



# 中华人民共和国国家标准

GB/T 39450—2020

---

## 商贸流通企业信用评价指标

Credit evaluation index of commercial and trade circulation enterprise

2020-11-19 发布

2021-06-01 实施

国家市场监督管理总局  
国家标准化管理委员会 发布

## 目 次

前言 .....	III
引言 .....	IV
1 范围 .....	1
2 规范性引用文件 .....	1
3 术语和定义 .....	1
4 基本原则 .....	1
4.1 科学性 .....	1
4.2 合理性 .....	1
4.3 适用性 .....	1
5 评价指标 .....	2
附录 A（规范性附录） 商贸流通企业信用评价指标及说明 .....	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。

本标准由全国社会信用标准化技术委员会(SAC/TC 470)提出并归口。

本标准起草单位：中国标准化研究院、商业信用中心、吉林省商务厅、吉林省标准研究院、厦门扬迈电器有限公司、老娘舅餐饮有限公司、深圳市宝安区信用促进会、中国科学院自动化研究所、江苏省质量和标准化研究院、中国计量大学、辽宁省检验检测认证中心、西安市质量与标准化研究院、天津市标准化研究院、安徽工匠质量标准研究院有限公司。

本标准主要起草人：周莉、戴征洪、袁星煜、江洲、张树武、陈晓荣、陶桃、张丽、李向华、郑勇跃、陈耿、雷震、赵燕、魏欣、孟翠竹、李元沉、李玥、谢莉、郑楠、武威、张越、吴杰、金志刚、王瑜、申娜娜、刘璟、王爽、王勤燕、董寿丽。



## 引 言

商贸流通行业诚信缺失现象时有发生,严重影响了商贸流通市场的健康、有序发展。构建商贸流通企业信用评价指标体系,规范商贸流通行业信用体系建设工作,建立守信激励和失信惩戒联动机制,能够构建诚实守信的商贸流通市场环境,促进商贸流通行业可持续发展。

对于商贸流通企业的信用评价,除应考虑企业信用评价的共性指标外,还应从凸显行业信用特点的专项指标开展评价。本标准在 GB/T 23794—2015 提出的基本指标的基础上,结合商贸流通企业自身的信用特点,基于基本信息、管理信息、交易信息、财务信息和社会行为信息等构建了商贸流通企业信用评价指标,旨在为商贸流通企业开展信用评价提供技术指导。



# 商贸流通企业信用评价指标

## 1 范围

本标准规定了商贸流通企业信用评价指标建立的基本原则和评价指标。

本标准适用于行业组织、第三方机构开展商贸流通企业信用评价,商贸流通企业自我信用评价以及其他相关行业信用评价活动也可参照使用。

## 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(包括所有的修改版)适用于本文件。

GB/T 22117 信用 基本术语

GB/T 23794 企业信用评价指标

## 3 术语和定义

GB/T 22117 和 GB/T 23794 界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

### 3.1

#### **商贸流通 commercial and trade circulation**

商品流通和为商品流通提供服务的经济活动。

注:本标准中所指商贸流通主要是生活服务业相关的销售流通环节,包括批发零售、住宿餐饮、商务服务、居民服务等,不包括商贸物流所指的仓储物流和交通运输等。

### 3.2

#### **商贸流通企业 commercial and trade circulation enterprise**

从事商贸流通活动的经济组织。

### 3.3

#### **企业信用评价 enterprise credit evaluation**

对企业在经济活动中遵守法定义务和履行约定义务的意愿、能力和表现的评价活动。

注:改写 GB/T 23794,定义 3.1。

## 4 基本原则

### 4.1 科学性

指标内容包括影响商贸流通企业信用状况的主要因素,能够反映商贸流通企业信用状况。

### 4.2 合理性

指标之间的逻辑关系清晰,避免重复和矛盾。

### 4.3 适用性

指标选取满足便于理解、采集和使用的要求。

## 5 评价指标

5.1 商贸流通企业信用评价指标在 GB/T 23794 规定的基本指标基础上,结合商贸流通企业特点选取专项指标,两类指标进行综合后,形成的商贸流通企业信用评价指标主要分为基本情况、经营管理、市场交易、财务状况和社会行为五类,侧重对企业素质和经营状况的评价。

5.2 可根据被评对象特征以及所掌握信息资源情况,适当调整指标项,但在调整时应符合本标准的基本原则。

5.3 商贸流通企业信用评价指标及说明见附录 A。

注 1: 指标的数据获取主要来源于政府部门企业和市场调查等,需经过核实确认。在指标选取时,部分难以获取数据的指标项可以考虑使用替代性指标,并根据对应指标项的信息进行评价模型的拟合计算。

注 2: 评价指标的权重设置应考虑评价目的和评价结果的应用需求,在具体评价时可制订评价细则。权重设置的方法可使用层次分析法等统计方法,评价分值可使用加权法计算得出。

注 3: 家居用品企业是一类典型的商贸流通企业,为使标准便于理解和使用,在附录 A 的表 A.1 中,对相关指标项作了标注说明。



附 录 A  
(规范性附录)

商贸流通企业信用评价指标及说明

商贸流通企业信用评价指标及说明见表 A.1。

表 A.1 商贸流通企业信用评价指标及说明

一级指标	二级指标	三级指标	指标项说明
基本情况	注册信息	联络信息	企业名称、联系电话、传真、办公地址、电子邮箱、企业网址等联络信息 <b>注：</b> 此处办公地址是指经核实的实际办公地址。
		登记信息	统一社会信用代码、企业类型、登记机关、经营状态、法定代表人、注册资本、住所、成立日期、营业期限、经营范围、一般纳税人资质等
		变更情况	变更事项、变更前内容、变更后内容、变更日期等
	企业族谱	关联关系信息	企业股东,公司子公司及分支机构状况等
经营管理	人力资源管理	高管基本情况	近三年高管人数、平均年龄及学历变化情况
		人员总数	近三年从业人员人数变化情况 <b>注：</b> 从业人员指在商贸流通企业工作,取得工资或其他形式的劳动报酬的全部人员,包括存在薪酬管理、结算或代理结算、服务管理和调度关系的各类人员,反映企业实际参加工作的全部人员。
		人员学历	近三年从业人员组成及学历占比情况
		人员职业资格	从业人员获得职业资格或行业内通用的服务能力等级情况
		人员培训	岗前培训证书及等级、入职培训、在职培训等培训的平均时数和周期情况,侧重考察培训中提高从业人员服务意识和业务技能的情况
		人员流动	近三年的从业人员离职率
	业务管理	经营条件	企业开展业务相关的经营场所、设施设备及智能化水平
		服务能力	企业提供各项经营服务项目能力及规范性情况 <b>注：</b> 如家居用品企业,尤为重视服务保障能力,在服务能力方面主要包括成立客户服务部门(人员占比的要求),制定并落实客户服务相关制度,以及履行三包服务等情况。
		信息管理	企业在合同管理、档案管理(含信用档案)等方面情况 <b>注：</b> 如家居用品企业,在信息管理方面主要包括企业公开服务项目和收费标准情况,使用家居用品行业服务合同示范文本情况,与从业人员、消费者签订家居用品行业服务劳务合同以明确服务清单和服务要求等情况,建立的客户、从业人员等信用档案情况等。
		投诉管理	客户投诉机制运行及案件处理情况
	无形资产	管理认证	企业在各类管理认证方面的获证情况
		企业资质	企业具备的各类资质情况
		品牌建设	近三年企业在维护、树立服务品牌方面的投入情况 <b>注：</b> 含注册商标情况。
		知识产权	企业具备的知识产权情况

表 A.1 (续)

一级指标	二级指标	三级指标	指标项说明
市场交易	主营产品	主营产品	企业主营产品的种类、数量等
	销售收入	销售额	近三年营业销售额情况
	销售对象	交易客户	主要交易客户及区域,以及销售客户所属行业情况
		销售区域	产品或服务的主要销售区域情况
财务状况 <sup>a</sup>	信息披露	财务信息披露情况	财务信息披露的及时性和真实性情况
	财务质量	资产质量	近三年资产额及复合增长率,流动资产和固定资产情况
		运营效率	资金周转率、存货周转率和总资产周转率
		成长性	近三年总资产复合增长率,以及营业收入复合增长率
		盈利能力	近三年销售毛利率、总资产报酬率、净资产收益率、净利率
		偿债能力	近三年资产负债率、流动比率、速动比率
	财务报表	资产负债表情况	流动资产、非流动资产、递延资产、流动负债、长期负债、所有者权益等
		利润表情况	主营业务收入、主营业务利润、营业利润、利润总额、净利润等
现金流量表情况		经营活动产生的现金流量、投资活动产生的现金流量、筹资活动产生的现金流量、汇率变动对现金的影响额、现金及现金等价物净增加额、期末现金及现金等价物余额等	
债务偿还	债务偿还情况	银行贷款偿还情况,员工工资发放情况等	
社会行为	公共信用信息	缴纳信息	纳税、社保、水电费等缴纳信息
		司法记录信息	在司法机构或调解部门结案执行情况
		行政处罚信息	在政府部门行政处罚方面的信息
		政府监管信息	海关、纳税等政府部门评价形成的监管等级信息
		金融征信信息	金融征信报告信息
		投诉信息	市场监管部门、商务部门、仲裁委员会、人民调解委员会的受理的投诉信息及处理情况
	市场信用信息	自我承诺	企业的自我承诺信息
		协会评价信息	企业所在行业的信用评价信息
		第三方机构评价信息	第三方信用评价机构对企业的信用评价信息
		其他评价信息	市场舆情信息、上下游企业评价信息、交易方评价信息、大型平台评价信息等 <b>注:</b> 如家居用品企业,尤为重视市场对企业服务水平、态度等方面的评价,主要包括企业对服务优化的承诺及其兑现情况,产品价格水平的评价,以及产品创新方面的评价情况。
		其他投诉信息	消费者协会,所在行业协会等受理的投诉信息及处理情况 <b>注:</b> 如家居用品企业,尤为重视产品质量方面的投诉情况,比如近三年企业出售的产品是否存在有毒有害物质等检测不合格的情况。
<sup>a</sup> 在实际评价时,当企业赊销比例较大或产生一定影响时,可基于销售部门台账,考虑增加货款回收期、预算总赊销额度、逾期账龄、债权人保证比率、坏账准备金等专项指标,用以揭示因赊销产生的来自客户的信用风险。			