

树立信用法治新思维 构建信用监管新格局

近期，市场监管总局紧锣密鼓地发布了信用监管领域的三部重要规定，即《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》《市场监督管理信用修复管理办法》。这三部信用新规，遵循信用法治的基本逻辑，对相关信用监管机制进行了重构，主要包括严重违法失信名单制度（以下简称“严重违法失信名单”制度）、行政处罚信息公示制度和信用修复制度三种制度。这三种制度，可以类型化为惩戒和修复两类机制。其中，“严重违法失信名单”制度、行政处罚信息公示制度是具有惩戒和约束功能的信用监管机制，信用修复机制是具有信用重塑和修复功能的信用监管机制。两类机制、三种制度相辅相成，相得益彰，由此在信用监管领域形成了一套体系严密、规则合理、惩戒和激励并重的信用监管制度。

就“严重违法失信名单”制度、行政处罚公示制度这两种具有较强惩戒和约束功能的信用监管制度而言，其以具有较高层级效力的部门规章形式进行规定，具有鲜明的法治特色。

其一，守住底线。过去在失信惩戒领域，相关制度的法治化程度较低，出现了所谓“泛信用化”的现象。按照信用法治的要求，这次出台的“严重违法失信名单”的重点是市场监管领域违法性质恶劣、情节严重、社会危害性较大的违法行为。同时，按照新修订的《行政处罚法》的要求，行政处罚信息公示制度与“严重违法失信名单”制度相衔接，仅对适用普通程序作出行政处罚的决定进行公示，大大提高了对违法行为人进行失信惩戒的门槛。

其二，善意文明。与守住底线相对应的是，对于现实生活中大量的、多发性的一般违法失信行为或轻微违法失信行为，则更多采取一种宽容的态度，以善意文明的理念去对待和处理，从而体现教育为主、宽严相济的法治观念。两部规章注重保持必要的制度弹性，使得失信惩戒能够综合考虑多方面的因素，对是否进行惩戒可以进行必要的合理性、公平性的考量，从而体现善意文明的执法观念。

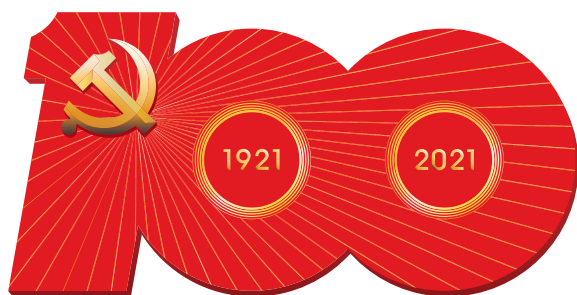
其三，权益保障。“严重违法失信名单”、行政处罚信息公示往往会对严重违法失信主体产生非常显著的限制权利或者加重义务的后果，对相关市场主体的权益可能会产生严重不利影响。这类高强度管理手段的应用必须依法审慎而为。本次的信用监管新规，构建了比以往更为周全的权益保障新机制。主要体现在以下两个方面。一是注重约束公权力。两部部门规章以较高的法治标准规范监管部门的行为，将相关程序纳入严格的法治轨道。二是赋予信用主体相应的救济权利。严重违法失信名单管理办法规定，被列入“行政黑名单”的主体享有相应的异议权、听证权、抗辩权等，为市场主体提供了必要的权利救济机制。

总体来看，本次出台的相关信用监管新规，按照中央关于全面依法治国的要求和部署，遵循法治逻辑，将相关制度纳入严格的法治轨道，提出了崭新的法治方案，是推动信用监管实现更高水平法治化的一个典范。

目录 CONTENTS



P20 庆祝建党 100 周年



庆祝中国共产党成立100周年
The 100th Anniversary of the Founding of
The Communist Party of China

卷首语 EDITORIAL

01 树立信用法治新思维 构建信用监管新格局 | 王伟

要闻资讯 TRENDING NEWS

05 市场监管要闻

06 地方简讯

本期话题 FOCUS TOPIC

聚焦信用监管惩戒机制

08 程序控制：提升市场监管严重违法失信名单法治化水平
| 胡锦涛

10 依法依规开展失信惩戒，完善严重违法失信管理
| 章政

11 打造宽严相济的信用监管政策工具 | 洪树益

13 从基层视角看严重违法失信名单制度 | 钟上游

14 落实好严重违法失信名单管理工作的思考与建议
| 张晓光

16 从基层视角展望“信用监管 2.0” | 俞晓青

知识问答 QUESTIONS&ANSWERS

18 “八五”普法市场监管知识问答

特约专栏 GUEST COLUMN

庆祝建党 100 周年

20 学史增信 继往开来

推动新发展阶段价监竞争工作取得新成效 | 袁喜禄

26 服务中小企业 做大质量文章 | 刘国芳

28 北京西城：以质量创新助推城市管理 | 闫学会

队伍建设 TEAM BUILDING

榜样

30 国家知识产权局知识产权保护司党支部书记、司长 张志成
从讲政治的高度谋划推动业务工作

- 31 中国消费者协会秘书处党群工作部主任 邱建国
以坚强的党性为后盾 推动协会党建工作高质量发展

专题报道 SPECIAL COVERAGE

- 32 以规范合同为切入口，依法治理校外培训乱象
| 邱雪 李晓懵
- 34 “接诉即办”有速度更有温度
——写于新发地市场监管所成立一周年
| 杨茜麟 丁圣君

食品药品 FOOD AND DRUG

- 36 预警交流：食品安全风险防控的重要抓手
——四川省食品安全风险预警交流的探索实践与前瞻思考
| 肖永琦
- 38 自然灾害期间餐饮食品安全监管要点分析 | 刁霖
- 39 深化推进“逢十（食）检行动” | 张军 李罗
推动食品小作坊高质量发展
- 41 “小切口”撬动“大产业” | 内蒙古自治区市场监管局
- 42 看手工挂面小作坊如何助力乡村振兴 | 吴全胜
- 43 食品小作坊集中加工的实践与思考 | 涂少敏 陈紫鑫

产品质量 QUALITY OF PRODUCT

- 46 “苏检通”智慧赋能检验检测监管服务 | 王俊胜
- 48 “双卡溯源”以质量安全振兴茶产业发展 | 徐超
- 50 开展认证质量提升行动 助推小微企业高质量发展
| 张钰雯

信用监管 CREDIT REGULATION

重点领域信用监管研讨

- 52 信用风险分类管理在食品行业的探索实践
| 陈志奇 张继东
- 54 把握好食品安全领域推进信用监管的五种“尺度”
| 李俊彦 鞠丽华 崔玮 张健康

P34 “接诉即办”有速度更有温度 ——写于新发地市场监管所成立一周年



P46 “苏检通”智慧赋能检验检测监管服务



P58 重庆綦江： 网络经济带城市转型升级的探索



市场监督管理

国家市场监督管理总局主管
市场监督管理工作指导综合性期刊
2021年第17期 总第1315期

主管 国家市场监督管理总局
主办 中国工商出版社
出版 《市场监督管理》编辑部

总编辑 洪丹
副总编辑 李轶群 洪筠 李富民

编辑部主任 李程
编辑部副主任 马佳 张祺舜
期执行编辑 李桂星
采编 管维 杨茜麟 屈午阳 李桂星
张可 刘美晨 任利 洪海
美编 曹彦 李艳慧

编辑部电话 010-63731078
投稿邮箱 work@byaic.cn
图片投稿 tupian@byaic.cn

发行单位 中国工商出版社
发行方式 自办发行
发行部电话 010-63735995 010-83616859
传真 010-63711281 010-83610373
广告部电话 010-63722678
传真 010-63722058

国际标准连续出版物号 ISSN 2096-6563
国内统一连续出版物号 CN 10-1618 / F2

本刊地址 北京市丰台区丰台东路 58 号人才大厦 7 层
邮政编码 100071

印刷 北京盛通印刷股份有限公司
定价 16.00 元

出版日期 2021 年 9 月 1 日



网络监管 ONLINE TRANSACTION REGULATION

全国“网络市场监管与服务示范区”创建探索

56 湖南长沙：稳步推进网络市场监管与服务示范区创建 | 王莉

58 重庆綦江：网络经济带动城市转型升级的探索 | 朱明

60 杭州：平台经济数智治理模式的实践与探索

| 吕国威 郑路

知识产权 INTELLECTUAL PROPERTY

62 建立技术调查官制度 助力裁决工作高质量发展 | 郑晶晶

探索思考 EXPLORE

小议在线电子取证

64 探析在线电子数据证据的获取方法 | 陈希宇

66 应用在线电子取证破解广告联盟案件难题 | 陈悦 柳尚云

68 如何确定违法网站与其背后主体的关联关系 | 刘闰瑞华

智慧监管 SMART REGULATION

70 商事主体智慧认领模式的探索与实践 | 李佳雅

商事登记 COMMERCIAL REGISTRATION

第三届全国市场监管系统市场主体数据分析大赛备战营

72 数据分析大赛对大数据管理思维的启发 | 颜晓萱 张谊

执法实务 LAW ENFORCEMENT

74 某数据公司利用技术手段进行流量劫持案

| 阮柏江 周婷婷 李赛

半月刊茶座 ESSAY

78 坚守公共服务的初心 | 盛小伟

79 诚信是个筐，也不是啥都往里装 | 徐上

市场监管要闻

市场监管总局成立碳达峰碳中和工作领导小组

为深入贯彻党中央、国务院关于碳达峰、碳中和的决策部署，统筹推进市场监管领域相关工作，近日，市场监管总局成立碳达峰碳中和工作领导小组及办公室。下一步，总局碳达峰碳中和工作领导小组及办公室将充分发挥计量、标准、认证认可、价监竞争、特种设备等多项监管职能作用，按照职责开展碳达峰、碳中和有关工作，为如期实现碳达峰、碳中和目标提供重要支撑和保障。

《中华人民共和国市场主体登记管理条例》明年3月起施行

国务院总理李克强日前签署国务院令，公布《中华人民共和国市场主体登记管理条例》（以下简称《条例》），自2022年3月1日起施行。《条例》针对登记注册的程序和标准不统一、办照容易办证难、注销流程烦琐等企业和群众办事创业的难点堵点，着眼市场主体的全生命周期，降低市场主体制度性交易成本，进一步激发市场活力、促进创业就业。

市场监管总局、财政部联合印发《市场监管领域重大违法行为举报奖励暂行办法》

近日，市场监管总局、财政部联合印发《市场监管领域重大违法行为举报奖励暂行办法》（以下简称《举报奖励暂行办法》），并将于2021年12月1日正式施行。

《举报奖励暂行办法》共六章二十七条。第一章总则，规定适用范围及举报人、重大违法行为的认定标准等。第二章奖励条件，规定奖励基本条件、奖励原则及不予奖励的除外规定等。第三章奖励标准，规定奖励等级、奖励金额及奖励上限等，并对内部举

报人奖励作了规定。第四章奖励程序，规定奖励告知、申请、支付、领取时限等，并规定了举报人异议复核。第五章监督管理，规定了举报奖励档案管理、保密义务及举报人、公职人员法律责任等内容。第六章附则，规定药品监督管理领域适用、解释权及施行时间等。

2021民生领域案件查办“铁拳”行动典型案例（第四批）公布

日前，市场监管总局公布了第四批典型案件：山东省济南市市场监管局查处经营以假充真、超范围使用食品添加剂的“假鸭血”案；上海市黄浦区市场监管局查处上海炳桢餐饮管理有限公司等9家经营主体生产经营禁止生产经营的食品系列案；广西壮族自治区南宁市兴宁区市场监管局查处罗某某经营未经检验检疫猪肉案；河南省济源市市场监管局查处黄某等人销售非法添加药品食品案；北京市市场监管局查处北京硕宝益商贸有限公司销售不合格热轧带肋钢筋产品案；吉林省长春市市场监管局查处吉林省芯达线缆有限公司未取得生产许可擅自生产挤包绝缘低压电力电缆案等。

市场监管部门严厉查处6起群众关注的食品安全案件

今年4月份以来，“小龙坎”火锅店、“蜜雪冰城”奶茶店、“华莱士”快餐店、“杨国福”麻辣烫店、“奈雪的茶”奶茶店、“大润发”超市曝出食品安全问题，引起社会广泛关注。市场监管总局高度重视，迅速指导、协调地方市场监管部门依法开展核查处置；各地市场监管部门以“零容忍”的决心，从严从快从重查处违法违规问题，举一反三开展全面排查，坚决消除食品安全风险隐患。8月23日，市场监管总局举办新闻通气会，公开上述6起群众关注的食品安全案件查处情况。

内蒙古：启动“衣食住行”领域产品质量监督专项行动

8月18日，内蒙古自治区市场监管局“我为群众办实事”“衣食住行”领域产品质量监督专项行动在呼和浩特市启动。内蒙古自治区成品油协会代表在现场发出“切实提高油品质量，自觉规范经营行为，合力提升行业形象”的倡议；工业企业代表中国石油内蒙古销售分公司进行质量公开承诺；检验检测机构代表内蒙古质检院展示了成品油快速检测车辆及检测设备。今年是内蒙古市场监管局开展“衣食住行”领域专项整治行动的第三年。3年来，内蒙古市场监管局共检查经营主体91.6万家（次），立案29756件，罚没款3.35亿元，有力打击了不法行为。

黑龙江：深化知识产权纠纷仲裁调解合作

日前，中国（黑龙江）知识产权保护中心与哈尔滨仲裁委员会签订《知识产权仲裁与调解合作协议》，双方合作对于建立知识产权多元化纠纷解决机制、完善区域知识产权保护网络具有深远意义。近年来，哈尔滨仲裁委员会在处理知识产权交易、融资、转让等纠纷的过程中积累了丰富的经验。仲裁作为

一种以自愿、高效、专业的争议解决方式，能够为高效解决知识产权纠纷提供有力保障，有效保护企业知识产权。

安徽：建立食品抽检核查处置“流动诊所”制度

日前，安徽省市场监管局印发《安徽省抽检不合格食品核查处置规定》，充分考虑核查处置工作中原因排查不准确和整改落实不到位的难点问题，广泛吸纳食品生产经营企业、基层市场监管部门以及社会各方的意见和建议，创新提出建立核查处置“流动诊所”，为抽检不合格企业上门“把脉会诊”。省、市、县三级市场监管部门将发挥专业技术优势，建立核查处置“流动诊所”，为企业不合格食品的原因排查和整改落实提供技术服务，不向企业收取任何费用。“流动诊所”是根据需要临时成立、服务于核查处置工作的专家团队，人员可由食品安全检查员、监管人员和相关专业技术人员组成。

湖北：对网络外卖餐饮中侵害群众利益问题开展集中专项整治

湖北省市场监管局于8月至12月在全省范围内开展网络外卖餐饮中侵害群众利益问题专项整治，

强化网络订餐监督管理，规范线上线下经营行为，促进网络外卖餐饮消费环境进一步好转。此次专项整治将紧扣“四个重点”，即以医院、写字楼、商圈、高校周边、大型社区等为重点区域，以网络订餐第三方平台上“排名前、人气高、销量大”的“网红餐厅”为重点单位，以饮品、快餐、烧烤、老字号食品为重点品种，以周末、节假日为重点时段，对入网餐饮服务经营者无证经营、超范围、超限量使用食品添加剂、卫生环境不达标、采购使用来历不明食品及原料等违法违规行为，开展清理整治。

西藏：排查药品安全隐患

近日，西藏自治区药监局联合拉萨市市场监管局、拉萨市城关区市场监管局开展药品安全风险隐患排查，督导药品经营使用单位新冠肺炎疫情防控工作。检查组通过现场询问、查阅台账、实地检查等方式，以新冠病毒疫苗、含麻黄碱类复方制剂、“四类药品”（退热、止咳、抗病毒、抗生素类药品）等为重点品种，检查药品经营使用单位购进渠道、储存条件、实名登记等情况。对检查中发现的问题，现场提出整改要求和时限，要求相关监管部门跟进整改情况。

本期 话题

FOCUS TOPIC



近期，市场监管总局公布了《市场监督管理严重违法失信名单管理办法》（以下简称《管理办法》）和《市场监督管理行政处罚信息公示规定》（以下简称《公示规定》），自2021年9月1日起施行。《管理办法》和《公示规定》切实贯彻落实了党中央、国务院关于信用法治的新精神和新要求，特别是《法治中国建设纲要（2020-2025）》，以及国务院办公厅《关于加快推进社会信用体系建设 构建以信用为基础的新型监管机制的指导意见》（国办发〔2019〕35号）、《关于进一步完善失信约束制度构建诚信建设长效机制的指导意见》（国办发〔2020〕49号）等重要信用政策的要求，是市场监管总局在法治轨道上扎实推进以信用为基础的新型市场监管机制的一次制度创新。

严重违法失信名单制度、行政处罚信息公示制度作为信用监管惩戒机制，具有惩戒和约束功能，《管理办法》和《公示规定》体现了浓厚的法治思维。

本刊特组织专题，约请法学界专家学者，参与过制度设计相关工作的地方局同志，以及省、市、区县各级市场监管局的同志，围绕信用监管惩戒机制建设的内容、意义和对贯彻落实具体工作的展望、建议等方面展开讨论，以期为进一步扎实开展相关工作提供思路和启发。



扫码查看《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》

程序控制： 提升市场监管严重违法失信名单法治化水平

文 | 中国人民大学 胡锦光

通过程序机制的建构，压缩市场监管部门列入和移出严重违法失信名单的裁量空间，保障当事人知情权、抗辩权等各项权益，是《市场监督管理严重违法失信名单管理办法》（以下简称《管理办法》）的一大亮点。《管理办法》主要从保障严重违法失信名单公正、提升严重违法失信名单效能和约束严重违法失信名单负面效应三个方面建构失信惩戒程序机制，《市场监督管理行政处罚信息公示规定》（以下简称《公示规定》）也在公示、依申请停止公示等环节配套规定了相应程序，有效实现了制度联动，共同夯实了市场主体信用监管的制度基础。

公正为本：保障严重违法失信名单公正的程序机制

列入严重违法失信名单作为负担性行政行为，对当事人的权利造成了严重影响。《管理办法》兼顾行政处罚的一般学理和市场监管领域失信惩戒的特殊性，以程序公正促进严重违法失信名单的实体公正。

一方面，《管理办法》第十三条将严重违法失信名单的决定程序与行政处罚程序保持一致，不仅规定要以书面形式专门就是否列入严重违法失信名单进行决定，同时要与行政处罚的实施一并履行决定的告知、听证、送达、异议处理等程序要求。这意味着将列入严重违法失信名单的决定行为纳入了行政处罚的程序框架中，作出决定的机关要通过依据公开和理性论辩强化决定过程的公开性和理性化程度，以公开和理性促进失信惩戒的公正性和可接受性。

另一方面，《管理办法》又着眼于失信惩戒中

的特殊问题。例如，围绕部分地方失信惩戒扩张失范现象进行程序规制。《管理办法》第二十二规定：“县级、设区的市级市场监督管理部门作出列入严重违法失信名单决定的，应当报经上一级市场监督管理部门同意。”通过“提级审核”程序的建构，可以促进基层市场监管部门依法审慎裁量，确保各种“严重违法失信名单的列入情形”的准确适用。还例如，针对失信惩戒缺乏救济渠道的问题，《管理办法》肯定了列入严重违法失信名单行为的可诉性。《管理办法》第二十三条规定：“当事人对被列入、移出严重违法失信名单的决定不服的，可以依法申请行政复议或者提起行政诉讼。”通过事后审查进行个案纠偏，实现个案公正，是行政法治原理中控制行政权的重要技术。《管理办法》此次明确将市场监管部门列入和移出严重违法失信名单的决定行为纳入行政复议和诉讼的制度框架中，既畅通了行政相对人的权利救济渠道，也能够有效促进各级市场监管部门依法进行失信惩戒。

提质增效：提升严重违法失信名单效能的程序机制

行政效能是现代公共行政追求的重要价值。从程序机制而言，《管理办法》在坚持实体和程序公正，确保过罚相当的基础上，通过时限制度以及明确失信惩戒的步骤、顺序，既实现了监管资源的“精准投放”，也贯彻了高效便民的要求。

一方面，严重违法失信名单由列入决定、信息公示、事后监管和移出解除等环节构成，《管理办法》针对各个关键环节设置了明确的时限要件，可以有效提高行政效率，避免推诿扯皮、久拖不

决。例如，针对行政处罚和严重违法失信名单的信息公示，《管理办法》和《公示规定》配套设置了一般时限和特殊时限。原则上，作出严重违法失信名单列入决定的市场监管部门需要依据《管理办法》第十四条第一款，在20个工作日内将相关信息通过国家企业信用信息公示系统进行公示。同时，作出列入决定的市场监管部门也是行政处罚的行政主体，按照《公示规定》第九条的要求，作出行政处罚且符合信息公示条件的，市场监管部门也应当在20个工作日内将行政处罚信息通过国家企业信用信息公示系统进行公示。但是，存在作出行政处罚和列入决定的市场监管部门与行政相对人的登记地（住所地）跨省级行政区划的特殊情形，《管理办法》第十四条第二款和《公示规定》第十条也设置了相应的特殊时限，满足此种情形下信息公开的要求。此外，《管理办法》第十八、十九条对市场监管部门决定移出和撤销列入决定之后，停止公示相关信息并解除相关管理措施的时限进行了规定。相应的，《公示规定》第十一条也针对行政处罚决定被依法变更、撤销等情形下，市场监管部门撤回行政处罚公示信息规定了相同的时限要件。

另一方面，《管理办法》通过明确严重违法失信名单的列入和移出步骤以及当事人的责任承担条件，既具有筛选出最具社会危害性的违法行为，从

而实施更强有力的监管措施的功能，也具有规范信用惩戒，确保宽严相济的作用。《管理办法》第十二条第一款规定市场监管部门在作出列入决定的过程中，一项重要的步骤就是综合考虑相对人主观恶意、违法频次、持续时间、社会影响等各种因素。这一条款意味着市场监管部门决定将当事人列入严重违法失信名单时可能要比作出基础行为的行政处罚承担更重的证据收集和论证责任。例如，行政相对人的主观过错根据《行政处罚法》第三十三条的规定，并不属于行政处罚的法定要件，却是作出列入严重违法失信名单决定的市场监管部门应当主动收集证据并进行考量的重要因素。这一条款也体现了《管理办法》对采取列入严重违法失信名单措施的市场监管部门施加的审慎裁量义务，从而确保过罚相当。但是，对于追求行政效率的行政机关而言，证明当事人主观故意程度的难度较大，《管理办法》第十二条第二款从提升行政效能的角度将举证责任部分倒置，规定“当事人有证据足以证明没有主观故意的，不列入严重违法失信名单”，有效地在行政效能和权利保障之间平衡了证明负担。■

责任编辑 / 张祺舜



扫码查看：一图读懂《市场监督管理严重违法失信名单管理办法》政策解读



依法依规开展失信惩戒，完善严重违法失信管理

文 | 北京大学 章政

《市场监督管理严重违法失信名单管理办法》（以下称《管理办法》），是专门对市场监管领域内严重违法失信行为的信用管理规定，具有较强的针对性，与2016年4月1日施行的《严重违法失信企业名单管理暂行办法》相比，该办法内容更为详尽、具体，可操作性更强，所涉及的严重违法失信管理对象范围更大，除了企业外，还包括其他类型的市场主体。无论是管理理念、监管对象、标准界定，还是管理内容、监管措施、管理方法等方面都体现出更加科学、严谨、务实的基本精神。总体来看，具有以下显著特点：

首先，办法规定对“违反法律、行政法规，性质恶劣、情节严重、社会危害较大，受到市场监督管理部门较重行政处罚的”当事人列入严重违法失信名单管理，充分体现了信用底线管理的理念；其次，办法对“较重行政处罚”作出了事前性的明确规定，为市场主体划定出边界清晰的界限，规则前置体现了信用全周期管理的理念；再次，办法对食品安全、质量安全、药品、医疗器械、消费者权益保护、不正当竞争等重点领域和严重违法失信行为作出了详细规定，此部分内容是在全面梳理有关上位法规定并结合失信管理的具体情况制定的，体现了合法、合规进行信用管理的特点和要求；最后，办法对市场主体列入严重违法失信名单中的“主观故意”性质作出明确说明，强调了市场主体的违法行为被列入严重违法失信名单，需要综合考虑主观恶意、违法频次、持续时间、处罚类型、罚没款数额、产品货值金额、对人民群众生命健康的危害、财产损失和社会影响等因素，充分体现了信用审慎管理

和柔性管理的思想，表明了以信用手段优化营商环境、增强市场活力的政策方向。

纵观《管理办法》全文25条内容要求，主要由以下三个部分构成：

第一部分，监管对象、管理主体、管理手段的内涵更加明确（第二条至第四条）。首先，《管理办法》把当事人界定为“受到市场监督管理部门较重行政处罚的经济主体”，作为监管对象，主要包括四种类型（例如从重处以罚款、降低资质等级和吊销证照、限制开展生产经营活动、责令停产停业等），从而为监管精准施策奠定了基础（第二条）。其次，管理主体明确、分工清晰。按照《管理办法》第三条规定，由国家市场监督管理总局负责组织、指导全国的严重违法失信名单管理工作，由县级以上地方市场监督管理部门负责实施严重违法失信名单管理工作。再者，作为监管手段，明确了开展政府部门之间联合惩戒和信息共享的基本原则，从而使得信用监管纳入到依法依规的体系中（第四条）。

第二部分，监管内容、问题界定、危害认定的标准更加清晰（第五条至第十一条）。《管理办法》的第二部分中，针对当前市场经济活动中出现的主要问题进行了全面的归纳和梳理，共分为7大领域30种类型的问题。主要包括食品安全领域4个大类问题；药品、医疗器械、化妆品领域4个大类问题；质量安全领域6个大类问题；侵害消费者权益方面的6个大类问题；破坏和干扰市场秩序方面5个大类问题；违背经营许可方面3个大类问题；履约失信方面的2个大类问题等。其中，各类问题的表现和危害情况等均有比较具体的界定和说明，