

ZSJX

团 体 标 准

T/ZSJX 4101—2019

食用菌优质经销商评价准则

Evaluation criteria for high quality dealer of edible fungi

2019 - 12 - 27 发布

2020 - 01-01 实施

中国食用菌协会

发 布

目 次

前言..... II

1 范围..... 1

2 术语和定义..... 1

3 总则..... 1

4 评价指标体系..... 1

5 评价方法..... 3

6 评价结果..... 3

7 扩展原则与方法..... 3

附录 A（资料性附录） 评价指标及权重示例..... 4

前 言

本标准按照GB/T 1.1-2009给出的规则起草。

本标准由中国食用菌协会提出并归口。

本标准主要起草单位：上海雪榕生物科技股份有限公司、天水众兴菌业科技股份有限公司

本标准参与起草单位：山东友和生物科技股份有限公司、如意情生物科技股份有限公司

本标准主要起草人：诸焕诚、陶军、林启相、肖少敏、陈新、袁斌、宋丽辉、施涛、孙兆洋、程越

食用菌优质经销商评价准则

1 范围

本标准规定了食用菌优质经销商评价总则、指标体系、方式与方法、结果以及扩展原则与方法。
本标准适用于食用菌优质经销商的评价和认证。

2 术语和定义

GB/T 12728-2006 界定的以及下列术语和定义适用本文件。

2.1

经销商 dealer

在某一区域和领域提供商品或服务的单位。

3 总则

3.1 经销商评价应遵守有关法律、法规要求，遵循客观、公正的原则。

3.2 参加评价的经销应具备以下基本条件：

- a) 具有合法的经营资质，如营业执照、经营资格证书以及专营许可并按规定缴纳保证金；
- b) 近三年内未发生过违法违规行为、相关处罚及重大失信行为；
- c) 近三年内没有被媒体曝光发生重大客户投诉意见。

3.3 应采用合理的评价模式和机制，如动态评价、定期或不定期监督检查等方式，确保评价结果的持续有效，实现持续改进。

4 评价指标体系

4.1 概述

优质经销商的评价应由诚信经营、经营绩效、顾客满意度、经营能力和企业文化匹配度5个一级指标组成。

4.2 诚信经营

诚信经营指经销商在经营过程中，商品质量管控、诚实和守信用的情况。包括但不限于以下指标：

- 所售商品符合相应国家、行业、团体或企业标准的相关要求；
- 能够提供供货商开具的正规进货凭证；
- 经销商对供货商的回款率；
- 发生违约或债务拖欠等行为的情况；

- 守法经营，无违法经营行为；
- 遵守专营合同；
- 制造或参与传播关于所售商品不实言论的情况。

4.2.1 经营绩效

经营绩效指经销商销售行为的总体情况。包括但不限于以下指标：

- 销售量；

注1：统计周期内，经销商通过不同途径销售商品的数量，可从总体、线上、线下等多个渠道分别进行统计。

- 销售额；

注2：统计周期内，经销商通过不同途径的销售额，可从总体、线上、线下等多个渠道分别进行统计。

- 产品价格的稳定性；

注3：正常供货商价格和市场价格波动外的由经销商控制的产品价格稳定性。

- 经销商在当地的影响力。

4.2.2 顾客满意度

顾客满意度指顾客对经销商的综合满意程度。包括但不限于以下指标：

- 好评率；

注1：统计周期内，好评的订单数量与所有评价订单数量的比值。

- 重复购买率；

注2：统计周期内，客户重复购买同类产品的交易次数与总交易次数的比值。

- 纠纷率；

注3：统计周期内，经销商收到的客户发起的纠纷订单数量与在交易数量的比值。

- 退款率；

注4：统计周期内，经销商收到的客户发起的退款订单数量与在交易数量的比值。

示例：对商品质量不满意或者描述不符、破损、延迟发货等原因导致货物被退款。

4.2.3 经营能力

经营能力指为保障经营活动正常进行应具备的条件。包括但不限于以下指标：

- 针对销售环节、人员、文件记录等制定相应的规章制度，并严格执行的能力；
- 建立风险防范制度，并能够根据营销环境、销售情况等及时应对风险的能力；
- 具有与销售规模相符的经营场所面积；
- 具有与销售规模相符的资金保障能力；
- 与消费者的沟通协调能力；
- 品牌推广能力。

4.2.4 企业文化匹配度

企业文化匹配度指经销商与产品生产企业的企业文化匹配程度。包括但不限于以下指标：

- 对产品品牌的认知度；
- 对生产企业文化的认知度；
- 与生产企业的沟通协调能力；
- 与生产企业的发展和合作意愿。

5 评价方法

5.1 评价方式

对评价内容作出评价结论的主要手段。评价方式包括但不限于：文件资料和记录审核查阅、现场巡查、内部人员访谈、客户及相关方访谈、大数据采集及分析等。
在评价过程中，原则上应使用两种或以上评价方式的组合。

5.2 评价方法

- 经销商的评价是通过各级指标的评价内容进行打分来完成，评价方法如下：
- a) 本标准用户在实际评价中，宜根据本标准的制定评价实施细则，明确评价规则、评分方法、评价内容和指标权重等，一级及二级指标权重的确认可参见附录 A；
 - b) 宜采用多种评价方式(见 5.1)的组合使用，对评价内容进行评价，给出评价内容得分；
 - c) 按照评价实施细则中给出的评价规则，综合评价内容得分和权重，给出各级指标的评价得分；
 - d) 依据各级指标的评价得分，按照评价实施细则中给出的评价规则和权重，给出经销商总评价得分；
 - e) 将总评价得分统一转换为百分制的方式。
- 评分转换公式见式（1）：

评分=实际得分/涉及项总分值×100..... (1)

式中：
——涉及项总分值是指评分项的得分总和。

6 评价结果

根据评价结果，将经销商分为5个等级，按级别高低依次为：AAAAA、AAAA、AAA、AA和A，得分与等级的对应关系见表1。等级评价结果为AAA及以上的经销商可称为优质经销商。

表 1 食用菌优质经销商等级划分对照表

经销商等级	等级划分依据
AAAAA	得分不低于90分
AAAA	得分不低于80分，小于90分
AAA	得分不低于70分，小于80分
AA	得分不低于60分，小于70分
A	得分小于60分

7 扩展原则与方法

本标准使用过程中，各级指标和评价内容可根据不同的评价需要进行扩展，扩展内容不应与已有内容冲突。增加评价内容后，评价规则应做适当调整，但不应与现有评价规则冲突。

附 录 A
(资料性附录)
评价指标及权重示例

评价指标及权重示例见表A. 1

表 A. 1 评价指标及权重示例

一级指标	一级指标权重	二级指标	二级指标权重
诚信经营	30%	所售商品符合相应国家、行业、团体或企业标准的相关要求	20%
		能够提供供货商开具的正规进货凭证	15%
		经销商对供货商的回款率	15%
		发生违约或债务拖欠等行为的情况	15%
		守法经营，无违法经营行为	15%
		遵守专营合同	15%
		制造或参与传播关于所售商品不实言论的情况	5%
经营绩效	20%	销售量	30%
		销售额	30%
		产品价格的稳定性	20%
		经销商在当地的影响力	20%
顾客满意度	20%	好评率	25%
		重复购买率	25%
		纠纷率	25%
		退款率	25%
经营能力	15%	针对销售环节、人员、文件记录等制定相应的规章制度，并严格执行的能力	10%
		建立风险防范制度，并能够根据营销环境、销售情况等及时应对风险的能力	20%
		具有与销售规模相符的经营场所的面积	20%
		具有与销售规模相符的资金保障能力	20%
		与消费者的沟通协调能力	20%
		品牌推广能力	10%
企业文化匹配度	15%	对产品品牌的认知度	25%
		对生产企业文化的认知度	25%
		与生产企业的沟通协调能力	25%
		与生产企业的发展和合作意愿	25%