

# 《网络购物诚信服务体系评价指南》团体标准

## 编制说明

(征求意见稿)

中商联媒体购物专业委员会

2020年06月

# 目 录

1	工作简况	1
1.1	任务来源	1
1.2	目的和意义	2
1.3	标准制定工作过程简述	4
2	制定标准原则与依据	9
2.1	制定标准原则	9
2.2	制标依据	9
3	标准范围及主要内容	11
3.1	标准范围	11
3.2	标准内容	11
4	贯彻标准的措施与建议	15
4.1	加强标准宣贯力度，扩大标准宣贯范围	15
4.2	研究宣贯的有效途径，真正发挥标准的作用	16
5	其它需要说明的问题	18
5.1	标准实施建议	18
5.2	采用国际标准和国外先进标准的一致性程度	18
5.3	与有关的现行法律、法规和强制性国家标准的关系	18
5.4	重大分歧意见的处理经过和依据	19
5.5	标准性质的建议	19
5.6	废止现行有关标准建议	19
5.7	预期经济效益和社会效益分析	19
5.8	其他应予以说明的事项	20

# 1 工作简况

## 1.1 任务来源

2020年3月25日，中国商业联合会标准工作部印发了《关于下达2020年第二批团体标准项目计划的通知》，由中商联媒体购物专业委员会承担制定《网络购物诚信服务体系评价指南》团体标准工作。标准技术归口单位是中商联标准工作部。完成时间：2020年。

《网络购物诚信服务体系评价指南》团体标准是对网络购物经营企业诚信服务评价的指导性文件。网络购物经过近十年的发展，已经成为大众广为接受的购物形式，但在快速发展的同时，存在的问题不容忽视。特别是假冒伪劣、虚假宣传不同程度的给消费者带来了经济上损失和身体上的伤害。媒购委充分发挥监督管理的职能，多次曝光通报的“假黄金首饰”案件已经成为经典案例，并为众多消费者敲醒了警钟。同时也为网络购物主管部门提供了监管的典型案列。因此，有关网络购物经营者如何建立诚信服务体系、如何满足消费者需求的问题，又再次摆在了全国人民的面前。《网络购物诚信服务体系评价指南》团体标准正是在这一大背景下，通过制定统一的行业标准并实施，督促网络购物经营者建立诚信服务体系，并保持持续改进，让消费者重新认识网络购物经营者的新形象，开创我国流通领域网络购物经营模式的新局面。

## 1.2 目的和意义

网络购物在我国已经有 10 多年的历史，尽管期间经历了跌宕起伏，但仍然得到了消费者的欢迎。特别是近些年来，国家新媒体、新技术的应用，使得网络购物行业向更深层次发展，交易量、交易金额屡创新高，经营模式也在不断创新。但是，由于我国网络购物主管机构职能的划分存在缺陷，网络购物行业多头管理，并缺乏相关法律法规进行约束，致使行业出现的问题越来越突出。另外，支撑行业发展的标准规范尚不健全，不能满足行业发展的需要。特别是网络购物专业领域范围内的诚信服务标准体系，没有统一的评价标准，给行业管理和监管带来了诸多困难。因此，及时制定《网络购物诚信服务体系评价指南》团体标准，并在网络购物行业推荐性实施，具有十分重要的意义。

## 1.3 标准制定工作过程简述

根据工作计划安排，媒购委首先于 3 月就成立了标准起草工作组，广泛收集了相关标准资料，并进行了函调和实地调研。通过收集资料与调研从而了解掌握国内外与城市公共交通相关的标准制定现状、存在的问题与不足，并分析其原因，保证了《网络购物诚信服务体系评价指南》团体标准的起草工作顺利进行。

### (1) 收集标准资料并分析国内外相关标准

资料收集主要为了掌握国内外与网络购物相关的国家标准或行业标准的制定、实施情况及其社会效益。收集资料内容包括国际标准、

国外先进标准及相关资料，其国际标准没有收集到同类标准，即使能够收集到也只能作为参考使用，而不能直接采用。

我国现行的网络购物行业相关国家标准、行业标准还属于空白阶段，媒购委自 2008 年就着力起草网络购物行业标准。经过不懈的努力，《媒体购物经营要求》（SB/T10965-2003）行业标准终于于 2013 年发布实施，这也是媒购委去年主导制定的我国第一个媒体购物的行业标准。该标准给出了媒体购物经营者基本的要求，为建立健全媒体购物标准体系奠定了基本条件。该标准于 2013 年 11 月 1 日正式实施，在制定本标准过程中起到了重要的参考作用。

## （2）调研情况

根据制定标准工作进度安排，标准起草工作组在研究过程中组织了多次实地调研，调研的城市包括北京市、上海市、广州市、杭州市等，每个城市在当地有关部门的支持下各选取了有代表性的网络购物企业进行调研。通过实地调研、展开座谈，大部分单位或个人认为迫切需要制定统一的网络购物专业领域的系列标准，特别是诚信经营、服务质量、客户信息安全、考核评价等行业标准急需制订，以便满足当前网络购物行业快速发展的需要，规范行业管理、引导网络购物行业健康发展。

## （3）了解客户需求并分析现行标准存在的问题

针对目前网络购物行业发展现状，在调研过程中，通过座谈了解到经营者、消费者对标准的需求，认为行业发展离不开标准规范的支持，没有标准为依据，无法判定、解决行业管理中出现的问题，希望

行业主管部门及时、快速制定相关标准，为行业管理提供监管的依据。

#### （4）确定诚信服务体系的主要内容

在研究网络购物行业诚信经营的过程中，按照我国网络购物目前的发展现状和存在的问题，将诚信服务标准涉及的内容按生产经营流程进行划分。对近些年来网络购物行业出现的缺乏诚信典型案例问题进行分析，提炼出需要规范、维护消费者利益应该做到的基本内容，纳入到《网络购物诚信服务体系评价指南》标准中，从而形成网络购物诚信服务体系评价指南体系。

#### （5）制定标准工作进展情况

2020年3月，起草单位正式接到中商联标准工作部下发的2020年团体标准制修订计划，立即成立了标准起草工作组，确定标准主要起草人员，并进行分工。

2020年4月上旬，制订了标准研究的工作计划，组织召开了制定标准工作会议，评审通过了编写大纲。

2020年4月下旬，收集国内外标准资料，并在国内部分城市北京、上海、广州、杭州等城市企业展开调研。

2020年5月上旬，组织召开了标准工作研讨会，邀请国内部分企业、专家开展了讨论和论证。对完成的标准起草工作组讨论稿（草案）进行讨论，提出修改意见。

2020年5月下旬，组织在京专家与标准工作人员探讨、咨询，进一步修改标准草案，形成了标准征求意见稿和编制说明。

## 2 制定标准原则与依据

### 2.1 制定标准原则

为使制定的《网络购物诚信服务体系评价指南》团体标准满足现阶段行业发展要求，标准起草工作组召开了工作会议，确立了制定标准的原则如下：

(1)《网络购物诚信服务体系评价指南》以诚信服务的内容为主，按照内容和经营过程的环节，确定与诚信服务相关的要素，将这些要素进行分类，并按类别进行评价。

(2)《网络购物诚信服务体系评价指南》应确定评价指标体系、划定评价程序、评分标准和评分细则。

(3)《网络购物诚信服务体系评价指南》标准对诚信服务分为四级标准，最优质诚信服务为 AAAA 级，依次为 AAA、AA、A 级。同时，标准还确定了评价工作的流程和方法。

### 2.2 制标依据

#### (1) 关于“采标”

鉴于目前国外没有收集到网络购物诚信服务体系评价指南相关的国际标准和国外先进标准，而不能直接引用和采用。因此，制定本标准没有等同或修改采用国际标准和国外先进标准。

#### (2) 国内标准借鉴

在收集的我国相关标准中，没有网络购物诚信服务体系评价指南

的相关标准，与网络购物诚信服务体系评价指南标准内容接近的标准也没有，经标准起草工作组讨论，在制定术语标准时，按照国家标准编写要求，参照其他行业诚信服务标准的格式和内容形式进行起草。

### （3）标准化法律法规标准

在制定术语标准过程中，工作组严格遵循了以下标准化法律法规标准的规定，作为该标起草的重要依据：

《中华人民共和国标准化法》、《中华人民共和国标准化法实施条例》、《国家标准管理办法》等法律、法规；

GB/T1.1—2020《标准化工作导则 标准化文件的结构和起草规则》；

通过参考以上的法律法规、标准编写规则、指南的指导，从而明确了标准编制工作应遵循统一的原则和方法，使标准起草工作组能够以实际和有效的方式组织标准编写工作，能够在网络购物专业领域内保证诚信服务评价的完整性、合理性及公正性，能够促进评价标准在网络购物行业管理中的有效应用。

## 3 标准范围及主要内容

### 3.1 标准范围

按照我国目前网络购物行业的现状，本标准规定了网络购物企业诚信经营的基本要求、经营原则、管理与社会监督、评价指标体系、评价程序及评定标准等内容。本标准适用于境内的网络购物企业的诚



信经营管理、监督管理及评价或认证等。

## 3.2 标准内容

《网络购物诚信服务体系评价指南》行业标准的内容主要包括范围、规范性引用文件、术语和定义、基本要求、诚信经营原则、管理和社会监督、评价指标体系、评定等级划分、评价程序方法以及评价细则等内容。

### (1) 基本要求

对网络购物经营者在以下四个方面提出了基本要求，分别是：

- 应遵循国家有关诚信经营的法律、法规的规定，做到合法合规经营。
- 应坚持以人为本，恪守职业道德。
- 建立诚信经营监督机制，建设信用文化，推进全行业的信用评价体系建设。
- 应参加由政府部门、中介机构、行业协会等组织的诚信经营创建活动。

这四个方面是网络购物经营者应做到的最基本要求，也是评价的基本原则。

### (2) 经营原则

本标准从依法经营、诚实守信、健全规章制度、规范服务及履行责任等 5 各方面，提出诚信服务的要求。基本涵盖了网络购物行业的

管理需求和服务要求。

### （3）管理与社会监督

本标准从诚信经营的管理和社会监督两方面，规定了如何开展诚信经营、如何监督诚信经营的条款。

### （4）评价指标体系

本标准分别从定性指标和定量指标两个方面，确立了诚信服务的评价指标体系。定量指标主要包括合同履约率、商品合格率、客户投诉处理率、客户满意率以及电话放弃率等，并在附录 A 中确立了计算方法和公式。定性指标包含档案管理、管理制度、客户投诉处理、收集客户意见以及诚信教育等。

### （5）评价等级划分

- 网络购物企业诚信服务评价标准分为四个等级，分别是 AAAA、AAA、AA、A 级。
- 评定或认证组织。由国家主管行业协会或国家主管行业协会授权省市级地方行业协会组织评定或认证。
- 网络购物诚信企业等级评定细则在附录中给出。

### （6）评价方法

规定了评价的总体要求、评分、评价结果的应用等内容，评分细则按照网络购物管理流程和经营要素，确定了相应的分值。网络购物诚信企业评定采用量化方法打分，其中基本分为 90 分，加分 10 分，满分为 100 分。其中：

- 1) 评为 A 级诚信企业，应：

——基本分达到 70 分以上。

2) 评为 AA 级诚信企业，应：

——基本分达到 75 分以上；

——或基本分达到 70 分以上，总分达到 80 分以上。

3) 评为 AAA 级诚信企业，应：

——基本分达到 80 分以上；

——或基本分达到 75 分以上，总分达到 85 分以上。

4) 评为 AAAA 级诚信企业，应：

——基本分达到 85 分以上，且总分达到 95 分以上；

——或基本分达到 80 分以上，总分达到 98 分以上。

具体评分内容按照企业经营流程各个要素应该占的权重，进行分数确定。共包括七个方面，具体如下：

- 企业诚信经营的基本要求（25 分）；
- 企业经营商品要求（25 分）；
- 节目制作要求（16 分）；
- 物流配送要求（10 分）；
- 支付和售后服务要求（14 分）；
- 加分项目（10 分）。

## 4 贯彻标准的措施与建议

### 4.1 加强标准宣贯力度，扩大标准宣贯范围

(1)《网络购物诚信服务体系评价指南》行业标准的宣贯首先应进行标准化意识的培训，营造广泛的标准化文化氛围，利用现代化网络建立标准化知识传播和交流的平台，利用电视、广播等媒体来提倡标准化作用和意义。只有有了大的标准化工作的环境，人人提标准，人人懂标准，人人按标准执行，《网络购物诚信服务体系评价指南》行业标准才能真正地宣贯到位。

(2)《网络购物诚信服务体系评价指南》行业标准的宣贯不仅仅是针对网络购物专业领域中的运营、管理与服务岗位上的人员，也要针对从事相关岗位的人员。过去认为只要网络购物领域中的从业人员掌握了标准，按标准进行相关工作就可以，但是我们忽略了网络购物服务的对象广大消费者。从广义上讲，消费者也是网络购物的参与者，因此，我们的标准宣贯不应该设重点对象，而是要针对所有人。对于新到岗位或临时介入的人员应先进行培训，待其掌握了全部知识后，才能参与实际工作。

(3)《网络购物诚信服务体系评价指南》团体标准宣贯不只包括标准文本本身，还应包括标准的制定依据、执行的程度等。网络购物行业参与者拿到标准之后，不能只读标准中的条文术语，也要了解该标准条款中各种术语名词释义的依据。因为了解标准条文的依据和背景可以对标准的贯彻执行有帮助，可以在这些基础资料的基础之上，

提出更合理的要求，制定更适合自己的标准，当然不能违反该标准的要求。宣贯标准也应使宣贯对象了解标准的适用范围和执行的程度。另外，标准起草人员应讲解标准的起草背景，标准中各重要技术指标和术语释义，以事实为依据，深入浅出的说明了该标准实施和推广的必要性，这样有利于参加宣贯班的人员能够深刻的理解标准的内容和要求，才能取得了很好的宣贯效果。

## **4.2 贯彻诚信服务评价标准，启动行业诚信服务试点工作**

建议网络购物行业主管部门联合行业学协会等机构，在《网络购物诚信服务体系评价指南》团体标准发布实施之后，首先开展企业宣贯培训活动，让企业参与到争创最佳诚信服务企业活动中来。其次，主管机构，按照标准要求，制定网络购物企业诚信服务试点活动方案，确定评价机构并授予评价资质，培训诚信评价的评审员。力争我国能有一定数量骨干企业，进入企业诚信服务试点，扩大企业诚信服务试点的影响力，从正面引导企业诚信经营。建议 2020 年选取 10 家网络购物企业进行诚信经营服务试点，2021 年逐步扩大试点范围，争取 3-5 年，完成 100 家网络购物诚信服务评价活动。

## **4.3 研究宣贯的有效途径，真正发挥标准的作用**

(1) 制定相关的管理制度以便加强标准的宣贯力度；标准宣贯的管理制度对其宣贯的力度和最终效果具有非常重要的作用。《网络购物诚信服务体系评价指南》团体标准的宣贯制度应规定以下内容：

一要规定本标准宣贯要有专人（组织）负责；二要规定本标准宣贯计划；三要规定参加标准的宣贯的对象；四要规定作为特定岗位，应知应会的标准有哪些，应了解的相关标准有哪些；五要规定新发布的标准组织宣贯的期限；六要规定宣贯的考核评价；七要规定标准宣贯效果跟踪反馈信息等。

（2）加强过程控制以便提高标准的宣贯效果；标准的宣贯是一项长期的工作，也是一项综合的工作。一般由主要起草人亲自来讲解标准，因为他是最有权力来解释标准中的每项内容和要求的。在《网络购物诚信服务体系评价指南》宣贯过程中，首先要对宣贯的讲师提出较高的要求，要求其在宣贯前应编写适宜的教案，明确宣贯的对象、宣贯内容、宣贯进度安排、宣贯的要求以及考核方式。另外，应该对宣贯过程中的每个工作环节的情况进行监视控制，网络购物行业管理部门或企业应指定某部门对宣贯全过程进行监督检查，以确保讲解人完整地表达了标准中的内容和要求、确保相关员工都参加标准的宣贯、确保宣贯的进度安排得合理、确保宣贯过程符合宣贯要求、确保考核可以达到检验本次宣贯的目的。对参加宣贯的人考核达不到要求的，应进行再次培训，并进行原因分析与指定纠正预防措施。

（3）做好信息反馈和适用性评价以便提高标准的实施效果；《网络购物诚信服务体系评价指南》行业标准的宣贯班的结束，并不能说明本标准宣贯工作就已经结束。本标准宣贯考核结果合格了，也更不能说明本标准宣贯工作就到位了。《网络购物诚信服务体系评价指南》团体标准宣贯工作是要落实到实际的工作中的，它是标准实施的重要

组成部分，也是标准实施的前提条件，标准实施情况也正是宣贯效果的验证。在本标准宣贯后，要时刻跟踪本标准在城市公共交通领域中的实施情况，记录标准在实际应用中的具体效果，对于实用性不强、适用性差的条款要及时反馈到相关的标准化管理部门，以便采取相应的措施。

## **5 其它需要说明的问题**

### **5.1 标准实施建议**

建议各级网络购物行业主管部门、相关监督管理部门及网络购物参与企业，在网络购物运营、日常监督管理与服务、评价以及本标准颁布后编制其他相关标准规范等工作中，积极采用本标准规定的评价指南，积极申请行业组织进行诚信评价，以通过创建诚信服务最优质单位，提升经营者诚信服务水平，规范网络购物专业领域的运营、管理、服务活动。

《网络购物诚信服务体系评价指南》团体标准第一次制定并且与任何现行标准无冲突，也不影响网络购物经营者当前的运营管理，建议颁布后立即实施。

### **5.2 采用国际标准和国外先进标准的一致性程度**

《网络购物诚信服务体系评价指南》团体标准是在没有国际标准、国外先进标准借鉴的情况下编制完成的，因此，本标准对采用国

际标准和国外先进标准来说，没有对应的标准采用。

### **5.3 与有关的现行法律、法规和强制性国家标准的关系**

《网络购物诚信服务体系评价指南》团体标准与现行法律、法规和政策以及有关基础和标准不矛盾。同时制定该标准，以诚信服务为主干，配合相应的企业管理制度建设，相互补充、相互协调，共同形成良好的网络购物诚信经营服务体系。

### **5.4 重大分歧意见的处理经过和依据**

《网络购物诚信服务体系评价指南》团体标准在起草过程中与征求意见过程中，尚未出现重大意见分歧。

### **5.5 标准性质的建议**

《网络购物诚信服务体系评价指南》团体标准属于基础类、通用性标准，因此，建议作为推荐性标准。

### **5.6 废止现行有关标准建议**

《网络购物诚信服务体系评价指南》团体标准的制定基本满足了网络购物行业管理、运营服务、学术交流的需要。建议自实施之日起，认真执行，没有相关的标准要做相应废止等。

### **5.7 预期经济效益和社会效益分析**

《网络购物诚信服务体系评价指南》团体标准的制定、发布与实



施，将能够统一和规范网络购物专业领域运营、管理和服务的各项活动，提升网络购物经营者的诚信服务水平，提高服务质量，从而提升整个行业的诚信服务水平，从而促进我国网络购物行业得到进一步发展。

## **5.8 其他应予以说明的事项**

目前尚无可说明的事项。