

# DB3205

## 苏州市地方标准

DB3205/T 1113—2024

### 商户信用等级评价规范

Specification for credit rating evaluation of merchants

2024-04-12 发布

2024-04-19 实施

苏州市市场监督管理局 发布



# 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 基本原则 .....	1
4.1 客观性 .....	1
4.2 科学性 .....	1
4.3 公正性 .....	1
5 评价指标 .....	2
5.1 指标分类 .....	2
5.2 基础指标 .....	2
5.3 附加指标 .....	2
6 信用等级表示及含义 .....	2
7 评价规则 .....	2
7.1 评价主体 .....	2
7.2 基础指标分 .....	2
7.3 附加指标分 .....	2
8 评价流程及要求 .....	2
8.1 流程概述 .....	3
8.2 受理申请 .....	3
8.3 信息核实 .....	3
8.4 等级确认 .....	3
8.5 结果公布 .....	3
8.6 结果跟踪 .....	3
9 异议处理 .....	3
9.1 异议申请 .....	3
9.2 核实确认 .....	3
附录 A（规范性） 商户信用等级评价规范 .....	4
参考文献 .....	7



## 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。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由苏州市发展和改革委员会提出并归口。

本文件起草单位：苏州工业园区信用建设促进会、苏州工业园区消费者权益保护委员会、苏州工业园区商业联合会、苏州新建元控股集团有限公司、苏州恒泰控股集团有限公司、苏州新时代文体会展集团有限公司、苏州阳澄湖半岛旅游发展有限公司、苏州桂花信用应用创新中心。

本文件主要起草人：杨君、朱雪梅、丁琳、张亮、吴志唐、查炜琮、张云、高志前。



# 商户信用等级评价规范

## 1 范围

本文件规定了商户信用等级评价的原则、评价指标、评分规则、评价流程及要求、信用等级表示含义和异议处理。

本文件适用于依托实体经营场所向消费者提供商品或服务的商户信用等级评价。

## 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 22117-2008 信用 基本术语

## 3 术语和定义

下列术语和定义适用于引用文件。

### 3.1

**商户信用等级评价对象** evaluation object of credit rating evaluation of merchants

商户为依托实体经营场所向消费者提供商品或服务的机构组织或自然人，以下简称“评价对象”。

### 3.2

**商户信用等级评价主体** evaluation subject of credit rating evaluation of merchants

对商户进行信用等级评价的机构，以下简称“评价主体”。

### 3.3

**信用等级评价** credit rating evaluation

用既定的符号标识评价对象信用级别的结果。

## 4 基本原则

### 4.1 客观性

坚持独立、客观地反映评价对象的信用状况。

### 4.2 科学性

综合考虑影响评价对象信用状况的主次因素，多维度反映评价对象的信用水平。

### 4.3 公正性

秉承公开、平等的原则，根据评价指标和计分规则进行评价。

## 5 评价指标

### 5.1 指标分类

商户信用等级评价指标分为基础指标和附加指标。

### 5.2 基础指标

基础指标由合规经营、规范管理和其他信息组成，具体指标应符合表A.1要求。

### 5.3 附加指标

附加指标由正面信用信息指标和负面信用信息指标组成，正面信用信息指标包括规模属性、表彰信息、信用承诺、消费者权益、运营发展、社会责任和信用评价，负面信用信息指标包括履约情况、处罚情况、投诉及舆情、司法判决及行政裁决，具体指标应符合表A.2要求。

## 6 信用等级表示及含义

评价对象的信用等级由高至低分为A、B、C、D四个等级。各等级的含义如表1所示。

表1 信用等级标志含义表

信用等级	分值范围	信用表示
A	800分≤累计分	优秀
B	700分≤累计分<800分	良好
C	600分≤累计分<700分	中等
D	累计分<600分	较差

## 7 评价规则

### 7.1 评价主体

应为依法从事信用评级、信用调查、信用咨询等信用服务活动的信用服务机构。

### 7.2 基础指标分

由评价对象通过信用承诺的方式得出，作为评价对象的基础分，其中，未达到基础指标中的合规经营任一指标要求，暂不评价。

### 7.3 附加指标分

由商户填报、商户授权获取、数据共享等途径采集得出，在基础分的基础上按照附加指标加减分后产生累计分，确定评价对象的信用等级。附加指标有负面信息扣分项，不应评价为A级。

## 8 评价流程及要求

### 8.1 流程概述



商户信用等级评价工作每3个月开展/更新一次，信用等级评价流程包括：受理申请、信息核实、等级确定、商户确认、结果公布、结果跟踪。

## 8.2 受理申请

评价主体在接收到评价对象申请后，应初步审核评价对象申报材料的完整性，确定是否接受评价申请。申报材料以电子形式为主，内容包括：

- a) 信用承诺书；
- b) 自评证明材料；
- c) 其他证实性资料。

## 8.3 信息核实

评价主体可采用数据库查询、函电确认、数据分析、实地察看等方式对评价对象提供的申报材料的真实性进行核实。若发现评价对象提供虚假信息，对应指标项不得分，同时按信用承诺未履行进行减分。

## 8.4 等级确认

评价主体应按照评分规则和评价指标对申报材料进行审核和计分评价，按照表1的要求确定其信用等级。

## 8.5 结果公布

信用等级评价结束后，评价主体将评价结果反馈至评价对象，确认无异议后公布评价结果。

## 8.6 结果跟踪

评价主体应在评价结果有效期内进行跟踪，对相关信息进行及时更新，根据信息变化及时调整信用等级。评价结果有效期内，若评价对象存在严重失信行为、出现重大负面舆情事件，评价主体可将其移出评价名单，暂不评价。

## 9 异议处理

### 9.1 异议申请

评价对象对评价结果有异议，可及时向评价主体提出异议申请。评价主体应在10个工作日内对评价对象提出的异议信息进行核实，并将处理结果告知评价对象。

### 9.2 核实确认

经核实确实有误，或有其他修正情形的，应及时进行修正和更新。核实无误的，维持原评价。异议信息核实期间，不影响商户信用等级的评价与应用。

**附录 A**  
**(规范性)**  
**商户信用等级评价指标**

商户信用等级评价指标表按商户信用等级评价基本指标表A.1和商户信用等级评价附加指标表A.2组成。

商户信用等级评价基本指标见表A.1。

**表A.1 商户信用等级评价基本指标**

一级指标	二级指标	三级指标	评价细则
基础指标 (600分)	合规经营 (280分)	经营许可 (100分)	营业执照、经营许可证等证件齐全，且在有效期内。(80分)
			在经营场所醒目处悬挂公示营业执照、经营许可证等证照。(20分)
		遵纪守法 (100分)	法定代表人或经营者近三年无严重失信记录。(60分)
			依法依规纳税。(40分)
		场所资质 (80分)	经营场所布局合理，符合消防安全、卫生、环保等相关法规要求。(30分)
			经营生产设施安装设置符合相关法规要求。(30分)
	土地使用性质合法。(20分)		
	规范管理 (150分)	制度管理 (30分)	建立健全安全生产、服务规程、质量标准等管理制度。(30分)
		人员管理 (60分)	制定岗位职责，对员工开展必要的培训。(30分)
			员工持有效期内的健康证或其他岗位必备资质。(30分)
		物资管理 (30分)	有完整进销存管理台账记录。(30分)
	其他信息 (170分)	履约能力 (120分)	签订的相关合同正常履行。(60分)
			与员工签订劳动合同，并按时足额支付员工工资薪酬、绩效等。(60分)
		社保福利 (50分)	保障员工劳动合法权益，按政策法规为员工缴纳社保；有休假、节日薪酬制度、相应的劳动保护措施并落实。(50分)

商户信用等级评价附加指标见表A.2。

表A.2 商户信用等级评价附加指标

一级指标	二级指标	三级指标	评价细则
正面信用信息 (400分)	规模属性 (60分)	经营年限 (25分)	经营年限 $\geq 10$ 年,得25分;10年 $>$ 经营年限 $\geq 5$ 年,得20分;5年 $>$ 经营年限 $\geq 3$ 年,得15分;3年 $>$ 经营年限 $\geq 1$ 年,得10分;经营年限 $< 1$ 年,得5分。
		经营规模 (25分)	连锁店 $\geq 5$ 家,得25分;5家 $>$ 连锁店 $\geq 2$ 家,得20分;其它得15分。
		房产属性 (10分)	自有房产,得10分;租赁有管理方统一管理的商业房产,得5分。
	表彰信息 (50分)	政府表彰 (30分)	近三年内,获政府或相关部门表彰,省级以上(含省级)30分/条,市级得20分/条,区级得10分/条。可累加,最高得30分。
		行业荣誉及管理方表彰 (20分)	参与行业协会评选活动,得10分;获得行业奖项的,得10分/条;获得商业载体管理方表彰得10分。可累加,最高得20分。
	信用承诺 (50分)	信用承诺履约践诺 (30分)	近三年内,在行政事项办理过程中做出信用承诺并履行的,10分/次。可累加,最高得30分。
		主动承诺 (20分)	主动向社会公众作出诚信经营承诺并公示,得20分。
	消费者权益 (60分)	退换机制 (10分)	参与“吴优数购”“无理由退货”,或提供保障服务质量的承诺,得10分。
		消费者服务 (30分)	店内明示消费投诉电话,并设有解决渠道,得10分;加入在线消费解决系统,得5分。可累加,最高得15分。
			店内设置意见反馈本,并记录完整,得10分。
			自设顾客满意度调查,并保留记录。得5分。
		预付费管理 (20分)	预付费充值、消费、退费有合同约定或书面消费规则,明确偿付责任,退款时限,并保留完整记录,得10分。
	设置内部备用金账户,应对经营风险或加入第三方预付费监管平台或数字人民币智能合约,得10分。		
	运营发展 (90分)	知识产权 (30分)	商户开发创新产品,获得专利或商标,15分/项。可累加,最高得30分。
		数字化运营 (30分)	建立信息化系统,对财务、供应商、员工、客户等实现信息化管理,10分/项,可累加,最高得30分。
数字支付 (20分)		接入数字人民币支付系统,得20分。	

## A.2 商户信用等级评价附加指标（续）

一级指标	二级指标	三级指标	评价细则
正面信用信息 (400分)	运营发展 (90分)	员工人数 (10分)	较前一评价周期,合同员工人数没有下降,得10分;下降不超过10%,得5分;下降超过10%,不得分。
	社会责任 (30分)	公益广告 (10分)	店内张贴精神文明建设等公益广告,得10分。
		公益活动 (20分)	近三年内,有慈善捐赠、扶贫支持、提供残疾人就业岗位、参加党建活动、参加志愿者活动或社区便民活动,并提供相关证明,10分/项。可累加,最高得20分。
	信用评级 (60分)	公共信用评价 (20分)	最高等级得20分;次高等级得15分;未参加评价得10分。
		行业信用评价 (15分)	参加主管部门行业信用评价,最高等级得15分,次高等级得10分;参加行业协会信用评价,最高等级得10分,次高等级得5分。可累加,最高得15分。
		正面舆情信息 (10分)	近一年内,权威媒体对商户有正面报道信息,如有品牌的影响力、知名度、存续时间、社会荣誉度等,得10分。
		第三方平台评价 (15分)	第三方平台的评价等级分级情况计分,最高等级得15分,次高等级得10分,其它等级不得分。
	负面信用信息 (-300分)	履约情况 (-80分)	信用承诺未履行 (-40分)
合同未履约 (-40分)			近一年内,房租费、物业费、水电燃气费或其它合同未正常履行等,扣20分/次。累加,最高扣40分。
处罚情况 (-100分)		一般行政处罚 (-60分)	近一年内,受到一般行政处罚,扣30分/条。累加,最高扣60分。
		日常检查不合格 (-40分)	近一年内,被监管部门检查不合格,扣20分/条。被商业场所管理方检查不合格,扣10分/次。累加,最高扣40分。
投诉及舆情 (-40分)		客户投诉 (-20分)	近一年内,不配合消保委处理消费者投诉,扣10分/次。累加,最高扣20分。
		负面舆情信息 (-20分)	近一年内,权威媒体对商户有负面评价信息,扣10分/条。累加,最高扣20分。
司法判决及行政裁决 (-80分)		司法判决及行政裁决 (-80分)	近三年内,存在因债务违约、拖欠各类费用、损害员工权益、合同欺诈等负面判决记录或负面裁决信息,扣40分/条。累加,最高扣80分。

### 参 考 文 献

- [1] 江苏省社会信用条例
  - [2] 关于印发江苏省企业信用评价指引（试行）的通知（苏信用办〔2021〕17号）
  - [3] GB/T 22117-2008 信用 基本术语
  - [4] GB/T 23794-2023 企业信用评价指标
-