# 《社区电商平台供应商信用评价与分类管理指南》

# 国家标准征求意见稿编制说明

## 一、工作简况

（包括任务来源、协作单位、主要工作过程、国家标准主要起草人及其所做的工作等）

### （一）任务来源

本标准的制定计划由全国信用标准化技术委员会（SAC/TC470）提出并归口，正式列入 2025 年国家标准制修订项目计划，项目编号为 20253580-T-469，项目名称为《社区电商平台供应商信用评价与分类管理指南》。在标准编写过程中，接到全国电子商务质量管理标准化技术委员会（SAC/TC 563）关于调整为双归口的请求，经过沟通和标委会全体委员投票同意并调整为共同归口标准。

### （二）协作单位

本标准由中国标准化研究院牵头，为了提高标准适应性使之更好地为电子商务发展需求服务，本标准编写过程中对相关企业、评价机构进行了大量调研。在成立标准起草组时和标准起草过程中也都广泛吸纳了研究院所、各行业具有相关工作基础的企业参与。

### （三）主要工作过程

本标准编写主要工作过程如下：

2025 年 8 月，标准制定正式立项，成立标准起草小组，标准研制启动；

2025 年 9 月-2026 年 10 月，召开专家研讨会，进一步完善标准文本，完成标准征求意见稿；

2026 年 11 月，发布征求意见稿，公开征求意见两个月。

### （四）主要起草人和工作

本标准制定牵头人为叶如意负责标准制定进度安排、整体内容制定和条款完善等工作；其他来自研究院所，网络交易相关协会、参与网络交易的企业内的从业人员对主要对标准内容条款按照各自的研究领域、从业经验等角度提出修改建议、研讨和负责部分条款的具体执笔完善。

## 二、标准编制原则和主要内容说明

(如技术指标、参数、公式、性能要求、试验方法、检验规则等)的论据(包括试验、统计数据)，修订国家标准时，应增列新旧国家标准水平的对比）

### （一）标准编制原则

本标准编制遵循的主要原则如下：

（1）实用性和可操作性。 我国社区电商发展经历了从早期资本驱动的“野蛮生长”与爆发式扩张，历经监管介入后的行业洗牌，最终回归零售本质、转向供应链精细化运营与合规发展的演进历程。本标准立足于社区电商平台管理需求和现实基础，为平台提供通过信用评价实施差异化分类管理的易于实现的管理路径。标准起草注重实用性和可操作性，既给出基本原则，又提供评价指标样板，便于实施应用。

（2）系统和科学性。 标准编制和内容选取既考虑社区电商平台交易商品的多样性特征，又充分考虑社区电商模式在生鲜品销售上的优势特点；在对供应商实施信用评价规定通用性一级指标的基础上，单独提供适合生鲜类供应商信用评价的特色指标体系供参考采用。

（3）实时性和注重效果。 信用评价以信息系统自动运行为主，基于资质更新、检测、交易、顾客评价等实时数据动态更新评价结果并调整分类管理措施；同时根据实施效果和发现问题持续完善指标体系、评价方法和管理措施。

### （二）主要内容说明

本标准主要包括以下几个部分：

（1）适用范围。 本标准确立了社区电商平台实施供应商信用评价和分类管理的总体原则，给出了信用评价、分类管理和持续改进的实施指南，适用于社区电商平台供应商管理。

（2）规范性引用文件和术语。本标准引用 GB/T 22117《信用 基本术语》和 GB/T 45444《社区电商平台提货点管理指南》；界定“社区电商”“分类管理”等术语。其中“社区电商”采用 GB/T 45444 第 3.1 条并作修改，指以“预订+自提”为模式特征、以相近地理区域内消费者为服务对象的消费品在线零售和物流服务。

（3）基本原则。 规定科学性、可操作性、实时性、注重效果四项原则。

（4）信用评价。 包括指标体系、评价数据、评价方法和评价结果。指标体系宜设两级，一级指标包括商品描述、商品质量及保障、交货、售后服务等；评价数据包括资质许

可、质检报告、交易信用数据、顾客评价、交货抽检结果、交货记录、售后服务记录及平台外补充数据等；评价由系统实时自动进行，可采用指数平滑法等方法对近期数据赋以较高权重；信用等级设 A、B、C、D 四等，评价结果用于平台内管理，不对外公开，可向供应商公开其自身结果及在同类供应商中的位置。

（5）供应商分类管理。 A 等采用降低抽检频率、减少佣金、增加流量等鼓励措施；B 等采用鼓励兼帮扶措施；C 等采用帮扶及限制措施；D 等限制或暂停交易，要求限期整改，主要风险基本排除后可按 C 等管理；按品类分别评价的，可按品类采取对应措施；评价结果变化时实时调整管理措施。

（6）持续改进。 定期审核指标体系、评价方法、数据来源、评价结果和分类管理措施的科学性、适宜性，可参照 PDCA 循环完善机制。

（7）附录 A。 给出资料性附录“生鲜品类供应商信用评价指标体系表示例”，包括经营资质及荣誉、经营状况、商品质量及其保障能力、商品描述与顾客评价、交货及售后服务等一级指标及二级指标、满分和评分规则。

**（三）标准制订主要依据**

本标准编制主要依据：

（1） 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》；

（2） GB/T 22117《信用 基本术语》；

（3） GB/T 45444《社区电商平台提货点管理指南》；

（4） 《中华人民共和国电子商务法》；

（5） 《中华人民共和国消费者权益保护法》；

（6） 《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国农产品质量安全法》等与生鲜和日用商品质量相关的法律法规；

（7） 《网络交易监督管理办法》；

（8） 《全国社会信用体系建设规划纲要》等社会信用体系建设政策文件。

## 三、主要试验(或验证)的分析、综述报告，技术经济论证，预期的经济效果；

**（一）主要试验(或验证)的分析、综述报告，技术经济论证**

在本标准立项和编写期间，前期项目组和标准起草组查阅了大量国内外相关文献，特别电子商务信用机制、应用实例等方面材料，同时还对多个企业进行了实地调研，明确了标准起草的市场化需求和标准的内容。

因本标准未涉及产品参数、工艺流程等相关内容，未做试验验证，无相关报告。

**（二）预期的经济效果**

本标准为管理类推荐性国家标准。标准实施将为社区电商平台建立供应商信用评价和分类管理机制提供指导，有助于以较低成本提升供应商商品和服务质量管理效果，降低平台质量管理成本，保障消费者权益，促进社区电商规范健康发展。

## 四、采用国际标准和国外先进标准的程度，以及与国际、国外同类标准水平的对比情况，或与测试的国外样品、样机的有关数据对比情况

本标准为新制定标准，未采用国际标准。主要考虑：社区电商以“预订+自提”为模式特征，其供应商信用评价和分类管理与中国平台治理、社会信用体系建设实践紧密结合，国外同类标准难以直接适用。

## 五、以国际标准为基础的起草情况，以及是否合规引用或者采用国际国外标准，并说明未采用国际标准的原因

本标准未以国际标准为基础起草，未合规引用或采用国际国外标准。主要原因是：本标准立足我国社区电商平台供应商管理实践，标准内容与我国电子商务监管、社会信用体系建设实际相适应，采用国际标准无明显积极意义。

## 六、与有关的现行法律、法规和强制性国家标准的关系；

本标准编写过程中参考了现行法律、法规和相关政策文件，与《全国社会信用体系建设规划纲要》等文件保持一致，与《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国农产品质量安全法》《网络交易监督管理办法》等规定相协调。本标准为推荐性国家标准，与现行强制性国家标准无直接冲突。

## 七、重大分歧意见的处理经过和依据

公开征求意见之前暂未收到重大分歧意见。征求意见阶段的具体意见及处理情况，以《征求意见汇总处理表》为准。

## 八、涉及专利的有关说明

本标准不涉及专利。

## 九、贯彻国家标准的要求和措施建议(包括组织措施、技术措施、过渡办法等内容)

为推动标准贯彻实施，可采取以下措施：

（一）邀请社区电商平台参与标准宣贯和标准应用；

（二）在电子商务相关论坛、行业会议上进行介绍和交流；

（三）通过现场指导和专家诊断，帮助平台完善供应商信用评价和分类管理制度。

建议本标准实施日期为自标准发布之日起 3 个月后。

## 十、其他应予说明的事项

本标准属于管理类推荐性国家标准，建议作为推荐性标准发布。本标准不涉及版权问题。本标准不涉及版权问题。

《社区电商平台供应商信用评价与分类管理指南》标准起草组

2026 年 11 月