

华质信认证（广东）有限公司

文件编号	MR-01-18-A/0
版本	A/2
文件等级	三级文件
编制部门	技术部
发行日期	2024.07.01

商业信誉评价体系认证实施规则

编写：刘德 日期：2024.07.01

审核：刘 德 日期：2024.07.01

批准：陆消雪 日期：2024.07.01

目 录

文件修改履历表.....	2
1 范围.....	3
2 规范性引用文件.....	3
3 术语和定义.....	3
4 总则.....	5
5 初次认证.....	7
6 监督评价.....	9
7 再认证.....	10
8 认证暂停、恢复和撤销.....	10
9. 认证证书及标志使用.....	10
10 与其他管理体系的结合评价.....	12
11 多场所客户的评价和认证.....	12
12. HZX 的其他职责.....	13
13. 申请方的权利与义务.....	14
14. 受理组织的申诉.....	15
15 信息通报.....	17
16 认证收费标准.....	17
17 商业信誉评价体系人员要求.....	18
附录 1：商业信誉评价体系流程图：.....	19
附录 2：商业信誉评价体系表—诚信指标项评价.....	20



1 范围

1.1 为确保 HZX 对认证客户认证工作的公正、有效，满足国家有关法律法规、相关认可规范、规则和国家标准，特制定本文件。

1.2 本文件规定了对申请客户进行商业信誉评价体系的通用政策和程序，适用于对提供一般经营/服务的认证客户的采用 GB/T 31950-2023 《企业诚信管理体系》、GB/T 27925-2011 《商业企业品牌评价与企业文化建设指南》开展商业信誉评价活动。其他类型企业或相关评价活动也可参照使用。本文件未明确规定的执行 HZX 相关的公司文件。

商业信誉评价 Evaluation of business reputation，缩写为 EBR。

2 规范性引用文件

下列文件中的条款通过本文件的引用而成为本文件的条款。以下引用的文件，注明日期的，仅引用的版本适用；未注明日期的，引用文件的最新版本（包括任何修订）适用。

GB/T 27021.1-2017 《合格评定 管理体系审核认证机构要求 第 1 部分：要求》

GB/T 31950-2023 《企业诚信管理体系》

GB/T 27925-2011 《商业企业品牌评价与企业文化建设指南》

GB/T 23794-2023 《企业信用评价指标》

GB/T 33718-2017 《企业合同信用指标指南》

T/CGCC 17-2018 《商业信誉评价体系》

3 术语和定义

3.1 诚信方针

由企业最高管理者就企业的诚信价值正式表述的总体意图和方向。

注 1：诚信是自觉和自律，是由道德规范上升形成的重要原则。企业诚信是企业信守相关承诺的思想、意识和行为，是企业的企业将诚实守信融入生产经营各环节的意愿、能力和实践的持续改善的过程。

注 2：诚信方针为采取措施，以及建立诚信目标和诚信指标提供框架。

3.2 诚信目标

企业依据诚信方针规定的所要实现的诚的。

注 1：诚信目标通常是可以量化的。

注 2：通常对企业的相关职能、层次和过程分别规定诚信目标。

3.3 诚信管理体系

用来制定和实施诚信方针和诚信目标，并进而实现这些目标的一系列相互关联的要素的集合。

注：引用 ICC026001:2008《诚信管理体系要求及使用指南》。

3.4 诚信要素

企业的活动、产品或服务中能影响企业诚信而又相互作用的一组要素。

注：诚信要素直接作用在企业的活动（签约、宣传、承诺和公益行为等）、产品或服务上。

3.5 诚信文化

基于诚实守信之上的道德标准、价值观念和历史传统等。

注：诚信文化的形成受民族文化、历史和社会意识形态等因素的影响。

3.6 利益相关方

与企业的业绩或成就有利益关系的个人或团体。

注：通常，顾客、员工也是利益相关方的一部分。

3.7 企业品牌

企业（包括其商品和服务）的能力、品质、价值、声誉、影响和企业文化等要素共同形成的综合形象，通过名称、标识、形象设计等相关的管理和活动体现。

3.8 企业文化

企业在长期生产经营活动中确立的，被内部认可和外部各方普遍认知的基本理念、价值观念、行为规范和道德、风尚、习俗等心理积淀的总和。

3.9 企业精神 enterprise spirit

企业员工所表现的共同内心态度，体现对企业文化和企业个性具有的群体意识，并以此作为行为准则和理想追求。

3.10 品牌保护 brand protection

对品牌的相关各方，以及品牌所承载的品质与声誉实行预防保护、风险预警、损害修复等机制或措施。

3.11 品牌评价 brand evaluation

对企业品牌能力、品质、价值、声誉、影响力和企业文化等要素做出的判断。

3.12 顾客满意 customer satisfaction

顾客对其要求已被满足程度的感受。

注 1：顾客抱怨是一种满意程度低的常见表达方式，但没有抱怨并不一定表明顾客很满意。

注 2：即使规定的顾客要求符合顾客的愿望并得到满足，也不一定确保顾客很满意。3.7

3.13 员工忠诚 employee loyalty

员工对企业的认同和竭尽全力的程度，表现为员工在思想意识上与企业价值观和政策等保持一致，行动上竭尽所能为企业做贡献，体现了员工和企业之间价值理念的相容性、行为的协调性。

3.14 顾客忠诚 customer loyalty

顾客对企业产品或服务的认可、依赖、坚持长期购买和使用该企业产品或服务所表现出的在思想和情感上的一种高度信任和忠诚。

3.15 标识 logo

以简明、显著、易识别的物象、图形或文字符号来表明事物特征的记号。

3.16 品质 quality

一组固有特性满足要求的程度。

4 总则

4.1 HZX依据国家有关法律法规、相关认可规范、规则和国家标准等开展对申请组织的商业信誉评价体系活动。

4.2 HZX对申请组织的认证活动遵循客观公正、科学规范、权威信誉、廉洁高效和非歧视的原则。

a) 科学性：指标内容包括影响企业质量信用的主要因素，能够反映企业质量信用状况。

b) 合理性：指标之间有机配合，结构合理，避免重复和矛盾。

c) 适用性：各项指标便于理解、采集和使用。

d) 回避原则：HZX应对委托方委托事项进行初步判断，再行签订合同。主要判断事项应包括是否需要从业回避等。

其中，从业回避主要包括但不限于下列规定：

1) HZX与被评对象存在资产关联或者其他利害关系，可能影响商业信誉评价体系活动客观公正性的，HZX不得提供有关该被评对象的商业信誉评价体系报告；

2) HZX高级管理人员近1年内曾在被评对象任职，或其直系亲属目前在被评对象担任高级管理职务的，HZX不得提供有关该被评对象的商业信誉评价体系报告；

3) HZX高级管理人员与被评对象有除商业信誉评价体系业务收费之外的其它重大经济利益关系，HZX不得提供有关该被评对象的商业信誉评价体系报告；

4) 信用评估人员近1年内曾在被评对象任职，或其直系亲属目前在被评对象担任高级管理职务的，该信用评估人员应予回避；

5) 信用评估人员与被评对象有除商业信誉评价体系业务收费之外的其它重大经济利益关系，该信誉评估人员应予回避。

- 4.3 HZX不对申请认证的组织提供可能影响认证公正性的咨询或其他服务。
- 4.4 HZX对承诺满足法律法规要求开展经营活动的组织实施认证。
- 4.5 在认证申请或初次认证评价的任何阶段，若有证据表明服务组织存在欺诈行为、故意提供虚假信息或隐瞒信息，HZX将不予受理。
- 4.6 HZX对申请认证的组织的申请材料内容、认证评价信息和其他非公开信息保守秘密。在法律法规要求时，HZX有责任将申请组织的相关信息向有关部门通报。
- 4.7 HZX对认证客户的认证仅表明，HZX承认获准认证的认证客户在认证范围内的商业信誉评价体系达到相关标准要求；始终一致地达到认证标准和符合认证要求的责任，在于认证客户而不是HZX。
- 4.8 HZX对认证资格的处理，执行本规则第8条。
- 4.9获证客户以其他适当方式对外宣传获证信息，执行本规则第9条。
- 4.10 与其他管理体系的结合评价，执行本规则第10条。
- 4.11 HZX对具有多场所认证客户的认证，执行本规则第11条。
- 4.12申请方、获证组织的权利与义务，执行本规则第12条。
- 4.13 HZX对认证客户的申诉处理，执行本规则第13条。
- 4.14获证客户应向HZX通报有关信息。执行本规则第14条。
- 4.15对认证客户的认证服务收费，执行本规则第15条，不接受任何组织或其他认证活动相关利益方的资助。
- 4.16 商业信誉评价体系认证工作流程：见附录1。
- 4.17 商业信誉评价体系指标分为诚信指标和商业企业品牌评价指标。
- 4.18最终分值计算
- 4.18.1根据指标项所占的分值，结合企业实际情况进行打分，定性描述的分值，其实际得分为0~最高分；定量描述的分值，其实际得分为0或最高分必须满足的指标项，如企业营业执照、相关资质等，实际得分为0或最高分；
- 4.18.2诚信指标项总分500分，商业企业品牌评价指标项总分1000分，商业信誉评价体系指标最终得分为：
- 诚信指标项实际得分+专项指标项实际得分=企业商业信誉评价体系最终得分；
- 如果业务范围覆盖多专业，不同产品/服务对应的指标项分别计分，取平均值，为该指标项最终分值。
- 4.19 等级判断
- 商业信誉等级认证审核，分为五个等级，满分为 1500分，分级标准如下：
- 不达标级（或C级）： $0 < X \leq 300$
- 达标级（或B级）： $300 < X \leq 600$

三星级（或 AAA 级）：600<X≤900

四星级（或 AAAA 级）：900<X≤1200

五星级（或 AAAAA 级）：>1200

5 初次认证

5.1 初次认证申请

5.1.1 申请认证的条件：在中华人民共和国境内注册的企业，同时具备以下相关条件的，都可申请认证。其他类型企业也可参照申请。

- 1) 具有法律地位；统一社会信用代码信息登记齐全。
- 2) 从业条件中，有行政许可要求的，应取得相应资格并在有效期内；
- 3) 产品及过程符合国家相关法律法规和标准要求；无制假行为；
- 4) 已依据 GB/T 31950-2023 《企业诚信管理体系》、GB/T 27925-2011 《商业企业品牌评价与企业文化建设指南》商业信誉评价体系指标进行了内部评价和管理评审，且内部评价分值达到 900 分以上，即至少达到 AAA 级；
- 5) 通常情况下，企业建立的商业信誉评价体系管理体系运行 3 个月以上；
- 6) 申请认证前未发生误导使用认证标识等行为。
- 7) 近一年内无重大质量、安全和环保事故；或经新闻媒体曝光并产生恶劣影响的企业责任事故；或违反企业诚信生产，造成恶劣社会影响，用户和消费者向执法部门举报、投诉，经查属实等情况。
- 8) 无其他批量性、系统性问题。

5.1.2 申请人应提交《管理体系认证申请书》及其要求的文件等申请材料。需要时，申请人还应提供进一步的材料，以便 HZX 获得足够的认证客户信息。包括但不限于：

- 1) 公司的营业执照
- 2) 法人身份证复印件
- 3) 公司介绍
- 4) 公司的组织架构图
- 5) 公司近一年的审计报告（或者财务报表）
- 6) 公司获得的体系证书或荣誉证书（有则提供）
- 7) 公司产品出厂检验报告或型式检验报告。
- 8) 现行有效的商业信誉等级文件及文件清单。

以上资料加盖公章

5.1.3 在提交《管理体系认证申请书》时，申请人应按照认证收费标准表交纳认证申请费。

5.1.4 HZX 在收到认证申请后，进行申请评审，核查是否具备以上条件及其他需要满足的要求，解决双方在理解上的差异，必要时可对申请人进行访问。

- 1) 通过申请评审的，HZX 将向申请人发出受理申请的通知，并签署《管理体系认证合同》，明确双方的权利和义务，包括信息通报的义务
- 2) 不符合申请条件的，HZX 将向申请人发出不受理申请的通知，并阐明理由。
- 3) 对不予受理有异议的，申请人可以按《申诉、投诉和争议处理规则》的规定提出申诉。
- 4) 申请评价的业务范围代码，同质量管理体系代码，评审到大类。

5.2 初次认证的准备

5.2.1 HZX 根据申请内容，考虑认证方案以及实现的周期、评价所需的人日数（见 16.2 条款），确定并策划认证评价方案，组建评审组并通知申请人。申请人如对评审组组成有异议，可向 HZX 提出。

5.2.2 审核组构成：

(1) 不论是初审、监督、再认证，组建的商业信誉评价体系小组至少由 1 名商业信誉评价人员组成，其中 1 名为组长。

(2) 审核组内应有至少一名专业评价人员，其专业满足申请的业务范围能力要求。

5.3 初次认证的评价方式

初次认证评价包含文件评价和现场评价。

5.4 初次认证的评价实施

通常情况下，现场评审前，评审组实施初步文件评审，对发现的问题开出不符合。针对文件评审提出的不符合，申请人实施纠正，评审组验证后，实施现场评价。

5.4.1 现场评价

5.4.1.1 评价通常从首次会议开始，评价过程中，评审组可以通过面谈、查阅文件、抽查信誉记录以及调查有关现场活动等方式收集证据。

5.4.1.2 评审组对所获取的相关信息和证据进行分析，对申请人的能力及绩效综合评价。任何引起关注的、或可能被判定为不符合的问题，以《问题清单》形式告知申请人。

5.4.1.3 根据 GB/T31893-2015《商业信誉评价体系》标准要求，结合企业实际情况，按照本规则中附录 2 和附录 3 内容进行打分。GB/T 31950-2023《企业诚信管理体系》、GB/T 27925-2011《商业企业品牌评价与企业文化建设指南》

5.4.1.4 在评价过程中，可提出不符合项或改进项，在对应条款处详细描述。

5.4.1.5 在评价过程中，评价人员应保证一定时间的沟通过程，以对评价对象在性质、数量、优劣、方向等方面做出的判断公正。

5.5 评价报告

依据评审发现，综合打分，形成评审结论；对不符合项或改进项进行描述，提出整改要求，HZX 为每次评价活动提供书面报告。

5.6 认证决定

认证决定人员根据对评价过程中收集到的有关信息，包括从评价过程之外获取的任何可作为认证决定依据的信息（如来自行政监管部门、顾客、行业协会 的信息等）进行复核，并做出认证决定。

5.7 批准

认证决定通过后，提交总经理进行批准。

5.8 认证文件

通过认证决定后，HZX 为申请人颁发有效期为 3 年的商业信誉评价体系证书，标示获得的信用等级。同时，HZX 在网站上向社会发布认证公告，并将认证名录上报认监委。

注： HZX 网站（<http://www.rziso.org.cn>），认监委网站 www.cnca.gov.cn

6 监督评价

6.9.1 HZX 按照认证方案的要求，每 12 个月对获证组织实施监督，以确认其持续满足依据的标准或规范性文件要求。。

6.9.2 对特定组织的监督方案，可随其满足认证要求的能力变化而变化。在制定监督方案时，应考虑组织的复杂性、经营活动或服务流程的变化、事故、顾客投诉及相关信用信息。监督审核时将上一次的评价报告进行传递，评审组对所有指标项进行评价，关注企业变更情况。如最终分值对企业等级有影响，填写《客户信息变更申请表》，变更认证证书。

6.9.3 企业也可在获证的 6 个月后申请证书的星级提升。升级评审要求企业的经营各层面均有详实和完整的证据证明有效提升，且评分分值达到升级标准。

6.6 监督评价报告

监督评价方案所要求的评价活动全部完成后，由评审组长完成监督评价报告。

6.7 监督评价的认证决定

HZX 认证决定人员根据监督评价的材料，对监督评价报告实施复核，符合要求的，保持商业信誉评价体系等级；对于涉及缩小认证范围或者暂停/撤销认证资格的，经认证评定后，做出缩小认证范围/暂停/撤销认证资格的决定并通知认证客户；对于需等级变更的，更新认证证书。

6.8 扩大认证范围

HZX 对扩大认证范围的申请进行评审，以确定任何必要的评价安排，这类评价活动可与监督同时进行。

注：扩大认证范围的申请可以包含不同类别的服务、不同地点等。

6.9 非例行监督

当出现下列情况时，HZX 将对获证客户进行非例行监督评价

- a) 收到获证客户的顾客投诉；
- b) 获证客户的管理体系和经营活动或服务流程发生重大变更，可能影响经营活动或服务正常运行；
- c) 获证客户被有关行政监管部门查处、媒体曝光；
- d) HZX 认为有必要时。

7 再认证

7.1 证书到期前，企业需要保持认证资格时，可申请再认证，证书保持/变更星级，再认证与初次认证流程相同。再认证审核时将初审、监督的评价报告进行传递，评审组对所有指标项进行评价，关注企业变更情况。

8 认证暂停、恢复和撤销

8.1 发生下列情况，暂停认证证书

- a) 监督结果不符合认证准则，但其性质不属于需要立即撤销的情况；
- b) 不恰当地使用认证文件，发现后又未采取适当的措施予以解决；
- c) 违反了 HZX 的认证方案或程序要求的情况；
- d) 特定服务在一段时期内未向顾客提供，经双方协商后，可暂停。
- E) 发生严重质量、环境、安全事故。

8.2 暂停期间内，消除了暂停原因，经核实后，可恢复认证证书。

8.3 发生下列情况，撤销认证证书

- a) 监督结果不符合认证准则，性质严重，需要立即撤销的情况；
- b) 发生任何违反许可协议的情况；
- c) 在暂停期间，未采取有效措施的情况；
- d) 未履行应负的财务结算责任。

9. 认证证书及标志使用

9.1 认证证书和标志

- a) 认证证书：HZX 颁发给获准认证的组织，表明所确定的范围已被认证的一组正式文件，包

括符合特定认证标准的证明、相关附件；

b) HZX 徽标：代表 HZX 本身的图形符号；

c) 注册号：HZX 授予已认证组织的唯一性代码；

d) 标志：表明某种状态的图形符号。标志包括认证标志；

f) 认证标志：HZX 颁发的、供获准认证组织使用、表示其认证资格的图形符号。HZX 徽标与组织的注册号如下图所示共同构成认证标志；

9.2 徽标、标志、联合标志

HZX 徽标



9.3 认证证书使用规则

1) 获证客户向顾客展示的认证证书应在认证证书有效期内。在单独使用认证证书的部分文件内容时，应准确地表述其认证状态和认证范围，避免产生误导或歧义。

2) 获证客户的名称、地址等发生变化时，应向 HZX 提出变更申请，并换发认证证书；当认证范围发生变化时，HZX 将评价的结果换发认证证书。

3) 获证客户可在公开出版物、文件、宣传品、网页等载体上展示认证证书及其证书附件，且应清晰可辨。

4) 获证客户被撤销或注销认可资格后，应立即交还认证证书。

9.4 对于误用或滥用 HZX 认证标识、认证证书以及误导宣传认证状态的处理

1) HZX 将根据任何机构和个人误用、滥用或伪造 HZX 认证标识、国际互认联合认可标识、认证证书以及误导宣传认证状态的情节轻重做出处理，包括警告/告诫、暂停、撤销或提起诉讼。

2) 被暂停或撤销（含注销）认证资格的获证客户，如果继续使用 HZX 认证标识以及声明认证状态的，HZX 有权要求其承担由此给 HZX 造成的全部损失并承担法律责任。

3) 获证客户由于使用 HZX 认证标识、认证证书以及声明认证状态，而导致其他机构提起诉讼，如未及时通告 HZX 或者给 HZX 造成声誉或经济上的损失，HZX 将撤销其认证资格，并有权要求其承担由此给 HZX 造成的全部损失及相关法律责任。

4) 上述获证客户或个人应对 1 至 3 项中情形导致 HZX 产生的损失进行赔偿，该赔偿范围包括但不限于：HZX 采取前述处理措施所发生的费用，HZX 承担的各种罚款、赔偿费用，裁判机构或其他机构收取的各种诉讼费用。

9.5 认证标志使用要求

获得商业信誉评价体系等级的组织应当在广告等有关宣传中正确使用认证标志，可以将认证标志悬挂在获得商业信誉评价体系认证的区域内，标志不应用于产品或产品包装之上，或以任何其他可解释为表示产品符合性的方式使用，不得利用认证标志误导公众认为其产品、管理体系通过认证。

10 与其他管理体系的结合评价

商业信誉评价体系，可以与其他管理体系一起进行结合审核，但不能实施一体化审核，审核文件包应分别整理，审核计划应单独安排。

与质量管理体系一起审核时，审核人日可在基础人日（见 16.2 条款）的基础上减少最多 30%，具体可根据企业的具体情况、审核组情况而定。通用或共性要求应满足本规则要求，评价报告中应清晰，并易于识别。

与企业信用评价一起审核时，审核人日可在基础人日（见 16.2 条款）的基础上减少最多 50%，具体可根据企业的具体情况、审核组情况而定。通用或共性要求应满足本规则要求，评价报告中应清晰，并易于识别。

11 多场所客户的评价和认证

11.1 对具有一个以上场所的组织商业信誉评价体系，通常，初次认证及后续的监督需在组织认证范围内的每个场所进行。然而，如果组织在不同的场所以相似的方式进行认证覆盖的活动，并且这些活动都处于组织的授权和控制下，那么可基于以往商业信誉评价体系的结果，在后续的监督活动中采用适当的程序对这些场所进行抽样。

11.2 HZX 建立文件化的程序来管理多场所的评价活动，以确保相关的认证要求已在全部场所得到了运用并满足要求。

11.3 对于拥有多个相同类型和职能的服务场所的证书持有人，在其满足以下条件时， HZX 基于风险的考虑确定抽样的方法，在监督活动中对证书持有人的多场所进行抽样评价：

- 1) 所有场所按相同的程序和方法运行，并接受统一的管理；
- 2) 所有的场所执行相同的服务流程，且各场所之间相对独立，不存在相互关联的过程；
- 3) 所有的场所均包含在申请人的内部评价方案中；
- 4) 证书持有人对所有场所具有管理的权利，有能力收集所有场所中与商业信誉评价体系有关的信息和数据，并要求各场所执行统一的管理措施，且组织内部控制体系有效。

11.4 HZX 确认进行商业信誉评价体系的各个场所都满足 11.3 规定的抽样条件时，才可以对这些场所使用抽样程序。

11.5 HZX 在使用基于抽样的方法时，应：

- 1) 充分识别此类服务场所之间的差异、场所的规模、服务活动的复杂程度、地域特点，以确定抽样水平的依据；
- 2) 结合以下因素抽取具有代表性的场所：
 - a) 内部评价的结果；
 - b) 场所规模的差异；
 - c) 不同场所在实施商业信誉评价体系管理方面的差异；
 - d) 任何不同的法规要求；
 - e) 业务活动的差异及复杂程度；
 - f) 不同地域及其分布；
- 3) 无论是在任何一个场所内发现的不符合，其纠正措施的实施适用于包括在认证范围内的总部和所有场所。

11.6 HZX 建立多场所抽样方法，以确保：

- 1) 抽样评价的结果可以满足证明其信用管理的适宜性、充分性和有效性；
- 2) 体现抽样样本的代表性和随机性。

注 1：设计抽样方法时，可根据申请人所属的行业性质、类别、场所的规模和分布特征、经费等因素来选择适宜的方法。可选择的抽样方法通常包括随机抽样、分层随机抽样等。

注 2：每次抽样的场所最低数量一般为分场所数量的平方 ($y = \sqrt{x}$)

12. HZX 的其他职责

商业信誉评价体系主体在进行商业信誉评价体系的过程中，应履行下列职责：

- a) 遵守法律、法规及规章规定，遵守行业自律性规范，不从事违法违规活动；
- b) 依法采集信用信息。不以骗取、窃取、胁迫或者其他不正当手段采集，不损害个人、企业合法权益，不得妨碍社会公共利益和安全；
- c) 依法遵守信用信息保密原则。不得损害个人、企业及其他社会主体的合法权益，不得妨碍社会公共利益和安全；
- d) 依照商业信誉评价体系原则和标准、程序，独立、客观、公正地开展商业信誉评价体系工作，保证评价过程与评价结果的客观、公正、合法；应建立并严格执行业务信息保密制度，以维护被评对象的合法权益，包括但不限于：
 - 1) HZX应在信息的采集、记录、备份、分析及报告各环节建立信息保密与安全措施；
 - 2) HZX应对被评对象存档资料进行集中管理，无关人员不得随意调阅；

- 3) HZX不得利用评价过程中知悉的被评对象商业秘密，为自己或他方谋取不当利益；
- 4) HZX与被评对象或委托方约定的保密事项及商业秘密，未经书面同意，不得提供给任何第三方（法律、法规等另有规定的除外）；
- 5) 商业信誉评价体系结果应依据有关规定合法公布。
- e) 征信机构与被评对象存在资产关联或者其他利害关系，可能影响商业信誉评价体系活动公正性的，不得提供有关该企业信用状况的信用报告；
- f) 评估人员与被评对象存在资产关联或者其他利害关系，可能影响商业信誉评价体系活动公正性的，应予回避；
- g) 不得向委托方及其他相关当事方额外索取或接受约定服务费之外的任何利益；
- h) 法律、法规、规章等规定的其他职责。
- m) 信息保密

13. 申请方的权利与义务

- 1) 获得认证后持续有效满足相关服务标准。
- 2) 遵守相关法律法规，协助认证监管部门的监督检查，对有关事项的询问和调查如实提供相关材料 and 信息。接受认可部门的见证评审。
- 3) 获得认证后发生以下情况时，及时向 HZX 通报：
 - a) 客户及相关方有重大投诉。
 - b) 提供的产品或服务被行业监管部门认定不合格。
 - c) 发生产品或服务的质量事故、安全事故、环境污染，失信曝光等。
 - d) 相关情况发生变更，包括：法律地位、生产经营状况、组织状态或所有权变更；取得的行政许可资格、强制性认证或其他资质证书变更；法定代表人、最高管理者变更；生产经营或服务的工作场所变更；认证范围覆盖人数、认证范围变更；经营活动过程的重大变更等。
 - e) 出现影响经营或服务信誉的其他重要情况。
- 4) 在获得认证后，对认证的宣传符合下列要求。
 - a) 在传播媒介（如互联网、宣传册或广告）或其他文件中引用认证状态时，应符合 HZX 的要求；
 - b) 不做出有关于其认证资格的误导性说明；
 - c) 不以误导性方式使用认证证书或认证标志；
 - d) 在其认证被撤销时，按照 HZX 的指令立即停止使用所有引用认证资格的广告材料；
 - e) 在认证范围被缩小时，修改所有的广告材料；

- f) 不在引用其服务认证资格时，暗示对管理体系或过程进行了认证；
 - g) 不暗示认证适用于认证范围以外的活动和场所；
 - h) 在使用认证资格时，不得使 HZX 和认证制度声誉受损，失去公众信任。
- 5) 为实施评价做出所有必要的安排，包括初次认证、监督、其他评价、再认证和解决投诉，为检查文件和接触所有过程与区域、记录及人员提供条件。
- 6) 为 HZX 评价员安排交通、食宿等。
- 7) 按期向 HZX 交纳本合同约定的认证费用。
- 8) 初次评价应提供一个服务周期的有效证据，包括开展了有效的内部评价。
- 9) 为到场的观察员如认可评审员、实习评价员提供条件。

14. 受理组织的申诉

认证客户或获证组织对认证决定有异议时，HZX 接受申诉并且及时进行处理，在 60 日内将处理结果形成书面通知送交申诉人。

书面通知告知申诉人，若认为 HZX 未遵守认证相关法律法规或本规则并导致自身合法权益受到严重侵害的，可以直接向所在地认证监管部门或国家认监委投诉。

华质信认证投诉电话：0755-28195112，认监委投诉 010-82262841

14.1 申诉

14.1.1 申诉的提出

组织对认证申请的不受理、中止评价、拒绝认证、撤销认证或缩小已获得的认证范围等有关的决定提出重新考虑的请求，应在 10 个工作日内以书面形式提交综合部。

14.1.2 申诉的受理

综合部接到申诉一周内做出是否受理的决定，并给申诉方发《申诉、投诉和争议受理通知书》。

14.1.3 申诉的处理

(1) 如决定受理，将材料转交相关部门，对认证申请的不受理的申诉，由市场部负责处理；中止评价的申诉由技术部负责处理；拒绝认证、撤销认证或缩小已获得的认证范围等有关的决定的申诉由技术部负责处理，各部门根据申诉事项的具体情况，决定采取相应措施取证，包括召集会议听取双方证词、现场调查、向专家咨询等方式进行调查并做出有根据的判断。

(2) 如采用会议方式应在接到申诉的 20 个工作日内举行，至少提前 5 个工作日通知申诉人会议的时间和地点。

(3) 被诉方和申诉方均有权提出证人、证据，所提出的证人、证据，应在不迟于会议召开 / 现场调查 / 向专家咨询前 5 个工作日内以书面形式提出。

(4) 裁定

综合部组织相关的人员做出公正判断，提出书面裁定报告，参与做出决定的所有成员均受认可规范及本文件的约束。

对申诉做出的裁定在经本文件职责规定的主管领导批准后，由综合部书面通知有关各方，该裁定具有约束力。申诉方如还有不同意见，可向公正性委员会以至上级管理机关提出申诉。

综合部受理申诉 3 个月内，HZX 必须对申诉做出决定，例外情况下可提交 HZX 公正性委员会做出最终决定。特殊情况下需延期处理的，由主管领导批准后在 3 个月时效期内提前 10 天告知申诉方。

(5) 若重复受理类似的申诉问题，相关部门部长/主管领导应组织制定出文件化的管理制度来回应申诉的过程。

(6) 对申诉的决定应由与申诉事项无关的人员做出，或经其审查和批准，并由综合部告知申诉人。

(7) 在申诉处理过程结束时，由综合部正式通知申诉人。

14.1.4 费用

申诉处理的合理费用由败诉方承担。如果是由申诉人支付申诉有关的全部或部分费用，将用保证金结清，余款退还申诉人。若保证金不足，申诉人应自处理决定生效之日起 10 日将不足部分支付 HZX。

14.2 投诉

14.2.1 投诉的提出

任何人员或相关的机构对 HZX 可能涉及认证政策、认证运作过程和认证结果及认证人员的表现等的不满，对获证方可能涉及产品及认证证书与认证标志使用等的不满，均可随时向 HZX 的综合部提出投诉，其投诉可以书面信函、来人反映或以其它渠道的方式进行，关注和重视有关方投诉信息的收集。

14.2.2 投诉的受理

综合部接到投诉一周内做出是否受理的决定，并给投诉方发《申诉、投诉和争议受理通知书》。

14.2.3 投诉的处理

14.2.3.1 综合部依据投诉材料（包括匿名投诉）进行初步调查，收集与核实对投诉进行确认所需的一切信息，经确认后交由相关部门处理，各部将处理的决定及理由（各部门主管签字）回馈给综合部，综合部自受理起 30 个工作日内将处理意见或措施，以书面方式通知投诉人或相关方。

14.2.3.2 若投诉表明 HZX 的质量管理体系存在的问题，则由主管部门分析不符合原因，采取必要的措施予以纠正。

14.2.3.3 如果投诉与获证客户有关，在调查投诉时应考虑获证管理体系的有效性。对于针对获证客户的投诉，综合部还应在适当的时间将投诉告知该客户。

14.2.3.4 对投诉的决定应由与投诉事项无关的人员做出，或经其审查和批准，并由综合部告知投诉人。

14.2.3.5 投诉人需要时，综合部应向投诉人提供投诉处理的进展报告和结果。在投诉处理过程结束

时，由综合部正式通知投诉人。

14.2.3.6 与客户及投诉人共同决定是否将投诉事项公开，并在决定公开时，共同确定公开的程度。

15 信息通报

14.1 获证客户发生可能影响信用等级的重大变化，应于决定之日起 10 日内报送 HZX。（如：法律地位、生产经营状况、组织状态或所有权变更；取得的行政许可资格、强制性认证或其他资质证书变更；法定代表人、最高管理者变更；认证联系人变更；认证范围覆盖的人数变更；生产经营或服务的工作场所变更，认证范围变更；经营或服务过程重大变更等）

14.2. 获证组织发生客户及相关方有重大投诉；提供的产品或服务市场监管部门认定不合格；发生产品或服务的质量事故、安全事故、环境污染；应在发生之日起十日内，将相关资料和自查结论报送 HZX。

16 认证收费标准

认证收费是执行国家有关规定，考虑与商业信誉评价体系相关的人数（包括：兼职、外包方、及认证范围内固定/临时分场所的人员数量，以确定的评价时间（人日））

16.1. 基本收费项目

序号	收费项目	收费标准	备注
1.	申请费	1000元	
2.	评价费	3000元/人日	按所需人日数执行
3.	审定与注册费	2000元	含证书正本一套
4.	管理年金	2000元	每年一次
5.	换证费	200元	证书内容变更，换发证书。
6.	证书副本	200元	每张100元
7.	翻译费	200元	

16.2. 项目评价所需人日

一阶段为非现场：0.5 个人日；二阶段：

a 1-50 人： 2 个评审人日。

51-200 人： 3 个评审人日

>200 人： 4 个评审人日

b 每增加一个多现场，相应增加 0.5 个人日

c 监督审核为初审的 1/3 人日，但最低为一个审核人日；

d 再认证审核为初审的 2/3 人日，但最低为二个审核人日

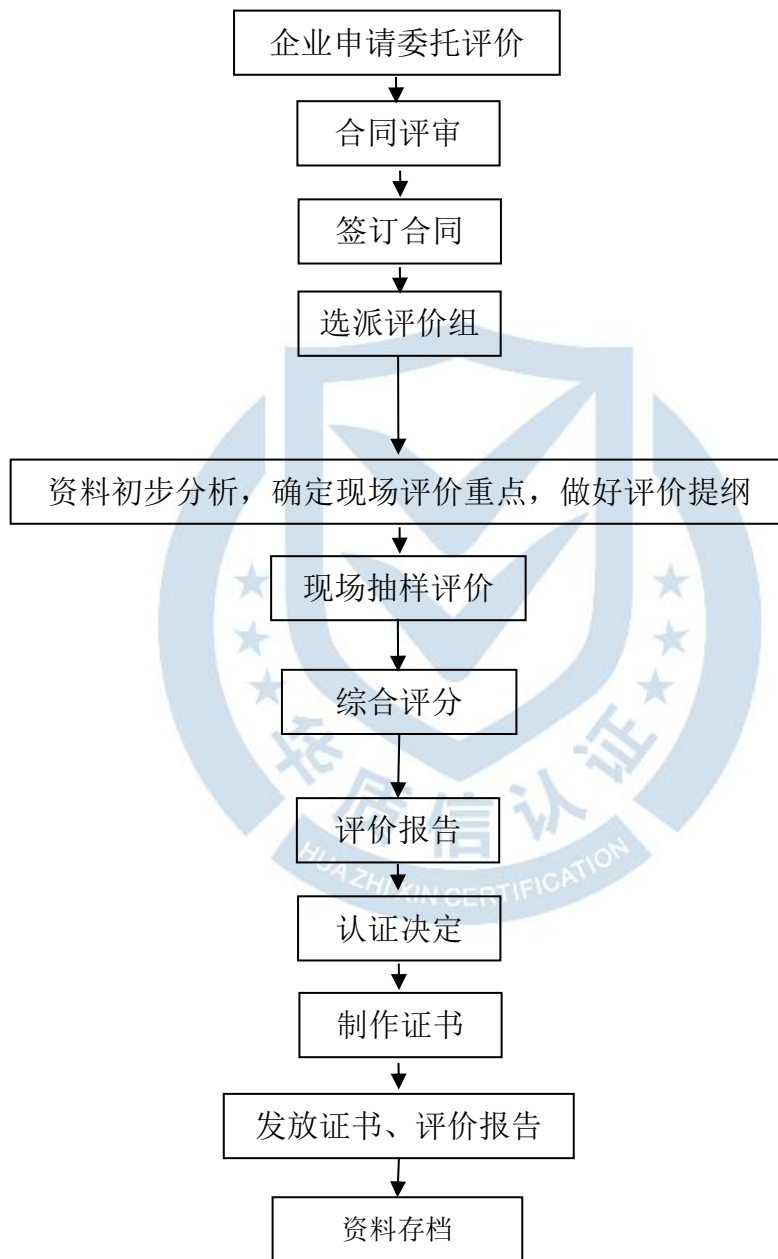
17 商业信誉评价体系人员要求

17.1 商业信誉评价体系人员应具备下列条件：

- a) 具备完全民事行为能力；
- b) 遵守国家法律、法规以及行业自律规范，未曾受相关刑事处罚及行政处罚，信用状况良好；
- c) 参加过相关业务培训，具备从业所需专业知识与服务技能；
- d) 须通过公司商业信誉评价体系人员的能力评价确认；
- e) 符合法律、法规、规章规定的其他条件。
- f) 具备大专以上学历
- g) 有四年以上工作经历。
- h) 商业信誉评价体系业务范围技术分组见附录 3 业务范围及分组表，商业信誉评价体系人员的专业能力及扩展原则依据附表 4 执行。



附录 1：商业信誉评价体系流程图：



商业企业品牌评价评分要求

评分数过程中应遵循以下原则：

当评审评分项中的所有方面，特别是对组织具有重要性的方面，即：应考虑在品牌评价的过程中对关键重要度。

一个评分项评分时，首先判定哪个分数范围总体上“最适合”企业在本评分项达到的水平。总体上“最并不要求与评分范围内的每一句话完全一致，允许在个别要素上有所差距。

企业品牌达到的水平是依据对评价准则中所有要素的综合评价的结果，并不是专门针对某一个要素进行每一个要素评价后进行平均的结果。

适合的范围内，实际分数根据企业品牌的水平与评分要求相接近的程度来判定。

评分比例	要 点
0%~20%	<ul style="list-style-type: none"> ■ 在该评分项要求中水平很差，或没有描述结果，或结果很差； ■ 在该评分项要求中没有或有极少显示趋势的数据，或显示了总体不良的趋势； ■ 在该评分项要求中没有或有极少的相关数据信息，或对比性信息
20%~40%	<ul style="list-style-type: none"> ■ 在该评分项要求中结果很少，或在少数方面有一些改进和(或)处于初期绩效水平； ■ 在该评分项要求中有少量显示趋势的数据，或处于较低水平； ■ 在该评分项要求中有少量相关数据信息，或对比性信息
40%~60%	<ul style="list-style-type: none"> ■ 在该评分项要求的多数方面有改进和(或)良好水平； ■ 在该评分项要求的多数方面处于取得良好趋势的初期阶段，或处于一般水平； ■ 在该评分项要求中能够获得相关数据，或对比性信息
60%~80%	<ul style="list-style-type: none"> ■ 在该评分项要求的大多数方面有改进趋势和(或)良好水平； ■ 与该评分项要求中一些趋势和(或)当前显示了良好到优秀的水平； ■ 在该评分项要求中获得大量相关数据，或对比性信息
80%~100%	<ul style="list-style-type: none"> ■ 在该评分项要求重要的大多数方面，当前结果 / 水平 / 绩效达到优良水平； ■ 与该评分项要求中大多数的趋势显示了领先和优秀的水平； ■ 在该评分项要求中能够获得充分相关数据，或对比性信息

附录 2：商业信誉评价体系表—诚信指标项评价

商业信誉评价体系表—诚信指标项评价

评价员： 填表时间：

一级指标	二级指标	分值	企业得分
原则和方法（40）	诚信管理原则	20	
	体系运行方法	20	
企业环境（50分）	企业诚信环境	10	
	相关方需求和期望	10	
	愿景和目标	10	
	诚信管理体系范围	10	
	诚信管理体系所需过程	10	
领导作用（40分）	总则	10	
	确认诚信方针	10	
	确认诚信目标及相关制度	10	
	确认诚信管理部门/岗位职责和权限	10	
策划（100分）	确立诚信目标及相关制度要求	25	
	企业承诺及其要求	25	
	应对风险和机遇要求	25	
	应对变更要求	25	
支持（60）	资源	20	
	信息交流与控制	20	
	成文信息	20	
管理实现（100分）	总体要求	10	
	信用调查	10	
	信用档案管理	10	
	授信管理	10	

	合同管理	10	
	商账管理	10	
	社会责任履行	10	
	诚信风险管理	10	
	应急准备和响应	10	
	诚信教育培训	10	
检查与分析（70分）	人员评价	10	
	内外部影响因素检查与分析	10	
	承诺兑现检查与分析	10	
	诚信目标实现核查和分析	10	
	失信评估和处置	10	
	信用修复	10	
	守信激励确认和实施	10	
持续改进（40分）	总体要求	20	
	改进机制	20	
合计			

诚信的评价指标和分值分配，满分为 500 分，在实际评价中，应根据本标准规定的要求制定有关审核细则。

商业信誉评价体系业务范围分类分组表

序号	技术组	大类代码	内容	扩展原则
A	食品	1	农业、林业和渔业	1. 具备质量管理体系某一小类，即可评价出该大类代码； 2. 通过学习技术组中其他大类相应的行业知识，通过评价后可给出该大类。
		3	食品、饮料和烟草	
		13	药品	
		30	宾馆及餐馆	
B	机械	17	基础金属及金属制品	
		18	机械及设备	
		19	电和光学设备	
		20	造船业	
		22	其他运输设备	
C	纸	7	仅限纸制品	
		8	出版业	
		9	印刷业	
D	矿产	2	采矿业和采石业	
		15	非金属矿物制品	
		16	混凝土、水泥、石灰、石膏及其他	
E	建设业	28	建设业	
		34	工程服务	
F	制造业	4	纺织品及纺织制品	
		5	皮革及皮革制品	
		6	木材及木制品	
		14	橡胶和塑料制品	
		23	其他未另分类制造业	
G	化学品	7	仅限纸浆及纸的制造	
		10	焦炭及精炼石油制品的制造	
		12	化学品、化学制品及纤维	
H	供应业	25	供电业	
		26	供气业	
		27	供水业	
I	运输和废物管理	21	航空航天	
		24	回收业	
		31	运输、仓储和通信业	
		39	其他社会服务	
J	服务业	29	批发和零售业；汽车、摩托、个人及家庭用品修理业	
		32	金融中介、房地产和租赁	
		33	信息技术	
		35	其他服务	
		37	教育	
		36	公共行政管理	
	38	健康和社会工作		

K	核	11	核燃料	
---	---	----	-----	--

