

ICS 91.040.20
A 10
备案号:39281—2013



中华人民共和国国内贸易行业标准

SB/T 10907—2012

网店信用评估要素指南

Web shop credit rating factors guide

2013-01-23 发布

2013-09-01 实施

中华人民共和国商务部 发布

中华人民共和国国内贸易
行 业 标 准
网店信用评估要素指南

SB/T 10907—2012

*

中国标准出版社出版发行
北京市朝阳区和平里西街甲2号(100013)
北京市西城区三里河北街16号(100045)

网址: www.gb168.cn

服务热线: 010-51780168

010-68522006

2013年8月第一版

*

书号: 155066·2-25960

版权专有 侵权必究

前 言

本标准按照 GB/T 1.1—2009 给出的规则起草。

本标准由商务部国际贸易经济合作研究院提出。

本标准由商务部归口。

本标准起草单位：商务部国际贸易经济合作研究院。

本标准主要起草人：赵萍、关利欣、王京刚、宋思源。

引 言

随着信息技术的快速发展、人民生活水平和消费水平的不断提高,我国电子商务发展迅速,且呈现出模式多、分布广、发展快等特点。但是,由于我国尚未制定关于电子商务主体信用评估的规范,网络的开放性和虚拟性使得信用问题成为阻碍电子商务发展的重要因素。

为贯彻落实《流通标准化“十一五”发展规划》,发挥标准化对行业管理的技术支撑作用,促进电子商务规范化发展,《网店信用评估要素指南》首次对电子商务主体的信用评估要素进行规范,为电子商务信用评估系列标准奠定基础,并指明评估指标设计方向。

本标准前瞻性地填补了网店信用评价方面的空白,对于规范网店交易,促进电子商务健康可持续发展具有重要意义。

网店信用评估要素指南

1 范围

本标准规定了电子商务交易主体信用评估的基本原则、评估类别和评估要素。
本标准适用于电子商务交易的 B2B、B2C、C2C 等模式的企业。

2 规范性引用文件

下列文件对于本文件的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件,仅注日期的版本适用于本文件。凡是不注日期的引用文件,其最新版本(包括所有的修改单)适用于本文件。

SB/T 10518 电子商务模式规范

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

电子商务 E-business

基于互联网技术和网络通信手段进行货物或服务交易,并提供相关服务的商业形态。按照交易主体的不同具体细分为:企业(或其他组织结构)之间(business to business,简称 B2B)、企业(或其他组织结构)和消费者之间(business to consumer,简称 B2C)、消费者之间(consumer to consumer,简称 C2C)。

[SB/T 10518——2009,定义 2.1]

3.2

网店 web shop

是网络店铺的简称,是能够让人们在浏览的同时进行实际购买,并且通过各种在线支付手段进行支付,完成电子商务交易全过程的网站。包括网上商厦(Web Mall)、网上商店(Web Store)、网上交易市场(Web Trade Market)、网上交易(Web Business)、网上个人交易市场(Web Market for Consumers)。

[SB/T 10518——2009,定义 2.2~2.6]

3.3

信用评估 credit rating

根据规范的指标体系和科学的评估方法,以客观公正的立场,对被评估对象履行经济责任的能力及其可信程度进行评价,并以一定的符号表示其信用等级的一种有组织的活动。

4 基本原则

4.1 客观性

信用评估要素以实际性的交易或事项为依据进行确认、计量和报告,如实地反映网店信用的状况。

4.2 系统性

信用评估各要素应相对独立,又互为补充,构成一个完整的体系,以多方位、多角度准确反映网店的信用状况。