广告发布者总数 5%	全省	是	全年	上半年	2.5%	广告监管部门	各相关部门	各市、县、区市场监管局，市场监管所	《中华人民共和国广告法》
									下半年	2.5%				

序号	检查事项	检查类型	检查对象 (行业企业、产品、项目等)	具体内容	每年完成抽查比例	检查范围/区域	是否分期实施	检查时间	协同检查频次比例		牵头部门	参与部门	实施检查部门/单位	检查依据
									频次	每次抽取比例				
8	专利代理机构及其专利代理人的监督检查	日常检查	省内获得专利代理资质的市场主体及律所	1. 专利代理机构和代理人执业行为, 专利代理机构年度报告和信息公示情况是否合规; 2. 专利代理机构主体资格和执业资质、专利代理机构设立、变更、注销办事机构情况是否合规。	相关经营主体的40%	全省	否	下半年	下半年	40%	知识产权保护部门	各相关部门	各市、县、区市场监管局,市场监管所	《专利代理条例》《专利代理管理办法》
9	地理标志专用标志使用行为抽查	日常检查	地理标志专用标志合法使用人	1. 是否建立地理标志专用标志使用管理台帐, 对专用标志印刷、发放、使用情况及时登记备案; 2. 是否按照相关标准、管理规范和使用管理规则组织生产地理标志产品; 3. 是否按照地理标志专用标志的使用要求, 规范标示地理标志专用标志; 4. 是否2年内未在地理标志保护产品上使用专用标志。	全省地理标志专用标志合法使用经营主体的5%	全省	否	全年	1	5%	商标监管部门	各相关部门	各市、县、区市场监管局,市场监管所	《地理标志产品保护办法》《地理标志产品保护规定》《地理标志专用标志使用管理办法(试行)》等
10	商标代理行为抽查	日常检查	经国家知识产权局备案的商标代理机构	1. 查阅商标代理委托书及相应的商标受理通知书,是否存在超过委托范围或未经委托代理商标注册等违法行为。 2. 检查是否存在以诋毁其他商标代理机构等手段招徕商标代理业务或者以其他不正当手段扰乱商标代理市场秩序等违法行为。	全省经国家知识产权局商标局备案的商标代理机构的5%	全省	否	全年	1	5%	商标监管部门	各相关部门	各市、县、区市场监管局,市场监管所	《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国商标法实施条例》《商标代理监督管理规定》等

序号	检查事项	检查类型	检查对象 (行业企业、产品、项目等)	具体内容	每年完成抽查比例	检查范围/区域	是否分期实施	检查时间	协同检查频次比例		牵头部门	参与部门	实施检查部门/单位	检查依据
									频次	每次抽取比例				
11	工许获证企业检查	日常检查、专项检查	具备工业产品生产许可证的生产企业	按照《福建省工业产品生产许可证获证企业现场监督检查工作指引(试行)》《工业产品生产单位落实质量安全主体责任监督管理规定》(市场监管总局令第75号)《市场监管总局关于推进工业产品质量安全主体责任落实的指导意见》(国市监质监发〔2023〕38号)文件有关要求,检查企业是否保持工业产品生产许可证获证条件。	100%(上半年沿海设区市10%,其他设区市15%;下半年对未开展检查的企业进行全覆盖检查),工业产品抽取量均基于上一年度末工业产品生产许可证获证企业主体数量进行抽取,其中具备食品生产许可证的企业与食品生产、信用监管业务条线协同检查,其他工许获证企业与信用监管业务条线协同检查)。	全省	是	全年	1次	100%	质量监督部门	品生处、量监处、质监处、信监处	各市、县、区市场监管局,市场监管所	1.《中华人民共和国工业产品生产许可证管理条例》(国务院令第440号)第三十六条第一款、第三十九条 2.市场监管总局关于贯彻落实《国务院关于调整工业产品生产许可证管理目录加强事中事后监管的决定》有关事项的通知 3.《工业产品生产单位落实质量安全主体责任监督管理规定》(总局75号令)第十四条
12	食品安全监督检查	日常检查	食品生产经营主体	根据《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国食品安全法实施条例》《福建省食品安全条例》《食品生产经营监督检查管理办法》《福建省食品安全信息追溯管理办法》《福建省食品安全风险分级管理工作规范》等相关法律法规和规章规定执行。详见福建省食品生产经营者日常监督检查要点表。	与食品安全协同检查规则衔接	全省	是	全年	4	与食品安全协同检查规则衔接	食品安全监管部门	各相关部门	各市、县、区市场监管局,市场监管所	《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国食品安全法实施条例》《福建省食品安全条例》《食品生产经营监督检查管理办法》《福建省食品安全信息追溯管理办法》《福建省食品安全风险分级管理工作规范》等

序号	检查事项	检查类型	检查对象 (行业企业、产品、项目等)	具体内容	每年完成 抽查比例	检查 范围/ 区域	是否分 期实 施	检查 时间	协同检查 频次比例		牵头 部 门	参与 部 门	实施检查 部 门/单 位	检查依据
									频次	每次抽取 比例				
13	在用强检 计量器具 检查	日常检 查、专 项检查	使用强检 计量器具 的单位和 个人	1. 是否有检定铅封、检定 证书(强检合格标志)等; 2. 是否使用经检定不合 格、超过检定周期的强检 计量器具。	相关经营主体的 3%	全省	是	全年	上半年	1.5%	计量监 管部 门	各相 关业 务部 门	各市、县、 区市场监 管局,市场 监管所	《计量法》《计量 法实施细则》
14	自愿性认 证活动监 督检查	日常检 查、专 项检查	自愿性认 证获证组 织	根据《认证认可条例》《认 证机构管理办法》《认证 证书和认证标志管理办 法》有关要求,对认证机 构的认证活动、认证结 果实施监督检 查。详见《认 证领域“双随机、一公开” 自愿性认证获证组织现场 检查表》	按照总局下派任务 数组织检查	全省	否	4月—11 月	一年一 次	根据总局 抽取自愿 性认证证 书对应的 获证组织				《认证认可条例》 第五十条 《认证机构管理 办法》第二十七条
15	强制性产 品认证活 动监督检 查	日常检 查、专 项检查	强制性产 品认证获 证组织	根据《认证认可条例》《认 证机构管理办法》《认证 证书和认证标志管理办 法》《强制性产品认证管 理规定》有关要求, 对认证机构的认证活动、 认证结果实施监督检 查。详见《认 证领域“双随机、 一公开”强制性产品认 证获证组织现场检查表》	按照总局下派任务 数组织检查	全省	否	4月—11 月	一年一 次	根据总局 抽取强制 性产品认 证证书对 应的获证 组织	认证检 测监 管部 门	各相 关业 务部 门	各市、县、 区市场监 管局,市场 监管所	《认证认可条例》 第五十条 《强制性产品认 证管理规定》第三 十七条

序号	检查事项	检查类型	检查对象 (行业企业、产品、项目等)	具体内容	每年完成 抽查比例	检查 范围/ 区域	是否分 期实 施	检查 时间	协同检查 频次比例		牵头 部 门	参与 部 门	实施检查 部 门/单 位	检查依据
									频次	每次抽取 比例				
16	机动车检验机构检查	日常检查、专项检查	获得省级资质认定的机动车检验检测机构	根据《检验检测机构资质认定管理办法》《检验检测机构监督管理办法》有关要求,检查机构是否符合资质认定许可条件。具体按照《福建省检验检测机构资质认定监督检查项目清单(适用于机动车检验机构)》落实。	相关检验机构的50%	全省	否	4月—11月	一年一次	抽取比例原则上不低于50%	认证检测监管部门	各相关部门	各市、县、区市场监管局,市场监管所	《计量法》(2018年修正)第二十一条 《产品质量法》(2018年修正)第十九条 《认证认可条例》(国务院令第390号公布,国务院令第764号第三次修订)第十五条 《检验检测机构资质认定管理办法》(2015年国家质量监督检验检疫总局第163号令公布,2021年国家市场监督管理总局令第38号修改)第四条(接下)

序号	检查事项	检查类型	检查对象 (行业企业、产品、 项目等)	具体内容	每年完成 抽查比例	检查 方式	检查 范围/ 区域	是否 分期 实施	检查 时间	协同 检查 频次 比例	牵头 部门	参与 部门	实施检查 部门/单位	检查依据	序号	
17	生态环境 检验检测 机构检查	日常 检 查、 专项 检查	获得省级 资质认定的 生态环境检验检 测机构	根据《检验检测机构资质 认定管理办法》《检验检测 机构监督管理办法》有 关要求, 检查机构是否符 合资质认定许可条件。具 体按照见《福建省检验检 测机构资质认定监督检查 项目清单(通用)》落实。	相关检验 机构的 30%	现场 检查	全省	否	4月— 11月	一年 一次	检查 比例 原 则 上 不 低 于 30%	认 证 检 测 监 管 部 门	各相关业 务部门	各市、县、 区市场监 管局, 市场 监管所	(续上) 《检验检测机构监 督管理办法》(2021 年4月8日国家市场 监督管理总局令第 39号公布根据2025 年3月18日国家市 场监督管理总局令 第101号修订)第四 条 《检验检测机构资 质认定评审准则》 (市场监管总局公 告2023年第21号)	

- 注: 1. 检查类型包括日常检查和专项检查、有因检查、飞行检查、体系检查。
2. 抽查比例优先保证完成国家明确的每年度必须完成的重点监管或专项抽查监管任务, 在此基础上对经测算本单位仍未完成信用监管抽查比例任务的, 可同步按不足部分随机抽取检查对象, 对重点监管任务实行协同检查的对象数量比例可根据工作实际确定。
3. 每个单位每年应完成的信用监管业务领域不低于前一年度企业总户数的3%的“双随机、一公开”抽查任务数量, 可以合并统计本单位各业务领域所有采取“双随机、一公开”抽查方式进行的检查对象数量, 有其他监管或考核要求的可适当提高抽查比例。

附件 2

福建省市场监管系统协同检查流程操作指引

（试行）

为依法规范实施协同检查，保障检查工作顺利进行，制定本指引。

一、制定协同检查方案

积极统筹整合年度“双随机、一公开”检查、重点监管等日常监管检查和有因检查（含举报投诉）、专项整治、飞行检查、大数据分析监测与舆情监测发现问题触发检查等各类非日常检查任务，对照《福建省市场监管系统协同检查事项清单》，由牵头部门（信用监管部门或当次检查任务主发起的业务部门）提出具体协同检查任务，牵头制定综合性或专项性协同检查方案。

协同检查方案的内容包括但不限于：检查目标任务、检查范围和对象、检查具体事项、抽查比例〔结合信用风险分类结果等确定，具体见“（一）随机抽取检查对象”〕、法定依据、检查类型、检查主体（牵头部门和参与部门）、检查方式、时间安排、工作要求等。

二、确定协同检查任务

（一）随机抽取检查对象

1. 根据检查方案确定的抽查比例和频次，通过相关监管平

台，从检查对象名录库随机抽取确定检查对象。检查对象一经确定不得擅自调整，若确需调整的，应报组织抽查的部门同意。

2. 根据检查对象通用型企业信用风险分类结果确定检查比例、频次和方式。重点监管领域信用风险分级分类管理另有规定要求的，从其规定。

(1) 信用风险分类为 A 类的，除涉及健康安全等重点监管领域外，实行“无事不扰”，一年免检期内无举报投诉或未发现问题的，再延长免检期限一年；两年免检期满后，按当年度明确的抽查比例和工作要求开展随机抽查；

(2) 信用风险分类为 B 类的，按低于本次抽查平均比例抽取，可以先提供书面材料，发现问题的，开展现场检查，未发现问题的不再开展现场检查；一年内检查不超过一次；

(3) 信用风险分类为 C 类的，按高于本次抽查平均比例抽取，采用现场检查方式开展检查，一年内检查不超过两次；

(4) 信用风险分类为 D 类的，按大幅高于本次抽查平均比例抽取，采用现场检查方式开展检查，一年内检查不超过三次。另有规定的除外。

(二) 随机选派检查人员

根据任务要求需要调配检查力量，通过监管平台，从执法检查人员名录库中随机选派执法人员(以下简称“检查人员”)。检查人员与检查对象有利害关系或其他关系可能影响公正检查的，应主动申请回避。

（三）随机匹配成立检查组

检查对象与检查人员确定后，应通过监管平台随机匹配，形成人员对象匹配表。随机选派的检查人员组成协同检查组，每个检查组不少于2人。

非“双随机、一公开”检查和专项整治、举报投诉等非日常监管任务要按照能协同尽协同的原则处理。

三、实施检查

（一）现场检查

1. 检查前

（1）采取集中培训、自学等方式，重点学习掌握检查方案有关内容、与当次检查工作直接相关的法律法规、规章制度规定，熟悉检查基本流程、掌握检查要领和注意事项等。

（2）检查组应制定具体检查计划，明确检查内容、路线图、时间表等，并细化周检查、月检查进度安排，准备相关检查文书及配套记录表。地址相近、同一业务领域的检查对象宜一起安排集中检查。

（3）按照检查任务要求，通过查询国家企业信用信息公示系统（福建）、各部门业务应用系统和档案资料等，了解掌握被检查对象基本信息和相关情况。

（4）应以书面、电话、网络或传真等规定形式，告知被检查对象检查时间及配合检查的相关要求，提示准备好相关资料。检查活动或检查事项不宜告知通知的，不得向企业透露情况，不

发放部门协同检查告知书。

2. 检查中

(1) 开展现场检查时, 采取集中和分头开展的方式进行, 召开简短见面会, 出示执法证表明身份, 说明检查来意、主要任务、检查依据和检查流程, 核验检查对象法定代表人(负责人)或受委托人等人员身份, 要求检查对象予以配合。

(2) 检查人员按照检查事项要求, 依照执法检查相关法律法规和工作流程程序规定, 采取分小组开展生产经营场所一线检查, 查看证照、制度和台账等书面材料, 与检查对象负责人和管理人员谈话, 询问当事人和知情人等核查工作。

(3) 检查中发现违法违规等异常情况的, 视情采取责令当事人停止违法活动、督促当事人整改、制作现场笔录、初步提取证据等相应监管措施。责令停止违法与督促整改可视情形采取书面方式、口头方式、移动执法设备打印等具体方式。

(4) 检查人员在核查过程中应依法做好调查取证和证据固定工作; 检查对象无法提取材料原件的, 应提供与原件核对无误的复印件; 检查材料需带回核查的, 应逐项清点材料, 经检查对象确认后封存, 并办理相关交接手续。

(5) 检查人员宜通过拍照、录音、录像等方式记录现场检查过程。

(6) 检查对象拒绝检查违反法律法规的, 应当按照相关规定处理。

3. 检查后

检查人员应及时汇总各个事项检查结果，如实填写《现场检查记录表》并由检查组全体成员签字确认，对检查结果有不同意见的，由检查组集体研究确定最终结论。当次检查结果依法需签字或盖章的，应由检查对象法定代表人或负责人签署，或加盖公章；委托他人代签的，需出具授权委托书。检查对象拒绝签字或盖章的，检查人员应当予以注明。法律、法规、规章或相关业务领域检查规定对签字盖章另有专门要求的，从其规定。

（二）非现场检查

1. 信用风险分类为 B 类的，且书面检查未发现问题的，不再开展现场检查。

2. 实施书面检查的，应根据相关规定审查检查对象提供的相关材料，或通过部门信息交换机制，获取和对比检查对象的相关信息等方式实施检查。

3. 实施网络监测的，可依法使用网络监测软件和工具，通过对检查对象有关的网站、网页、邮件等网络、电子资料进行监测监控或截图锁定，进行证据采集固定，以及对检查对象相关信息进行网络对比等方式实施检查。

四、后续处理

（一）形成检查结论

检查组应综合分析检查对象现场检查、非现场检查情况，汇总商讨形成最终检查结果。检查结果包括：未发现问题、发现问

题或不予配合等其他情形，具体根据各监管业务条线的规范检查结果用语表述。

(二) 公示

1. 检查结果由检查组汇总后统一录入，并在检查结束之日起20个工作日内，按照“谁检查、谁录入、谁负责”的原则和行政执法公示制度要求向社会公示。已实施检查但未进行公开的，视为未完成检查。

2. 检查对象有下列情形之一的，可视为“不予配合情节严重”，各部门应按规定予以公示：

- (1) 拒绝检查人员进入被检查场所的；
- (2) 拒绝、不如实、不按要求向检查人员提供相关材料的；
- (3) 其他阻挠、妨碍检查工作，致使检查工作无法正常进行的。

(三) 告知检查结果

检查结果依法应告知检查对象的，按有关规定通过检查结果告知书形式或网络公告方式，及时告知被检查对象。

(四) 移交处理

对检查发现存在问题的，依据有关规定移交相关业务监管部门依法处理或移交执法部门立案调查。

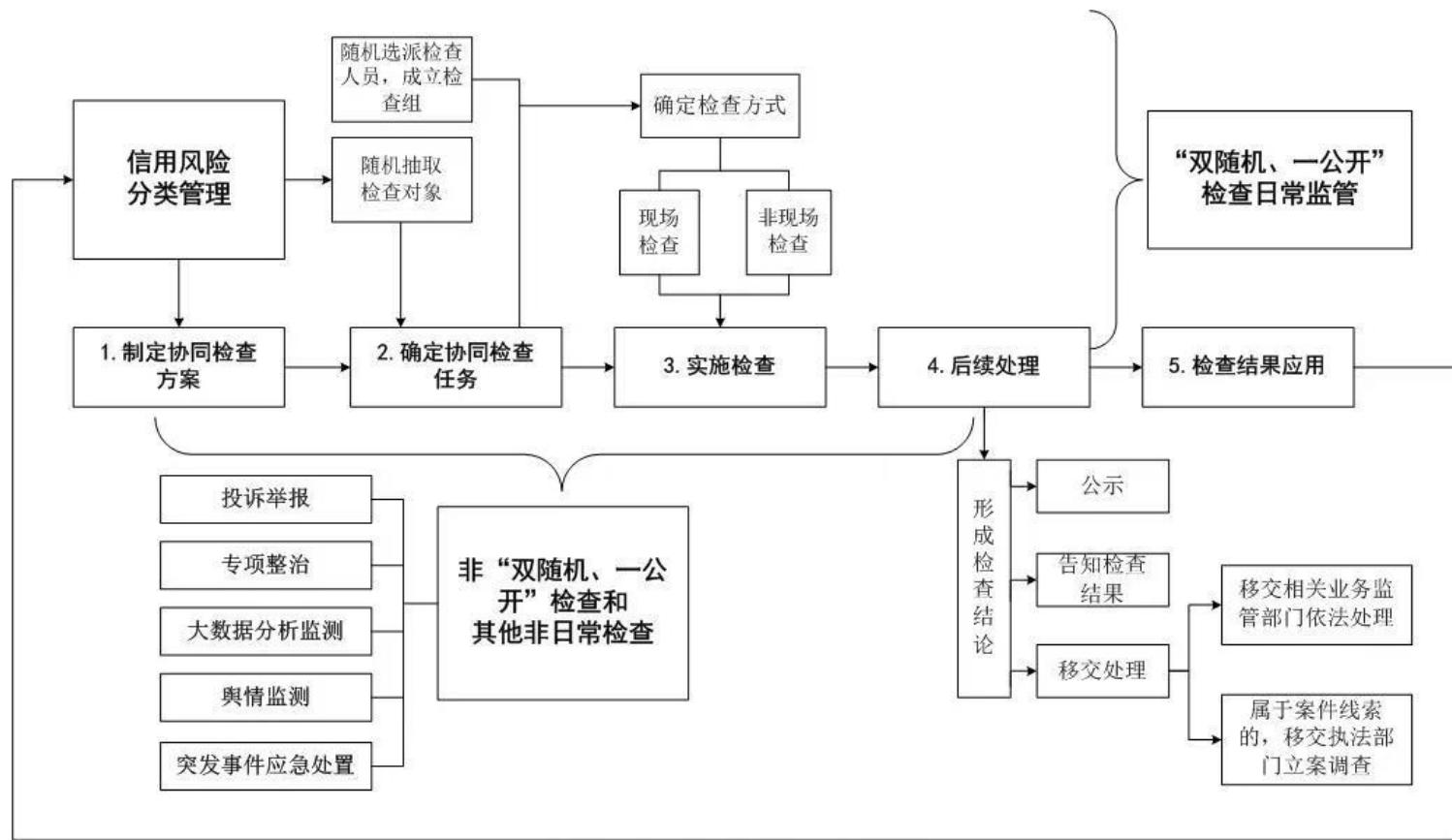
五、检查结果应用和评估

(一) 适时自动调整完善分类结果。依据检查结果形成的信息，纳入信用风险分类指标体系，由系统自动调整信用风险

分类。信用风险分类结果作为下次检查抽查比例、频次和方式的依据，最终形成全流程检查闭环。

(二) 加强检查评估。梳理复盘检查情况，评估工作成效，总结经验，查找不足，研究改进对策。听取有关方面评价建议，加强研究分析采纳，不断提升检查水平。

福建省市场监管系统协同检查流程图



附件 3

福建省市场监管协同检查规则

（试行）

为进一步规范涉企行政检查，推动“四个环节改革”点位工作落实，提高市场监管协同检查制度化、标准化、规范化水平，着力以精准有效、公平公正、文明有序监管优化营商环境、促进高质量发展，根据有关法律法规规章和文件规定，制定本规则。

一、协同检查的基本含义

本规则所称协同检查，是指全省市场监管部门依法对所注册登记和许可审批的各类经营主体开展行政检查时，通过随机方式精准公平抽取检查对象；对存在一个主体涉及多项市场监管检查事项，不同层级市场监管部门实施同一类检查任务，或同一部门不同内设机构针对同一类主体开展检查等情形，以及日常监管检查和非日常监管检查，要按照能协同尽协同原则实施检查，实现行政检查“任务协同、部门协同、层级协同、单位协同”，做到“进一次门、查多项事”，避免多头检查、重复检查。

前述行政检查主要包括对经营主体资格（或登记事项）的检查；对其生产经营行为的检查，如食品、工业产品生产经营活动，及其价格行为、广告行为、网络交易行为等其他经营服务行为的检查；对其使用计量器具等工具设备的检查；以及其他各类市场

监管事项的检查。

二、适用业务领域

本规则适用于信用监管、直销企业监管、价格监管、网络交易监管、广告监管、专利代理监管、商标监管、质量监督、食品安全监管、计量监管、认证检测监管等业务领域涉及经营主体相关检查事项的协同检查。

后续新增业务条线或市场监管部门牵头的跨部门联合监管，按照本规则执行。

三、各业务条线抽查基础规则

(一) 信用监管。随机抽取比例要求：以全省经营主体总数为基数，企业抽查比例不低于上一年度企业期末实有数的 3%，每年上、下半年分别按不低于 0.5%、2.5% 的比例抽取；个体工商户、农民专业合作社抽查比例由各设区市、平潭综合实验区局或县级局结合实际确定，必要时由省局根据监管工作需要确定。

差异化抽查要求：按通用型经营主体信用分类划分的，A 类主体一年内实行“无事不扰”，免于现场检查，没有投诉举报或监测未发现问题的，可延长一年，但涉及健康安全或有专门监管要求的除外，满两年以后的年度抽查，按照当年度抽查比例和工作要求执行。B 类主体按低于当期抽查平均比例抽取，一年不超过 1 次。C 类主体按适当高于当期抽查平均比例抽取，D 类主体按显著高于当期抽查平均比例抽取，两类主体年度检查频次均按照总局规定执行。

(二) 直销企业监管。以直销企业总公司为检查单位。在其他协同检查任务中被抽中的，同步实施直销行为检查。

(三) 价格监管。抽查基数、抽查比例要求及差异化抽查要求与信用监管保持一致。结合经营主体标签标注等，支持在节假日等重要时节对“酒店”“民宿”“餐饮”“景区”“游乐场”“商超”“市场”“集市”等重点对象开展价格监督检查，检查比例由各地根据实际工作需要确定。

(四) 网络交易监管。电子商务平台经营者抽查比例按全年5%比例开展，上、下半年各一次，每次2.5%。差异化抽查要求与信用监管一致。

(五) 广告监管。针对广告经营者、广告发布者及药品、医疗器械、保健食品等广告服务业市场主体，抽查比例不得低于5%（上、下半年各一次，每次2.5%）。差异化抽查要求与信用监管一致。

(六) 专利代理机构监管。针对省内获得专利代理资质的专利代理的市场主体，抽查比例不低于40%（全年一次，下半年完成）。差异化抽查要求同信用监管一致。

(七) 商标和地理标志监管。针对地理标志专用标志合法使用人、经国家知识产权局备案的商标代理机构，抽查比例不得低于5%。差异化抽查要求与信用监管一致。

(八) 工许获证企业监管。上半年抽查沿海设区市（福州、厦门、漳州、泉州）获证企业。抽查比例为10%；其他设区市抽

查比例为 15%。下半年对上半年未抽查的获证企业实施全覆盖检查（可用随机抽取方式确定企业名单检查顺序）。

(九)食品安全监管。对食品生产经营主体实行每两年至少进行一次全覆盖检查。根据食品生产经营者的食品安全风险等级实施差异化频次管理。A 级的每 2 年 1 次；B 级的每年 1 次；C 级的每年 2 次；D 级的每年 3 次。

(十)计量监督。针对使用强检计量器具的单位和个人，抽查比例不得低于 3%。差异化抽查要求与信用监管一致。

(十一)认证检测监管。按照总局下派自愿性认证证书对应的获证组织任务数和强制性认证证书对应的获证组织任务数；机动车检验机构按 50%的比例抽取，生态环境检验检测机构按 30%的比例抽取。

四、检查对象协同抽取规则和流程

(一)建立完善检查对象名录总库和细分领域子库。依托市场监管部门注册登记和许可审批的经营主体库，建立健全市场监管部门检查对象名录总库。

紧扣市场监管检查和服务工作需要，针对各业务领域检查事项情况、行业领域、分布区域等不同事项类型和特点，组织开展经营主体多维度、立体式、全覆盖的标签标注，建立动态更新维护机制，加强经营主体与其生产经营行为、检查客体及其他相关要素等事项之间的映射关联，建立市场监管各业务条线等细分领域检查对象名录子库，夯实协同检查对象抽取工作基础。

(二)分业务领域先后抽取检查对象名单。各监管业务条线根据各自法定抽查比例、差异化抽查要求和特定业务条件要求，按照重点监管、专业监管、一般监管和通用监管领域事项先后顺序，以统一社会信用代码为索引，从各细分业务领域检查对象名录子库分别抽取待检查对象名单，在合并计算各细分领域抽取数量、比例并予以扣除的基础上，最后按补足比例要求抽取通用监管领域待检查对象名单。

(三)合并归集待检查对象名单。对已抽取的各业务条线检查对象名单，以经营主体统一社会信用代码为唯一标识，进行比对、归并与去重，形成最终协同检查对象名单。通用监管领域有专项检查任务要求的比例应先予以扣除。

依据经营主体标签标注，对同一经营主体涉及多项检查事项的，由实施检查单位根据能协同尽协同原则和检查监管能力等实际情况，合理确定协同检查事项数量，整合形成同一主体的综合性检查事项清单，实施协同检查，但技术性较强的事项除外。

(四)明确抽取层级与时间。检查对象的抽取遵循“谁部署、谁负责”的原则。省局部署的全省性日常检查任务，由省局负责抽取检查对象名单；设区市局、平潭综合实验区局或县级局部署的检查任务，由相应部署单位负责抽取。

“双随机、一公开”日常检查对象抽取以上、下半年各一次为基本周期。省局原则上于每年12月底（或当年1月初）抽取派发次年（或当年）上半年的检查任务，并于每年6月底或7月

初抽取派发当年下半年的检查任务。各业务条线应在此框架下协同开展抽取工作。对于确有特殊情况无法同步开展的专项检查，可由任务部署单位根据实际需要安排抽取时间，但应通过全省市场监管协同检查系统操作，并尽可能与同期其他检查任务开展协同检查。

五、规范实施协同检查规则

根据各业务领域经营主体标签标注情况，结合监管事项性质和特点，选择合适实施协同检查模式，确定牵头协同检查部门，保障协同检查高效有序实施。

（一）主要协同模式

1. 重点联重点。重点监管领域经营主体涉及其他重点监管事项的，包括同时取得食品生产许可证和食品相关产品生产许可证的食品生产企业，应当纳入协同检查。

2. 重点带专业。重点监管领域经营主体涉及专业监管事项的，应当纳入协同检查。

3. 重点带一般。重点监管领域经营主体涉及一般监管事项的，应当纳入协同检查。

4. 通用随同查。通用监管事项检查采用随同重点监管、专业监管、一般监管事项的方式实施，不单独抽取名单实施检查，但总局专门部署和有特殊监管要求的专项整治检查除外。

重点监管领域检查对象数量较大的，与通用监管等领域实施协同检查的比例，由组织抽取名单或实施检查部门根据监管能力

和工作需要确定，并通过全省市场监管协同检查系统，按照确定比例随机抽取协同检查对象。

(二)合理确定牵头部门。按照“行政层级就高、风险等级就高、事项复杂就高”综合运用原则，确定协同检查牵头部门，首先依据行政层级由高到低确定牵头部门；层级相同或无法以层级确定的，再依据风险等级由高到低确定；层级、风险均相同或均无法据此确定的，最后依据事项复杂程度由高到低确定。牵头部门负责牵头组织实施协同检查。检查事项专业性、技术性较强的，由检查事项相对应业务部门协调确定专业技术资源和力量参与检查，保障协同检查质量。

六、专项整治检查协同规则

加强日常监管与专项整治检查的协同实施。专项整治有下列情形之一，应纳入协同检查。

(一)检查对象相同的。专项整治检查对象与日常监管检查对象属于同一行业或同一类主体，检查任务存在重复交叉，且日常监管任务尚未完成的；

(二)检查时间同步的。专项整治检查部署时间与日常监管任务能实现同步的；

(三)检查对象通过随机抽取确定的。专项整治检查对象数量大，未要求全覆盖检查而采取随机方式抽取检查对象，且具备协同检查条件的。

七、协同检查的特殊规定

因举报投诉、大数据分析监测和舆情监测发现问题、突发事件应急处置等开展的有因检查，以及国家或省级统一部署、且不具备第六条规定情形的临时性专项整治，一般不纳入协同检查范围，但检查对象数量大，且实施检查单位认为具备检查能力和条件的除外。

八、有关附则

本规则所称重点监管事项，是指涉及健康、安全风险程度高的检查事项，以及对信用风险分类为 C 类、D 类的经营主体实施的检查。此类事项包括食品安全监管、工业产品生产许可证获证企业监管等，在名单抽取和实施检查上具有高优先级。**非重点监管事项**，是指除上述事项以外的其他事项。

本规则所称专业监管事项，是指市场监管检查事项中的细分领域、需要较强专业知识支撑检查的事项，如网络交易监管、专利代理监管、商标代理机构监管、计量监管、认证检测监管、企业公示年报财务信息检查等，此类事项强调监管的专业性。**一般监管事项**，主要指检查事项涉及安全风险程度低或者经过简单培训即能掌握检查要求的事项，主要包括直销监管、广告监管等。

本规则所称通用监管事项，是指涉及所有经营主体的检查事项，包括信用监管的登记事项、公示信息检查事项和价格监管中的明码标价检查事项等。

附件 4

市场监管协同检查涉及业务操作指引

为规范和指导全省市场监管系统按照协同检查模式要求，增强业务检查的可操作性和实效性，做到“进一次门、查多项事”，精准发现问题，有效防范风险，在梳理各业务领域检查事项和操作要领的基础上，制定本指引，供各级市场监管部门在实际工作中参照执行。

一、登记事项检查

（一）营业执照（登记证）规范使用情况的检查

检查是否将营业执照置于住所或者营业场所醒目位置，营业执照是否存在涂改行为。

（二）名称规范使用情况的检查

检查印章、银行账户、法律文书等所使用的名称是否与登记注册的名称相同；合伙企业是否在名称中标明“普通合伙”“特殊普通合伙”或者“有限合伙”字样，个人独资企业是否在名称中标明“（个人独资）”字样，个体工商户是否在名称中标明“（个体工商户）”字样，农民专业合作社（联合社）是否在名称中表明“专业合作社”或者“专业合作社联合社”字样。可以通过相关经营主体银行账户名称情况开展核实。

（三）经营（驻在）期限的检查

查看营业执照上载明的经营期限,是否存在超出经营(驻在)期限开展经营活动的行为。

(四) 经营(业务)范围中无需审批的经营(业务)项目的检查

查看营业执照上载明的经营(业务)范围、企业财务资料、对外合同等证明材料,询问相关主管人员、工作人员了解主营业务范围是否与登记的范围一致,排查是否存在超出登记的经营(业务)范围开展一般性经营活动的行为。

(五) 住所(经营场所)或驻在场所的检查

查看房屋产权证明等住所证明材料,核实登记的住所(经营场所)或驻在场所是否与实际路牌、楼层等情况一致。

(六) 注册资本实缴情况的检查

对属于实缴制行业的企业出资情况进行核查,检查企业提交的验资报告、财务报表、银行进账单等证明材料,排查有无虚假出资、抽逃出资、虚报注册资本等线索。

(七) 法定代表人(负责人)任职情况的检查

通过业务系统查询企业法定代表人(负责人)是否担任其他被吊销企业的法定代表人。

查阅任职证明、股东会决议、董事会决议等文件,检查法定代表人(负责人、执行事务合伙人)是否变更未登记。

(八) 法定代表人、自然人股东身份真实性的检查

现场核查时,原则上要求企业法定代表人到场进行身份问询

核实。确实无法到场的，也可通过技术手段远程进行。对自然人股东，可以通过电话、视频、函询等方式对其身份和投资情况进行核实，排查是否存在身份被冒用的情况。法定代表人、自然人股东无正当理由拒不到场或未在规定期限内配合身份核实的，可认定为“不配合检查情节严重”。法定代表人、自然人股东的身份与登记情况不符或有明显欺骗隐瞒迹象的，可认定为“发现问题待后续处理”，对企业开展进一步调查。

本事项所称的法定代表人，也包括企业分支机构的负责人、合伙企业执行事务合伙人或其委派的代表。本事项所称的自然人股东，也包括个人独资企业的投资人、合伙企业的自然人合伙人等。

二、公示信息检查

（一）年度报告公示信息的检查

1. 通信地址、邮政编码、联系电话、电子邮箱等信息：询问了解或由企业提供相关通信证据材料核对企业通信地址和邮政编码；用电话拨打企业公示电话核对联系电话；要求企业现场打开邮箱，或者给监管部门指定邮箱发送邮件，查看企业名片、宣传资料等方式核对电子邮箱。

2. 开业、歇业、清算等存续状态信息：采取书式检查、现场检查等方式。通过查看企业财务报表、销售明细账册等相关资料判断开业、歇业状态。通过查验股东会决议、清算组备案手续、企业注销公告或司法文书、政府文件等判断是否为清算状态。

3. 投资设立企业、购买股权信息：核对企业提交材料与企业

公示信息，通过企业提交材料、书式检查、委托专业机构等方式核查企业公示信息是否弄虚作假、隐瞒真实情况。核查对外投资账册等。

4. 企业为有限责任公司或者股份有限公司的，其股东或者发起人认缴和实缴的出资额、出资时间、出资方式等信息：核对企业最后一次备案章程、企业自有章程、登记系统中登记信息、企业公示信息是否一致，但以企业提交的最新章程为准。如发现企业最新章程修改未备案，要求企业及时办理备案。其中：a. 对认缴制企业的出资到位情况的核查应当要求企业提交财务报表、银行进账单等证明材料；b. 对实缴制企业的出资情况进行核查时，适用“注册资本实缴情况的检查”事项的检查方法。

5. 有限责任公司股东股权转让等股权变更信息：通过比对实收资本明细账或股东名册与登记系统中登记的信息，核实股东变更情况。通过查看企业提交的章程、股东会决议、股权转让协议、股东名册、审计报告等证明材料，核实股权变更情况。

6. 网站以及从事网络经营的网店的名称、网址等信息：通过要求企业展示有关网页、主动进行网络搜索等方式进行检查。

7. 从业人数、资产总额、负债总额、对外提供保证担保、所有者权益合计、营业总收入、主营业务收入、利润总额、净利润、纳税总额信息。（1）从业人数：与人社部门进行数据比对，或核对企业提交年报年度末的工资发放清单、劳动报表等相关资料；核对年度末的工资发放清单、劳动报表等相关资料。（2）

对外提供保证担保：要求提供合同文本、保证担保合同或审计报告等有关材料，判断企业有无瞒报情形。（3）资产总额、负债总额、所有者权益合计、营业总收入、主营业务收入、利润总额、净利润、纳税总额信息：核查企业提供的财务报表、账簿、凭证等，或者利用税务等其它政府部门作出的检查、核查结果，判断是否与公示情况一致。可以委托专业机构作出专业结论，可以采纳企业提供的审计报告。

8. 资产状况信息包括营业额或营业收入、纳税总额等。（1）营业额或营业收入：核对账册、凭证粘贴簿、进销货登记簿或税控装置等经营资料。不明显多于或少于税务部门核定的营业额或合理营业收入可视为正常，精确到万元。（2）纳税总额：税务部门通知书、完税证明或银行扣税记录等，核查与年报信息是否一致，精确到万元。

9. 行政许可取得和变动信息：提供相关行政许可证明，核对许可文件名称、有效期与年报信息是否一致。

10. 大型企业逾期尚未支付中小企业款项有关信息。根据总局当年确定的我省大型企业名单，通过抽查辖区内大型企业会计资料、审计报告等资料，核查大型企业是否通过年报如实对外公示有关信息：（1）是否存在《保障中小企业款项支付条例》（国务院令第728号）规定的逾期尚未支付中小企业款项的情形；（2）逾期尚未支付中小企业款项的合同数量；（3）逾期尚未支付中小企业款项的合同金额。

（二）即时公示信息的检查

通过查阅企业最新章程、股东会决议、股权转让协议、实收资本明细账或股东名册、审计报告或验资报告、财务报表、银行进账单、行政许可证证明、行政处罚决定书、场所使用证明等材料，以及通过比对各部门归集的登记备案、行政许可、行政处罚等信息，确认企业是否将下列信息在信息形成之日起 20 个工作日内通过国家企业信用信息公示系统准确向社会公示：

1. 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；
2. 有限责任公司股东股权转让等股权变更信息；
3. 行政许可取得、变更、延续信息；
4. 知识产权出质登记信息；
5. 受到行政处罚的信息；
6. 其他依法应当公示的信息。

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：核对企业最新的自有章程、登记系统中最后一次的相关登记备案信息。检查材料：（1）对认缴制企业出资到位情况的检查，要求企业提交财务报表、财务账簿、银行进账单等会计凭证以及其他相关材料；（2）对实行实缴制的企业的出资情况进行检查时，检查企业提交的验资报告、财务报表、财务账簿、银行进账单等会计凭证以及其他相关材料。

有限责任公司股东股权转让等股权变更信息：（1）股东变更：核对登记系统中登记信息，查看企业章程、股东会决议、股权转让协议、股东名册、审计报告等相关材料；（2）股权转让：核对登记系统中备案信息，查看企业章程、股东会决议、股权转让协议、股东名册、审计报告等相关材料。

行政许可取得、变更、延续信息：检查企业的相关许可证或批准文件，或与相关部门信息进行数据比对。也可以直接登录相关部门的网站查看相关许可审批信息。

知识产权出质登记信息：检查企业的商标权、著作权（版权）、专利权质押登记书等相关材料，或与相关部门信息进行数据比对。

受到行政处罚信息：市场监管处罚信息自查，与相关部门信息、进行数据比对，或检查企业的处罚决定书、罚没收据等相关材料。

三、“1+X”专项督查

对宾馆饭店、商场超市等相关市场主体经营行为进行监督检查，通过依法依规检查市场主体提供的会计凭证、财务报告以及其他会计科目资料，依职权检查是否存在党政机关、人民团体、国有企事业单位或党员干部个人奢侈消费、定点消费、使用公款定期支付、违规吃喝等问题线索。

四、价格行为监督检查

按照《福建省重点领域价格监督检查指导手册》《福建省转供电环节价格检查指导手册》《殡葬服务收费监督检查指导意见》

等指导意见，重点检查相关主体以下价格（收费）行为：

（一）明码标价情况

1. 是否明码标价；
2. 是否在标价之外加价出售商品或者收取未标明的费用；
3. 是否不按照规定的内容和方式明码标价；
4. 是否违反明码标价规定的其他行为。

（二）价格欺诈情况

1. 是否谎称商品和服务价格为政府定价或者政府指导价；
2. 是否以低价诱骗消费者或者其他经营者，以高价进行结算；
3. 是否通过虚假折价、减价或者价格比较等方式销售商品或者提供服务；
4. 是否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. 是否无正当理由拒绝履行或者不完全履行价格承诺；
6. 是否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. 是否通过积分、礼券、兑换券、代金券等折抵价款时，拒不按约定折抵价款；
8. 是否有其他价格欺诈行为。

（三）哄抬价格情况

1. 是否捏造、散布涨价信息，扰乱市场价格秩序；
2. 是否除生产自用外，超出正常的存储数量或者存储周期，

大量囤积市场供应紧张、价格发生异常波动的商品，经价格主管部门告诫仍继续囤积；

3. 是否利用其他手段哄抬价格，推动商品价格过快、过高上涨。

(四) 政府定价、政府指导价执行情况

1. 是否超出政府指导价浮动幅度制定价格；
2. 是否高于或者低于政府定价制定价格；
3. 是否擅自制定属于政府指导价、政府定价范围内的商品或者服务价格；
4. 是否提前或者推迟执行政府指导价、政府定价；
5. 是否自立收费项目或者自定标准收费；
6. 是否采取分解收费项目、重复收费、扩大收费范围等方式变相提高收费标准；
7. 是否对政府明令取消的收费项目继续收费；
8. 是否违反规定以保证金、抵押金等形式变相收费；
9. 是否强制或者变相强制服务并收费；
10. 是否不按照规定提供服务而收取费用；
11. 是否不执行政府指导价、政府定价的其他行为。

(五) 行政事业性收费政策落实情况

1. 是否擅自制定或者提高收费标准、提前收费、延长收费期限、重复收费、扩大收费范围或者不执行收费优惠政策等方式进行收费；

2. 是否不按规定提供服务或者降低服务标准收费；
3. 是否不按规定进行收费公示；
4. 是否有其他违法收费行为。

五、直销行为检查

包括重大变更的检查、直销员报酬支付的检查、信息报备和披露的检查三项，仅针对直销企业总公司。

（一）重大变更的检查

目前仅投资者变更属于重大变更。如果直销企业是非上市公司，仅检查股东变化是否有商务部审批文件；如果直销企业是上市公司，因股东数量可能很多，仅检查实际控制人变化是否有商务部审批文件。

在检查中，对于股东是否发生变化，需查看直销企业获得直销经营许可证时股东信息、之后的股东情况变化信息、检查时股东情况，如股东发生变化的，需查看企业是否有商务部审批文件。实际控制人是否发生变化，需要求企业提供书面陈述，如果企业陈述实际控制人发生变化的，需查看企业是否有商务部审批文件；如果企业陈述实际控制人未发生变化的，可不用查看企业是否有商务部审批文件。

（二）直销员报酬支付的检查

需检查直销企业是否按月支付直销员报酬，检查直销企业支付给直销员的报酬是否按照直销员本人直接向消费者销售产品的收入计算，检查直销员报酬总额（包括佣金、奖金、各种形式

的奖励以及其他经济利益等)是否超过直销员本人直接向消费者销售产品收入的 30%。

检查中,需查看企业的直销员计酬制度,企业的直销员报酬发放记录等信息。如企业有专人负责计酬和报酬发放,还应询问具体工作情况。

(三) 信息报备和披露的检查

需检查直销企业是否建立了完备的信息报备和披露制度;是否建立了中文网站向社会披露直销信息;直销企业的直销信息披露网站是否与政府部门建立的直销行业管理网站链接,向政府部门报备的网址是否与实际披露网址一致,社会公众登录企业官网后是否能轻易找到直销披露网页或版块;在企业的直销信息披露网站上,直销企业是否真实、准确、及时、完整地向社会公众披露有关的具体信息;直销企业是否在每月 15 日前通过政府部门建立的直销行业管理网站报备上月保证金存缴情况、直销员直销经营收入及纳税明细情况、企业每月销售业绩及纳税情况、直销培训员备案、其他需要报备的内容。

在检查中,需查看企业信息报备披露制度,查看企业直销信息披露网站内容,查看工商、市场监管部门直销行业管理网站。如企业有专人负责直销信息报备披露,还应询问具体工作情况。检查人员也可采用自己认为适当和必要的方式进行检查。

六、电子商务经营行为监督检查

电子商务平台经营者是指在电子商务中为交易双方或者多

方提供网络经营场所、交易撮合、信息发布等服务，供交易双方或者多方独立开展交易活动的法人或者非法人组织。务必将电子商务平台经营者与电子商务经营者、平台内经营者做好区分。

1. 电子商务平台经营者是否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。

2. 电子商务平台经营者是否记录、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是否不少于三年（法律、行政法规另有规定的，依照其规定）。

3. 电子商务平台经营者是否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。

4. 电子商务平台经营者修改平台服务协议和交易规则，是否在其首页显著位置公开征求意见。修改内容是否至少在实施前七日予以公示。

5. 电子商务平台经营者在其平台上开展自营业务的，是否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。

6. 电子商务平台经营者是否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。电子商务平台经营者是否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。

七、广告行为检查

（一）药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品

广告主发布相关广告的审查批准情况的检查

重点检查药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告发布批准文件的有效期是否过期，企业、个体工商户及其他经营单位是否按批准文件发布广告。

（二）广告经营者、广告发布者建立、健全广告业务的承接登记、审核、档案管理制度情况的检查

检查是否按照国家有关规定，建立、健全广告业务的承接登记、审核、档案管理等制度。关注相关档案资料的完整性及时间上的连续性。

八、工业产品生产许可证产品生产企业检查

重点检查获证企业的营业执照、工业产品生产许可证书、场所、人员、设备、检验、产品标识等，关注营业执照、许可证书明确的企业名称、地址、许可范围是否发生变化；企业人员、设备、检验、产品标识等是否按照许可要求落实。

九、食品生产监督检查

检查内容包括：1. 食品生产者资质；2. 生产环境条件；3. 进货查验；4. 生产过程控制；5. 委托生产；6. 产品检验；7. 贮存及交付控制；8. 不合格食品管理和食品召回；9. 标签和说明书；10. 食品安全自查；11. 从业人员管理；12. 信息记录和追溯；13. 食品安全事故处置；14. 前次监督检查发现问题整改情况。

具体检查内容及检查发现问题处理按照《市场监管总局办公厅关于印发食品生产经营监督检查有关表格的通知》（市监食生

发〔2022〕18号)执行。

十、食品销售监督检查

检查内容包括:1.经营资质是否合法;2.经营条件是否符合相关规定;3.经营食品的标签、标识等外观质量状况是否符合规定;4.是否配备食品安全管理相关机构、人员等;5.从业人员健康管理是否规范;6.经营过程控制是否严格执行食品安全管理相关制度。

具体检查内容及检查发现问题处理按照《市场监管总局办公厅关于印发食品生产经营监督检查有关表格的通知》(市监食生发〔2022〕18号)执行。

十一、食用农产品市场销售质量安全检查

(一) 食用农产品集中交易市场监督检查

检查内容包括:1.食用农产品集中交易市场开办者是否配备食品安全管理人员;2.是否建立入场销售者档案,培训入场销售者食品安全知识;3.销售和贮存食用农产品的环境、设施、设备是否符合要求;4.是否查验入场销售食用农产品的追溯凭证(合格证明文件),无法提供的经抽样检验或者快速检测合格方允许进入市场销售;5.食用农产品批发市场开办者是否组织对进入市场销售的食用农产品进行抽样检验,不符合食品安全标准的要求销售者立即停止销售,并向市场监督管理部门报告。

具体检查内容及检查发现问题处理按照《市场监管总局办公厅关于印发食品生产经营监督检查有关表格的通知》(市监食生

发〔2022〕18号)执行。

(二) 食用农产品销售企业(者)监督检查

检查内容包括:1.销售者是否具有与其销售的食用农产品品种、数量相适应的场所、销售设备或者设施;2.是否建立实施进货查验记录制度,销售的食用农产品是否有追溯凭证(合格证明);3.有无销售禁止生产经营的食用农产品;所销售食用农产品的标识标志是否符合要求;4.销售企业有无建立健全食用农产品质量安全管理制度,配备必要的食品安全管理人员,对职工进行食品安全知识培训。

具体检查内容及检查发现问题处理按照《市场监管总局办公厅关于印发食品生产经营监督检查有关表格的通知》(市监食生发〔2022〕18号)执行。

十二、从事对温度、湿度等有特殊要求食品贮存业务的非食品生产经营者监督检查

检查内容包括:1.是否向所在地县级市场监管部门备案;2.是否保证贮存条件符合食品安全要求,并加强贮存过程管理;3.是否留存与记录委托方及贮存食品信息;4.场所环境及设施设备是否符合相关要求;5.是否配备食品安全管理人员。

具体检查内容及检查发现问题处理按照《市场监管总局办公厅关于印发食品生产经营监督检查有关表格的通知》(市监食生发〔2022〕18号)执行。

十三、餐饮服务监督检查

检查内容包括：1. 食品经营许可情况；2. 原料控制（含食品添加剂）情况；3. 加工制作过程；4. 供餐、用餐与配送情况；5. 餐饮具清洗消毒情况；6. 场所和设施清洁维护情况；7. 食品安全管理情况；8. 人员管理情况；9. 网络餐饮服务情况。

具体检查内容及检查发现问题处理按照《市场监管总局办公厅关于印发食品生产经营监督检查有关表格的通知》（市监食生发〔2022〕18号）执行。

十四、特殊食品销售监督检查

保健食品、特殊医学用途配方食品、婴幼儿配方食品销售监督检查内容包括：1. 食品销售者资质；2. 一般规定执行；3. 禁止性规定执行；4. 经营场所环境卫生；5. 经营过程控制；6. 进货查验；7. 食品贮存；8. 食品召回；9. 温度控制及记录；10. 过期及其他不符合食品安全标准的食品处置；11. 标签和说明书核对；12. 食品安全自查；13. 从业人员管理；14. 食品安全事故处置；15. 禁止混放要求落实。

具体检查内容及检查发现问题处理按照《市场监管总局办公厅关于印发食品生产经营监督检查有关表格的通知》（市监食生发〔2022〕18号）执行。

十五、特殊食品生产监督检查

(一)保健食品生产监督检查内容包括：1. 食品生产者资质；2. 生产环境条件；3. 进货查验；4. 生产过程控制；5. 产品检验；6. 贮存及交付控制；7. 不合格食品管理和食品召回；8. 标签和说

明书；9. 食品安全自查；10. 从业人员管理；11. 信息记录和追溯；12. 食品安全事故处置；13. 注册备案要求执行；14. 生产质量管理体系运行；15. 原辅料管理；16. 原料前处理。

具体检查内容及检查发现问题处理按照《市场监管总局办公厅关于印发食品生产经营监督检查有关表格的通知》（市监食生发〔2022〕18号）执行。

（二）特殊医学用途配方食品、婴幼儿配方食品生产监督检查内容包括：1. 食品生产者资质；2. 生产环境条件；3. 进货查验；4. 生产过程控制；5. 产品检验；6. 贮存及交付控制；7. 不合格食品管理和食品召回；8. 标签和说明书；9. 食品安全自查；10. 从业人员管理；11. 信息记录和追溯；12. 食品安全事故处置；13. 注册备案要求执行；14. 生产质量管理体系运行。

具体检查内容及检查发现问题处理按照《市场监管总局办公厅关于印发食品生产经营监督检查有关表格的通知》（市监食生发〔2022〕18号）执行。

十六、计量监督检查

（一）在用计量器具监督检查

1. 使用实行强制检定的计量标准和工作计量器具的单位和个人是否申请检定；是否超过检定周期；是否使用不合格的计量器具。

2. 检查是否配备与生产、科研、经营管理相适应的计量检测设施，制定具体的检定管理办法和规章制度。

3. 检查销售的计量器具是否有产品合格印、证。
4. 检查是否经营销售残次计量器具零配件, 是否使用残次零配件组装和修理计量器具。

(二) 法定计量检定机构专项监督检查

对法定计量检定机构执行有关法律法规、规范的情况进行监督检查。重点检查履职尽责、制度建设、能力建设、行为规范、数据证书等方面。

(三) 计量单位使用情况专项监督检查

1. 是否使用法定计量单位;
2. 法定计量单位的名称、符号是否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。

(四) 定量包装商品净含量国家计量监督专项抽查

检查定量包装商品净含量的标注和检验两个指标是否符合要求。

(五) 型式批准监督检查

列入《实施强制管理的计量器具目录》需办理型式批准的计量器具是否取得型式批准证书。取得型式批准证书的产品是否符合型式评价报告中描述的内容, 核对其批量生产产品的型号规格、准确度等级、外型结构、内部结构、主要关键零部件等是否与批准的型式一致。

(六) 能效标识计量专项监督检查

一是标识标注符合性检查。主要检查列入《中华人民共和国

实行能效标识的产品目录》的产品是否按有关标准和实施规则的要求标注能效标识，使用的能效标识是否符合有关样式、规格等标注规定，是否办理能效标识备案，是否存在伪造冒用能效标识或者利用能效标识进行虚假宣传的行为。二是能效符合性检查。主要检查生产、进口、销售列入《能效目录》的产品能效是否符合强制性国家标准的要求；是否存在掺假、掺杂，以假充真、以次充好，以不合格品冒充合格品的情况。

(七) 水效标识计量专项监督检查

一是标识标注符合性检查。主要检查列入《中华人民共和国实行水效标识的产品目录》的产品是否按有关标准和实施规则的要求标注水效标识，使用的水效标识是否符合有关样式、规格等标注规定，是否办理水效标识备案，是否存在伪造冒用水效标识或者利用水效标识进行虚假宣传的行为。二是水效符合性检查。主要检查生产、进口、销售列入《水效目录》的产品水效是否符合强制性国家标准的要求；是否存在掺假、掺杂，以假充真、以次充好，以不合格品冒充合格品的情况。

十七、认证检测监督检查

(一) 认证监督检查

1. 自愿性认证获证组织监督检查

检查内容包括：认证机构及获证组织的合法资质资格，审核员的资质与行为规范，审核计划的执行情况，审核报告的内容，认证覆盖的范围，体系覆盖人数信息，获证组织体系运行时间、

内审和管理评审等文件化信息、关键过程的控制信息和变更信息的通报情况，认证证书及标志的使用情况等。

2. 强制性认证获证组织监督检查

检查内容包括：获证组织资质、认证证书覆盖范围，认证机构年度工厂检查报告、最近一次工厂检查时间，认证机构审核现场检查时间、认证档案、记录和资料情况，认证机构制定的工厂检查计划、工厂检查结果、不符合报告，以及产品一致性控制、认证证书和认证标志使用和管理情况等。

（二）检验检测机构监督检查

检查内容包括：检验检测机构基本情况、体系文件、人员、报告与原始记录、设备环境、分包、能力验证、信息上报、变更情况、证书标志使用、耗材使用情况等。

十八、专利代理监督检查

（一）专利代理机构主体资格和执业资质检查

核查是否取得国家知识产权局颁发的专利代理机构执业许可证。未取得资质的单位或者个人是否存在擅自开展专利代理业务的违法行为。

（二）专利代理机构设立、变更、注销办事机构情况的检查

核查是否向分支机构所在地的省、自治区、直辖市人民政府管理专利工作的部门进行备案。是否存在以自己的名义办理专利代理业务。

（三）专利代理机构、专利代理师执业行为检查

专利代理机构是否符合执业许可条件；专利代理机构合伙人、股东以及法定代表人是否符合规定。专利代理机构是否建立健全执业管理制度和运营制度等情况；专利代理人是否符合执业条件并履行备案手续。

（四）专利代理机构年度报告和信息公示情况核查

是否提供虚假信息；是否擅自变更登记事项。专利代理机构公示信息与其在市场监督管理部门或者司法行政部门的登记信息是否一致。专利代理机构公示信息与实际经营情况是否一致。

十九、地理标志专用标志使用行为抽查

检查内容包括：1. 是否建立地理标志专用标志使用管理台帐，对专用标志印刷、发放、使用情况及时登记备案；2. 是否按照相关标准、管理规范和使用管理规则组织生产地理标志产品；3. 是否按照地理标志专用标志的使用要求，规范标示地理标志专用标志；4. 是否 2 年内未在地理标志保护产品上使用专用标志。

二十、商标代理行为的检查

检查内容包括：1. 查阅商标代理委托书及相应的商标受理通知书，是否存在超过委托范围或未经委托代理商标注册等违法行为。2. 检查是否存在以诋毁其他商标代理机构等手段招徕商标代理业务或者以其他不正当手段扰乱商标代理市场秩序等违法行为。

抄送：市场监管总局办公厅、信用监管司，省政府办公厅。

福建省市场监督管理局办公室

2025年11月17日印发

