**《电子商务平台服务质量评价与等级划分》 国家标准编制说明**

**一、任务来源**

本标准为“十二五”国家科技支撑计划“全程电子商务关键技术标准研究及应用示范”课题任务（课题编号：2012BAH35F01）。本标准的制定计划由全国电子业务标准化技术委员会（SAC/TC 83）提出，经国家标准化管理委员会批准，正式列入2012年国家标准制修订项目计划，项目编号为20121318-T-469，项目名称为《电子商务平台服务质量评价与等级划分规范》，根据专家意见标准名称修改为《电子商务平台服务质量评价与等级划分》。

**二、本标准制定的背景、目的和意义**

近年来，电子商务迅猛发展，已经成为经济发展中最具活力、创新性和社会影响力的产业。电子商务成为产品营销不可或缺的一种主要方式，也正不断成为人们日常消费的一种常规方式。作为一种新的商业模式，电子商务不仅成为企业间以及外贸商贸的主要营销方式和交易方式，也必将成为大众生活的主要消费方式，在促进产业升级、拉动需求增长、改变企业营销模式，推进全球贸易增长和贸易便利化方面的进程中发挥重要的支撑作用。

在我国电子商务蓬勃发展的同时，网购乱象丛生，假冒伪劣产品、夸大营销、交易欺诈等问题日益凸显。由于网络消费覆盖面大、虚拟交易造成沟通不充分，导致电子商务投诉急速上升。投诉内容主要集中在商品质量、虚假宣传、快递服务等方面，网购正在成为消费者投诉的“重灾区”。在当前进一步推进政府职能转变和简政放权的背景下，如何有效强化事前引导、事中事后监管，科学规范电子商务的健康发展、纯洁电子商务生态环境就显得越来越重要和迫切。

作为电子商务交易活动的媒介，电子商务平台在电子商务服务业发展中具有举足轻重的作用。电子商务平台不仅沟通了买卖双方的网上交易渠道，大幅度降低了交易成本，也开辟了电子商务服务业的一个新的领域。紧密围绕电子商务发展过程中出现的产品质量信息不对称，交易欺诈难处理等众多问题，进行电子商务平台服务质量评价，对于增强电子商务交易信息的透明度、提高电子商务信息与交易服务平台运营企业的服务质量，保护消费者的合法权益，打造诚信、规范的市场环境，为电子商务的良性互动和健康发展提供必要的制度保障和沟通渠道起到重要作用。

为规范和评价电子商务平台的服务内容和服务质量，保护企业和消费者合法权益，营造公平、诚信的交易环境，保障交易安全，促进电子商务的快速发展，依据中华人民共和国有关法律法规和相关政策文件制定本标准。

本标准主要从顾客的角度对电子商务平台所提供的服务质量进行评价，不包括第三方平台上的商家及其他方对平台服务质量的评价。

本标准以电子商务平台为评价对象，以交易过程为评价线索，以电子商务交易过程相关环节服务为评价内容，开展服务质量评价。由于电子商务自营平台和第三方平台都是以统一的平台品牌面向顾客并向顾客提供服务，因此本标准中的电子商务平台既包括自营平台也包括第三方平台。对不同类型平台进行服务质量评价，可以按照交易环节进行单一环节或多环节组合的形式进行评价。

**三、标准内容框架**

本标准的内容由以下八部分内容组成：

[1　范围](#_Toc399253455)

[2　规范性引用文件](#_Toc399253456)

[3　术语和定义](#_Toc399253457)

[4　电子商务平台服务体系](#_Toc399253458)

[5　电子商务平台服务质量评价指标](#_Toc399253459)

[6　评价内容](#_Toc399253460)

[7　评价原则与方法](#_Toc399253461)

8 电子商务平台服务质量等级划分

[9　扩展原则与方法](#_Toc399253462)

**四、本标准的制定过程**

本标准由中国标准化研究院负责制定。

1. 2012年5月，成立标准起草组开始标准起草工作，开展标准调研、资料收集、标准草案稿编写。同时，由全国电子业务标准化技术委员会向国家标准委提出立项申请；

2. 2013年3月，标准起草组在调研资料的基础上，初步确定标准主要内容，形成标准讨论稿（一稿）；

3. 2013年9月，标准起草组参考国际标准ISO10008 Quality management Customer satisfaction Guidelines for business-to-consumer electronic commerce transactions，按照交易前、交易中和交易后划分服务内容，并依此为模型进行评价指标的抽取，形成标准讨论稿（二稿）；

4. 2013年12月，标准起草组对评价框架进行整理，明确提出服务内容和服务相关方，并对评价指标进行梳理，形成标准讨论稿（三稿）；

5. 2014年2月，标准起草组成员参加总局电商座谈会，与到会代表阿里巴巴、京东、凡客、苏宁易购、当当、国美在线、1号店等几家大电商共同讨论电子商务产品质量监管问题，同时提到了对相关标准的要求是实用、简单。标准起草组成员根据企业代表的意见对已有标准进行补充和修改，形成标准讨论稿（四稿）。

6. 2014年5月，标准起草组对讨论稿（四稿）进行集中讨论修改后，进一步修改完善形成标准讨论稿（五稿）；

7、2014年6月，标准起草组邀请专家对标准内容展开研讨，专家分别来自自认监委、认证机构、中国消费者协会、苏宁云商、工商总局、质量管理和信用等领域，与会专家对标准结构和内容提出了宝贵的意见和建议。

8、2014年7月，标准起草组根据专家研讨会上专家提出的意见，对讨论稿（五稿）进行了认真的修改，形成标准讨论稿（六稿）。

9、2014年9月，标准起草组对讨论稿（六稿）进行深入讨论和细节推敲，进一步修改完善形成征求意见稿。

10、2014年10月，召开专家征求意见会，专家分别来自认监委、认证机构、大型电商、工商总局、信息管理、质量管理和信用等领域，与会专家对标准结构和内容提出了宝贵的意见和建议，标准起草组根据专家意见对标准内容和结构进行修改，并根据专家意见将标准名称修改为《电子商务平台服务质量评价与等级划分》形成征求意见稿。

**五、主要技术内容说明**

本标准制定过程中截止目前根据研究的深入先后完成了标准草案稿、标准讨论稿（一稿）、标准讨论稿（二稿）、标准讨论稿（三稿）、标准讨论稿（四稿）、标准讨论稿（五稿），标准讨论稿（六稿），征求意见稿，标准内容在不断完善，不断趋于科学合理。根据需要，标准的主要技术内容确定为：

1. 范围。本部分规定了本标准的适用范围。

2. 规范性引用文件。本部分规定了标准的规范性引用文件。

3. 术语和定义。本部分给出了本标准中用到的术语和定义。

4. 电子商务平台服务体系。本部分定义了电子商务平台服务体系涉及的角色包括电子商务平台和顾客，提出了电子商务平台的服务要素包括基础服务要素、过程服务要素和结果服务要素。建立了电子商务平台服务体系框架，如图1所示。

图1　电子商务平台服务体系图

5. 电子商务平台服务质量评价指标。电子商务平台服务质量评价指标包括两级指标，一级指标主要是交易过程服务和基础保障服务中的服务内容，每个一级指标包括若干个二级指标。电子商务平台服务质量评价指标如表1所示。

表1 电子商务平台服务质量评价指标

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 一级指标 | 序号 | 二级指标 |
| 1 | 产品信息描述 | 1 | 全面性 |
| 2 | 真实性 |
| 3 | 及时性 |
| 2 | 主体身份认证 | 4 | 主体资质 |
| 5 | 资质信息披露 |
| 3 | 订单支持服务 | 6 | 下单便捷性 |
| 7 | 退单便捷性 |
| 4 | 支付结算服务 | 8 | 便捷性 |
| 9 | 安全性 |
| 5 | 物流配送服务 | 10 | 便捷性 |
| 11 | 可靠性 |
| 12 | 友好性 |
| 6 | 售后保障服务 | 13 | 便捷性 |
| 14 | 响应性 |
| 15 | 有效性 |
| 7 | 技术性能 | 16 | 可用性 |
| 17 | 完备性 |
| 18 | 可靠性 |
| 19 | 安全性 |
| 8 | 管理措施 | 20 | 管理体系 |
| 21 | 内容全面性 |
| 22 | 制度措施内容披露 |
| 9 | 顾客咨询服务 | 23 | 便捷性 |
| 24 | 及时性 |
| 25 | 有效性 |
| 26 | 友好性 |
| 10 | 投诉处理与纠纷调解 | 27 | 规范性 |
| 28 | 便捷性 |
| 29 | 响应性 |
| 30 | 友好性 |
| 31 | 有效性 |
| 11 | 信息保护 | 32 | 制度措施内容披露 |
| 33 | 保密性 |
| 34 | 安全性 |
| 12 | 信用评价机制 | 35 | 公正性 |
| 36 | 公开性 |
| 37 | 真实性 |
| 13 | 顾客满意度 | 38 | 顾客满意度 |

6. 评价内容。本部分对评价内容进行了规定和说明。

7. 评价原则与方法。本部分对评价原则、评价方法 、评价方式 和评价结果转换进行了规定和说明。

8. 电子商务平台服务质量等级划分。本部分对电子商务平台服务质量水平等级划分方法进行了规定和说明。

9. 扩展原则与方法。本部分扩展原则与方法进行了规定和说明。

《电子商务平台服务质量评价与等级划分》

国家标准起草组

二〇一四年十月