

ICS
CCS

JTB

团 体 标 准

T/CBMCA 0XX -2023

建材家居卖场诚信经营评价规范

Evaluation specification for trustworthiness assessment of building materials & houseware store

(征求意见稿)

2023 - XX - XX 发布

2023 - XX - XX 实施

中国建筑材料流通协会 发布

目次

前言	III
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 评价指标	2
4.1 战略文化	2
4.2 制度规范	2
4.3 经营管理	3
4.4 服务质量	3
4.5 社会评价	4
4.6 信用履约	4
4.7 社会责任	5
5 评价程序	5
5.1 申报要求	5
5.2 评价组织	5
5.3 评价方式	6
6 评价原则	6
6.1 客观性	6
6.2 可操作性	6
6.3 安全性	6
7 评价方法	6
7.1 关键要素评价法	6
7.2 等级划分	6
7.3 评分标准	7
8 评价结果	8
8.1 结果公示	8
8.2 异议处理	8
8.3 评价结果应用	8
参考文献	9

前言

本文件按照 GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第一部分：标准化文件的结构和起草规划》的规定起草。

本文件由中国建筑材料流通协会提出并归口。

本文件起草单位：中国建筑材料流通协会、北京财贸职业学院

本文件主要起草人：

本文件及其所代替文件的历次版本发布情况为：

——本文件为首次发布。

建材家居卖场诚信经营评价规范

1 范围

本文件规定了建材家居卖场诚信经营评价指标、评价程序、评价方法等要求。
本文件适用于建材家居流通卖场诚信经营评价、改进或者第三方评价。

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，标注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；不标注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

- GB/T 23794-2023 企业信用评价指标
- GB/T 39450-2020 商贸流通企业信用评价指标
- GB/T 22117-2018 信用 基本术语
- GB/T 22119-2017 信用服务机构 诚信评价业务规范
- GB/T 22116-2008 企业信用等级表示方法

3 术语和定义

GB/T 22117-2018 界定的以及下列术语和定义适用于本文件。为了便于使用，以下重复列出了 GB/T 22117-2018 的一些术语和定义。

3.1 建材家居卖场 building materials & houseware store

从事建筑装饰装修材料、家具、室内外饰品及相关家居用品等建材家居产品流通活动的场所。

3.2 诚信 trustworthiness

在社会领域中，个人或组织对外表述的真实主观想法或观点，与其对应行为相符合。

[来源：GB/T 2117-2018，2.2]

3.3 诚信经营评价 trustworthiness assessment

对信用主体在某一时期的诚信经营状况进行记录、分析和评估，并用特定符号标明其诚信状况的活动。 [来源：GB/T 2117-2018，9.5，有修改]

4 评价指标

4.1 战略文化

4.1.1 企业战略

- 4.1.1.1 应制定企业发展战略，对企业未来发展方向、战略定位，发展速度与质量、发展重点等有规划。
- 4.1.1.2 应有诚信相关战略规划的制定与实施。
- 4.1.1.3 应有品牌培育、建设、发展方面的规划或相关举措。

4.1.2 企业文化

- 4.1.2.1 重视企业文化建设，有明确的企业文化理念、企业精神或企业价值观。
- 4.1.2.2 重视诚信文化建设和诚信意识培养，诚信理念在企业文化中有明确体现，提供诚信相关的教育培训，或举办诚信相关的活动。

4.2 制度规范

4.2.1 诚信管理体系

- 4.2.1.1 制定诚信管理制度，在制度运行中体现诚信要求。诚信管理制度包括但不限于：
 - a) 诚信管理岗位责任制度；
 - b) 信用档案管理制度；
 - c) 诚信相关奖惩制度；
 - d) 信息公开制度；
 - e) 诚信系统运维制度。
- 4.2.1.2 设立诚信管理部门，可成立独立部门，也可将诚信管理职能赋予有关业务部门，配备具有一定专业知识和业务能力的专（兼）职人员，提供经费保障，有相关的培训机制。

4.2.2 规章制度建设

经营管理、财务管理、质量管理、安全管理、风险管控、人力资源管理、信用管理等规章制度建设较完善。

4.2.3 持续改进机制

- 4.2.3.1 建立诚信管理持续改进的机制。
- 4.2.3.2 有部门或人员对诚信管理持续改进负责。
- 4.2.3.3 积极应对各级部门或组织，以及企业自身诚信监管部门的信用监管，并依据反馈意见进行改进。

4.3 经营管理

4.3.1 经营能力

- 4.3.1.1 运营相关的场所、设施设备、智能化水平等情况良好。
- 4.3.1.2 卖场销售额及销售平均增长率情况良好。
- 4.3.1.3 卖场盈利能力、偿债能力、发展能力等财务情况良好。

4.3.2 管理能力

- 4.3.2.1 人力资源规划、招聘、培训、薪酬、绩效等人力资源管理体系完备且实施情况良好。
- 4.3.2.2 治安安全、消防安全、设备设施安全、作业安全、应急预案、安全事故处理等安全管理体系完备且实施情况良好。
- 4.3.2.3 信用档案管理体系完备，信用档案管理包括但不限于：
 - a) 建立品牌商、经销商、技术服务供应商等企业运营相关方信用档案，并建立动态管理机制；
 - b) 信用档案应实行动态管理、适时更新；
 - c) 设立信用档案保管、查阅审批制度。

4.3.3 风险管控

- 4.3.3.1 可以适时识别战略风险、运营风险、财务风险等内部风险。
- 4.3.3.2 可以适时识别市场风险、信息系统风险、舆情风险、政治风险等外部风险。
- 4.3.3.3 可以对内外部风险做出快速反应和防范措施。

4.4 服务质量

4.4.1 质量管控

建立完善的质量管控体系并有效运行，包括但不限于：

- a) 建立引进品牌或商户资质、信用、经营、服务等的评价体系；
- b) 建立品牌或商户准入退出机制，保证商品准入资质齐全、商品环保质量合规；
- c) 实行品牌或商户信誉责任和服务承诺保证金制度；
- d) 对商品价格进行监管，保证商品明码标价，一物一签，货签对位，促销及宣传合规。

4.4.2 商户服务

为商户提供相应服务，包括但不限于：

- a) 提供公开透明的准入退出机制；
- b) 提供公开透明的行业服务合同范本；
- c) 设置奖优罚劣的管理机制；

- d) 创造规范有序、公平竞争的市场环境；
- e) 对商户提供经营指导、营销引流、相关培训、广告资源、金融服务等支持。

4.4.3 投诉受理

- 4.4.3.1 有明确的投诉管理制度和投诉受理流程。
- 4.4.3.2 设立电话、邮箱、线上等多种投诉渠道并予以公开。
- 4.4.3.3 有专门的投诉处理机构，和专人负责投诉处理工作。
- 4.4.3.4 有投诉快速反应机制，能对各类投诉做出快速反应，制定改进措施并执行，投诉受理解决完成率高。

4.4.4 纠纷解决

没有纠纷，或有纠纷但能严格执行司法机构和调解部门的结案结果，以及对相关部门、消费者协会，行业协会等受理的投诉能及时快速处理。

4.5 社会评价

4.5.1 信用评价

获得相关部门或机构的资质、信用等级认证认可情况良好。

4.5.2 社会荣誉

获得相关部门的表彰，或获得相关部门、行业组织、社团、第三方评价机构等的诚实守信相关荣誉。

4.5.3 顾客评价

顾客满意度情况良好。

4.6 信用履约

4.6.1 合同履约

对品牌商、合作方等各类合同条款的履约情况良好。

4.6.2 融资信用

卖场在银行、保险、担保等各类机构融资过程中信用记录情况良好。

4.6.3 员工保障

保障员工的正当合法权益，包括但不限于：

- a) 按时足额发放工资；
- b) 与员工签订劳动合同；
- c) 为员工缴纳相关社会保险；
- d) 建立公平的员工晋升机制；
- e) 对员工进行相关教育培训；
- f) 提供健康安全的工作环境。

4.7 社会责任

4.7.1 社会贡献

对社会的贡献，包括但不限于：

- a) 依法纳税；
- b) 增加就业岗位；
- c) 投入创新经营，推动技术和管理创新。

4.7.2 环境保护

有节能减排，绿色低碳发展（绿色包装、可循环用水、绿色运输、绿色卖场环境、节能环保设施等）的具体举措和相应成果。

4.7.3 公益支持

积极参与社会公益活动、慈善捐助、社区服务等。

5 评价程序

5.1 申报要求

- 5.1.1 建材家居卖场诚信经营评价采取企业自愿申请，统一集中评定的方式。
- 5.1.2 凡具有合法经营资格、且连续经营时间三年（含）以上的建材家居卖场均可申请。
- 5.1.3 卖场依据要求提出申请，对照评价指标提供相关支撑材料。

5.2 评价组织

- 5.2.1 设立建材家居卖场诚信经营评价委员会，人数应为单数，评价委员会由行业协会组织代表、院校

专家学者及建材家居行业专家等组成，评价委员会下设秘书处。

5.2.2 建材家居卖场诚信经营评价委员会制定诚信经营评价实施细则，负责评价工作筹备、运行和管理。

5.3 评价方式

5.3.1 评价一般采取文件资料评价方式进行，参考现场情况，酌情考虑是否采取其他评价方式。

5.3.2 评价委员会对申请参评单位进行资格审查，并核查上报材料的真实性、完整性，确定参评资格。

5.3.3 评价委员会根据制定的评价实施细则和上报的评价材料，对企业卖场诚信经营等级进行初步评定。

5.3.4 评价委员会选派评价专家前往参评企业进行现场评审。

5.3.5 评价委员会综合评定参评企业最终诚信经营等级。

6 评价原则

6.1 客观性

评价过程应客观、真实，采用一致性评价规则进行客观评价。

6.2 可操作性

评价指标选取应科学、合理，便于理解和采集，评价方法可行。

6.3 安全性

评价过程中应采用必要的措施，防止信息丢失或泄露，确保企业评价指标中相关资料的采集、使用和发布处于有效保护和安全使用的状态。

7 评价方法

7.1 关键要素评价法

对关键诚信经营要素水平，采用打分法评价，得分叠加，得出评价结果。

7.2 等级划分

7.2.1 评价等级划分按 GB/T 22116 的规定，确定诚信经营等级。

7.2.2 评价等级根据评分从高到低划分为 AAA、AA、A 三个级别。

AAA 级：评分 80 分以上（含 80 分）

AA 级：评分 70-80 分（含 70 分）

A级：评分60-70分（含60分）
注：60分以下（不含60分）未获得评级。

7.3 评分标准

7.3.1 依本规范进行建材家居卖场诚信经营评价时，对各项指标采取评分的方法，满分为100分。评分依据是评价过程中发现的按本规范规定的评价指标的实施情况。

7.3.2 本规范给出评分的基本要求，见表1。在实际评价中，可以根据本规范的要求制定相关细则。

表1 建材家居卖场诚信经营评价指标和分值

一级指标	分值	二级指标	指标说明	分值
战略文化	5	企业战略	——企业未来发展方向、战略定位，发展速度与质量、发展重点等战略规划情况； ——诚信相关战略规划的制定与实施情况； ——品牌培育、建设、发展方面的规划或相关举措	3
		企业文化	——企业文化建设情况； ——诚信文化建设和诚信意识培养情况	2
制度规范	15	诚信管理体系	——诚信管理制度制定与运行情况； ——诚信管理部门设立与运行情况	5
		规章制度建设	——经营管理、财务管理、质量管理、安全管理、风险管控、人力资源管理、信用管理等规章制度建设情况	5
		持续改进	——诚信管理持续改进机制建立情况； ——诚信管理持续改进责任单位或责任人情况； ——诚信管理持续改进情况	5
经营管理	15	经营能力	——运营相关的场所、设施设备、智能化水平等情况； ——企业市场占有率或市场销售平均增长率情况； ——盈利能力、偿债能力、发展能力等情况	5
		管理能力	——人力资源规划、招聘、培训、薪酬、绩效等人力资源管理体系构建和实施情况； ——治安安全、消防安全、设备设施安全、作业安全、应急预案、安全事故处理等安全管理体系构建和实施情况； ——信用档案管理体系构建情况	5
		风险管控	——内部风险和外部风险识别能力； ——内外部风险反应和防范能力和举措	5
服务质量	15	质量管控	——质量管控体系构建和运行情况	5
		商户服务	——为商户提供服务情况	3
		投诉受理	——投诉管理制度和投诉受理流程完善情况； ——投诉渠道多样性和公开使用情况； ——投诉处理机构和责任人设置情况； ——投诉快速反应机制和投诉受理解决完成情况	5
		纠纷解决	——纠纷解决能力	2

社会评价	20	信用评价	——获得相关部门或机构的资质、信用等级认证认可情况	5
		社会荣誉	——获得相关部门的表彰，或获得相关部门、行业组织、社团、第三方评价机构等的诚实守信相关荣誉情况	5
		顾客评价	——顾客满意度情况	10
信用履约	15	合同履行	——各类合同条款的履约情况	5
		融资信用	——各类机构融资过程中的信用记录情况	5
		员工保障	——员工权益保障情况	5
社会责任	15	社会贡献	——依法纳税、增加就业岗位、投入创新经营，推动技术和管理创新等社会贡献情况	5
		环境保护	——节能减排，绿色低碳发展的具体举措和相应成果	5
		公益支持	——参与社会公益活动、慈善捐助、社区服务等情况	5

7.3.3 符合评价指标的情况，为得分依据，可以得到相应分值。

7.3.4 不符合评价指标的情况，为扣分依据，完全不符合的扣除全部分值。

7.3.5 设立否决项指标，当企业有否决项指标的情况，取消企业参评资格，或取消已发布的评价结果。

表 2 否决项指标

否决项指标	指标说明
异常情况	企业经营活动出现异常状态
提供虚假信息	存在提供虚假信息的情况，如虚假证件、虚假数据等
严重失信	被行政机关纳入失信黑名单
违法违规	有违法违规现象，处在行政处罚或司法执行状态

8 评价结果

8.1 结果公示

评价结果在新闻媒体或公共平台上向社会公示，公示期不少于 15 个工作日。

8.2 异议处理

8.2.1 评价结果公示如有异议，根据异议内容确定是否进行重评。

8.2.2 如确定原评价结果存在错误的，应予以改正并重新公示。

8.3 评价结果应用

评价结果无异议后，由评价委员会向参评单位颁发相应等级的牌证，牌证有效期为一年。

参考文献

- [1] GB/T 31950-2023 企业诚信管理体系 要求
- [2] GB/Z 42510-2023 饭店业信用等级评价规范
- [3] GB/T 38253-2019 家居用品企业诚信管理体系 要求
- [4] GB/T 23793-2017 合格供应商信用评价规范
- [5] GB/T 31952-2015 企业信用档案信息规范
- [6] SB/T 11235-2023 人像摄影服务机构诚信评价规范