

ICS 01.040.03; 97.140

A 20

T/EJCCSE

团 体 标 准

T/EJCCSE 001-2021

家居用品行业企业信用评价指标体系

Enterprise Credit Evaluation System for Household Products Industry

2021-03-01 发布

2021-04-01 实施

中国商业股份制经济联合会 发布

版权所有 请勿复制



版权保护文件

版权所有归属于该标准的发布机构，除非有其他规定，否则未经许可，此发行物及其章节不得以其他形式或任何手段进行复制、再版或使用，包括电子版、影印版，或发布在互联网及内部网络等。使用许可可与发布机构获取。

目次

前 言	III
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语与定义	1
3.1 家居用品	1
3.2 家居用品行业企业信用评价	2
4 基本原则	2
4.1 科学性	2
4.2 适用性	2
4.3 便捷性	2
4.4 差别性	2
4.5 保密性	2
5 家居用品行业企业信用评价内容	2
5.1 企业基本素质	2
5.2 经营管理水平	2
5.3 企业财务实力	2
5.4 公共信用记录	3
5.5 企业社会责任	3
6 信用等级及表示方法	3
7 家居用品行业企业分类	3
8 信用评价方法论与指标体系	3
8.1 信用评价的指导思想	3
8.2 信用评价的基本内容	3
8.3 信用评价的基本方法	3
8.4 信用评价的指标体系	4
8.5 信用评价的指标项	4
9 信用评价的流程	4
9.1 总则	4
9.2 工作流程	4
10 信用评价报告的内容	5
10.1 总则	5
10.2 报告封面	5
10.3 报告声明	5
10.4 报告概述	5
10.5 报告正文	5
10.6 报告附件	6
附录 A 家居用品行业企业信用评价指标及说明	7
A.1 企业基本素质	7

A.2 经营管理水平	8
A.3 企业财务实力	10
A.4 公共信用记录	10
A.5 社会责任记录	11
附录 B 家居用品行业企业分类	12
附录 C 家居用品行业信用等级及释义	15
附录 D 信用评价基本流程	19
附录 E 信用评价报告内容	20
参考文献	21

版权所有 请勿复制

前 言

本标准按照GB/T 1.1-2009给出的规则起草。

本标准由中国商业股份制企业经济联合会提出并归口。

本标准起草单位：中国商业联合会、中国商业股份制企业经济联合会、北京新世纪认证有限公司、北京《商业观察》杂志社有限公司、北京沂信管理咨询有限公司、北京企业评价协会、北京社会企业质量协会、安吉卡贝隆家具有限公司、廊坊市耀伦科技发展有限公司、云南有度建设工程有限公司、浙江竺梅寝具科技有限公司、北京润安堂健康科技集团、兰州金土地塑料制品有限公司、深圳市润之森实业发展有限公司、怡隆（廊坊）环保科技发展有限公司、久盛地板有限公司、上海金加瀛实业有限公司。

本标准主要起草人：王福清、李玉海、赵峰、张春颖、宋芳、崔素艳、黄红霞、李雪松、万守刚、矫浩英、李伟元、肖珍、胡锦洲、李阳、刘金才、王洋、向荣、闫云龙、叶家豪、卢亚波。

版权所有 请勿侵权

家居用品行业企业信用评价指标体系

1 范围

本标准规定了家居用品行业企业的信用评价原则、方法、流程、等级，以及信用评价报告的撰写要求、信用评价的指标体系及其权重分配规则等。

本标准适用于信用评价机构对家居用品行业信用主体的信用评价活动。

本标准所定义的信用主体指为满足终端个体消费者对家庭居住需求而进行的集家居产品设计、研发、制造、销售、服务的制造型企业或相关零售企业。

2 规范性引用文件

下列文件中的条款通过本标准的引用而成为本标准的条款。凡是标注日期的引用文件，其随后所有的修改单（不包括勘误的内容）或修订版均不适用于本标准。凡是不注日期的引用文件，其最新版本适用于本标准。

GB/T 22116—2008	企业信用等级表示方法
GB/T 23793—2009	合格供应商信用评价规范
GB/T 26819—2011	信用主体标识规范
GB/T 22117—2018	信用基本术语
GB/T 4754—2017	国民经济行业分类
GB/T 23794—2015	企业信用评价指标
GB/T 22116—2008	企业信用等级表示方法
GB/T 22118—2008	企业信用信息采集、处理和提供规范
GB/T 22120—2008	企业信用数据项规范
GB/T 38253—2019	家居用品行业企业诚信管理体系-要求
T/CASMES 2—2019	中小企业公共信用评价指标体系
T/CASMES 3—2019	中小企业综合信用评价指标体系

3 术语与定义

下列术语和定义适用于本标准。

3.1

家居用品 household products

指家具、床上用品、厨卫用具、室内配饰及日常生活需要的商品。

3.2

家居用品行业企业信用评价 Enterprise Credit Evaluation for Household Products Industry

指对家居用品行业企业在经营和管理过程中执行国家相关法律、法规、标准及政策，履行社会责任，信守社会承诺及经济偿还意愿、能力和表现进行综合分析和评价的活动。

4 基本原则

4.1 科学性

指标内容应包括根据《家居用品行业企业诚信管理体系-要求》（GB/T 38253-2019）的要求，以及反映家居用品企业综合信用评价的主要因素，指标之间应有机结合、相互独立，避免重复和矛盾，能够反映家居用品企业的信用状况。

4.2 适用性

各项指标内容应能准确反映家居用品行业企业的特征，适应企业目前发展阶段的特点与需求，并且具有时效性。

4.3 便捷性

各项指标应便于理解，利于相关信息采集和使用，操作性强，容易推广和普及。

4.4 差别性

各项指标应对不同类型的家居用品企业特征，采用有差别的评价准则。

4.5 保密性

应严格保守其所获取的家居用品行业企业信息。

5 家居用品行业企业信用评价内容

5.1 企业基本素质

主要包括企业规模、规章制度、企业文化、组织架构、公司治理、资产状况等。

5.2 经营管理水平

主要包括研发管理、质量管理、安全管理、人力资源管理、采购管理、财务管理等。

5.3 企业财务实力

主要包括偿债能力、获利能力、盈利能力、合同履行等。

5.4 公共信用记录

主要包括公共信用记录、金融信用记录、第三方信用记录等。

5.5 企业社会责任

主要包括企业愿景、社会公益、公共安全等。

6 信用等级及表示方法

家居用品行业企业的信用等级划分为“三等五级”，即 A、B、C 三等，AAA、AA、A、B、C 五级。每个等级均对应相应的信用状况，其具体等级符号、释义和计分标准见附表 C。

7 家居用品行业企业分类

家居用品行业企业的类型主要包括家具类、家装用品类、布艺类、饰品类、餐饮器具类、日用品类、智能家居类、家居零售业，具体分类见附录 B。

8 信用评价方法论与指标体系

8.1 信用评价的指导思想

8.1.1 遵循国家信用评价市场所普遍接受的价值观、理念及指标框架原则。

8.1.2 坚持定性分析与定量分析相结合的方法论。

8.1.3 充分考虑我国现行法律、政策环境、标准的兼容性和一致性，以及信用评价过程中信用数据的质量与可获取性、评价过程的可操作性原则。

8.1.4 充分尊重我国法律和监管机构对家居用品行业企业资质、考核、认证以及市场准入等司法与行政管理方面的规定等。

8.2 信用评价的基本内容

家居用品行业企业的信用等级评价首先是对信用主体的资格、资质等进行符合性认证，以确认其合法存续，且具有独立承担民事责任的能力、具有从事本行业所必需的专业技术、产品品质、质量管控，以及服务保障能力以及具有履行合同和社会责任的能力。在此前提下，再对其长期的信用状况和经营的稳定性进行的评估，即对信用主体的信用违约风险以及信用主体在外部环境变化时其主体自身的适应能力进行评价，并对其信用风险临界表现给与说明。

8.3 信用评价的基本方法

家居用品行业企业的信用评价采用定性与定量相结合的评价方法，分析信用主体的基本素质、经营管理水平、财务实力、公共信用情况、企业社会责任；对信用主体的基本素质、经营

管理等可采用定量的评分方法进行评价；对信用主体的竞争地位、运营效率以及信用风险等则应采用计量模型方法评价。

8.4 信用评价的指标体系

家居用品行业企业的信用评价指标体系由企业基本素质、经营管理水平、财务实力、公共信用记录、企业社会责任五部分构成。根据总值 100% 计量，其中各部分评价内容及所占权重分别为：

- a) 企业基本素质评价内容包括存续时间、实际资本到位情况、净资产规模、社保缴纳金额、工人数量、研发人员数量、管理人员、主营业务收入规模，权重为 10%；
- b) 经营管理水平评价内容包括管理制度建设、知识产权、质量管理、家居类技术标准、管理信息系统建设、信息化集成程度、信息安全、交易信用等，权重为 20%；
- c) 财务实力评价内容包括企业发展能力、企业经营稳定性、企业发展潜力及企业偿付能力，权重为 30%；
- d) 公共信用记录评价内容包括纳税记录、行政处罚记录、被执行人记录、经营异常记录、公众监督等，权重为 30%；
- e) 企业社会责任内容包括责任报告、企业愿景、社会公益、公共安全、奖励信息等，权重为 10%。

8.5 信用评价的指标项

指标项及说明见附录 A。

9 信用评价的流程

9.1 总则

从事家居用品行业企业的信用评价机构应秉持信用评级机构国内通行的公允原则，确保信用评价过程公平、公正。

所有家居用品行业企业参与信用评价均为其自愿行为。

9.2 工作流程

9.2.1 家居用品行业企业的信用评价流程一般包括受理申请、信息核实、等级确认、结果公示以及跟踪复评等。

9.2.2 受理申请：信用评价机构在收到评价对象的信用评价申请后，应审核申请方的合规性，以确定是否可接受信用评价申请。

9.2.3 信息核实：受理通过后，受评对象依据信用评价机构的要求，提交信用评价资料，信用评价机构应对受评对象提供的信用评价资料进行核实，对其信息的真实性进行确认。

9.2.4 等级建议：信用评价机构应根据家居用品行业企业提交的信用评价资料，对企业基本素质、经营管理、财务实力、公共信用记录、企业社会责任进行分析，并出具信用评价报告，提出信用等级建议，提交给中国商业股份制企业经济联合会。

9.2.5 等级确定：中国商业股份制企业经济联合会对信用评价机构提交的信用等级建议进行专家审核，并提出核查意见，确定评价对象的信用等级。如果无法确认信用等级，将无法确认的原因反馈给信用评价机构，由信用评价机构重新核实相关数据、分析，直到能够确定受评企业信

用等级。

9.2.6 结果公示：中国商业股份制企业经济联合会根据国家法律及相关规定，依规定发布受评企业的信用等级。

9.2.7 跟踪复评：中国商业股份制企业经济联合会应主动公布信用评价结果的有效期。在有效期内，如果受评企业的信用等级发生变化，信用评价机构应及时将可能引起其信用等级变化的因素及分析结果提交中国商业股份制企业经济联合会，由协会及时调整受评对象的信用等级。

9.2.8 具体工作流程见附录 D。

10 信用评价报告的内容

10.1 总则

家居用品行业企业的信用评价报告由封面、声明、概述、正文、评价结论及附件等组成。

10.2 报告封面

报告封面应注明受评主体名称、出具报告时间、评价机构名称等。

10.3 报告声明

信用评价报告声明应包含以下内容：

- a) 除因本次评价事项外，评价机构与受评主体构成委托关系外，评价机构、评估人员与受评主体不存在任何影响评价行为独立、客观、公正的关联关系；
- b) 评价机构与评估人员履行了勤勉尽责和诚信义务，有充分理由保证所出具的信用等级结论遵循了真实、客观、公正的原则；
- c) 信用评价报告的信用等级结论是信用评价机构依据家居行业企业信用评价体系的要求以及合理的内部信用评价标准和程序做出的独立判断，未因受评主体和其他任何组织或个人的不当影响改变评价观点；
- d) 信用自评报告用于相关决策参考，并非某种决策的结论、建议；
- e) 本次信用评价结果的有效期等。

10.4 报告概述

报告概述是信用评价报告的总结性论述，以及公示信用评价机构及信用评价人员名称、报告有效期等。

10.5 报告正文

报告正文中应包括综合性内容、专有性内容、总结性内容，具体如下：

- a) 综合性内容：
 - 1) 信用主体的基本信息内容说明（家居企业类型、商业模式、产品种类等）；
 - 2) 信用主体的制度建设情况说明（组织架构、基本制度等）；
 - 3) 信用主体的生产经营情况说明（家居研发、原材料采购、制造、销售、服务等）；
 - 4) 信用主体的质量管理情况说明；

- 5) 信用主体的合同执行情况说明;
 - 6) 信用主体的财务状况情况说明。
- b) 专有性内容:
- 1) 信用主体的家居企业基本素质表、管理水平表、财务实力表、公共信用表、社会责任表(报表形式);
 - 2) 信用主体的商业信用记录、公共信用记录、税收信用记录(报表形式);
 - 3) 信用主体的近三年财务报表(报表形式);
 - 4) 信用主体的相关信用管理措施,包括制度、会议、记录、宣传等(报告形式);
 - 5) 信用主体的社会责任报告;
- c) 总结性内容:
- 信用主体的信用评价结论以及结论的含义说明。

10.6 报告附件

报告附件是报告正文的补充性文件,应包括以下内容:

- a) 家居用品行业企业的信用等级分类及释义;
- b) 其他。

信用评价报告内容,具体见附录 E。

附录A
家居用品行业企业信用评价指标及说明

A.1 企业基本素质

企业基本素质由五方面构成，分别是存续时间、实际资本到位情况、净资产规模、社保缴纳金额、家居研发人员数量、工人数量、主营业务收入规模。权重为10%。

表 A.1 企业基本素质

一级指标		二级指标		指标说明	评价方法及计分标准	
指标名称	权重	指标名称	权重			
企业基本素质	10%	存续时间	20%	存续时间可以直观反映企业的行业经验，一般情况下经营年限越长企业经营越稳定。	经营年限（年）	得分
					≥20	100
					[15, 20)	80
					[10, 15)	60
					[5, 10)	40
		<5	20			
		实际资本到位情况	5%	实际资本到位情况反映了企业实际收到的资本金额。	实收资本	得分
					≥5000 万元	100
					[3000 万元, 5000 万元)	80
					[2000 万元, 3000 万元)	60
					[1000 万元, 2000 万元)	40
		<1000 万元	20			
		净资产规模	15%	考察受评企业近一年度净资产规模。	净资产（万元）	得分
					≥2000 万元	100
					[1000 万元, 2000 万元)	80
					[500 万元, 1000 万元)	60
					[100 万元, 500 万元)	40
		<100 万元	20			
		社保缴纳金额	20%	通过受评企业近一年度社保缴纳金额评估企业员工规模及缴纳社保规范程度。	社保缴纳金额（万元）	得分
					≥500	100
[300, 500)	80					
[100, 300)	60					
[50, 100)	40					
<50	20					
家居用品设计师或研发人员数量	10%	通过受评企业在研发设计人员数量评估家居用品行业企业的自主创新实力。（零售型企业可适当调整）	家居用品研发/设计师/质量检验（人）	得分		
			≥50	100		
			[30, 50)	80		
			[20, 30)	60		

					[10, 20)	40
					<10	20
		用工数量	10%	通过受评企业为工人购买商业保险的数量评估企业近一年雇佣人员规模。	用工数量(人)	得分
					≥200	100
					[100, 200)	80
					[50, 100)	60
					[20, 50)	40
					<100	20
		主营业务收入规模	20%	考察受评企业近一年度主营业务收入规模。	营业收入	得分
					≥2000 万元	100
					[1000 万元, 2000 万元)	80
					[500 万元, 1000 万元)	60
					[200 万元, 500 万元)	40
					<200 万元	20

A.2 经营管理水平

经营管理水平指标包括管理制度建设、知识产权、质量管理、技术标准、研发管理、采购管理、生产管理、管理信息系统建设、信息化集成程度、信息安全、交易信用等，权重为 25%。

表 A.2 经营管理水平

一级指标		二级指标		指标说明	评价方法及计分标准	
指标名称	权重	指标名称	权重		标准	得分
经营管理水平	25%	制度建设	15%	考核企业的制度建设情况，完善的管理制度体系应至少包括项目制度、财务制度、采购制度、质量管理体系、人事制度、客户服务制度、营销制度、法务管理制度、信息管理制度等。	标准	得分
					制度建设非常完善	100
					制度体系基本完善	80
制度体系尚不完善	50					
		仅建立少部分制度	0			
		知识产权	15%	考核受评企业技术创新能力，知识产权包括专利、计算机软件著作权等。（零售型企业可适当调整）	本项为加分项，发明专利每项加 20 分，实用新型专利/外观设计专利每项加 5 分，计算机软件著作权每项加 3 分，本项满分 100 分	
		管理信息系统建设	15%	考核受评企业是否建立办公管理系统与业务运营管理系统包括：	标准	得分
					已全部建立/使用，且系统完善	100

			人力资源管理系统 OA 办公自动化系统 营销管理系统 财务管理系统 工程项目管理系统 合同档案管理系统 供应链管理系统 供应商管理系统 仓储物流管理系统 客服管理系统 家居用品设计系统 家居用品质量系统 在线客服与呼叫中心系统 （零售型企业可适当调整）	基本建立/使用,且系统较为健全	80
				仅建立/使用少部分,或系统健全程度较低	50
				未建立/使用	0
	信息化集成程度	15%	考核受评企业信息化系统集成程度,是否形成一体化管控能力,同一客户、同一订单相关数据是否能够有效整合。	标准 信息化集成程度高 信息化集成程度中等 信息化集成程度一般 信息化集成程度低	得分 100 80 50 0
	信息安全	10%	考核受评企业信息安全管理水平,是否能够有效保障客户信息安全: 1. 是否有数据备份,有效防止非法侵入及病毒; 2. 是否有相应的网络安全设备; 3. 针对信息安全是否有第三方安全机构的安全评估报告	标准 信息安全管理体系统建设完善 信息安全管理体系统基本建立 信息安全管理体系统基本有待完善 信息安全管理体系统建设水平较低	得分 100 80 50 0
	应付账款账龄	15%	通过近一年期末受评企业账龄小于1年的应付账款占比考核企业对上游材料商的支付信用(账龄小于1年的应付账款余额/应付账款余额)。	占比(%) ≥90 [80, 90) [70, 80) <70	得分 100 75 50 25
	应收账款账龄	15%	通过近一年期末受评企业账龄小于1年的应收账款占比考核企业回收款项的能力(账龄小于1年的应收账款余额/应收账款余额)。	占比(%) ≥90 [80, 90) [70, 80) <70	得分 100 75 50 25

A.3 企业财务实力

财务实力采用信构风险计量模型，综合评估企业发展能力、企业经营稳定性、企业发展潜力及企业偿付能力，权重为30%。

表 A.3 企业财务实力

一级指标		二级指标			评价标准及评价方法
指标名称	权重	指标名称	权重	得分 0~100	
财务实力	30%	发展能力	40%	—	根据财务报表对受评企业资产规模特别是权益资本规模的波动情况、主营业务的增长水平情况、负债总额与负债结构变化情况以及可支配收益增长情况等综合指标分析做出的受评企业发展能力水平的判断。
		经营稳定性	30%	—	根据财务报表对受评企业综合运营效率指标及受评企业对经营环境变化的控制能力等综合指标分析做出的受评企业经营稳定性的判断。
		发展潜力	10%	—	根据财务报表对受评企业总资产及净资产收益能力、主营业务收益能力、对外部供给冲击响应能力等综合指标分析做出的受评企业发展潜力的判断。
		偿付能力	20%	—	根据财务报表对受评企业负债类型与负债结构、现金充足程度及其他偿付能力等综合指标分析做出的受评企业偿付能力的判断。

A.4 公共信用记录

公共信用记录包括纳税记录、行政处罚记录、被执行人记录、经营异常记录、奖励信息等，权重为30%。

表 A.4 公共信用记录

一级指标		二级指标		指标说明	评价标准和得分	
指标名称	权重	指标名称	权重			
公共信用	30%	纳税记录	30%	企业近三年是否存在欠税记录。	近三年欠税记录	得分
					不存在	100
					存在	0
		行政处罚记录	20%	近三年企业受到政府监管部门的行政处罚信息。近三年出现违法和重大违规的则终止评价。	本项为减分项，满分100分，每条行政处罚记录减20分，扣至0分为止，如出现违法和重大违规的，则终止评价	
					被执行人记录	20%
		否	100			
		是	0			
		经营异常记录	10%	近三年企业被列入经营异常名单的记录。	经营异常记录（条）	得分
0	100					
[1, 2]	50					

					≥3	0
		奖励信息	20%	近三年企业来自政府机构、行业协会的荣誉、奖励信息。	本项为加分项，每项荣誉/奖励信息加20分，满分100分	

A.5 社会责任记录

社会责任包括社会公益、责任报告、军人/残疾人职工录用等，权重为5%。

表 A.5 社会责任记录

一级指标		二级指标		指标说明	评价标准和得分	
指标名称	权重	指标名称	权重			
社会责任	5%	社会责任报告或制度	40%	企业编制过社会责任报告或相关制度。	社会责任报告	得分
					有	100
					没有	0
		军人/残疾人职工录入	30%	企业录入过军人、残疾人职工	军人/残疾人录用	得分
					≥20	100
					[1, 20)	50
		社会公益	30%	近三年企业参与、组织社会公益活动、捐助等记录。	0	0
					社会公益记录	得分
					次数≥3 或捐助总金额>10万元	100
次数<3 且捐助总金额<10万元	50					
				无记录	0	

附录B 家居用品行业企业分类

由于家居用品行业企业的类型种类多，各类企业的管理和标准千差万别，比如家具类企业与家居日用品类企业在技术标准、检验标准、安全质量标准、研发体系等方面差异较大，因此需要对家居企业进行分类，为保证后续行业未来的发展，也需要增加新增类型企业，比如智能家居企业和家居零售企业，其中家居零售企业包括专卖店、直销店、店中店、互联网家居（不含家居代理企业）等。

表 B.1 家居企业大类分类

类型	家具	家装相关用品	家居相关布艺	家居餐饮器具	家居饰品	家居日用品	智能家居	家居零售业
代码	A	B	C	D	E	F	G	H

家居企业小类分类

1) 家具

表 B.2 家具 (A类)

序号	家居类	编号
1	实木家具	A001
2	板式家具	A002
3	藤艺家具	A003
4	软体类家具	A004
5	金属类家具	A005
6	

2) 家装相关用品

表 B.3 家装相关用品 (B类)

序号	家装类	编号
1	灯具灯饰	B001
2	卫浴洁具	B002
3	墙纸	B003
4	地板	B004
5	涂料	B005
6	

3) 家居相关布艺

表 B.4 家居相关布艺 (C类)

序号	布艺类	编号
1	床上用品	C001
2	垫类	C002
3	窗帘	C003
4	

4) 家居餐饮器具

表 B.5 家居餐饮器具 (D类)

序号	餐饮类	编号
1	餐具	D001
2	饮具	D002
3	茶具	D003
4	厨房器具	D004
5	

5) 家居饰品

表 B.6 家居饰品 (E类)

序号	饰品类	编号
1	贴饰	E001
2	摆件	E002
3	

6) 家居日用品

表 B.7 家居日用品 (F类)

序号	日用品类	编号
1	防护用品	F001
2	洗漱用品	F002
3	清洁用品	F003
4	

7) 智能家居

表 B.8 智能家居 (G类)

序号	智能家居类	编号
1	智能门锁	G001
2	智能马桶	G002
3	智能扫地机	G003
4	智能饮水机	G004
5	

8) 家居零售业

表 B.9 家居零售业 (H类)

序号	家居零售业类	编号
1	专卖店	H001
2	直销店	H002
3	店中店	H003
4	互联网家居	H004

5	
---	-------	--

版权所有 请勿复制

附录C
家居用品行业信用等级及释义

家居用品企业信用等级要进行差异化设计，并针对企业类型特点，分别进行分类，按照需要进行信用评级，并且随着自身的发展而进行信用升级，初划分为“三等五级”，即A、B、C三等，AAA、AA、A、B、C五级。每个等级均对应相应的信用状况，其具体说明见下表：

表 C.1 信用评价等级

家居用品行业企业的信用等级评价计分标准与释义表			
等 级	计分标准		释 义
	下限 (含)	上限	
AAA	85	100	<p>综合指标</p> <p>企业综合素质优秀；</p> <p>公司规章制度完善，企业文化、企业创新等方面状况优秀；</p> <p>企业管理在人力资源、质量、安全和风险等方面的管理制度与体系完善，且有效运行良好，企业陷入危机风险困境的可能性极小；</p> <p>企业经营状况极佳，企业财务的偿债、获利、盈利、发展能力强，合同履约比很高，不确定性因素对其经营和发展的影响极小；</p> <p>企业诚信表现优秀，其行政、司法、纳税各项检验结果和记录很好，银行信用等级很高；</p> <p>企业遵纪守法，社会责任感很强，积极参与社会公益慈善活动、维护职工权益和社会公共安全。</p> <p>特有指标</p> <p>有完善的、系统化的、可操作化的家居类企业商业管理与执行机制；</p> <p>在家居设计、制造中，严格遵循知识产权，有完整的、系统化的、可操作化的知识产权流程和管理机制，严格尊重家居创新设计，有可执行的完整的专利奖惩机制，形成了自己的产品知识产权体系；</p> <p>在家居研发和制造中，有完整而可操作的项目管理体系和数字化家居管理软件，有产品追溯的完整闭环，形成系统化开发产品的技术平台；</p> <p>家居企业能有效针对家居产品的国家技术标准标准，制定本企业更为严格的企业标准，并能有效的执行该标准；</p> <p>家居产品完全遵循国家、行业的安全质量准则，在产品中的各类指标完全符合环境检测指标，并有指标检测标准和专职监督人员；</p> <p>家具企业对产品的售后服务流程与执行能够提供非常有效的内控措施，保障产品售后质量和服务维护，并能够有效对产品售后跟踪反馈；</p> <p>家居企业能定期发布社会责任报告，特别针对供应链、质量、环境、消费者权益等提出方案和理念，并完全遵循和全部实施；</p> <p>家居企业能非常有效保障员工权益，为退伍军人、残疾人士、特殊工种、女性员工等提供必要补助和尊重；</p> <p>家居企业能为消费者权益提供完整的保护措施，并非常尊重消费者的投诉和反</p>

			<p>馈，能为投诉提供各类服务；</p> <p>家居企业建立了完善的诚信管理体系和措施，可以及时有效的优化诚信问题，针对各类信用风险提供必要应机制；</p>
AA	70	84	<p>综合指标</p> <p>企业综合素质良好；</p> <p>企业管理制度与体系较完善，运行较好、企业陷入危机风险困境的可能性较小；</p> <p>企业经营状况好，企业财务的偿债、获利、盈利、发展能力较强，合同履约率高，不确定性因素对其经营和发展的影响较小；</p> <p>企业诚信表现良好，其行政、司法、纳税各项检验结果和记录良好，银行信用等级较高；</p> <p>企业社会责任感强，遵纪守法、参与社会公益、维护职工权益和社会公共安全等方面较好。</p> <p>特有指标</p> <p>有基本的家居类企业采购与检验流程、标准、执行机制；</p> <p>在家居设计、制造中，有相关的知识产权流程和管理机制，尊重家居创新设计，有相关的奖惩机制，初步形成了自己的产品知识产权体系；</p> <p>在家居研发和制造中，有相关的管理体系和数字化家居管理软件，能形成对产品追溯，初步形成了产品和技术平台；</p> <p>家居企业能针对产品国家技术标准、管理标准，制定本企业的家居企业标准；</p> <p>家居产品有效遵循国家、行业的安全准则，在产品中的各类指标基本符合环境检测指标；</p> <p>家具企业对产品的售后服务流程与执行有相关的措施，基本保障了产品售后服务和服务维护，并有对产品售后跟踪反馈；</p> <p>家居企业能不定期发布社会责任报告，特别针对供应链、质量、环境、消费者权益等提出过方案和理念，并基本遵循并有条件的实施；</p> <p>家居企业能基本保障员工权益，为退伍军人、残疾人士、特殊工种、女性员工等提供有条件的补助和尊重；</p> <p>家居企业基本能提供消费者权益保护措施，并能对消费者的投诉进行不定的反馈；</p>
A	60	69	<p>综合指标</p> <p>企业综合素质好；</p> <p>企业管理制度与体系基本完善，能有效运行、企业陷入危机风险困境的可能性小；</p> <p>企业财务的偿债、获利、盈利、发展上有能力，合同履约及时，不确定性因素对其经营和发展的影响小；</p> <p>企业信用状况好，企业的行政、司法、纳税各项检验结果和记录好，银行信用等级高；</p> <p>企业有一定的社会责任感，遵纪守法、参与社会公益、维护职工权益和社会公共安全等方面好。</p>

		<p>特有指标</p> <p>有一定的家居类企业采购与检验流程、标准、执行机制，但还需完善；</p> <p>在家居设计、制造中，有一定的知识产权流程和管理机制，尊重家居创新设计，有一定的奖惩机制，初步形成了自己的产品知识产权体系，但还需完善；</p> <p>在家居研发和制造中，有相关的管理体系和数字化家居管理软件，但还不规范，还不能形成对产品的有效追溯，初步形成了产品平台，但是技术平台还完善；</p> <p>家居企业遵循一定的标准，但没有自己企业的家居企业标准，也还不全面；</p> <p>家居产品能遵循国家、行业的安全准则，在产品中的各类指标在一定条件下符合环境检测指标，但是指标还需更完善；</p> <p>家具企业对产品的售后服务流程与执行有一定的措施，但还需完善，能保障产品售后质量和服务维护，并没有对产品售后跟踪反馈；</p> <p>家居企业曾经发布过社会责任报告，特别针对供应链、质量、环境、消费者权益等提出过方案和理念，但没有具体的跟踪落实；</p> <p>家居企业能基本保障员工权益，但缺少相关的针对特殊工种、女性职工的补助措施，还需进一步完善；</p> <p>家居企业有消费者权益的保障意识，但还需制定完善的措施，并需要执行机制保；</p>
B	40	<p>综合指标</p> <p>企业综合素质一般；</p> <p>有一定的管理制度与体系，有效运行一般；</p> <p>企业经营状况一般，企业财务的偿债、获利、盈利、发展上的能力一般；</p> <p>对经营环境和其它内外部条件变化较为敏感，企业一旦处于较为恶劣的经济环境下，有可能发生信用危机，陷入风险困境的可能性较大；</p> <p>企业诚信表现一般、社会责任意识一般。</p> <p>特有指标</p> <p>家居类企业有采购与检验流程、标准等管理意识，但是并没有制度化，缺少执行机制，以人为主；</p> <p>在家居设计、制造中，形成了一定的知识产权意识，但没有执行机制，不能尊重家居创新设计，没有奖惩机制，没有形成了自己的产品知识产权体系，还无法开展知识产权业务；</p> <p>在家居研发和制造中，通过经验管理，没有形成对产品的有效追溯，有一定的产品，但缺少产品平台，也无技术平台；</p> <p>家居企业，有标准意识，但是根据人的经验设置；</p> <p>家居产品的个别环境指标远远低于国家环境标准；</p> <p>家具企业对产品的售后服务流程与执行没有措施，偶尔有产品的维护，产品维护无法持久；</p> <p>家居企业不知晓社会责任报告，有一定的责任意识，没有系统化和制度化；</p> <p>家居企业有保障劳动者权益的意识，但侵犯劳动者权益时有发生，没有相关的改进措施，；</p>

			家居企业有消费者权益保障的意识，但没有制度化；
C	10	39	<p>综合指标</p> <p>企业综合素质、企业治理水平、企业财务实力状况较差； 对经营环境和其它内外部条件变化较为敏感，容易受到冲击，具有较大的不确定性。</p> <p>特有指标</p> <p>家居类企业采购与检验流程、标准、知识产权、管理、环境指标、消费者权益、产品追溯、劳动者权益保护、服务体系、社会责任报告等都不能达到要求，不符合家居信用的基本要求。</p>

版权所有 请勿复制

附录D
信用评价基本流程

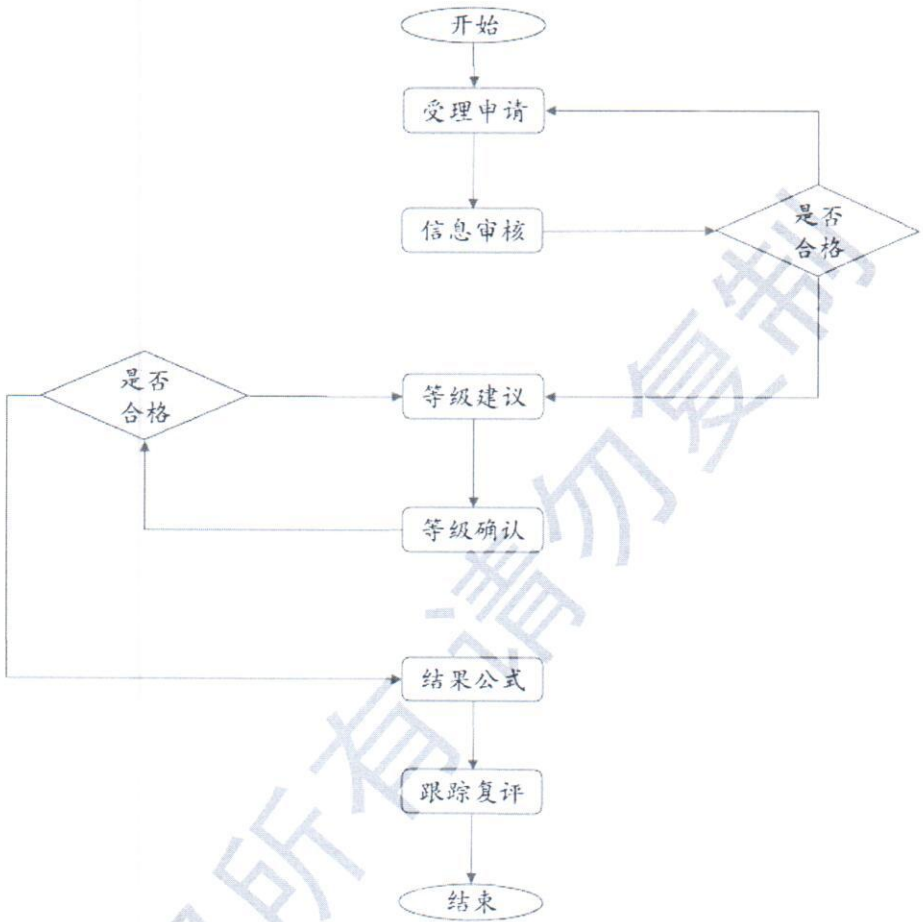


图 D. 1 信用评价基本流程

附录E
信用评价报告内容

表 E.1 信用评价报告内容

序号	类型	内容
第一部分	封面	--
第二部分	声明	--
第三部分	概述	--
第四部分	正文	<p>综合性内容：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 信用主体的基本信息（家居类型、商业模式、产品种类、销售额等）； 2. 信用主体的制度建设情况（组织架构、基本制度等）； 3. 信用主体的产品情况（家居研发、原材料采购、生产销售、售后服务情况）； 4. 信用主体的家居质量管理与执行情况； 5. 信用主体的家居人力资源建设情况； 6. 信用主体的信息化建设情况； 7. 信用主体的财务实力分析； <p>专有性内容：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 信用主体的家居质量标准、技术标准、检验标准、安全标准、采购标准、合同标准、财务标准、售后服务流程与标准（报表形式）； 1. 信用主体的商业信用记录、公共信用记录、税收信用记录（报表形式）； 2. 信用主体的家居企业社会责任报告； <p>总结性内容：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 信用主体的信用评价结论以及结论的含义说明。
第五部分	评价结论	--
第六部分	附件	--

参考文献

- [1] GB/T 23794-2015 企业信用评价指标
- [2] 商贸流通发展专项规划（商贸发〔2011〕67号），商务部、发展改革委、供销总社。
- [3] 商务部关于促进商贸流通发展的实施意见（商流通函[2014]790号），商务部，2014.09.22。
-

版权所有 请勿复制