

中华人民共和国国家标准

电子商务供应商评价准则 优质服
务商

（征求意见稿）

编制说明

2025 年 6 月

《电子商务供应商评价准则 优质服务商》

编制说明

（一）工作简况，包括任务来源、制定背景、起草过程等

1.1 任务来源

本标准的修订计划由全国电子商务标准化技术委员会提出并归口，经国家标准化管理委员会批准，正式列入 2025 年国家标准制修订项目计划，项目编号为 20250465-T-469，项目名称为《电子商务供应商评价准则 优质服务商》。

1.2 制定背景

随着信息技术的迅猛发展与数字经济的深度融合，我国电子商务产业呈现出蓬勃发展的态势。国家统计局数据显示，我国电子商务交易规模持续以年均 10% 以上的增速持续扩张，2023 年交易总额已突破 50 万亿元大关。在这一进程中，电子商务的发展模式不断迭代创新，参与电子商务的市场主体也日益多元化，除了传统的商品制造商、经销商之外，大量以提供各种服务为主要经营项目的服务供应商深度融入电商生态体系。

在电子商务业务流程中，服务供应商的角色愈发关键。从在线旅游平台上的旅行社、酒店预订服务，到知识付费领域的课程讲师、咨询顾问，再到生活服务类平台的保洁、维修商家，服务类电商的触角已延伸至社会生活的各个角落。特别是近年来，随着 5G 技术的普及和移动互联网的飞速发展，线上到线下模式的电子商务异军突起，成功搭建起线上消费决策与线下服务体验的桥梁，让餐饮服务、家政服务、机动车培训服务等传统服务业态焕发出新的生机。

然而，与商品制造商提供有形产品不同，服务提供商所提供的服务具有无形性、生产与消费同时性、质量难以标准化等特性。在电子商务交易场景下，消费者无法像选购商品那样直观感受服务的品质，只能依赖服务商的口碑、用户评价、服务承诺等信息进行筛选。在电子商务交易时消费者通过对服务商的筛选，也成为消费者选择服务的重要依据。因此，建立优质服务商评价体系，制定优质服务

商评价规则，为消费者选购服务、服务商自我评价或第三方评价及政府部门的监管，提供标准化依据，对于提高电子商务市场参与方水平、促进电子商务的健康有序发展都具有重要的作用。

《电子商务供应商评价准则 优质服务商》国家标准构建了一套完整的评价指标体系，为线下服务商提供明确的发展方向与改进路径。通过标准的实施，能够引导电子商务中的服务商向专业化、规范化、优质化方向发展，也为消费者选购服务、服务商自我评价、第三方评价及政府部门监管提供统一的标准化依据，推动整个电子商务领域服务水平的提升，为我国电子商务产业的高质量发展奠定坚实基础，助力数字经济与实体经济的深度融合。

1.3 起草过程

——成立起草组，确定标准框架

2025 年 2 月 28 日计划下达后，国内相关单位组建了标准起草组，起草组的组建充分考虑了该标准修订及标准应用所涉及机构的相关性和多样性。

2025 年 3 月，标准起草组共同讨论确立了标准草案的框架。

——确定标准草案并形成征求意见稿

2025 年 4 月—2025 年 6 月，标准起草组在标准草案框架的基础上，通过查阅资料、调研国际国内有关电子商务供应商评价优质服务商方面的标准化现状，对标准技术内容进行充实和完善。同时，采用召开研讨会形式，邀请业内专家对标准框架及草案内容提出修改意见和建议。形成了标准征求意见稿。

（二）国家标准编制原则、主要内容及其确定依据，修订国家标准时，还包括修订前后技术内容的对比

2.1 标准编制原则

本标准按照 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》的要求和规定进行编写。标准的编制具有科学性、先进性，同时充分考虑到现阶段我国电子商务供应商评价中优质服务商的情况和实际需求，使其具有可操作性。

2.2 标准主要内容确定依据

本标准修订并代替 GB/T 36313—2018《电子商务供应商评价准则 优质服务商》。服务商参与电子商务活动时，主要与两个角色进行对接，一是电子商务平台，二是消费者。因此在标准的起草过程中主要考虑了服务商分别与电子商务平台和消费者有哪些业务的交集。

修订过程中，重点变化内容包括：

（1）从消费者隐私和数据安全的角度，增加了“隐私和数据保护”、“安全与应急”评价子模块及其评价内容。

（2）从经济效益的角度，增加了“经营效益”评价模块及其相关内容。

与 2018 年版标准相比，除结构调整和编辑性改动外，主要技术变化如下：

- a) 更改了“服务”、“顾客”的定义（见第 3 章）；
- b) 更改了评价模块，包括：
 - 1) “服务商资质”更改为“基本能力”（见 4.2.1，2018 年版 4.2.1）；
 - 2) “服务商提供能力”更改为“服务提供保障能力”，增加“隐私和数据保护”、“安全与应急”（见 4.2.2，2018 年版 4.2.2）；
 - 3) “服务过程”更改为“交易过程”（见 4.2.3，2018 年版 4.2.3）；
 - 4) 增加了“经营绩效”（见 4.2.4）；
 - 5) “信用与荣誉”“社会责任”合并为“可持续性”（见 4.2.5，2018 年版 4.2.4 和 4.2.5）；
- c) 更改了部分评价内容（见表 4.3，2018 年版 4.3），包括：
 - 1) “统一社会信用代码”更改为“经营资格”；
 - 2) 增加了“战略与规划”；
 - 3) 增加了“隐私和数据保护”、“安全与应急”及其评价内容；
 - 4) 增加了“销售情况”、“客户满意度”及其评价内容；
 - 5) 删除了“信用”的“具有消费者信息保护措施”；
 - 6) 增加了“绩效监控”及其评价内容。

2.3 标准主要内容

本标准规定了电子商务活动中在线下为消费者提供服务的服务商的评价总体框架和评价模块、评价方法和结果表示、评价报告、扩展原则与方法。

本标准适用于电子商务交易中在线下为消费者提供服务的服务商的评价。

（1）评价模块及评价内容

本标准服务商评价由基本能力、服务提供保障能力、交易过程、经营绩效、可持续性 5 个评价模块、19 个评价子模块以及评价内容构成，如表 1 所示。

表 1 评价内容

评价模块	评价子模块	评价内容	评价选择项
基本能力	经营资格	取得统一社会信用代码，并在有效期内	必备项
	特定服务许可	涉及特定的有许可要求的服务，提供特定服务经营许可证，并在有效期内	条件必备项，有许可要求的服务此项为必备
	战略与规划	制定企业电子商务发展战略或规划等，具有实施措施	必备项
服务提供保障能力	服务环境	服务场所的温度、湿度、光线、噪声、空气质量等基本条件符合国家法律法规及相关标准的规定	必备项
		服务场所的卫生条件符合符合国家法律法规及相关标准的规定	必备项
		制定服务环境的日常管理与维护制度，并实施	必备项
		服务面积大于最低面积或在相符的面积范围内	条件必备项，对场所面积有要求的服务此项为必备
	服务设备设施	设施设备的技术要求、安装要求、安全及卫生符合国家法律法规及相关标准的规定	必备项
		设施设备的种类、数量及布局满足服务要求	必备项
		与在电子商务平台上发布的设备设施质量相符	必备项
		制定设施设备的检查与维护频次、效果等制度	必备项
		考虑潜在客户的特殊需求 示例 1：设置无障碍设施	参考项
	服务用品	服务用品的技术要求、安全及卫生符合国家法律法规及相关标准的规定	必备项
		服务用品不得损害顾客及服务人员的健康	必备项
		一次性服务用品不得重复使用，可重复使用的服务用品的按要求清洁、消毒	必备项
	服务人员	具有必备的服务技能及基本知识	必备项
		工作年限和具体技能等满足工作要求	必备项
		在健康、卫生、技能等方面满足资质要求	必备项
		专业背景和学历方面满足要求	必备项
		行为、仪容仪表、礼貌周到、顾客信息保密等方面满足服务行为及态度的要求	必备项
		参与专业培训，培训内容、时长、频次、课程设置满足服务的需求	必备项
	隐私和数据保护	制定人员绩效考核制度	必备项
		制定顾客隐私和数据保护政策	必备项
		采取保护顾客隐私和消费者个人数据的措施	必备项
		采取信息化系统安全措施，并定期维护	必备项
	安全与应急	根据数据来源和安全性，设置信息访问权限	必备项
		正确使用安全标志、警示信息，并定期进行维护	必备项
		安全设施和措施齐全 示例 2：具有书面的紧急疏散流程、烟雾报警等安全	必备项

评价模块	评价子模块	评价内容	评价选择项
		系统到位并定期检查、消防设备可正常使用并在有效期内	
		制定日常全管理和突发事件急管理要求	必备项
		制定安全技术要求和作业要求	必备项
服务过程	营销与咨询	建立营销团队，具备电子商务营销的基本能力与技能	必备项
		提供给电子商务平台的信息真实、完整	必备项
		能提供电话、电子邮件、在线即时通讯或上门服务等多种形式的咨询服务	必备项
	服务交付	提供的服务内容与电子商务平台登记和展示的信息描述一致	必备项
		账单信息清晰、明确	必备项
		在承诺时限内完成约定的服务	必备项
		提供多种支付方式供顾客选择	必备项
	投诉处理与改进	为顾客提供投诉处理和意见反馈的程序，重视消费者权益	必备项
		定期评估处理投诉和意见反馈程序，并有纠正、预防性措施	必备项
		设置专人负责投诉处理和意见反馈	必备项
		在承诺时间内完成投诉处理	必备项
经营绩效	销售情况	销售量：统计周期内，服务商通过不同途径的销售服务的数量 注1：可从总体、线上、线下等多个渠道分别进行统计	必备项
		销售额：统计周期内，销售商通过不同途径的销售额 注2：可从总体、线上、线下等多个渠道分别进行统计	必备项
	客户满意度	好评率：统计周期内，好评的订单数量与所有评价订单数量的比值	必备项
		重复购买率：统计周期内，客户重复购买同类产品的交易次数与总交易次数的比值	必备项
		纠纷率：统计周期内，销售商收到的客户发起的纠纷订单数量与在交易数量的比值	必备项
可持续性	信用	守法经营，无违法经营行为	必备项
		未被纳入经营异常名录	必备项
		未发生过商业诈骗和银行信誉受损等情况	必备项
		未发生过违约和债务拖欠等行为	必备项
	荣誉	能提供所获得荣誉的证明 示例3：各级政府、行业协会、商会等组织授予的嘉许、奖状、荣誉或关于其商业地位、良好口碑的认可等	参考项
	环境保护	制定环境保护方面的制度 废水、废气、固体废弃物等的处理制度和能源节约的规定	必备项
		服务用品的使用和处理符合环境保护的要求	必备项
	绩效监控	建立和实施绩效监控、内部审计等制度	必备项
	公益支持	可提供参与公益活动的相关证明	参考项

实际评价时可根据实际行业，扩展评价模块、评价子模块和评价内容。

2) 评审方法

电子商务优质服务商的评价是通过对评审内容、评审子模块和评审模块的评

审来完成的，评审方法如下：

- 确定各子模块的评审内容，评审内容是最小评审单元；
- 采用多种审查方式的组合使用，对评审内容进行评审，给出评审结果；
- 依据评审内容的评审结果，给出子模块的评审结果；
- 依据子模块的评审结果，按照评审规则给出模块的评审结果，具体见子模块内容说明。

- 依据所有模块的评审结果，按照评审规则给出“优质服务商”评审结论，并提供相应的评审报告。

3) 评审方式

评审方式是对评审内容作出评审结论的主要手段，在评审过程中可使用一种审查方式，也可使用多种审查方式的组合形式。主要的审查方式有：

- 文件审查：对所提供的审核文件的真实性和有效性进行审查，审核文件是指在优质制造商评审过程中，被评审的制造商根据评审要求需提供的自我声明、相关文件、证件或证明等材料；

- 人员访谈：对相关人员，针对评审内容进行访谈；

- 现场巡查：赴现场了解有关内容，对事实相符性进行查验。

（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

本标准在制定过程中充分利用行业龙头企业自身在电子商务服务商方面的经验，为标准技术内容提供支撑，并邀请行业专家对标准技术内容进行把关。

《电子商务供应商评价准则 优质服务商》国家标准基于 5 大评价模块、19 个子模块构建系统化评价体系，其实施将为线下服务的电子商务服务商带来显著综合效益，筛选优质服务商，优化资源配置，吸引消费者资源集中，推动上下游产业协同，促进市场规模增长；增强消费者信心，刺激消费升级，激发服务商创新，形成经济发展新动能。

（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

国际、国外没有同类标准。

（五）以国际标准为基础地起草情况，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地原因

本标准没有采用国际标准和国外先进标准。

（六）与有关法律、行政法规及相关标准的关系

本标准符合国家现行法律、法规、规章和强制性国家标准的要求。

（七）重大分歧意见的处理经过和依据

本标准在修订过程中未出现重大分歧意见。

（八）涉及专利的有关说明

无。

（九）实施国家标准的要求，以及组织措施、技术措施、过渡期和实施日期等措施建议

本标准作为推荐性国家标准，建议将标准实施过程中出现的问题和好的改进建议反馈给标准起草组，以便未来对本标准的继续修订和完善。

建议本标准自发布之日起 6 个月后实施，本标准实施后 GB/T 36313—2018《电子商务供应商评价准则 优质服务商》随即废止。

（十）其他应予说明的事项

无。

《电子商务供应商评价准则 优质服务商》国家标准起草组

2025 年 6 月