



团 体 标 准

T/JSWP 04—2022

广告企业信用评价规范

Specification of credit evaluation for advertising enterprise

2022-08-31 发布

2022-08-31 实施

江苏省广告协会	发 布
中国标准出版社	出 版

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 评价原则 1

5 评价对象类别 1

6 评价内容 2

7 评价组织 2

8 评价程序 2

9 评价等级及其与分值的关系 3

10 申请规则与评价结果日常管理..... 4

11 档案管理..... 4

附录 A（规范性） 广告企业信用评价规范指标体系 5

参考文献 36

前 言

本文件按照 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》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由江苏省广告协会提出并归口。

本文件起草单位：江苏省广告协会广告产业研究院。

本文件主要起草人：贺寿天、居苏生、姜照君、沈雯、吴志斌、徐冬峰、宋莉、周麓可、吴鑫滢、李诗茹、王蕊、肖稔丰。

广告企业信用评价规范

1 范围

本文件规定了江苏省广告企业信用评价的评价原则、评价对象类别、评价内容、评价组织、评价程序、评价等级划分及分值、申请规则与评价结果日常管理、档案管理等内容。

本文件适用于江苏省广告协会会员单位的广告企业。本省其他广告企业如具备对应申报条件,且自愿承担评价工作成本费用,可申请评价服务。

2 规范性引用文件

本文件没有规范性引用文件。

3 术语和定义

本文件没有需要界定的术语和定义。

4 评价原则

4.1 规范性

评价组织应按照规定的程序和方法开展评价,确保评价结论的可靠性和公正性。

4.2 独立性

评价组织应保持独立,作出客观评价,不受评价对象及其他外部因素影响。

4.3 客观性

评价组织依据广告企业信用等级评价指标体系,作出准确、公正的评判。

5 评价对象类别

5.1 类别划分

评价对象主要是依法成立一年以上、合法经营、成立以来或近3年未被列入严重失信主体名单(信用记录以“信用中国”和“国家企业信用信息公示系统”中公示的信息为依据)、以广告服务为主营业务的江苏省广告协会的会员单位。作为江苏省广告协会单位会员的各市广告协(商)会成员单位可自愿参加信用评价申报。

按照广告企业主营业务体现的在营销传播和品牌塑造活动中发挥专业功能的特色进行划分,分为综合服务类、媒体服务类、创意策划类、设计制作类、数字营销类、公关推广类6个类别。

5.2 综合服务类

以品牌服务为核心,为广告主提供广告传播全过程、全方位服务的企业。服务内容包括市场调查、