ICS 01.040.01
A 10
备案号:38480—2013

SB

# 中华人民共和国国内贸易行业标准

SB/T 10822—2012

# 网络团购企业信用评价体系

**Credit Assessment system for online group purchase**

2012-12-20 发布　　2013-06-01 实施

中华人民共和国商务部　　发 布

# 目　　次

前言 …… Ⅰ
1　范围 …… 1
2　规范性引用文件 …… 1
3　术语和定义 …… 1
4　信用评价的基本内容 …… 2
5　信用评价主体 …… 5
6　信用评价流程 …… 5
7　信用评价原则 …… 6
8　信用评价等级表示 …… 6
参考文献 …… 7

# 前　言

本标准按照 GB/T 1.1—2009 给出的规则起草。

本标准由全国商业自动化标准化技术委员会提出。

本标准由中华人民共和国商务部归口。

本标准起草单位：中商流通生产力促进中心有限公司、宏图三胞高科技术有限公司、北京国富泰企业征信有限公司、深圳市杰信信息技术有限公司。

本标准主要起草人：王德利、张春红、杜树叶、周毅、刘宁元、常晓东、史宏宇、武兴华、付振兴、郑世杰。

# 网络团购企业信用评价体系

## 1 范围

本标准规定了网络团购活动中企业信用评价体系的建立。

本标准适用于专业网络团购经营企业、含有团购业务的网络购物企业、网络团购第三方评估机构、政府网络团购管理部门等，不适用于房地产网络团购。

## 2 规范性引用文件

下列文件对于本文件的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件，仅注日期的版本适用于本文件。凡是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 26842 基于电子商务活动的交易主体 企业信用评价指标与等级表示规范

SB/T 10693 网络购物术语

CCA 9002 企业信用评价规范

## 3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

**网络团购 online group purchase**

通过互联网渠道，聚集一定数量的消费者，通过组团的形式，以合理价格购买同一种商品或服务的商业活动。

3.2

**网络团购交易平台经营者 operating enterprise of online group purchase**

在工商行政管理部门登记注册并领取营业执照，取得经营性网站资质并备案，从事网络团购交易平台运营并为交易双方提供服务的法人和其他组织(以下简称“团购平台经营者”)。

3.3

**网络团购商户 trader of online group purchase**

在网络团购交易平台上提供团购商品或服务的法人和其他组织(以下简称“商户”)。

3.4

**网络团购企业信用评价 credit assessment of online group purchase**

以企业网络团购经营平台为被评价对象开展的信用评估活动(以下简称“信用评价”)。

3.5

**信用等级 credit rate**

企业在一定时期内各种经济往来活动中，守信或失信程度的标识，是企业信用水平高低的量化尺度。

[CCA 9002—2009 3.8]

3.6

**网站 PR 值　PageRank**

Google 排名运算法则的一部分，级别从 1 到 10，是 Google 用于标识网页的等级/重要性的一种方法。

## 4　信用评价的基本内容

### 4.1　评价要素

#### 4.1.1　企业基本信息

反映企业合法的注册信息和资质信息。

#### 4.1.2　网站规模

反映企业网络团购交易平台规模、影响力的大小。

#### 4.1.3　交易规模

反映企业网络团购经营活动中交易规模的大小。

#### 4.1.4　财务信息

反映网络团购企业盈利能力、偿债能力及发展能力。

#### 4.1.5　平台经营流程规范性

反映网络团购企业在团购活动中交易活动合规性。

#### 4.1.6　团购信息发布完备性

反映网络团购企业发布的商品或服务信息全面性、完整性、有效性。

#### 4.1.7　物流质量保证

反映网络团购企业联合第三方物流企业在物流服务质量方面提供的担保与承诺。

#### 4.1.8　售后服务质量保证

反映网络团购企业提供各种售后服务的质量。

#### 4.1.9　团购信用记录

反映消费者投诉情况及网络团购企业在国家行政部门、第三方平台、行业组织等的信用记录状况。

#### 4.1.10　信息公开文档完备性

反映网络团购企业公开文档的完备程度。

#### 4.1.11　团购商户审核管理能力

反映网络团购企业对商户的审核管理能力。

### 4.2　评价内容

网络团购企业信用评价项目见表 1。

表 1　网络团购企业信用评价项目

| 评价要素 | 评价项目 | 评价内容 |
| --- | --- | --- |
| 企业基本信息 | 连续经营时间 | 反映企业合法经营时间长短 |
| | 注册资本 | 营业执照上的注册资本数 |
| | 经营范围 | 反映企业合法经营品类及所提供服务范围 |
| | 备案审核通过时间(ICP 证) | 企业在政府行政管理机构网站备案的时间长短 |
| | 最新工商年检结果 | 企业经过工商年检情况 |
| | 所获得的资质信息 | 企业获得政府机关或其他机构的资质认证情况(失效资质证书视为无效) |
| | 员工人数 | 企业全体员工总人数 |
| 网站规模 | 网站访问量 | 最近三个月网站日均独立访客数 |
| | 用户注册数 | 注册的消费者数量 |
| | 网站 PR 值 | 反映网站等级的标准 |
| | 网站运营年限 | 反映网站存在时间的长短 |
| 交易规模 | 开通团购活动的数量 | 最近三个月团购交易平台日均开通团购活动的数量 |
| | 交易成功数量 | 最近三个月团购交易平台日均团购交易成功的数量 |
| | 交易频率 | 团购交易平台每月团购交易次数 |
| | 累积交易额 | 网站团购交易累积金额 |
| | 团购商户数量 | 网站总的商户入驻数量 |
| 财务信息[参考 GB/T 26842 表 1] | 经营收入 | 企业最近一个财务年度总收入 |
| | 资产负债率 | 反映企业在总资产中有多大比例是通过借贷筹资的 |
| | 净资产收益率 | 反映股东权益的收益水平 |
| | 流动比率 | 反映企业资产的变现能力 |
| | 营业收入增长率 | 反映企业营业收入的增长情况 |
| | 获利能力比率 | 经营活动净现金流量/净利润,反映企业获利能力 |
| 平台经营流程规范性 | 消费者权益保护完善程度 | 反映团购平台经营者建立消费者权益保护措施状况 |
| | 秒杀、抽奖等促销活动真实性 | 反映经营过程中举行活动的合法性、有效性、实际成交真实性 |
| | 团购交易平台便捷性 | 反映团购交易平台用户体验质量 |
| | 交易信息透明度 | 平台交易结果对商家的透明度,商家服务结果对平台经营者和消费者的透明度 |
| | 支付流程健全程度 | 反映支付流程的可靠性、可操作性、安全性 |
| | 第三方先行赔付担保机制 | 是否介入第三方,更好的保护消费者权益 |
| | 审查、记录、保存交易信息 | 反映交易数据的记录保存情况 |
| | 团购交易平台安全性 | 是否提供安全消费模式,反映团购平台交易安全程度 |

表 1（续）

| 评价要素 | 评价项目 | 评价内容 |
| --- | --- | --- |
| 团购信息发布完备性 | 团购商品信息发布完善性 | 商品信息发布规则中是否包含商品名称、商品产地、商品认证标志、商品保修期、商品保质期等关键信息项 |
| | 团购服务信息发布完善性 | 团购服务信息是否包含了服务名称、服务有效期等关键信息项 |
| | 商品或服务信息质量审查机制 | 发布的商品或服务内容是否经过审核，对发布虚假商品或服务信息的惩罚措施等 |
| | 商品或服务信息的分类、管理能力 | 反映对发布的商品或服务信息的有效分类、维护、管理能力 |
| 团购物流质量保证 | 发货速度 | 反映发货及时性 |
| | 实物相符及完整程度 | 反映物流过程实物相符及存在破损状况 |
| | 物流服务商选择 | 反映平台经营者建立相关措施保证商户选择合格的物流服务商 |
| 团购售后服务质量保证 | 退换货流程完善程度 | 退换货流程是否完善，是否能协调商户快速办理退换货 |
| | 客服质量 | 是否能为用户提供高质量客户服务，并建立有效投诉渠道及途径，引导良性投诉 |
| | 投诉处理能力 | 是否有向消费者开放有效的投诉渠道，并对投诉进行及时处理 |
| | 支持过期未消费预付款退还 | 是否支持过期未消费预付款退还事项（特别说明的消费项目除外） |
| 企业信用记录［参考 GB/T 26842 表 1］ | 违法违规信息 | 团购平台经营者在社会公共机构等各方面违法违规情况 |
| | 荣誉信息 | 团购平台经营者获得荣誉情况，如法定代表人荣誉、品牌荣誉、纳税先进、文明单位、社会公益等荣誉 |
| | 投诉信息 | 消费者在国家行政部门、第三方投诉平台、行业组织对网络交易平台虚假信息宣传、虚报价格、虚假折扣、商品与发布信息不符、送货太慢、退货困难、售后服务不到位、商品质量等的投诉 |
| | 交易方评价信息 | 反映交易方合同履行、守约等情况 |
| 信息公开文档完备性 | 网站信息文档公开全面性 | 网站是否公开了交易条款、服务承诺、购物说明、积分说明、会员制度、配送方式、支付方式、售后服务等信息 |

表 1（续）

| 评价要素 | 评价项目 | 评价内容 |
| --- | --- | --- |
| 团购商户审核管理能力 | 团购商户审核准入机制 | 是否建立了一套规范的商户审核准入机制，如提交商户营业执照，对商户经营规模、服务能力、管理能力等进行审核，保证团购商户的合法性，并与商户签订合同 |
| | 团购商户管理机制 | 是否对商户的经营资料、企业信息、产品信息等进行备案，并建立商户档案制度并及时更新档案 |
| | 商户销售凭证开具 | 是否能确保商户开具合法售后凭证 |
| | 售后商品三包保障 | 是否确保团购的商品三包服务有效、合理 |
| | 商户保证金支付 | 是否收取了商户的保证金 |
| | 商户行政处罚与信誉信息 | 是否考查了商户的行政处罚与信誉历史信息 |

## 5 信用评价主体

网络团购企业信用评价工作应由政府相关机构或权威第三方电子商务信用评价机构负责组织。第三方电子商务信用评价机构的资质应符合但不限于以下基本要求：

a） 依法设立的专业从事电子商务信用评价的机构；

b） 应在所在地征信办等相关信用管理部门备案；

c） 具有完善的信用评价流程、信息保密制度等；

d） 具有从事电子商务领域企业信用评价活动相适应的评估人员。信用评估人员应经过相关业务培训，具备从业所需专业知识与服务技能；

e） 网络团购信用评估项目负责人应有一年以上电子商务领域信用服务行业从业经验；

f） 遵守《中国信用服务行业自律公约》、《中国信用服务行业从业人员职业道德规范》、《中国信用服务机构合作框架协议》等相关规定；

g） 符合法律、法规、规章规定的其他条件。

## 6 信用评价流程

被评价对象应为专业网络团购经营企业、含有团购业务的网络购物企业。信用评价应包含但不限于以下基本流程：

a） 根据地区等因素确定指标权重；

b） 根据指标体系，可通过计算机或人工方式采集企业信用信息；

c） 分为初评阶段与终评阶段：

应对初评结果进行网站公示，公示期不少于 15 天，初评公示期内对评价结果没有异议则为最终信用等级。如果初评公示期有异议，应进行复评，复评仅限一次，复评结果即为最终信用等级。

d） 对被评价对象定期进行跟踪；

e） 对评价程序、评价结果进行公开，并接受社会和媒体监督。

## 7 信用评价原则

在进行网络团购企业信用评价的过程中，应遵照以下原则：

a) 引导性：引导团购平台经营者加强自律，明确团购平台经营者的信用管理责任；

b) 客观性：应对采集到的企业信用信息进行调查，并采取相应方法核实比对，务必真实客观反映其信用状况；

c) 独立性：应独立、公正地反映企业的信用状况；

d) 前瞻性：在客观反映被评对象过去与当前信用状况的基础上，应侧重对被评价对象履约能力与意愿进行分析与判断。

通过网络团购企业信用评价体系的引入，宜建立网络团购追溯机制，切实保护消费者的权益，推进网络团购的良性发展。

## 8 信用评价等级表示

团购企业信用评价结果以“三等五级”的形式表示。等级符号可以根据实际情况调整，但等级含义应保持与本标准的对应关系。信用等级表示与释义如表 2 所示。

**表 2 网络团购企业信用等级表示与释义**

| 等级 | | 释义 |
|---|---|---|
| A 级 | AAA | 团购企业信用状况极好，履约能力极强；经营处于良性循环状态 |
| | AA | 团购企业信用状况很好，履约能力很强；经营处于良性循环状态 |
| | A | 团购企业信用状况较好，履约能力较强；经营处于良性循环状态 |
| B 级 | | 团购企业信用状况尚可，具备一定履约能力，有一定信用风险 |
| C 级 | | 团购企业信用状况差，履约能力差，违约可能性很大 |
| 缺失 | NR | 以下三类企业不予以评价：(1)企业关键资料显著缺失；(2)为非法人企业；(3)停业、歇业的企业 |

# 参 考 文 献

[1] GB/T 22116—2008 企业信用等级表示方法
[2] GB/T 22117—2007 信用 基本术语
[3] GB/T 22118—2008 企业信用信息采集、处理和提供规范
[4] GB/T 23794—2009 企业信用评价指标体系分类及代码
[5] GB/T 26841—2011 基于电子商务活动的交易主体 企业信用档案规范
[6] 《关于加强网络团购经营活动管理的意见》(国家工商行政管理总局工商市字[2012]39 号)
[7] 《“十二五”电子商务信用体系建设指导意见》(中华人民共和国商务部商电发[2011]478 号)

中华人民共和国国内贸易
行业标准
网络团购企业信用评价体系
SB/T 10822—2012
*
中国标准出版社出版发行
北京市朝阳区和平里西街甲2号(100013)
北京市西城区三里河北街16号(100045)
网址 www.spc.net.cn
总编室:(010)64275323 发行中心:(010)51780235
读者服务部:(010)68523946
中国标准出版社秦皇岛印刷厂印刷
各地新华书店经销
*
开本 880×1230 1/16 印张 0.75 字数 15 千字
2013年5月第一版 2013年5月第一次印刷
*
书号:155066·2-24955 定价 16.00 元

如有印装差错 由本社发行中心调换
版权专有 侵权必究
举报电话:(010)68510107

SB/T 10822-2012

打印日期:2013年5月30日 F009A