

附件 5

广东省市场质量信用等级评价管理办法（试行）

（2019 年 8 月）

第一章 总则

第一条为“运用信息公示、信息共享和信用约束等手段，营造诚实、自律、守信、互信的社会信用环境”积极开展市场质量信用等级评价工作，定期公示企业、产品、工程和服务信用等级评价结果，确保市场质量信用等级评价工作规范、有效的开展，特制定本办法。

第二条本办法适用于广东省质量协会和广东卓越质量品牌研究院联合主办的市场质量信用等级评价工作。

第三条凡在中华人民共和国广东省境内注册并具有独立法人资格，正常生产、经营 3 年以上的企业均可申请市场质量信用等级评价。

第四条市场质量信用等级评价分为品牌类、企业类、产品类、工程类和服务类。

第五条市场质量指用户（包括消费者和企业）对技术质量和功能质量的综合感知，市场质量信用是指企业（品牌、产品、工程、服务）取得并保持用户对其质量信任的能力；市场质量信用等级评价是以用户为主体，以市场评价为中心的信息征集和等级评价方法。评价的内容和指标体系由质量

信用意愿、质量保障能力、市场经营能力等 3 个一级指标及若干二、三级指标组成，全面综合考核企业的诚信建设与市场质量信用管理能力和水平。

第六条市场质量信用等级划分为 AAA、AA、A、B、C、D 四等六级，并为 AAA（用户满意标杆）、AA（用户满意）级市场质量信用企业建立市场质量信用档案，向社会宣传公示，促进社会诚信自律。A 等评价采用百分制：A 级为 75 分及以上，AA（用户满意）级为 80 分及以上，AAA（用户满意标杆）级为 90 分及以上。

第七条本办法所称推进机构是自愿提出申请并由有关部门审核批准负责推进所在地区、行业市场质量信用等级评价工作的组织（以下简称“推进机构”）。

第八条市场质量信用等级评价工作按年度组织开展，企业自愿申请，评价等级结果每年进行一次发布。

第二章 组织机构、职责

第九条市场质量信用等级评价工作的管理、监督机构为广东省质量协会和广东卓越质量品牌研究院。广东省用户委员会（以下简称“省用户委”）为信用等级评价有关工作的组织机构，负责市场质量信用等级评价的总体工作。

“省用户委”负责制定评价实施方案，选择第三方评价机构、组建评审专家组、组织实施信用等级评价工作，审定

评价结论并公示结果。

第十条广东省质量协会和广东卓越质量品牌研究院开展信用体系建设工作发挥第三方评价机构的力量，由专业第三方评价机构出具质量信用评价报告，进行客观分析。第三方评价机构是信用体系建设的重要组成部分。

第十一条市场质量信用等级评价工作由评审专家组承担，评审专家组由“省用户委”向社会招募，实行组长负责制。由7至11名组员组成，设组长1名、副组长1名。评审专家由“省用户委”认定和聘任，应当具备以下条件和能力：

（一）认真贯彻执行党的方针、政策，熟悉国家有关质量、经济的法律、法规和规定；

（二）品行端正，具有良好的职业道德；

（三）接受过全面质量管理相关知识和企业质量信用等级评价工作的培训；

（四）具有信用评价或行业分析、评价产品开发工作经历，有较丰富的实践经验；

（五）掌握评价的方法和技巧，具有敏锐的观察力和准确快速的反应能力，并具有较强的综合分析判断能力，以及善于与人交往的能力；

（六）认真履行评审专家职责，严格遵守评价工作纪律，做到公正严明。

(七) 在所从事的领域具有突出业绩和较高声誉；

(八) 与申请企业有利益关系者应当回避。

第十二条 评审专家组召开评审会议须有 2/3 以上专家出席。评审采取记名投票方式表决，评价结论须经到会专家半数以上通过。

第三章 评价标准

第十三条 市场质量信用等级评价根据质量信用意愿、质量保障能力及市场经营能力等方面进行综合评价：

市场质量信用等级评价参考标准

符号	定义	评价得分
A	代表质量守信的信用程度：企业在一定时期内市场质量信用风险很小，具有维持高水平市场质量信用的主观意愿、质量保障能力、市场经营能力和用户认可度高，在一定时期内无质量信用不良行为记录。	75 分（含）以上
B	代表质量基本守信的信用程度：企业在一定时期内市场质量信用风险较大，具有维持其市场质量信用水平的客观意愿、质量保障能力、市场经营能力和用户认可度较高，近期无质量信用不良行为记录。	60 分（含）至 75 分
C	代表质量失信的信用程度：企业在一定时期内市场质量信用风险较大，维持其市场质量信用水平的客观意愿不强、质量保障能力较低、产品质量不稳定、用户认可度较低，在近期内存在质量信用相关不良行为记录，但未出现严重质量失信事件，也未因质量失信行为造成重大人身伤害、经济损失或社会不良影响。	40 分（含）至 60 分
D	代表质量严重失信的信用程度：企业在一定时期内市场质量信用风险较大，企业违法生产经营，用户认可度很低，且给社会和（或）顾客造成重大人身伤害、经济损失或社会不良影响。	40 分以下

各地区、行业的推进机构可根据实际情况，制定符合所在地区、行业的评价方法。

第四章 评价程序

第十四条评价程序包括企业申请、推进机构初审、推进机构推荐、第三方专业机构评价、专家评审、委员会审定、结果发布等，具体内容为：

（一）企业申请：企业自愿申请，有意向的参评企业应先提交《市场质量信用等级评价申请书》，申报企业资料提交完成后，打印电子版申报材料并加盖单位公章，报送至“省用户委”或各推进机构。

（二）推进机构初审：各推进机构受理企业申请后，根据本管理办法，核实、调查参与市场质量信用等级评价的企业相关材料，向企业的利益相关方、公众和媒体收集企业信用及用户评价信息，必要时可进行现场审核。

（三）推进机构推荐：出具初审等级意见，形成《初审意见表》，填写推荐意见并加盖公章，连同企业申报材料一起报送至“省用户委”。

（四）第三方专业机构评价：“省用户委”委托第三方专业机构对初审通过的材料进行评价，通过企业调查、企业信用综合评价等手段对企业材料进行全面审核、调查和评价，出具评价报告。

（五）专家评审：“省用户委”组织专家对第三方评价结果进行资料审核并评级，必要时对拟评为 AAA 级的企业

进行现场审核，通过专家现场评价对企业的市场质量信用管理能力和水平进行综合考核。

（六）委员会审定：“省用户委”根据评审专家组提供的建议等级结果，审定市场质量信用等级评价结果。

（七）结果发布：由广东省质量协会和广东卓越质量品牌研究院向社会公开发布市场质量信用等级评价结果。

第五章 监督管理

第十五条市场质量信用等级评价坚持“科学、公平、公正、公开”的原则，做到程序化和规范化。评价工作主动接受社会监督。任何人如发现参与评价工作人员有违纪行为，可向“省用户委”举报。调查核实后，取消其评价工作资格。

第十六条“省用户委”市场质量信用等级评价结果（品牌类、企业类）有效期为2年，（产品类、工程类、服务类）有效期为1年，自发证之日起生效。

获得市场质量信用等级评级结果的企业应不断提高企业诚信建设和信用管理水平。“省用户委”建立投诉受理渠道（投诉受理平台和电话），接收和受理广大用户对企业的质量异议并核查，对评价后发生重大失信行为的企业，将撤销其信用等级结果。

第十七条市场质量信用等级评价企业有下列情形之一的，应在7日内书面报告初审推进机构及信用评价办公室：

（一）涉及受评价对象主营业务活动的国家重大产业、税收、信贷政策的调整或变动。

（二）企业发生重大资产重组、重大关联交易、股权结构变动及其他重大未列入上述列举事项，但该事项的发生对受评对象偿付能力构成实质性影响的其他重大事项。

（三）发生重大质量、安全和环境事故；

（四）国家、行业、地区监督抽查产品或服务不合格；

（五）用户对产品或服务反映强烈，有用户、员工、供应商、股东、社会等相关方的重大投诉；

（六）受相关政府部门警告、罚款、没收违法所得、限期停止活动等行政处罚的；

（七）其他违反法律法规规定情形的。

“省用户委”有权对其作出降低评价等级的处理，情节严重的，取消评价等级的处理。

第十八条推进机构对所推荐市场质量信用等级评价企业具有监督责任，发生上述行为应及时处理并上报信用评价办公室，对瞒报及处理不当的推进机构视情节轻重给予警告、通报批评、责令限期整改 1-2 年或取消推进机构资质等处罚。所推荐市场质量信用等级评价的企业未按有关规定宣传的，误导消费并引起不良后果的由推进机构和企业承担相应责任。

第十九条被降低评价等级的企业在 2 年内不得提出评价申请，被取消评价等级的企业在 3 年内不得提出评价申请。

第二十条被取消评价等级的企业及项目须在收到通知书之日起 7 日内将原评价等级标牌、证书退回发证单位；被降低评价等级的企业及个人须在收到通知书之日起 15 日内将评价等级标牌、证书退回发证单位，换发相应的评价等级标牌、证书。拒不退回（换）的，将公告作废。

第二十一条第三方评价机构和评审专家在评价工作中未履行职责或者弄虚作假、徇私舞弊的，取消其资格，造成严重后果的，依法给予行政处分，构成犯罪的，依法追究刑事责任。

第二十二条“省用户委”对被评价企业、项目进行必要的监督。

第二十三条“省用户委”、评审专家组及其他相关人员务必保守企业秘密，未经同意，不得向任何第三方披露参与评价企业信息。

第六章 公布

第二十四条“省用户委”开展“质量诚信，用户满意”公布活动。公布活动在企业自愿申请的基础上，对符合公布条件的企业（品牌、企业、产品、工程、服务）进行质量信用状况的客观记录和公布，社会公众及有关部门对企业公示

信息进行评价、监督和使用。

广东省质量协会和广东卓越质量品牌研究院向参与公布的企业（品牌、企业、产品、工程、服务）颁发统一样式、统一编号的标牌和证书。在信用服务平台上公布为“用户满意”企业（品牌、企业、产品、工程、服务），向社会公开展示年度用户满意企业（品牌、企业、产品、工程、服务）名单。企业如发生失信等行为，公布的称号将被撤销，并在2年内取消参加“质量诚信，用户满意”公布的资格。

第二十五条公布条件：

1. 市场质量信用 A 等。
2. 市场用户认可度高，用户满意度测评由第三方按照国家标准《顾客满意测评模型和方法指南》（GB/T19038-2009）要求开展，满意度指数在 80 以上。
3. 市场无重大质量事故或大面积的用户投诉。
4. 工商、税务、司法等系统数据以及市场表现的客观记录良好，企业及其法人、产品、服务等在政府有关部门的信用记录中无失信违法行为。
5. 产品不包括食品、香烟、药品、保健品、民用爆破器材、特种设备等产品。
6. 工程范围包括：公共建筑工程，市政、园林工程，水利工程，电力工程，住宅工程，交通建筑工程（限营业楼、候车楼、候机楼、候船楼、地铁站等与人民大众生活密切相

关的工程)。工程类别包括土建、装饰、设备安装。其规模应符合相应要求：

公共建筑和市政、园林工程，交通建筑工程：建筑面积在 1 万平方米以上或建筑安装工作量在 1000 万元以上；

水利工程，电力工程的规模可适当放宽建筑体量的要求；住宅工程建筑面积 2 万平方米以上的住宅小区或住宅小区组团，或建筑面积 1 万平方米以上的单体住宅，达到基本入住条件，且入住率在 50% 以上，其中住宅小区总体设计符合城市规划及环保要求，公共设施配套，且所有单位工程质量全部达到良好以上的工程；

工程类应为通过有关部门验收并交付使用 1 年以上，3 年以内，由该工程建筑施工企业申请公示（不含工程开发、设计和物业管理单位）。

7. 服务类应当是企业为用户提供的专项服务项目（不是服务机构）。

第二十六条企业递交申请材料后，发生重大质量安全事故的，需及时上报“省用户委”信用评价办公室。

第七章 宣传推广

第二十七条通过广东省质量协会和广东卓越质量品牌研究院网站、《广东质量》杂志、微信公众号等渠道进行推广和宣传，并向有关部门推送、报备；总结 AAA（用户满意

标杆)级企业的典型经验,每年组织用户满意标杆交流研讨活动进行推广学习。

第八章 附则

第二十八条本管理办法由广东省质量协会和广东卓越质量品牌研究院负责解释和修订。

第二十九条本办法自发布之日起执行。