

T/CASME

中国中小商业企业协会团体标准

T/CASME XXX—2023

智慧居家养老平台 食品供应商评价规范

Intelligent Home Care Platform—Food Supplier Evaluation
Specification

（征求意见稿）

2023 – XX – XX 发布

2023 – XX – XX 实施

中国中小商业企业协会 发布

目 次

前言 II

1 范围 3

2 规范性引用文件 3

3 术语和定义 3

4 基本要求 3

5 评价指标 3

6 评价实施 6

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。

本文件由青岛益生康健科技股份有限公司提出。

本文件由中国中小商业企业协会归口。

本文件起草单位：青岛益生康健科技股份有限公司、XXX。

本文件主要起草人：XXX。

智慧居家养老平台 食品供应商评价规范

1 范围

本文件规定了智慧居家养老平台的食品供应商评价管理的基本要求、评价指标、评价实施。
本文件适用于智慧居家养老平台对合作食品供应商进行的评价。

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 19001 质量管理体系 要求

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

3 术语和定义

本文件没有需要界定的术语和定义。

4 基本要求

4.1 评价原则

4.1.1 独立性

评价过程应秉持独立、公正、平等的原则，不受外来因素影响。

4.1.2 规范性

应按本文件要求规范进行评价工作。

4.1.3 全面性

应能反映产品供应商综合能力。

4.1.4 实用性

应根据供应商具体情况确定评价方法，评价结果能为决策者提供依据。

4.2 评价组织

平台应具备实施评价必需的资质条件和资源，符合GB/T 27021.1的要求。

5 评价指标

5.1 评价设置二级指标体系，其中一级指标 8 个，分别为独家合作、资质资料完善度、成本控制、付款方式、质量控制、交付控制和服务态度，每个一级指标下设二级指标，共设置二级指标 27 个。评价指标及得分规则见表 1。

表1 评价指标及得分规则

一级指标	二级指标	说明	得分规则
产品销售	销售额占比	产品销售额占比是否在供应商中排名为前50%	满足得100分，不满足得0分
独家合作	独家品牌	提供的产品是否为独家品牌	老字号、著名商标、驰名商标得40分；其它得30分；不满足得0分
	独家配方	提供的产品是否为独家配方	注册原料得40分；其它得30分；不满足得0分
	独家包装	提供的产品是否为独家包装	满足得20分，不满足得0分
资质资料完善度	营业执照	同时满足： ——有营业执照，并在有效期内； ——实际经营范围与营业执照记录相符； ——在国家企业信用信息公示系统正常申报年报	满足得40分，不满足得0分
	许可证（执行标准、批文等）	有食品的生产许可证、食品经营许可证，并在有效期内，具有状态为有效的产品执行标准（涉及生产经营保健食品的，应提供保健食品批文，并在有效期内；进口产品应提供报关单与检疫证明）	满足得35分，不满足得0分
	报告类	提供： ——产品第三方机构检测报告； ——产品厂检报告； ——厂家-供货商授权书； ——专利报告	提供一项得5分，上限15分
	产品展示	提供： ——产品图片高清展示图片（各角度）； ——合规产品详情页； ——产品展示视频	提供一项得5分，上限10分
成本控制	价格	是否低于知名电商平台中同类产品价格中位数	低于中位数得65分；等于中位数得35分；不高出中位数30%的，得15分；高出中位数30%以上的，得0分
	中标率/降价率	近三年中标率/降价率是否呈上升趋势	年均增长率25%以上，得25分；年均增长率10%~25%，得10分；年均增长率低于10%或负增长，得0分
	毛利率	是否高于参评供应商毛利率中位数（毛利率计算成本中应扣减供应商承担的支持费用）	高于或等于得10分，低于不得分
付款方式	实销结款	铺货实销结款，近效期产品及停止合作时剩余库存产品可以退货	得100分
	压批结款	第二批产品到货并收到第一批产品合法的发票向供应商支付第一批产品货款	得85分
	现金结款	先款后货、先货后款	得70分

表1 评价指标及得分规则（续）

一级指标	二级指标	说明	得分规则
质量控制	质量管理体系	生产企业通过以下认证，并在有效期内，认证范围覆盖实际生产产品： ——GB/T 19001或其他同等的质量管理体系认证； ——有机认证、无公害认证或原料优质农产品认证； ——CGMP质量认证或进口产品FDA认证	一项认证得10分，上限20分
	生产质量管理	满足以下： ——建立原材料检验标准和管理规范，并有不合格原材料的管理和处理手段； ——对生产工序进行规范，操作工人应熟练掌握操作规程； ——生产过程有质量检验标准，并有过程巡检和抽检标准与记录	满足一条得10分，上限30分
	产品检验	入库检验与过程检验均无不合格	满足得20分，不满足得0分
	质量事故	近两年无任何较大（或更严重）安全生产事故/产品质量安全事故	不满足定为D级； 无任何质量事故得20分； 一般质量事故每起少得5分
	储存质量管理	对温度、湿度有要求的产品，应记录生产、储存的温湿度记录；没有特殊要求的，应按照常温0℃～30℃、湿度45%～75%储存；储存环境避免阳光直射，距离地面的距离满足储存要求	满足得10分，不满足得0分
交付控制	采购周期	周期规律	满足得10分，不满足得0分
	交货达成率	近12个月，按期入库的订单/应入库的目标订单	100%及以上得30分； 70%～100%得15分； 70%以下得0分
	交货及时性	近6个月交货日期无延误，无差错（交货入仓产品数量、产品名称、规格真实匹配）	满足得50分，每延误或差错一次少得10分
	相互依赖度	能提供相关配套服务	满足得10分，不满足得0分
服务态度	售后满意度	近3个月无售后问题相关投诉，顾客好评率达95%及以上	均满足得25分；无投诉但好评率未达95%得20分；每投诉一起少得5分
	业务人员服务	近3个月平台与供应商业务人员对接顺利	满足得25分，每反馈问题一起少得5分
	退货情况	近3个月内因供货商原因导致的退货： ——无退货延迟相关投诉； ——退货次数（金额）低于当月交易次数（金额）的0.5%； ——商品质量问题造成的退回货物不再出售	满足一条得10分，上限20分
	促销支持	近12个月有促销活动	一场活动得10分，上限30分

5.2 评价时可根据实际需要（如供应商销售规模不同）对每个一级指标赋予权重，对每个二级指标进行评分后，相加得到每个一级指标的分数（满分 100 分），再根据权重计算出供应商的最终得分（满分 100 分）。

6 评价实施

6.1 评价方式

6.1.1 平台采用系统自动获取评分与人工打分相结合的评价方式，根据不同食品供应商的特点设置不同的一级指标权重，除相互依赖度、服务态度指标进行人工打分外，其余指标由系统根据采购过程数据自动获取，人工打分录入系统后，系统自行计算并呈现供应商评价得分。

6.1.2 供应商评价应根据实际需要周期性进行，评价周期宜为半年，每个周期内人工打分不变，供应商评价得分随系统自动获取评分变化，系统应记录供应商每周期最终得分、周期内最高分、周期内最低分与周期内平均分。

6.2 评价结果

供应商评价等级从高到低分为A、B、C、D四级，各等级说明见表2。

表2 供应商评价等级说明

等级	得分（X），分	说明
A	85≤X≤100	优选供应商：可建立长期关系，可上调配额，给予更多新品机会
B	70≤X<85	有价值供应商：可发展为优选供应商，提供技术支持、改进意见
C	60≤X<70	需改善供应商：可提供技术支持、改进意见，同时下调配额，寻找可替代供应商
D	X<60	可剔除供应商：进行淘汰或冻结