

商贸流通企业商务诚信评价规范

地方标准信息服务平台

2023 - 10 - 10 发布

2024 - 01 - 10 实施

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 评价原则 1

5 评价对象 1

6 评价范围 1

7 评价指标 2

8 评价方法 2

9 评价流程 2

10 持续改进 4

附录 A（规范性） 评价指标及说明 5

附录 B（规范性） 二级指标分值确定规则 7

附录 C（规范性） 直接否决项指标及说明 8

附录 D（规范性） 评价等级划分 9

地方标准信息服务平台

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。

本文件由山西省商务厅提出、组织实施和监督检查。

山西省市场监督管理局对标准的组织实施情况进行监督检查。

本文件由山西省商贸标准化技术委员会归口。

本文件起草单位：广东德信行信用管理有限公司、山西省检验检测中心（山西省标准计量技术研究院）、山西清众科技股份有限公司、阿里云计算有限公司。

本文件主要起草人：方明、邢建全、王剑、宋毅、杜占利、吴雨洲、金琳琳、陈舒庭、胡燕华、罗轩、卢睿、欧妍、高志熙、王程、刘剑、陈哲、马勇。



商贸流通企业商务诚信评价规范

1 范围

本文件规定了商贸流通企业商务诚信评价的术语和定义、评价原则、评价对象、评价范围、评价指标、评价方法、评价流程和持续改进。

本文件适用于商贸流通企业对自身商务诚信管理水平开展自评，第三方机构针对商贸流通企业开展商务诚信评价可参照执行。

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

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

商务诚信评价

对各类市场主体在商务活动领域诚实经营、守信履约的意识、能力和行为的评价活动。

4 评价原则

4.1 科学性

评价内容、评价指标体系的设置应科学、合理，评价过程规范。

4.2 合理性

评价数据应真实可信、具有代表性和时效性。

4.3 可操作性

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评价体系。

5 评价对象

商贸流通企业在商务活动领域中所涉及的人员、规章制度、经营场所、设施设备、无形资产、信息、产品及服务等。

6 评价范围

对商贸流通企业商务诚信评价包括以下内容：

- 业务管理情况；
- 无形资产情况；
- 市场交易情况；
- 财务管理情况；
- 公共信用情况；
- 其他与商务诚信相关情况。

7 评价指标

7.1 商务诚信评价指标应能综合反映商贸流通企业在商务活动领域的诚信状况，具体评价指标分类及说明见附录 A。

7.2 不同领域的商贸流通企业在评价时可根据其特殊性适当调整评价指标项，但在调整时应符合第 4 章的要求。

8 评价方法

8.1 对商贸流通企业进行商务诚信评价时，对各项指标采用评分制，由各二级指标实际得分累加得到，具体按附录 B 执行。若有直接否决项指标，应“一票否决”，终止评价，直接定为最低等级。直接否决项具体按附录 C 执行。

8.2 商贸流通企业可成立内部评价组织开展自评，也可委托第三方评价机构对本企业开展评价。

8.3 开展商务诚信评价时，应采集企业内部和外部商务诚信信息和各类相关信息，以验证企业对诚信要素识别和管理的有效性，同时应定期对企业商务诚信保障能力进行评价，以确保其符合本标准的要求。

9 评价流程

9.1 总则

商贸流通企业商务诚信评价总体流程包括：成立组织、初评、等级确定、等级确定、复评（提出异议时）和结果跟踪。具体要求如下：

- 评价人员应熟悉本标准要求、相关的评审准则和相应的评价程序；
- 评价内容应与标准一致，按照评价指标和对应的分值进行评价（若有特殊需求的可调整）；
- 评价过程要规范，可与其他专业技术评价相结合。

9.2 成立组织

9.2.1 商贸流通企业应根据回避利益冲突的原则，以及行业分工和专业背景，组织成立评价项目组，项目组人员数量应在 3 人以上（应为单数），明确负责人 1 人。

9.2.2 评价项目组人员应具有一定诚信管理和评价经验，同时应确保评价工作的客观公正。委托第三方机构进行评价时，第三方机构应安排具有相应资质能力和工作经验的评价人员担任项目组负责人。

9.2.3 商贸流通企业还应设定评审委员会，须有 3 人以上（应为单数）相关专业人员组成。

9.3 数据采集

9.3.1 商务诚信评价使用的信息，主要来源于以下渠道：

- 政府部门或法律法规授权具有管理公共事务职能的组织披露信息；
- 司法机关披露涉诉涉裁信息；
- 市场机构提供信息，包括行业商协会、金融机构、公共事业单位、电子商务平台等共享信息；
- 商贸流通企业自有信息；
- 通过其他合法渠道获取的相关信息。

9.3.2 商务诚信评价机构对评价使用信息的管理应符合以下要求：

- 将评价过程中采集的相关信息予以妥善存储，不应虚构或篡改，并确保信息的及时更新；
- 建立信息保密管理制度，遵守相关法律法规及委托协议的约定，在信息收集、整理、保存、加工、使用过程中不得泄露企业商业秘密，未经许可，不应保留、使用、披露相关信息；
- 建立信息安全等级保护制度，并采取必要技术措施，确保评价信息安全；
- 明确信息存储期限及要求、信息销毁等应遵守相关法律法规要求。

9.4 初评

9.4.1 评价项目组应制定评价实施方案，明确具体的数据采集渠道及评价方法、评价程序。

9.4.2 评价项目组依据数据采集情况，对被评对象进行综合分析，编制评价报告，并提出企业的商务诚信等级建议。

9.5 等级确定

9.5.1 评审委员会应对评价项目组提交的评价报告及相关资料进行审核，并提出审核意见，确定评价对象的诚信等级。

9.5.2 评审委员会无法确定诚信等级或对相关资料存疑时，应暂停审核工作，将问题反馈至评价项目组，由项目组进一步核实相关资料，直至评审委员会能确定诚信评价等级。

9.5.3 商务诚信评价等级划分具体见附录 D。

9.6 等级通知

评价项目组应将商务诚信评价等级结果告知商贸流通企业最高领导层及相关部门。企业最高领导层及相关部门可对等级结果提出异议，并提供相关依据。

9.7 复评

评审委员会应对企业最高领导层及相关部门的异议及相关佐证材料进行审查，可决定是否重新组织评价。复评结果为最终结果。

9.8 结果跟踪

商务诚信评价结果发布之后，商贸流通企业应对评价结果进行定期跟踪。被评对象未发生对商务诚信评价结果产生重要影响的重大事项时，评价报告有效期为1年，对评价结果一般进行年度及时更新。原则上，三年后重新进行评价。

9.9 评价结果及应用

9.9.1 商贸流通企业可将商务诚信评价结果作为自身商务诚信内部管理的参考依据之一。

9.9.2 商贸流通企业可在日常经营管理、投标、公共资源交易、政府采购、债券发行、财政资金扶持申请、科研项目申报、审计、参与评优评先等活动中主动提供商务诚信评价结果。

9.9.3 其他市场主体可在市场交易中使用商务诚信评价结果，作为判断交易对象信用风险的参考依据之一。

10 持续改进

商务诚信评价结果发布之后，商贸流通企业应根据本企业商务诚信评价结果有针对性地提升自身商务诚信管理水平。

地方标准信息服务平台

附 录 A
(规范性)
评价指标及说明

A.1 商贸流通企业商务诚信指标及说明

表A.1 商务诚信评价指标及说明

一级指标	二级指标	指标说明	分值
业务管理	经营条件	企业开展商贸流通业务相关的经营场所、网点、设施设备及智能化建设水平，如仓库、运输车辆等。	70
	规章制度	与商贸流通业务相适应的规章制度的建设情况。	60
	服务保障	是否成立客户服务部门，建立与客户沟通机制，主动接受客户和社会监督；是否严格遵循相关制度标准对产品和服务进行严格质量控制，并建立产品流通追溯渠道；是否建立产品和服务自查自纠机制；是否提供便捷安全支付渠道。	70
	信息管理	规范开展商务诚信信息的接收、传递和处理的情况；是否对服务过程中采集、产生数据进行安全保护及保密。	40
	投诉管理	设置客户投诉渠道及处置、管理投诉信息的情况，包括有效投诉率、投诉处理完成率、投诉处理及时率、投诉服务评价结果等。	40
无形资产	资质资格	取得商贸流通相关业务所需的资质认证证书。	40
	专利技术	企业已成功申报的专利技术、软件著作权登记。	30
	商标字号	企业注册的商标数量及驰名商标、中华老字号认定情况。	50
	品牌建设	企业在品牌建设方面的主导意愿、追求的目标和发展思路，包括企业对品牌培育、建设、发展的规划等。	60
	主动立信	主动公开承诺、主动接受社会监督、主动公开或认领信用信息、主动协助政府用信及参与诚信宣传、诚信创建活动等情况。	30
市场交易	营销情况	近三年营业销售情况，包括营业金额、销售毛利率、销售净利率、资产报酬率、净资产收益率及是否建立高效营销渠道等。	60
	招投标管理	规范有效开展招投标活动的情况，是否存在弄虚作假、恶意报价、围标、串标行为或与交易对象有不正当利益关系。	60
	交易客户	主要交易客户数量，以及销售客户所属行业情况。	40
	供应能力	所供应的产品和服务的种类、数量、市场占有率、合格率及主要销售区域等。	50
	合同管理	在签订前、签订过程、履行过程、履行后等环节对合同履约风险的控制情况，是否存在违约情形或合同纠纷。	70
	承诺履行	在产品质量、运输时效、售后服务等方面对客户的承诺履约情况，可通过客服部门、质检部门、消费者协会等渠道反馈的情况获知。	40

表A.1 商务诚信评价指标及说明（续）

一级指标	二级指标	指标说明	分值
	市场舆情	上下游企业评价情况、交易方评价情况、大型平台评价情况及媒体评价等。	30
财务管理	财务能力	包括偿债能力、营运能力、发展能力。可通过流动比率、资产负债率、应收账款周转率、存货周转率、资本保值增值率、主营业务收入增长率等指标衡量。	60
	财务信息披露	财务信息披露的及时性和真实性情况。	30
	商账管理	信用销售（或预付款采购）及应收账款管理情况，包括坏账损失比率、应收账款回款率。	50
	债务偿还	应付账款支付情况；银行贷款偿还情况。	50

地方标准信息服务平台

附 录 B
(规范性)
二级指标分值确定规则

商贸流通企业商务诚信评价二级指标分值确定利用态度量表技术。根据指标数据资料的采集情况，首先对二级指标不同的状态、等级或态度特性进行定位，再根据完善程度赋予该指标具体的百分比，最后将该指标满分分值与百分比相乘，得出该指标的实际得分。具体示例见表B. 1。

表B. 1 商务诚信评价二级指标分值确定示例

二级指标	指标分值	完善程度				
		很完善 (100%~90%)	完善 (90%~80%)	一般 (80%~60%)	不完善 (60%~30%)	很不完善 (30%~0)
经营条件	70					

附 录 C
(规范性)
直接否决项指标及说明

C.1 商贸流通企业商务诚信评价直接否决项指标及说明

表C.1 商务诚信评价直接否决项指标及说明

序号	指标项	说明
1	企业无合法的统一社会信用代码	国家企业信用信息公示系统
2	企业已注销或吊销	国家企业信用信息公示系统
3	企业被列入严重失信主体名单	信用中国
4	企业近三年存在 3 条以上（含 3 条）行政处罚信息（不包括已停止公示的行政处罚信息）	信用中国
5	企业长期停业或已进入破产流程、注销流程	其他官方权威网站（如：高法等）
6	企业法定代表人/主要股东发生重大不利事项，如出逃、被列入失信被执行人，涉及经济、刑事案件被审查或逮捕的	其他官方权威网站（如：公安等）

地方标准信息服务平台

附 录 D
(规范性)
评价等级划分

按照商务诚信程度，商务诚信分在结果上展现范围为0至1000，分数越高，商务诚信等级越高。其等级划分情况见表D.1

表D.1 商务诚信分等级划分表

序号	等级	分数范围	说明
1	优秀	900-1000（含 1000）	商务诚信度优秀，一定期限内履约可能性极高，信用风险很小
2	良好	800-900（含 900）	商务诚信度良好，一定期限内履约可能性高，信用风险小
3	一般	700-800（含 800）	商务诚信度一般，一定期限内履约可能性较高，信用风险中等
4	提示	600-700（含 700）	商务诚信度较低，一定期限内履约可能性一般，信用风险较高
5	风险	0-600（含 600）	商务诚信很低，一定期限内存在较高违约可能性，信用风险高