《消费品在线信誉评价指标体系》

国家标准（征求意见稿）

编制说明

**中国标准化研究院**

**二〇一九年三月**

《消费品在线信誉评价指标体系》

国家标准（征求意见稿）编制说明

**一、任务来源**

本标准由全国消费品安全标准化技术委员会提出，经国家标准化管理委员会批准，正式列入2019年国家标准制修订项目计划，项目名称为《消费品在线信誉评价指标体系》。同时，本标准也是国家重点研发计划项目《消费品质量安全风险信息融合与监管技术研究及标准研制》（课题编号：2016YFF0202604）中的一项任务。本标准的主要起草单位为中国标准化研究院。

**二、目的和意义**

消费品的质量安全成为消费者重点关注的对象之一，而目前较为流行和受关注的电子商务的消费模式成为消费品销售的一个特色，而消费品对于网购产品的质量评价缺远远低于实体消费，造成这一现象的影响因素有：一是网购产品本身质量低劣；二是网购产品质量高低与消费品的期望值的不平衡；以上两个因素成为制约网购消费品的主要影响因素。

如果科学合理的对网上销售的消费品的质量进行评价，可以通过赋予消费品在线信誉这一指标，从平台环境、交易环境、第三方监管、商家服务等多元素对其进行评价，从而有效评估网购消费品的质量和服务的优劣。而评价的前提是构建合理的评价指标体系，从影响网购消费品的环境、交易的人、服务质量的高低、客户反馈等多角度考虑消费品在线信誉指标体系的构建。

消费品在线信誉是将传统交易中的信誉移植到电子商务交易这一特殊的环境中，但在线信誉相比于信誉体现在交易中缺乏面对面的实际存在感，所以更加难以评价和控制。而良好的在线信誉是保障电子商务交易顺利实施，并持续发展的助力，是净化电子商务交易环境的有效评价工具，但目前对于企业信誉等实体经济中的信誉的评价较多，而对于消费者切实需要的消费品在线信誉的评价较少，合理科学的消费品在线信誉指标的设定和评价，有助于政府加强对电子商务产品质量的监管，有助于电子商务自身的健康发展，有助于消费者理性科学对待电子商务消费。

**三、标准制定原则**

本标准的制定依据以下原则：

**1、适用性原则。**本标准的编制充分结合我国现行法律法规和质量监督管理部门、检测技术机构及有关单位的消费品在线信誉等级划分现有工作方法，充分考虑可操作性，便于标准的实施。

**2、规范性原则。**本标准经过了科学的研究，进行了预先设计，在制定标准过程中遵守制定程序和编写规则。

**3、协调性原则。**本标准属于消费品安全系列标准之一，在理念、术语和标准条款等方面充分考虑了与其他相关标准的协调一致，形成相互支撑、内容连贯的标准体系。

**四、主要工作过程**

1、开展调研和课题研究

本标准是“十三五”期间首批启动的国家重点研发计划NQI重点专项项目《消费品质量安全管控关键技术标准研究》的研究成果，课题于2016年启动之后，陆续开展了消费品在线信誉评价指标体系方面的调研。

2、成立标准起草组

2017年1月，成立了标准起草组，正式开始标准的起草工作。标准起草组由中国标准化研究院、吉林省标准化研究院、深圳市标准化研究院、青岛市标准化研究院等单位组成。

3、领域及行业专家研讨，形成标准草案文本

标准承担单位开展标准研究，并先后经过多次讨论和专家咨询，进一步确定标准的主体内容，并于2017年9月形成标准草案文本。

4、通过标准立项答辩

按照2018年国家标准立项要求，标准起草组参加了于2018年在北京召开的标准立项评估会，并顺利通过评估答辩，完成标准立项。

5、持续研究，形成征求意见稿

标准草案通过立项评估之后，起草组多次组织专家研讨会，对草案进行修改和完善，现形成标准征求意见稿，拟向全国范围广泛征求意见。

**五、标准主要技术内容**

1、术语和定义（第三章）

对标准中的术语和定义进行解释，包括在线信誉、评价体系、信誉文化等。

2、基本原则（第四章）

本章规范了消费品在线信誉评价指标体系的制定的基本原则，即科学性、适用性、全面性、核心性、可量化等。

3、消费品在线信誉评价指标体系（第五章）

对消费品在线信誉评价指标体系进行构建，主要从消费品质量信誉、商家信誉、销售平台信誉、公众关注、政府监管五个方面构建体系及指标。

**六、其他**

1、本标准属性为推荐性标准。

2、本标准首次制定，目前国内外均未见有关消费品安全信息反馈相关标准。

3、本标准不涉及专利技术内容。

消费品在线信誉评价指标体系

标准起草工作组

 2019年3月28日