

ICS 03.080.01  
A 10  
备案号:46971—2014

**SB**

# 中华人民共和国国内贸易行业标准

SB/T 11051—2013

---

## 电子商务信用评价指标体系 网络零售

Index system of e-commerce credit evaluation—Online retailing

2014-04-06 发布

2014-12-01 实施

---

中华人民共和国商务部 发布

## 目 次

前言 .....	III
引言 .....	IV
1 范围 .....	1
2 规范性引用文件 .....	1
3 术语和定义 .....	1
4 总则 .....	1
5 指标体系 .....	2
附录 A (规范性附录) 网络零售信用评价一级指标体系表 .....	4
附录 B (资料性附录) 网络零售信用评价二级指标体系表 .....	5
参考文献 .....	8

## 前 言

本标准按照 GB/T 1.1—2009 给出的规则起草。

本标准由商务部电子商务司提出。

本标准由商务部流通业发展司归口。

本标准主要起草单位：中国标准化研究院、中经汇通有限责任公司、深圳市网通电子商务有限公司、浙江塑料城网上交易市场、浙江金聚唐电子商务有限公司、福建金苑服饰有限公司、阿里巴巴网络有限公司(含天猫和淘宝)、中国互联网协会信用评价中心、北京国富泰企业征信有限公司、商业科技质量中心。

本标准主要起草人：叶如意、周莉、李向华、裴飞、江洲、杜鹃、杨鹏、吴建阳、倪莉、李娟、史宏宇、卢咸开、章恒坎、李东、厉向阳、厉杰豪、洪少培、叶立锋。

## 引 言

近几年,我国电子商务发展非常迅速,网络零售交易占社会消费品零售总额的比例越来越高。为减少各类失信事件的发生,保护消费者权益,促进电子商务健康规范发展,应加快建立和完善电子商务信用体系。在网络零售信用评价和服务领域,缺乏统一的评价标准和规范大大降低了评价服务对电子商务的诚信激励和失信制约作用,为此,商务部电子商务司提出并立项制定本电子商务信用评价标准,从评价基本原则、基本要求和指标体系等方面为我国正在兴起的网络零售信用评价提供一个统一的技术基础。

本标准所涉及网络零售的交易对象为面向最终用户的实物消费品,如服装、家电、食品等,不包括网络代缴费(如水电费等)、旅行及航空客票预订、保险、家政服务、音视频、游戏卡类等。

本标准明确了网上零售信用评价帮助顾客判断和规避网购风险的目标,并依据顾客网购信任形成理论和数据、网购投诉数据分布特点,选取了与网购风险密切相关的信息披露、产品、支付配送、售后等分类指标,也选取了反映经营状况的能力指标和反映整体信用状况的综合指标。

# 电子商务信用评价指标体系 网络零售

## 1 范围

本标准规定了评价网络经营主体网络零售信用的评价原则、指标构成、权重及方法。

本标准适用于第三方评价机构对自营型零售网站和平台型零售网店的信用评价,其他类电子商务信用评价可参照使用。

## 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 22117 信用 基本术语

## 3 术语和定义

GB/T 22117 界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

### 3.1

**电子商务信用 e-commerce credit**

在电子商务交易中,交易方取得交易对方信任作为交易基础的能力。

注:这种能力以交易方诚信经营、遵守交易承诺和约定、满足交易对方合理预期为取得和维持条件。

### 3.2

**网购风险 the risk involved with online shopping**

不确定性对顾客网上购物达到预期目标的不良影响。

### 3.3

**自营型零售网站 seller managed retailing website**

由卖方自主经营的零售网站。

### 3.4

**平台型零售网店 retailing shop on 3<sup>rd</sup>-party platform**

借助第三方网络交易平台进行零售的网店。

## 4 总则

### 4.1 总体要求

评价网络零售信用应以帮助买方判断和规避由卖方引起的网购风险为目标,并应遵循公平公正、规范科学原则;还应对隐私数据保密。

### 4.2 评价数据

4.2.1 网络零售信用的评价数据应真实、可靠、具有代表性和时效性。