



中华人民共和国国家标准

GB/T 34051—2017

电子商务商品口碑指数评测规范

Specification of evaluation for the public reputation index of
electronic commerce commodity

2017-07-31 发布

2018-02-01 实施

中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局
中国国家标准化管理委员会 发布

目 次

前言	I
1 范围	1
2 术语和定义	1
3 基本原则	1
4 评测指标	1
5 评测过程	2
5.1 确定评测对象	2
5.2 确定评测指标	2
5.3 获得评测数据	2
5.4 指数计算及结果表示	3
5.5 评测报告	3

前 言

本标准按照 GB/T 1.1—2009 给出的规则起草。

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这些专利的责任。

本标准由全国电子业务标准化技术委员会(SAC/TC 83)提出并归口。

本标准起草单位:中国标准化研究院、南京市产品质量监督检验院、厦门市拓润计算机软件开发有限公司、百度在线网络技术(北京)有限公司、珠海市标准化协会、世纪禾光科技发展(北京)有限公司、远宏(福建)实业有限公司、中国计量大学、成都安颐信息技术有限公司、东莞市科技咨询服务中心、四川车优里科技有限公司、四川蜀杰通用电气有限公司、宁德市新坦博信息科技有限公司、成都理邦系统工程技术有限公司、海欣食品股份有限公司。

本标准主要起草人:程越、孙兆洋、隋媛、王志民、刘晓明、咸奎桐、周骏贵、濮力、刘颖、曹新九、高昂、茅海军、邢军、甘建安、王颖、冯义、李丽、李华伟、郑顺辉、陈煜、黄睿、李毅、罗海莹、林影、李易、林娇娇、王波。

电子商务商品口碑指数评测规范

1 范围

本标准规定了对电子商务商品网络评论的口碑指数评测工作的基本原则、评测指标以及评测过程。本标准适用于相关方开展电子商务商品口碑指数评测。

2 术语和定义

下列术语和定义适用本文件。

2.1

网络评论 **online comment**

消费者通过互联网对电子商务商品发布的陈述。

注：这类陈述应以非商业目的、凭借自身经验以及相关专业知识。

2.2

口碑 **public reputation**

通过对消费者网络评论进行分析,形成的对电子商务商品的综合评判。

2.3

口碑指数 **public reputation index**

电子商务商品口碑的量化表示。

3 基本原则

评测工作应遵循以下原则：

- a) **透明性**:对评测过程中数据的来源、采用的评测方法、评测指标、评测人等信息进行公开；
- b) **公正性**:独立、客观、公正、无任何形式偏见地实施评测活动；
- c) **有效性**:制定便于操作的评测方案并有效实施；
- d) **真实性**:采集真实、客观的数据,避免虚假数据；
- e) **可信性**:评测结果应客观、准确地反映评测对象情况；
- f) **规范性**:确保评测活动按照评测方案实施,评测人行为应符合评测方案要求。

4 评测指标

电子商务商品口碑指数的评测指标包括但不限于：

- a) **质量水平**:包括实体类商品质量水平和服务类商品质量水平,其中:
 - 1) 实体类商品质量水平可依据商品的类型和特征从性能、寿命、外观、经济、安全、可靠性标准等方面进行评测；
 - 2) 服务类商品质量水平可依据商品的类型、特点和细节从响应性、准确性、明确性、保障性等方面进行评测。
- b) **服务能力**:衡量电子商务商品在整个交易过程中(售前、售中、售后)的服务水平。