

T/CC

团 体 标 准

T/CC 5—2020

商贸流通企业诚信管理体系

Integrity management system for commercial and trade circulation enterprise

2020-11-27 发布

2021-01-01 实施

中国合作贸易企业协会 发 布

中国合作贸易企业协会
团 体 标 准
商贸流通企业诚信管理体系

T/CC 5—2020

*

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(100029)
北京市西城区三里河北街16号(100045)

网址:www.spc.org.cn

服务热线:400-168-0010

2021年1月第一版

*

书号:155066·5-2655

版权专有 侵权必究

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 要求和承诺	2
4.1 诚信管理体系要求	2
4.2 承诺及履行	3
5 领导作用	3
5.1 总则	3
5.2 以兑现诚信承诺为关注焦点	3
5.3 职责和权限应满足的条件	3
6 策划	4
6.1 诚信方针和目标	4
6.2 诚信承诺	4
6.3 诚信目标及承诺履行和跟踪	4
6.4 应对风险和机遇	5
7 支持	5
7.1 资源	5
7.2 沟通	6
7.3 成文信息	6
8 管理实现	7
8.1 总则	7
8.2 关键过程执行人管理	7
8.3 产品实现或服务提供	7
8.4 营销管理	7
8.5 社会责任履行	8
8.6 风险管理	8
8.7 诚信意识培养	9
9 检查与分析	9
9.1 总则	9
9.2 诚信承诺兑现检查	9
9.3 过程检查	9
9.4 信息收集与分析	10
9.5 诚信管理绩效评价	10

9.6 诚信受损评估和处置	10
10 持续改进	11
附录 A (规范性) 批发零售企业诚信管理体系的管理实现过程	12
附录 B (规范性) 住宿餐饮企业诚信管理体系的管理实现过程	15
附录 C (规范性) 商务服务企业诚信管理体系的管理实现过程	18
附录 D (规范性) 居民服务企业诚信管理体系的管理实现过程	21
参考文献	24

前　　言

本文件按照 GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

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专利的责任。

本文件由中国合作贸易企业协会提出并归口。

本文件起草单位：中国合作贸易企业协会、中国企业改革与发展研究会、国信联合（北京）认证中心、新合作商贸连锁有限公司、淮北矿业集团大榭能源化工有限公司、中国标准化研究院、全国社会信用标准化技术委员会、国信标准（北京）信用评价中心、华余国际标准检验认证（北京）有限公司、北京国通认证技术培训中心、新合作商业管理有限公司、北京物美商业集团股份有限公司、天津劝宝超市有限责任公司、山东泰山新合作商贸连锁有限公司、山东贵诚集团购物中心有限公司、山东梁山水泊商场、张家口新合作元丰商贸连锁有限公司、茂名市明湖百货有限公司。

本文件主要起草人：江洲、李华、刘栋栋、郭吉标、郝彦领、高景远、周莉、卢成绪、张鑫、张萍、张鹏、余鹏、李龙、于学敏、余丹、刘文书、刘东、赵斌、胡海军、肖志伟。

引　　言

0.1 总则

商贸流通业是联结生产与消费的中间环节,该领域的诚信建设对改善国内营商环境具有重要意义,对全面提升我国服务业的国际形象,掌握交易话语权,制定交易规则,也具有重要的战略意义。该领域的诚信建设能够在提升该行业企业的诚信经营、规避该行业中严重破坏市场公平竞争秩序和社会正常秩序的行为等方面产生积极的影响。

采用诚信管理体系是商贸流通企业的一项战略决策,可以促进其诚信制度和诚信文化建设,树立诚实守信的生产经营观念、履行社会责任,从而帮助其提高整体绩效,为推动可持续发展奠定良好基础。

诚信管理体系鼓励商贸流通企业做好相关方的关系管理,包括:收集并与相关方共享与诚信管理相关的信息、专业知识和资源,分析相关方的要求以及自身满足要求的能力,并作出必要的承诺,共同开展诚信管理制度和措施的改进活动;识别、预警、防范、控制与处置可能存在或已经存在的失信风险和失信行为,规定相关的过程,并使其持续受控,以实现满足这种要求和承诺,帮助企业持续提升诚信水平。

注:商贸流通企业的相关方包括产品和服务的消费者、生产材料供应商、公司股东、员工、信用监管机构或部门及同行业的竞争对手。

诚信管理体系的实施能够帮助商贸流通企业稳定提供满足消费者要求以及适用的法律法规要求的产品和服务的能力,促成增强消费者满意的机会,并且应对与企业环境和目标相关的失信风险和机遇。

0.2 诚信管理原则

GB/T 31950 中提出了以诚信水平提升为关注焦点、领导作用、全员参与、过程方法、基于事实的评价与决策、与利益相关方的共赢关系 6 项诚信管理原则。本文件结合商贸流通企业的特点,在满足监管部门的信用监管和行业自律管理要求的前提下,以提升商贸流通企业兑现诚信承诺的能力、提高企业整体绩效并推动其可持续发展为目标,在 GB/T 31950 的基础上对诚信管理原则进行改写,提出包括:以兑现诚信承诺为关注点、领导作用、全员参与、过程方法、持续改进、询证决策和关系管理 7 项诚信管理的原则。

注 1: 询证决策强调基于事实、证据和数据分析的评价与决策;关系管理强调以诚信为基础的相关方互利共赢关系。

同时,增加了持续改进原则,即对企业内外部变化及时作出改进,持续兑现诚信承诺,保持企业诚信管理水平。

注 2: 体现商贸流通企业诚信管理特点的管理实现要求见第 8 章。

0.3 实施运行模式

本文件遵循企业诚信的规律,采用过程方法,并按照“策划—实施—检查—处置(PDCA)”循环模式对与企业自我承诺、承诺的履行和跟踪、承诺的兑现评价以及承诺的改进等环节相关的过程实施控制。

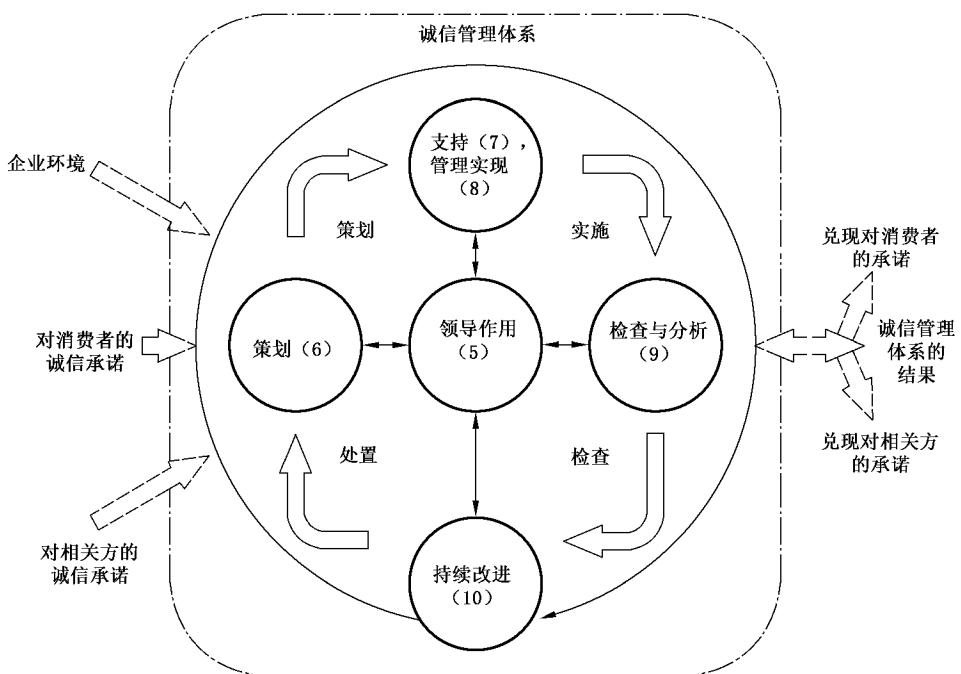
本文件采用 ISO 制定的管理体系标准框架,以提高与其他管理体系标准的协调一致性。商贸流通企业使用过程方法,并结合 PDCA 循环,将诚信管理体系与其他管理体系标准要求进行协调或整合,并不要求改变现行的管理体系,但可能会为实施符合本文件要求的诚信管理体系对现行的管理体系进行调整或补充。

注：PDCA 是 Plan(策划)、Do(实施)、Check(检查)和 Act(处置)的第一个字母，PDCA 循环就是按照这样的顺序进行管理，并且循环不止地进行下去的科学程序。

PDCA 循环能够应用于所有与诚信管理相关的过程以及整个诚信管理体系。图 1 表明了第 5 章至第 10 章是如何构成 PDCA 循环的。

PDCA 循环可以简要描述如下：

- 策划(Plan)：根据诚信承诺内容，结合企业的诚信方针，建立诚信管理体系的目标、自我承诺机制及其过程，确定兑现诚信承诺所需的资源，并识别和应对风险和机遇；
- 实施(Do)：为实现诚信承诺的履行和跟踪，执行所做的策划；
- 检查(Check)：根据诚信管理方针、目标、诚信承诺内容，以及所策划的活动，对过程以及承诺的兑现情况进行核查和分析，并报告结果；
- 处置(Act)：必要时，采取措施改进诚信管理体系，以提高绩效。



注：括号中的数字表示本文件的相应章节。

图 1 本文件的结构在 PDCA 循环中的展示

商贸流通企业诚信管理体系

1 范围

本文件规定了商贸流通企业诚信管理体系的原则和方法,从策划、支持、管理实现、检查与分析和持续改进等几个方面,阐述了商贸流通企业诚信管理体系从构建、实施、运行到审核的实现方法。

本文件适用于通过实施诚信管理体系寻求优势的商贸流通企业、与之存在利益关系的企业(如供应商等)以及评价商贸流通企业诚信管理体系的内部或外部人员和机构,指导商贸流通企业内部构建和运行诚信管理体系,也可作为外部第三方机构对企业诚信管理体系进行审核的依据。

注 1: 商贸流通企业诚信管理体系所关注的是与诚信相关的过程方法,着重于商品交易或提供服务的实现过程。

注 2: 由于商贸流通企业的性质导致本文件的某些要求不适用时,可以对要求进行选择,但需要明确说明理由,同时不影响企业兑现承诺的能力或责任。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中,注日期的引用文件,仅该日期对应的版本适用于本文件;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。

GB/T 19000 质量管理体系 基础和术语

GB/T 19011 管理体系审核指南

GB/T 22117 信用 基本术语

GB/T 31950 企业诚信管理体系

3 术语和定义

GB/T 19000、GB/T 19011、GB/T 22117 和 GB/T 31950 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: 本文件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

诚信管理 **integrity management**

企业依据诚信方针和诚信目标确立相应的承诺,并对实现承诺过程进行跟踪、开展对承诺实现的评价和改进等一系列相互关联活动的集合。

3.3

诚信管理体系 **integrity management system**

企业确定其诚信目标以及为获得期望的结果确定其过程和所需资源的整体规划。

[来源:GB/T 31950—2015,3.3,有修改]

3.4

诚信受损 **impairment of integrity**

企业的产品和服务质量在一定程度上不被外部继续信任或认可的结果。