

《电子商务商品口碑指数评测指南》 国家标准编制说明

《电子商务商品口碑指数评测指南》起草组

二〇二五年五月

目 录

一、工作简况	1
1、任务来源	1
2、标准修订的背景、目的和意义	1
3、主要工作过程	2
二、国家标准编制原则和确定国家标准主要内容的论据	2
1 编制原则	2
2 标准主要内容与确定论据	3
2.1 标准主要内容及适用范围	3
2.2 标准主要内容的确定	3
2.3 本标准主要修订内容	3
三、试验验证的分析、综述报告，技术经济论证，预期的经济效益、社会效益和生态效益	4
四、与国际、国外同类标准技术内容的对比情况，或者与测试的国外样品、样机的有关数据对比情况	4
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	4
六、与有关法律、行政法规及相关标准的关系	5
七、重大分歧意见的处理经过和依据	5
八、涉及专利的有关说明	5

九、贯彻国家标准的要求和措施建议 5

十、其他应当说明的事项 5

一、工作简况

1、任务来源

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，经国家标准化管理委员会批准，正式列入 2025 年国家标准复审修订计划，项目编号为：20250266-T-469。项目名称为《电子商务商品口碑指数评测指南》。

2、标准修订的背景、目的和意义

随着我国深入实施数字经济发展战略，不断完善数字基础设施，加快培育新业态新模式，移动支付广泛普及，带来了电子商务多元化蓬勃发展。近年来，电子商务交易的客体随着科技和社会的不断进步，也呈现出多样性，从最初的实物类商品，发展到服务类商品，再扩展到虚拟类商品，消费者的网购行为日渐成熟，消费者在购物之前往往通过论坛、博客、微博、微信等网络平台，特别是习惯通过电子商务平台提供的评价系统搜集相关商品评论信息，从而辅助自己做出购物决策。而从事电子商务的企业和商家也越来越关注用户体验，重视品牌、口碑和服务，他们注重并收集消费者的意愿，迫切地希望通过由网络评价信息得到的多维度的商品口碑指数来获得关于自身商品和服务质量的反馈，并能够迅速做出应对措施和营销策略。口碑指数有助于提高品牌认知度、改善商品和服务质量，并引导消费者做出正确的购物决策，保护消费者的利益。由于近年来电子商务商品的类型以及消费人群不断地扩展，原标准中的相关技术内容已无法适应当前新型商品种类和多样的消费人群，需要对评测指标、评测数据等内容进行修改和细化。因此，需要对已发布的 GB/T 34051-2017 的进行修订。

3、主要工作过程

1) 立项阶段

2023 年 12 月，由全国电子业务标准化技术委员会（SAC/TC 83）组织，中国标准化研究院牵头推动本标准的起草工作，并开展标准调研、资料收集、标准草案稿编写。同时，2024 年 1 月，由全国电子业务标准化技术委员会（SAC/TC 83）向国家标准委提出复审修订立项申请。

2025 年 2 月 28 日，国家标准化管理委员会批准了本标准的立项计划，计划号为 20250266-T-469。

2) 起草阶段

2023 年 12 月-2025 年 4 月，起草组针对标准相关的技术内容，重新收集、整理了相关技术资料，并与相关业内专家进行了咨询和沟通。在此基础上，起草组对标准草案稿进行了修改和完善，形成了征求意见稿。

二、国家标准编制原则和确定国家标准主要内容的论据

1 编制原则

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》的要求和规定编写本标准内容。

本标准应具有科学性、先进性。同时应充分考虑到现阶段我国电子商务产业的发展情况和趋势等方面应用的可行性和需求，使其具有可操作性。

2 标准主要内容与确定论据

2.1 标准主要内容及适用范围

本文件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。

本文件适用于指导相关方开展电子商务商品口碑指数评测。

2.2 标准主要内容的确定

本标准的主要内容包括：

1. 范围。
2. 规范性引用文件。
3. 术语和定义。本部分给出了本标准中用到的术语和定义。
4. 基本原则。给出了电子商务商品口碑评测的原则，包括透明性、公正性、有效性、真实性、可信性、规范性。
5. 评测指标。从品牌指数、质量指数、服务指数三个维度给出了评测指标，其中质量指数按照实物类、虚拟类、服务类等不同商品类型给出不同的评测指标。
6. 评测数据。从数据来源、数据内容两个方面对评测数据的范围进行了界定。
7. 评测过程。给出了电子商务商品口碑评测的过程，包括确定评测对象、确定评测指标、评测数据采集与处理、指数计算及结果表示、以及评测报告的出具。

2.3 本标准主要修订内容

与 GB/T 34051—2017 相比，除结构调整和编辑性改动外，主要技术变化

如下：

1. 建立了包括综合指数、品牌指数、质量指数、服务指数在内的多维度评测指标体系（见第 5 章），此部分主要是考虑到当前电子商务多元化发展的特征，针对不同的商品类型对评测指标进行了划分。
2. 增加了评测数据的数据来源及数据内容（见 6.1、6.2），进一步对数据的范围进行了明确和细化；
3. 修改了指数计算及结果表示方法（见 7.4），可对品牌指数、质量指数、服务指数设置不同的权重进行计算。

三、试验验证的分析、综述报告，技术经济论证，预期的经济效益、社会效益和生态效益

本标准在研制过程中，广泛调研了主流电子商务平台的商品类型，并重点对服务类商品和虚拟类商品的特征以及用户评论数据进行了分析，与相关方共同讨论总结形成了一套新的评测指标体系。本标准的研制和实施，一方面能够充分借助于大数据、人工智能等信息化手段，为消费者提供更加真实可信的信息，辅助购物决策，保护消费者的利益。另一方面电商企业可以针对消费者的评论及时做出应对措施和营销策略，提升其产品和服务质量，同时也便于市场监管部门加强电子商务平台和商品的动态监管，为电子商务产业持续健康发展提供技术支撑。

四、与国际、国外同类标准技术内容的对比情况，或者与测试的国外样品、样机的有关数据对比情况

在国际上，已发布 ISO 20488:2018《在线消费者评论——收集、审核和发布的原则和要求》，该标准是对在线消费者评论的收集、审核和发布提出了指南性的要求，并无涉及电子商务商品口碑的相关内容。

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

本标准自主制定，不涉及国际国外标准采标情况。

六、与有关法律、行政法规及相关标准的关系

本标准符合《中华人民共和国电子商务法》等国家现行法律、法规、规章和强制性国家标准的要求，并符合 GB/T 38652-2020 《电子商务业务术语》、等相关国家标准的要求。本标准有助于《“十四五”数字经济发展规划》等政策文件的落实。

七、重大分歧意见的处理经过和依据

本标准在制定过程中未出现重大分歧意见。

八、涉及专利的有关说明

无。

九、贯彻国家标准的要求和措施建议

本标准推荐为国家标准，建议率先在参与标准制定、研讨的相关单位中依据本标准结合实际情况进行应用实施，撰写标准宣贯材料，开展标准宣贯培训工作。后续，再逐渐推广到行业内进行广泛应用，并将实施过程中出现的问题和改进建议反馈起草组，以便对本标准进行修改完善。

十、其他应当说明的事项

无

《电子商务商品口碑指数评测指南》国家标准起草组

二〇二五年五月