

DB4403

深圳市地方标准

DB4403/T XXX—XXXX

消费教育家园建设与管理规范

Specification for the establishment and management of consumer education
base

(送审稿)

XXXX-XX-XX 发布

XXXX-XX-XX 实施

深圳市市场监督管理局 发布

目 次

前言 II

1 范围 1

2 规范性引用文件 1

3 术语和定义 1

4 基本原则 1

5 共建模式 2

6 建设要求 2

7 运营管理要求 3

8 持续改进 4

附录 A（资料性） 深圳市消费教育家园牌匾示意图 6

附录 B（规范性） 深圳市消费教育家园标识 7

参考文献 8

前 言

本文件按照GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

本文件由深圳市市场监督管理局提出并归口。

本文件起草单位：深圳市消费者委员会、深圳市计量质量检测研究院、深圳市福田区消费者委员会秘书处、深圳市南山区消费者委员会秘书处、深圳市宝安区消费者委员会、深圳珠宝博物馆、财付通支付科技有限公司、深圳金福汇产业运营有限公司、深圳市百师园非物质文化遗产博物馆、深圳市标准技术研究院、比亚迪汽车销售有限公司、深圳市罗湖区消费者委员会秘书处、深圳市盐田区消费者委员会、深圳市龙岗区消费者委员会秘书处、深圳市龙华区消费者委员会秘书处、深圳市坪山区消费者委员会办公室、深圳市光明区消费者委员会办公室、大鹏新区消费者委员会、深汕特别合作区消费者委员会、深圳市食品行业协会、深圳市教育培训行业协会、深圳市质量协会。

本文件主要起草人：李廷义、李媛、夏毅、莫艳梅、李荇、向晶煌、孙娟萍、刘俊斌、王佳娜、王振、欧阳艳珣、张媛、李宏、杨超、陈继本、杜崇议、刘子华、熊立辉、卢正养、李宇晴、樊文博、温骏雄、罗小思、刘龙、刘晓明、张飞、陈雨、堂日库提·吐尔逊、陈凯琪、汤成正、张嘉欢、罗育霓、迟童、周舒健、刘晓玲、杨燕、刘慧灵、韩香南、饶建焱、李榕、燕英标、王博、郑苗、李水明。

消费教育家园建设与管理规范

1 范围

本文件规定了消费教育家园建设与管理的基本原则、共建模式、建设要求、运营管理要求、持续改进。

本文件适用于深圳市区域内消费教育家园的建设与管理。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

- GB/T 2894 安全标志及其使用原则
- GB/T 10001.1 公共信息图形符号 第1部分：通用符号
- GB 13495.1 消防安全标志 第1部分：标志
- GB/T 29693 生产经营单位生产安全事故应急预案编制导则
- GB/T 50034 建筑照明设计标准
- GB 51348 民用建筑电气设计标准
- GB 55037 建筑防火通用规范

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

消费教育 consumer education

有组织、有计划地向消费者传授消费知识和技能，培养科学、理性的消费观念和维权意识，引导文明、健康、节约资源和保护环境的消费方式，提高消费者自身素养的一种社会教育活动。

3.2

消费教育家园 consumer education base

在消费者委员会的指导下建设，积极维护消费者合法权益，利用自身条件和专长为消费者提供知识性、体验性、互动性和普及性消费教育服务的线下实体场所或线上网络平台。

3.3

共建单位 co-establish unit

积极参与消费教育公益事业，致力于共同开展消费教育工作或支持消费教育家园建设，且与日常生活消费领域密切相关的政府部门、企事业单位或社会组织等。

4 基本原则

4.1 消费赋能

立足扩大内需战略基点，依托消费教育家园场景构建经营者与消费者双向引导机制，一方面为消费者提供专业消费指导，提升消费者辨识能力和培养理性消费观念；另一方面为产业提供消费需求洞察，推动服务供给优化和产品升级，激发居民消费潜能，释放消费需求。

4.2 环境优化

坚持公益属性与市场机制相结合，强化消费者权益保护中的市场主体责任，引导文明、健康的消费方式，营造敢消费、愿消费的社会氛围，服务国际消费中心城市培育建设目标。

4.3 多元共建

鼓励行业组织、专业机构、标杆企业等发挥专业优势，提供差异化、体验式消费教育服务，促进跨行业、跨主体协作，整合政府、企业、社会资源，打造消费教育生态圈。

4.4 长效发展

构建透明化监督机制，主动接受消费者委员会指导和社会公众监督，并建立动态评估与持续改进制度，确保消费教育内容与时俱进、服务专业规范，筑牢消费者权益保护的第一道防线。

5 共建模式

5.1 建设指导单位和建设主体单位作为共建单位，共同参与消费教育家园建设。

注：建设指导单位指对消费教育家园建设工作进行规划指导的单位，如消费者委员会等；建设主体单位指实际申报并认定为消费教育家园的建设单位，负责建设和运营管理工作。

5.2 根据建设主体单位依托建设消费教育家园的场所或平台类型不同，消费教育家园共建模式涵盖线下实体场所和线上网络平台。

5.3 共建单位包括但不限于消费者委员会、相关行业主管部门、行业协会、产业园区、企业、检测机构、科研院所、学校、社区、公共文化服务机构。

5.4 鼓励多元主体充分利用现有资源，共同建设消费教育家园，促进资源共享及高效合理应用。

5.5 鼓励消费教育家园之间建立协作联动机制，推动形成优势互补、高效协同、多元共建的消费教育生态圈。

6 建设要求

6.1 基本要求

6.1.1 建设主体单位应在深圳市内依法成立或登记注册，投入运营满一年及以上。截至申报建设消费教育家园之日，近三年内未被列入经营异常名录或企业失信“黑名单”，未因安全、质量、价格、计量、卫生、环保等问题受到有关部门行政处罚。

6.1.2 具有直接面向消费者开展经营行为的建设主体单位应加入消费者委员会消费维权通道，积极配合处理消费者投诉，并做出明确的放心消费承诺。

6.1.3 建设主体单位应承担消费教育家园建设和运营管理工作，积极向消费者提供消费教育服务，配合开展消费者学习、观摩、体验等消费教育活动。

6.2 场所设施要求

6.2.1 线下实体场所

- 6.2.1.1 消费教育家园应具有组织开展消费教育活动的专属场地或特定场所,其面积不应小于 50 平方米,并与所提供的消费教育服务相匹配。
- 6.2.1.2 消费教育家园应展示消费教育家园名称标识,名称标识可采用悬挂牌匾方式。深圳市消费教育家园牌匾示意图参见附录 A 的要求。
- 6.2.1.3 消费教育家园应根据消费教育服务需要配备影音、图文、鉴赏、互动等设施设备。设施设备应有明显的指示标识,包括但不限于设施设备名称、使用说明、注意事项、安全提示。
- 6.2.1.4 活动场所的电气安全应符合 GB 51348 的要求,不应有外露的配电设备,公众可触摸、操作的设备电气部件应采用安全电压供电,古建筑等另有规定的特殊场所除外。
- 6.2.1.5 活动场所的消防安全应符合 GB 55037 要求,照明应符合 GB/T 50034 的要求,古建筑等另有规定的特殊场所除外。
- 6.2.1.6 活动场所导向系统标志设计符合 GB/T 10001.1 的要求,安全标志符合 GB/T 2894 的要求,消防安全标志应符合 GB 13495.1 的要求,古建筑等另有规定的特殊场所除外。
- 6.2.1.7 活动场所宜合理设计功能区域,包括但不限于以课堂讲解、情景模拟、互动体验等方式为主的教育区;以文化展示、休息、咨询为主的公共服务区。
- 6.2.1.8 活动场所装修装饰设计宜融入消费教育家园设计元素,并与消费教育内容、活动设施、活动组织相匹配。

注:消费教育家园设计元素是指由消费者委员会授权消费教育家园使用的视觉设计基本单位或组成部分,如深圳市消费教育家园标识、深圳市消费者委员会IP形象“鹏贝贝”等。

6.2.2 线上网络平台

- 6.2.2.1 消费教育家园应在面向消费者的网络平台(网站、小程序、APP等)设立专属的消费教育版块或频道、网页作为“消费教育家园”。
- 6.2.2.2 消费教育家园应在面向消费者设立的专属消费教育家园网络平台界面展示深圳市消费教育家园标识,深圳市消费教育家园标识应符合附录 B 的要求。

注:深圳市消费教育家园标识由“深”文字造型、手掌、盾牌、印章、购物袋、地球等元素组成。绿色调代表文明、健康的消费理念;盾牌代表守护消费者合法权益;印章代表诚实守信;双手托举购物袋与地球,既展示消费场景,又传达通过消费教育引导文明、健康、节约资源和保护环境的消费方式,助推消费环境健康有序发展的内涵。

- 6.2.2.3 消费教育家园应严格遵守国家信息安全法律法规及标准要求,确保用户数据安全、内容合规和系统稳定。

7 运营管理要求

7.1 服务提供要求

- 7.1.1 消费教育服务规划应目标清晰、体系完整、知识结构合理,彰显社会主义核心价值观。
- 7.1.2 消费教育家园应针对重点人群、区域重点产业、投诉重点领域等开展消费教育专题活动,消费教育主题应贴合民生重点、维权难点、粤港澳大湾区消费者权益保护合作发展等内容。
- 7.1.3 消费教育家园应根据本领域产品或服务特点,并结合消费者实际需求,开发具有自身资源特色的消费教育资料,包括但不限于产品工作原理、服务运作模式、生产过程、鉴别方法、选购要点、使用注意事项以及陷阱误区或潜规则。
- 7.1.4 消费教育内容设置应遵循趣味性、体验性、针对性原则,并可通过实物展示、演示、互动、模拟等方式实施。鼓励采用虚拟现实、体感、智能监控、三维虚拟、生成式人工智能等现代信息技术,开

发高科技互动项目或沉浸式体验场景，以增强参与感和教育效果。

7.1.5 消费教育家园服务可采用体验互动、知识推送、宣讲参观等线下、线上或线上线下相结合的方式开展，并保障消费教育内容和形式定期更新或动态调整。

7.1.6 消费教育家园应制定年度工作计划、实施方案和工作总结，组织消费教育相关线下活动或线上服务每年不应少于4场次，并定期向社会公示消费教育服务计划、活动安排及流程，接受社会监督。

7.1.7 消费教育家园应根据场地条件、对象群体、接纳容量、设施运行需求、人员保障等实际情况合理设计消费教育服务内容、活动流程等。

7.1.8 采用预约方式的消费教育家园，预约方式应操作简便、易于获取。

7.1.9 消费教育家园宜结合“3·15国际消费者权益日”等重要时间节点常态化开展消费教育活动。

7.1.10 消费教育活动提供的配套消费教育资料宜融入消费教育家园设计元素，包括但不限于教材、课件、消费教育手册、宣传资料。

7.2 人员配置要求

7.2.1 消费教育家园应明确日常管理责任人或联络人，负责家园运营管理，协调、组织和实施相关消费教育活动。

7.2.2 消费教育家园应建立稳定的消费教育服务人员队伍，包括但不限于专（兼）职的管理员、接待员、讲解员、安全员等，也可吸收志愿者参与。

7.2.3 消费教育服务人员应具有良好的思想道德品质和社会奉献精神，热衷于消费教育等公益事业，具备相应的专业知识、服务技能以及身体素质等。

7.2.4 消费教育服务人员应熟练掌握本消费教育家园主题相关消费教育知识，并能熟练地依托设施设备组织相应的消费教育活动。

7.2.5 消费教育家园应不定期对消费教育服务人员开展相关培训，包括但不限于专业知识培训、消费教育服务相关培训、消费者权益保护相关法律法规培训。

7.2.6 消费教育家园应加强消费教育服务人才队伍培养建设，不断提升提供消费教育服务的能力水平。

7.3 制度管理要求

7.3.1 消费教育家园应建立健全各项管理制度，包括但不限于服务管理制度、工作人员管理制度、设施设备维护制度、环境卫生管理制度、安全应急管理制度。

7.3.2 建设主体单位应积极落实主体责任，制定突发事件应急预案并定期开展应急演练，确保工作人员熟悉各自岗位职责，熟练应对各类突发事件。应急预案应符合GB/T 29639的要求。

7.3.3 建设主体单位以“消费教育家园”名义主办或参与的活动，应事先以书面形式向消费者委员会申请并征得同意。

7.3.4 建设主体单位不得以“消费教育家园”名义进行任何形式的商业活动或商业宣传。消费教育活动应不含商品经营、商业推广等信息。

7.3.5 建设主体单位使用消费教育家园设计元素应事先以书面形式向消费者委员会申请并征得同意，经授权使用设计元素的不得擅自修改其构成，包括但不限于颜色、形状、线条、纹理、空间、文字。

7.3.6 建设主体单位应对消费教育服务中获取的个人信息予以保密，相关信息仅限消费教育家园工作人员为提供消费教育服务使用，不得超出规定用途使用或透露、允许他人使用。

8 持续改进

8.1 消费教育家园宜每年对其运行情况开展内审自评，并建立循环改进机制，保障服务效能不断提升。

- 8.2 内审自评内容宜充分考虑以下方面：消费教育特色与优势、软硬件设施条件、消费教育活动频次、消费者满意度以及持续运营能力等。
- 8.3 消费教育家园宜畅通消费者满意度调查反馈渠道，广泛收集消费者意见，根据意见对消费教育服务的形式、内容、流程等进行优化改进，并及时将优化改进结果形成文件记录予以存档。
- 8.4 消费教育家园宜对其运行情况进行持续改进，打造典型案例，不断推动消费教育机制方法的创新。

附 录 A
(资料性)

深圳市消费教育家园牌匾示意图

深圳市消费教育家园牌匾可参考图A.1，A.2设计。



图 A.1 深圳市消费教育家园牌匾示意图



图 A.2 深圳市消费教育家园牌匾示意图

附 录 B
(规范性)
深圳市消费教育家园标识

深圳市消费教育家园标识见图B. 1。



图B. 1 深圳市消费教育家园标识

参 考 文 献

- [1] 中共中央办公厅，国务院办公厅. 提振消费专项行动方案. 2025年
 - [2] 国务院办公厅. 关于转发商务部《关于支持国际消费中心城市培育建设的若干措施》的通知. 国办函〔2025〕27号. 2025年
 - [3] 国家市场监督管理总局，国家发展和改革委员会，工业和信息化部，商务部，文化和旅游部. 关于印发《优化消费环境三年行动方案（2025—2027年）》的通知. 国市监稽发〔2025〕14号. 2025年
 - [4] 广东省人民政府办公厅. 广东省提振消费专项行动实施方案. 粤府办〔2025〕12号. 2025年
 - [5] 深圳市人民代表大会常务委员会. 深圳经济特区消费者权益保护条例：深圳市第七届人民代表大会常务委员会公告第一二五号公布. 2023年
-