



# 中华人民共和国国家标准

GB/T 34056—2017

---

## 电子商务信用 网络零售信用 评价指标体系

E-commerce credit—Index system for online retailing  
trustworthiness evaluation

2017-07-31 发布

2017-11-01 实施

---

中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局 发布  
中国国家标准化管理委员会

## 目 次

前言 .....	III
引言 .....	IV
1 范围 .....	1
2 术语和定义 .....	1
3 总体要求 .....	1
4 评价数据 .....	2
5 评价指标 .....	2
5.1 指标体系构成 .....	2
5.2 一级指标 .....	2
5.3 一级指标权重调整 .....	2
5.4 二级指标及权重 .....	3
6 消费品网络零售指标体系示例 .....	3
附录 A (资料性附录) 消费品网络零售信用评价一级指标体系表 .....	4
附录 B (资料性附录) 消费品网络零售信用评价二级指标体系表 .....	5
参考文献 .....	9

## 前 言

本标准按照 GB/T 1.1—2009 给出的规则起草。

本标准由全国社会信用标准化技术委员会(SAC/TC 470)提出并归口。

本标准起草单位:中国标准化研究院、北京众联享付科技股份有限公司、杭州市标准化研究院、成都中科大旗软件有限公司、四川三尺科技有限公司、北金(北京)文化有限公司、中大信(北京)信用评价中心有限公司、四川泉辉科技有限公司、成都鹰明电子商务股份有限公司、河北省标准化研究院、天津市标准化研究院、石狮市质安技术职业培训学校、宁德市新坦博信息科技有限公司。

本标准主要起草人:叶如意、李秀娣、高丽梅、龚月芳、储熠、周道华、李向华、孙彩英、林竹盛、周莉、江洲、冯利君、李尧、徐震、郎铖、李南阳、徐梦、李云胜、熊文、刘璟、安彦红、叶春笋、林影。

## 引 言

随着电子商务的迅速发展,网络零售交易占社会消费品零售总额的比例越来越高。为减少网络零售各类失信事件的发生,保护消费者权益,更好地发挥网络零售信用评价和服务对网络零售经营主体的守信激励和失信制约作用,特制定本标准。

本标准明确了网络零售信用评价帮助顾客规避网购风险的目标,并依据顾客网购信任形成理论和数据、网购投诉数据分布特点,选取了与网购风险密切相关的信息披露、产品、支付配送、售后等分类指标,也选取了反映经营状况的能力指标和反映整体信用状况的综合指标,从评价基本原则、基本要求和指标体系等方面为我国正在兴起的网络零售信用评价提供一个统一的技术基础。

# 电子商务信用 网络零售信用 评价指标体系

## 1 范围

本标准规定了评价网络零售信用的原则、指标构成、权重及方法。

本标准适用于对自营型零售网站和第三方网络零售平台上的网店的信用评价,其他类电子商务信用评价可参照使用。

## 2 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

### 2.1

**电子商务信用 e-commerce credit**

在电子商务交易中,交易方取得交易对方信任作为交易基础的能力。

注1:交易方取得和维持这种能力需以诚信经营、遵守交易承诺和约定、满足交易对方合理预期为条件。

注2:网络零售信用水平取决于顾客网购所承受的综合风险水平,在风险水平满足网购交易要求时,顾客满意水平可作为信用评价指标。

[GB/T 34057—2017,定义 3.1]

### 2.2

**网购风险 risk involved with online shopping**

不确定性对顾客网上购物达到预期目标的不良影响。

注:网络交易的不可见、远程等特征增加了交易不确定性和风险。

### 2.3

**网络零售 online retailing**

通过互联网面向消费者提供的商品销售行为。

### 2.4

**消费品 consumer product**

为了但不限于个人使用而设计、生产的产品,包括产品的组件、零部件、配件、包装和使用说明。

[ISO 10377:2013,定义 2.2]

## 3 总体要求

评价网络零售信用应以帮助买方规避由卖方引起的网购风险为目标,应遵循公平公正、规范科学原则,具体包括:

- a) 评价数据真实、可靠、动态化、具有代表性和时效性;
- b) 评价指标应覆盖常见顾客网购风险和体验感知,并与经营模式、主营产品等特点相适应;
- c) 评价指标权重宜与指标重要性、顾客关注程度等相一致;
- d) 评分规则合理细致,具有可操作性;
- e) 评价结果表述应可比较且清晰易懂。