



中华人民共和国国家标准

GB/T 36315—2018

电子商务供应商评价准则 在线销售商

Evaluation criteria for E-commerce supplier—Online seller

2018-06-07 发布

2018-10-01 实施

国家市场监督管理总局
中国国家标准化管理委员会 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 评价总体框架和评价模块	1
5 评价方法	5
6 扩展原则与方法	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。

本标准由全国电子业务标准化技术委员会(SAC/TC 83)提出并归口。

本标准起草单位：莆田市银禧网络科技有限公司、厦门瑞德利校准检测技术有限公司、海欣食品股份有限公司、中国标准化研究院、中标合信(北京)认证有限公司、浙江工商大学、福建省晋江远通鞋业有限公司、晋江通力模具有限公司、世纪禾光科技发展(北京)有限公司、广东天元实业集团股份有限公司、成都安顾信息技术有限公司、成都纵连展会物流有限公司、四川蜀杰通用电气有限公司、成都理邦系统工程技术有限公司。

本标准主要起草人：张继兴、林祎闽、陈为味、李可伟、吴功兴、隋媛、翟雅男、王志民、孙兆洋、程越、李丽、吴娟、王颖、黄骏鹏、郑文林、杨开才、谭兴军、周孝伟、罗海莹、丁亚闽、李华伟、王波。

电子商务供应商评价准则 在线销售商

1 范围

本标准规定了电子商务活动中在线销售有形商品的商家的评价总体框架和评价模块、评价方法、扩展原则与方法。

本标准适用于电子商务活动中在线销售有形商品的商家的评价和认证。

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 32100 法人和其他组织统一社会信用代码编码规则

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

电子商务 electronic commerce

以电子形式进行的商务活动。

注:经济活动主体之间利用现代信息技术和网络技术(含互联网、移动网络和其他信息网络)开展商务活动,实现网上接洽、签约、支付等关键商务活动环节的部分或全部电子化,包括货物交易、服务交易和知识产权交易等。

[GB/T 31526—2015,定义 3.1]

3.2

电子商务平台 electronic commerce platform

在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。

[GB/T 31524—2015,定义 3.2]

3.3

在线销售商 online seller

在电子商务平台提供商提供的服务平台上开展有形商品和无形商品营销活动的组织或个人。

注 1:本标准中,在线销售商特指销售有形商品的组织。

注 2:改写 GB/T 32873—2016,定义 3.5。

3.4

顾客 customer

消费者

使用有形商品的组织或个人。

4 评价总体框架和评价模块

4.1 总体框架

在线销售商的评价由经营资质、经营能力、产品管控、经营过程、经营绩效、信用和荣誉、社会责任

7个评价模块、22个评价子模块以及评价内容构成。实际评价时不限于上述评价模块、评价子模块和评价内容。

4.2 评价模块

4.2.1 经营资质

经营资质指销售商在电子商务平台上销售商品时应需具备的资质条件。

评价子模块包括但不限于：

- 统一社会信用代码；
- 经营资格证书；
- 特定经营许可。

4.2.2 经营能力

经营能力指为保障经营活动正常进行应具备的条件。

评价子模块包括但不限于：

- 人力资源配置；
- 资金保障能力；
- 风险防控能力；
- 制度建设。

4.2.3 产品管控

产品管控指销售商为保障销售产品的质量应具备的条件。

评价子模块包括但不限于：

- 产品质量；
- 进货渠道。

4.2.4 经营过程

经营过程指销售商为开展产品销售的各环节应具备的条件。

评价子模块包括但不限于：

- 信息展示；
- 沟通；
- 支付；
- 库存/备货；
- 物流；
- 退换货；
- 售后。

4.2.5 经营绩效

经营绩效指销售商销售行为的总体情况。

评价子模块包括但不限于：

- 销售情况；
- 客户满意度。

4.2.6 信用和荣誉

信用和荣誉指销售商所获得的社会公认信用和名声以及取得的社会认可的相关称号、资质和荣誉等。

评价子模块包括但不限于：

- 信用；
- 荣誉。

4.2.7 社会责任

社会责任是组织对运营的社会和环境影响采取负责任的行为。

评价子模块包括但不限于：

- 环境保护；
- 公益支持。

4.3 评价内容

评价内容见表 1。

表 1 中评价选择项包括：

- 必备项，表示该评价内容是必选的；
- 条件必备项，表示该评价内容在一定条件下必选，当满足约束条件中所定义的条件时必选，并对具体条件进行说明；
- 参考项，表示该评价内容根据实际应用是可选的。

表 1 评价内容

评价模块	评价子模块	评价内容	评价选择项
经营资质	统一社会信用代码	取得统一社会信用代码，应符合 GB 32100 的规定	必备项，未取得统一社会信用代码的组织提供主管部门登记注册所取得的注册号
	经营资格证书	在有效期内，并列出生效证书的有效期	必备项
	特定经营许可	经营特定的有许可要求商品的组织，提供特定经营许可证，并在有效期内	条件必备项，经营特定的有许可要求商品的组织，此项内容为评价必备
		经营品牌商品的组织，提供商标注册证书或者品牌授权使用证明，并在有效期内	条件必备项，经营品牌商品的组织，此项内容为评价必备
经营能力	人力资源配置	配置与销售各环节相关的岗位	必备项
		人员能力和数量确保满足销售需求	必备项
	资金保障能力	设立与销售规模相符的保证金	参考项
	风险防控能力	建立风险防范制度	必备项
		根据营销环境、销售情况等，能够及时做出商品上下架响应	必备项
制度建设	针对销售环节、人员等制定相应的规整制度，并严格执行	必备项	

表 1 (续)

评价模块	评价子模块	评价内容	评价选择项
产品管控	产品质量	保证所售商品应符合相应国家、行业、团体或企业标准的要求	必备项
	进货渠道	提供供货商开具的正规进货凭证	必备项
经营过程	信息展示	页面上展示的商品与经营范围相符	必备项
		页面上展示的商品与在电子商务平台注册时登记的商品范围相符	必备项
		页面展示的商品信息描述与商品的实际情况相符	必备项
	沟通	能提供电话、电子邮件、在线即时通讯等多种沟通形式	必备项
		保障足够的在线服务时间和快速的响,确保客户的问题能够及时得到响和回复	必备项
		沟通过程中使用文明用语	必备项
	支付	提供多种的付款途径	必备项
	库存/备货	电子商务平台页面展示库存与实际库存相符	必备项
		在约定时间内完成商品的发货	必备项
	物流	商品按照指定地点交付给顾客	必备项
		商品按照约定时间准时交付给顾客	必备项
		提供商品的物流跟踪信息	参考项
	退换货	制定退换货机制	必备项
		为顾客提供退换货保险	参考项
	售后	为顾客提供投诉处理和意见反馈的程序,重视消费者权益	必备项
定期评估处理投诉和意见反馈程序,并有纠正、预防性措施		必备项	
有人员专责处理投诉和意见反馈		必备项	
经营绩效	销售情况	销售量 统计周期内,销售商通过不同途径的销售商品的数量 注:可从总体、线上、线下等多个渠道分别进行统计	必备项
		销售额 统计周期内,销售商通过不同途径的销售额 注:可从总体、线上、线下等多个渠道分别进行统计	必备项

表 1 (续)

评价模块	评价子模块	评价内容	评价选择项
经营绩效	客户满意度	好评率 统计周期内,好评的订单数量与所有评价订单数量的比值	必备项
		重复购买率 统计周期内,客户重复购买同类产品的交易次数与总交易次数的比值	必备项
		纠纷率 统计周期内,销售商收到的客户发起的纠纷订单数量与在交易数量的比值	必备项
		退款率 统计周期内,销售商收到的客户发起的退款订单数量与在交易数量的比值 示例:对商品质量不满意或者描述不符、破损、延迟发货等原因导致货物被退款	必备项
信用和荣誉	信用	守法经营,无违法经营行为	必备项
		未被纳入经营异常名录	必备项
		未发生过商业诈骗和银行信誉受损等情况	必备项
		未发生过违约和债务拖欠等行为	必备项
	荣誉	能提供所获得荣誉的证明 示例:各级政府、行业协会、商会等组织授予的嘉许、奖状、荣誉或关于其商业地位、良好口碑的认可等	参考项
社会责任	环境保护	制定环境保护方面的制度 示例:给出废水、废气、固体废弃物处理的具体规定,给出能源节约方面的规定	必备项
	公益支持	提供参与公益活动的相关证明	参考项

5 评价方法

5.1 评价方式

评价方式是对评价内容作出评价结论的主要手段,在评价过程中可使用一种评价方式,也可使用多种评价方式的组合形式。主要的评价方式有:

- 文件审查:对所提供的审核文件的真实性和有效性进行审查,审核文件是指在在线销售商评价过程中,被评价的销售商根据评价要求需提供的自我声明、相关文件、证件或证明等材料;
- 人员访谈:对相关人员,针对评价内容进行访谈;
- 现场巡查:赴现场了解有关内容,对事实相符性进行查验。

5.2 评价方法

电子商务在线销售商的评价是通过评价内容、评价子模块和评价模块的评价来完成,评价方法如下:

- a) 本标准的用户在实际评价中,宜根据本标准规定的评价内容、评价子模块和评价模块制定实施

细则,确定评价规则和评分方法;

- b) 采用多种评价方式(见 5.1)的组合使用,对评价内容进行评价,给出评价内容得分;
- c) 按照实施细则中给出的评价规则,综合评价内容得分,给出评价子模块的得分;
- d) 按照实施细则中给出的评价规则,综合评价子模块得分,给出各评价模块的得分;
- e) 依据评价模块的评价得分,按照实施细则中给出的评价规则,给出在线销售商总得分。
- f) 将总得分统一转换为百分制的方式。

评分转换见式(1):

$$\text{评分} = \text{实际得分} / \text{涉及项总分值} \times 100 \quad \dots\dots\dots(1)$$

式中:

涉及项总分值——评分项的理论得分总和。

6 扩展原则与方法

本标准使用过程中,可根据不同行业销售商的业务特点和不同的评价需要进行扩展,扩展内容(评价模块、评价子模块和评价内容)不应与已有内容冲突。

扩展方法如下:

- 增加评价模块,应相应增加本模块下的评价子模块和评价内容;
- 增加现有评价模块下的子模块,应相应增加本子模块下的评价内容;
- 增加评价子模块下评价内容;
- 增加评价模块、评价子模块和评价内容后,评价规则应做适当调整,但不应与现有评价规则冲突。

参 考 文 献

- [1] GB/T 31524—2015 电子商务平台运营及技术规范
 - [2] GB/T 31526—2015 电子商务平台服务质量评价与等级划分
 - [3] GB/T 32873—2016 电子商务主体基本信息规范
-