

商务诚信评价指标
第 3 部分：电子商务平台综合诚信评价

Evaluation index for business integrity—Part 3:
Comprehensive integrity evaluation of electronic commerce platform

2021 - 01 - 21 发布

2021 - 04 - 21 实施

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。

本文件是DB44/T 2274《商务诚信评价指标》的第3部分。DB44/T 2274由以下部分组成：

——第1部分：快递企业。

——第2部分：会展组展企业。

——第3部分：电子商务平台综合诚信评价。

本文件由广东省商务厅提出并组织实施。

本文件由广东省社会信用标准化技术委员会归口。

本文件起草单位：广州市标准化研究院、广东德信行信用管理有限公司。

本文件主要起草人：冯智辉、陈丽旋、彭智锋、高洁、高晶、叶巧云、张立盈、方明、罗轩、李国龙、吴雨洲、张嘉唯、谢家民、阮瑞珊。

引 言

商务诚信是社会信用体系建设的重要组成部分。广东省作为国内商务诚信建设的先行省份，正在全力推动建成覆盖全省的政府与市场相结合、线上与线下相结合的商务诚信体系，搭建广东商务诚信公共服务平台，建立健全商务诚信管理制度和标准体系，开展行业商务诚信评价及其标准化研究是商务诚信体系建设的重要工作之一。为规范快递、会展、电子商务等行业领域市场化和专业化评价信息整合、指导相关行业开展商务诚信评价，特制定DB44/T 2274《商务诚信评价指标》，它由三个部分构成：

- 第1部分：快递企业，规定了快递企业商务诚信的评价原则和评价指标。
- 第2部分：会展组展企业，规定了会展组展企业商务诚信的评价原则和评价指标。
- 第3部分：电子商务平台综合诚信评价，规定了电子商务平台综合诚信评价的原则和评价指标。

本文件从电子商务平台的经营企业、商户、第三方服务商、顾客等视角对平台综合诚信评价体系进行研究，确立评价指标。

商务诚信评价指标 第3部分：电子商务平台综合诚信评价

1 范围

本文件规定了电子商务平台综合诚信评价的相关术语和定义、基本原则和评价指标等内容。
本文件适用于对网络零售第三方电子商务交易平台的综合诚信评价。

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 22117 信用 基本术语

GB/T 31524 电子商务平台运营与技术规范

GB/T 38652 电子商务业务术语

3 术语和定义

GB/T 22117、GB/T 31524、GB/T 38652界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

电子商务平台 electronic commerce platform

电子商务活动中为交易双方或多方提供交易撮合及相关服务的信息网络系统总和。

[来源：GB/T 31524—2015, 3.2]

3.2

电子商务平台综合诚信评价 comprehensive integrity evaluation of electronic commerce platform

根据相应的指标和评价方法，对电子商务平台经营企业、商户、服务商、顾客等主体的诚信意识、能力和表现进行综合评价，并以符号或分数表示其诚信状况的一种有组织的行为。

3.3

电子商务平台经营企业 operating enterprise of electronic commerce platform

依法注册登记的，在电子商务中为交易双方或者多方提供网页空间、虚拟经营场所、交易规则、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。

3.4

商户 trader

在电子商务平台上开展商品和服务营销活动的组织或个人。

3.5

服务商 service provider

电子商务交易活动中为交易双方达成交易而提供物流配送服务、支付服务等组织。

3.6

顾客 buyer

利用电子商务平台购买或获得商品或服务的组织或个人。

3.7

交易规则 rules of transactions

电子商务平台经营企业对商户、顾客开展交易活动的方式、履行的义务和限制基本权利等要求的规定。

[来源：GB/T 38652—2020, 8.1]

4 基本原则

4.1 科学性

指标的生成路径应科学、严谨。指标内容应包括影响电子商务平台诚信的主要因素，能够反映平台诚信状况。

4.2 合理性

指标之间应有机配合，避免重复和矛盾，结构合理。

4.3 适用性

指标应简单易懂，数据信息易于收集，便于评价主体正确使用。

5 评价指标

5.1 电子商务平台综合诚信评价指标体系包括 4 个一级指标、12 个二级指标和 38 个三级指标。其中一级指标内容包括：

- a) 平台经营企业诚信状况：反映平台经营情况及其运营企业在管理能力、服务能力和社会信用记录等方面的状况；
- b) 商户诚信状况：反映商户在平台上经营合法性、信息发布真实规范性、质量符合性方面的诚信状况；
- c) 服务商诚信状况：反映物流质量保证、支付安全性的状况；
- d) 顾客诚信状况：反映顾客的真实性的情况。

具体指标分类及说明见附录 A。

5.2 指标选取时，评价主体应根据被评对象特征以及所掌握信息及资源情况，在符合第 4 章要求的前提下，合理设置、调整或细化指标项。

附录 A

(规范性)

电子商务平台综合诚信评价指标及说明

电子商务平台综合诚信评价指标及说明见表A.1。

表A.1 电子商务平台综合诚信评价指标

一级指标	二级指标	三级指标	三级指标说明
1. 平台经营企业诚信状况	1.1 经营情况	1.1.1 基础信息	了解经营企业的资质（即依法注册登记、获得相关资质、IP地址备案及对经营资质等信息按规定进行公示的情况）、经营条件（场所、设施设备以及管理层诚信品质、管理人员和专业技术人员等情况）、连续运营时间（平台在政府行政管理机构取得合法地位时间长短）的情况
		1.1.2 财务信息	从资产负债率、流动比率、净资产收益率、资本积累率及营业收入增长率进行评价
		1.1.3 交易信息	从网站活跃度、商品交易总额、客单价、交易频率、交易达成率等指标反映平台在网络交易活动中的情况
	1.2 管理能力	1.2.1 人员管理	平台人力资源规划、招聘、培训、入职、离职、薪酬、员工关系等管理制度建设与实施情况
		1.2.2 交易规则	按《网络零售第三方平台交易规则制定程序规定（试行）》制定交易规则的情况，是否按规定进行备案、公示
		1.2.3 安全保障	有相关的制度和措施保障交易系统稳定和安全地运行，包括网络安全事件应急预案，并向有关主管部门报告
		1.2.4 财务管理	有完善的财务管理制度和监督机制，对平台的财务进行专项管理
		1.2.5 信息保护	1) 管理制度制定情况，包括消费者权益保护制度，如个人信息保护等； 2) 是否有措施保护顾客个人信息和隐私，监管平台及商户合法采集、保存、管理、使用顾客信息； 3) 是否有网络信息安全投诉、举报制度，是否有公布投诉、举报方式等信息并及时处理有关投诉和举报
		1.2.6 商户管理	1) 管理制度制定情况，包括商户审核及管理制度、保证金管理制度、信息监管和举报制度、交易数据存储和备份制度、交易纠纷处理制度、档案管理制度等，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； 2) 管理制度的落实情况，如商户主体身份的审核及信息披露是否符合相关规定、是否定期对商户商品质量、服务质量和质量进行评估、是否建立商户档案并进行及时更新、向市场监督管理部门报送身份信息

表A.1 电子商务平台综合诚信评价指标（续）

一级指标	二级指标	三级指标	三级指标说明
1. 平台经营企业诚信状况	1.2 管理能力	1.2.7 商品监管	商品信息（含服务信息）发布规则、审核制度制定及落实情况，信息分类、维护、管理能力，是否建立商品上架、销售、配送、签收、评价、投诉全方位全过程的线上留痕监管，对发布虚假商品或服务信息的惩罚措施，并向有关主管部门报告
		1.2.8 信用管理	1) 对商户、配套服务商、会员信用管理制度制定及实施情况； 2) 是否建立诚信培训机制，对商户、服务商诚信培训的实施情况，是否建立培训评价； 3) 是否建立相应的信用档案，是否建立交易主体信用互评渠道，是否将交易双方相互评价、服务承诺履约情况等评价结果和积分充分公开。是否建立识别交易和评价欺骗的机制，对失信行为进行分类，甄别有欺诈倾向的交易主体、反评论作弊和打分作弊，将恶意评价、恶意刷单、假冒伪劣、价格欺诈等不诚信行为信息记入信用档案； 4) 平台经营企业是否存在纵容刷单的行为； 5) 是否对商品质量、知识产权、服务水平等方面进行信用监控，建立了相应的信用评价体系并提供信用等级查询，对商户是否建立信用风险预警制度，对严重失信商户是否及时向社会公示相关信息、发布风险提示并按有关规定对失信主体分类采取惩戒措施
		1.2.9 投诉管理	1) 商户、顾客投诉管理制度制定情况，是否对投诉的渠道、处理程序及要求等进行规定； 2) 制度的实施情况，投诉处理与纠纷调解的及时性、记录完整性，是否有监测商户对顾客投诉处理情况的措施，维护顾客和商户合法权益，是否有投诉结果反馈机制； 3) 投诉信息情况，反映平台运营企业在电子商务活动中被投诉的情况
		1.2.10 知识产权保护	知识产权保护制度（含奖惩制度）制定及落实情况，接到举报后采取措施的及时性、有效性
		1.2.11 品牌管理	品牌管理制度制定及落实情况，包括品牌规划、品牌塑造、品牌注册与保护、品牌推广、品牌管理、品牌运营等
		1.2.12 物流服务监管	建立并实施相关措施保证商户选择合格的物流服务商的情况，是否有定期进行服务点检查工作。
		1.2.13 支付服务监管	建立并实施相关措施保证商户选择合格的支付服务商的情况

表A.1 电子商务平台综合诚信评价指标（续）

一级指标	二级指标	三级指标	三级指标说明
1. 平台经营企业诚信状况	1.3 服务能力	1.3.1 咨询服务	为帮助商户、顾客使用平台和顺利完成交易而提供的支持服务，包括咨询流程的完整性、咨询的便捷性、响应的及时性和解答的有效性、友好性
		1.3.2 交易保障服务	平台系统界面的信息清晰完整性，功能完备性，操作便捷性和可靠性。包括下单至退换货、赔偿等售后服务整个交易服务流程操作的便捷性、可靠性
		1.3.3 售后保障服务	建立并明示售后服务制度，明确电子商务服务平台、入驻商户及顾客三方各自的责任、权利和义务。建立第三方先行赔付担保机制，售后技术服务、退款或补偿服务、争议解决服务等及时性、有效性
		1.3.4 广告服务	广告发布、宣传的合法性、规范性、真实性
		1.3.5 顾客满意度和信任度	顾客对平台服务质量感受的满意程度和顾客对平台可信任程度的总体评价
		1.3.6 商户满意度和信任度	商户对平台服务质量感受的满意程度和顾客对平台可信任程度的总体评价
	1.4 社会信用记录	1.4.1 违法违规信息	平台运营企业失信行为受政府行政处罚的次数、金融失信、黑名单等信息
		1.4.2 平台荣誉	平台经营企业获得荣誉情况，如法人荣誉、品牌荣誉、纳税先进、红名单等
2. 商户诚信状况	2.1 经营合法性	2.1.1 经营资质/身份	1) 抽查平台商户，通过政府部门提供的数据进行核实，样本商户的身份、营业执照（特殊行业需相关行政许可）是否100%真实、有效、合法 2) 是否有政府行政处罚、金融失信、黑名单等
	2.2 信息发布真实规范性	2.2.1 商品信息	抽查商品信息发布是否遵循了平台的规则并包含应涵盖的内容，对产品、价格、保质期、成分等描述是否准确、清晰，统计符合的比率
		2.2.2 服务信息	抽查服务信息是否遵循了平台的规则并包含应涵盖的内容，对服务内容、收费等描述是否准确、清晰，统计符合的比率

表A.1 电子商务平台综合诚信评价指标（续）

一级指标	二级指标	三级指标	三级指标说明
2. 商户诚信状况	2.3 质量符合性	2.3.1 商品质量	对平台商品随机抽样，根据买方反馈、抽样调查评价商品与描述、顾客预期的符合性，统计符合的比率
		2.3.2 服务质量	对平台商户随机抽样，根据买方反馈、对服务质量是否达到商户承诺的要求，交易前、中、后服务质量是否达到顾客预期进行评价，统计符合的比率
	2.4 评价信息	2.4.1 信任评价	反映相关方对商户的可信任程度的总体评价
		2.4.2 投诉信息	反映商户在电子商务活动中被投诉的情况
3. 服务商诚信状况	3.1 物流质量保证	3.1.1 配送服务质量	反映物流提供商配送服务便捷性（多种配送方式）、可靠性（按时保质保量送达）、友好性
		3.1.2 物流信息服务质量	反映物流信息安全性（含货物面单上隐藏客户信息）及物流动态信息发布的及时、完整、准确性；可追溯性
	3.2 支付质量保证	3.2.1 支付便捷稳定、安全性	平台支付方式的多样性、安全性，在线支付所使用第三方支付是否符合监管要求
	3.3 评价信息	3.3.1 信任评价	反映相关方对物流和支付商的可信任程度的总体评价
		3.3.2 投诉信息	反映物流服务商和支付服务商在电子商务活动中被投诉的情况
4. 顾客诚信状况	4.1 顾客的真实性	4.1.1 会员实名制	反映平台会员实名登记的情况
		4.1.2 评价的真实性	评价和评论可信度以及对决策建议有效性评价

广东省地方标准
商务诚信评价指标
第3部分：电子商务平台综合诚信评价
DB44/T 2274.3—2021

*

广东省标准化研究院组织印刷
广州市海珠区南田路563号1304室
邮政编码：510220
电话：020-84250337