

团 体 标 准

T/ZSM XXXX—XXXX

省际跨域眼镜行业企业信用合规共建规范

Specification for credit compliance co-construction of interprovincial cross regional
glasses industry

（征求意见稿）

XXXX—XX—XX 发布

XXXX—XX—XX 实施

浙江省计量与标准化学会 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 基本原则 3

 4.1 依法合规 3

 4.2 协同共建 3

 4.3 公开公正 3

 4.4 激励约束 3

 4.5 动态管理 3

5 共建主体 4

 5.1 政府部门 4

 5.2 行业协会 4

 5.3 企业 4

6 信用合规管理 4

 6.1 主体资质 4

 6.2 生产经营 4

 6.3 采购销售 5

7 跨域信用信息管理 5

8 信用风险防控 6

9 信用修复 6

10 评价与改进 7

 10.1 评价 7

 10.2 改进 7

附录 A（规范性） 企业信用评价指标 8

参考文献 11

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。

本文件由浙江省计量与标准化学会提出并归口。

本文件起草单位：

本文件主要起草人：

省际跨域眼镜行业企业信用合规共建规范

1 范围

本文件规定了省际跨域眼镜行业信用合规共建的基本原则、攻坚主题、信用合规管理、跨域信用信息管理、信用风险防控、信用修复、评价与改进等内容。

本文件适用于指导从事各类眼镜成品及原辅材料生产、加工、销售、配置等生产经营及管理活动的眼镜企业开展省际跨域信用合规共建。

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 22117-2018 信用 基本术语

GB/T 23793 合格供应商信用评价规范

GB/T 31952 企业信用档案信息规范

GB/T 35770 合规管理体系 要求及使用指南

3 术语和定义

GB/T 22117-2018界定的术语和定义适用于本文件。

3.1

信用 credit

个人或组织履行承诺的意愿和能力。

注1：承诺包括法律法规和强制性标准规定的、合同条款等契约约定的、社会合理期望等社会责任的内容。

注2：在经济领域，信用的含义等同于交易信用，是指交易各方在信任基础上，不用立即付款或担保就可获得资金、物资或服务的能力。这种能力以在约定期限内履约为条件，并可以使用货币单位直接度量。

注3：在社会领域，信用难以用货币度量。

4 基本原则

4.1 依法合规

应遵循国家有关法律法规及政策文件的规定，确保信用合规共建工作合法有序开展。

4.2 协同共建

应强化省际跨域政府部门、行业协会及企业的协作配合，形成跨域共建合力。

4.3 公开公正

信用合规信息的采集、共享、评价及应用应公开透明，保障企业的公平权益。

4.4 激励约束

应建立健全守信激励与失信惩戒机制，引导企业主动履行信用合规义务。

4.5 动态管理

应根据行业发展、政策变化及企业信用状况，对信用合规管理内容及措施进行动态调整。

5 共建主体

5.1 政府部门

应联合有关行业主管部门，共同推动下列工作：

- a) 牵头制定眼镜企业跨域信用合规相关的政策文件及实施细则。
- b) 组织搭建跨域企业信用信息共享平台，推动眼镜企业信用信息互联互通。
- c) 建立健全协同监管机制，开展联合执法检查，查处眼镜企业违法违规行为。
- d) 指导行业协会和企业开展信用合规建设，组织开展信用相关的培训与宣传。
- e) 实施信用激励与惩戒措施，推动信用评价结果应用。

5.2 行业协会

应指导行业协会开展下列工作，引导企业开展信用合规建设：

- a) 制定眼镜行业信用自律规范，引导会员企业诚信经营。
- b) 协助政府部门开展信用信息采集、评价及培训工作。
- c) 组织跨域眼镜企业开展信用合规交流活动，推广先进企业管理经验。
- d) 建立行业内部信用奖惩机制，对守信企业进行表彰，对失信企业进行通报。
- e) 定期向政府部门反映企业实践中的诉求，为政策制定提供参考。

5.3 企业

应指导企业开展下列信用合规管理工作：

- a) 参考 GB/T 35770 的规定建立健全内部信用合规管理制度，宜设立信用管理部门并配备专兼职信用管理人员。
- b) 依法定期报送信用信息，确保信息真实、准确、完整。
- c) 开展员工信用合规培训，提升全员信用意识和合规能力。
- d) 主动接受政府部门监管和行业协会监督，及时整改信用合规建设与管理中存在的问题。
- e) 积极参与跨域信用合作，遵守共建约定，维护行业信用秩序。

6 信用合规管理

6.1 主体资质

- 6.1.1 应指导企业依法办理登记，取得营业执照，未经登记时不应以经营主体的名义从事经营活动。
- 6.1.2 应于每年1月1日至6月30日，指导企业通过国家企业信用信息公示系统报送上一年度的年度报告。当年刚设立登记的企业可自下一年起报送并公示年度报告。
- 6.1.3 应要求企业对其依法诚信经营、提供的产品或服务的质量等作出声明或承诺，并进行公示。
- 6.1.4 应核对企业公示的信息是否真实、及时和完整，发现不准确的应及时要求企业更正。

6.2 生产经营

6.2.1 产品质量

- 6.2.1.1 应指导企业建立健全内部产品质量管理制度，对原材料采购、生产、检验及售后服务等环节进行质量控制。
- 6.2.1.2 眼镜、镜片、镜架及其他零配件应符合保障人体健康和人身、财产安全的国家标准及对应产品标准要求，出厂时应进行抽检，检验合格后方可出厂。
- 6.2.1.3 产品及其包装上的标识应真实有效，包含产品名称、商标、规格、等级、生产企业、生产地址、联系方式、执行标准号、质量合格证、警示标志或警示说明等。

6.2.2 知识产权

- 6.2.2.1 商标注册应遵循诚实守信的原则，不应出现以下情形：
 - a) 损害他人现有的在先权利或以不正当手段抢先注册他人已经使用并具有一定影响的商标；

- b) 不以使用为目的恶意申请商标注册；
- c) 以欺骗或者其他不正当手段申请商标注册；
- d) 注册违背公序良俗或者有其他不良影响的商标；
- e) 自行变更商标、注册人名义、地址或其他注册事项；
- f) 将未注册的商标冒充注册商标使用。

6.2.2.2 商标使用应符合相关法律法规的规定，委托他人生产或加工组装时应主动提供书面《商标印刷委托书》、营业执照或合法的主体资格证明或身份证明、《商标注册证》等材料，并签订书面委托加工合同。受托企业应对材料的真实性进行核实。

6.2.2.3 应引导企业不实施专利重复侵权、假冒专利的行为。

6.2.3 广告宣传

6.2.3.1 应建立广告审查制度，要求企业安排专人负责审查通过电商平台、自建网站、微信公众号等渠道发布的企业简介、产品信息、广告用语等宣传内容的真实性与合法性，不得含有虚假或引人误解的内容，欺骗误导消费者。

6.2.3.2 广告中对商品的性能、功能、产地、用途、质量、成分、价格、生产者、有效期限、允诺或对服务的内容、提供者、形式、质量、价格等信息表述准确、清楚、明白。

6.2.3.3 广告中表明推销的商品或者服务附带赠送的，应明示其附带赠送商品或者服务的品种、规格、数量、期限和方式。

6.2.3.4 广告中涉及商品专利的，应标明专利号和专利种类。

6.2.4 计量检测

6.2.4.1 应对企业定期开展计量监督，确保其配备与生产、销售及经营业务相适应的计量检测设备，保证出具的眼镜产品计量数据准确可靠。

6.2.4.2 验光仪、焦度计、验光镜片箱、角膜曲率计等强制检定的计量器具应按规定登记造册，并报属地市场监管部门备案，由属地法定计量检定机构进行周期检定。

6.2.4.3 特种设备投入使用前或投入使用后三十日内，市场监督管理部门应受理企业提交的使用登记申请，核对许可生产取得情况及特种设备检验合格后，下达使用登记证书，并置于特种设备的显著位置。

6.3 采购销售

6.3.1 应指导企业与供应商签订明确的采购合同，明确双方权利义务，确保收货商品的品牌、型号等信息与合同约定一致。

6.3.2 已生产、销售或进口的眼镜产品存在缺陷时，应责令企业停止经营并实施召回，并将有关情况纳入企业信用档案，依法向社会公布。

6.3.3 应遵循自愿、平等、公平、诚信的原则，引导企业遵守法律、法规、规章和商业道德，不对商品的性能、功能、质量、销售情况、用户评价、历史荣誉等作虚假宣传、虚假交易和虚假评价。

6.3.4 应指导企业为合作伙伴建立信用档案，并按 GB/T 31952 的规定实施动态管理，及时更新和维护，保管期限不宜少于 3 年。

6.3.5 应指导企业按 GB/T 23793 的规定对开展交易的合作方进行信用调查，根据调查结果开展信用情况全面分析和综合评估。

6.3.6 应指导企业建立并规范授信流程，客户信用出现异常时停止发货、停止授信，并采取信用保险、信用担保、应收账款保理等方式转移风险。

6.3.7 应指导企业建立健全合同执行评价制度，并推动下列工作：

- a) 合同签订前全面评估合作方资信状况及合同履约风险；
- b) 对合同签订内容的合法性、完整性、程序正确性等方面进行合规检查；
- c) 合同履行过程中定期收集合同履约过程的证据，关注合作对象的经营状况；

6.3.8 应指导企业定期进行商账统计和账龄分析，采取合法措施催收逾期账款。

7 跨域信用信息管理

7.1 应依托国家企业信用信息公示系统和长三角数据共享交换平台，整合眼镜行业企业信息，建立眼镜产业企业信用信息数据库，并实现下列信息的共享和互通：

- a) 企业基本信息；
- b) 年度报告；
- c) 行政许可；
- d) 行政处罚；
- e) 抽查检查结果；
- f) 信用风险分类；
- g) 失信联合惩戒；
- h) 信用修复。

7.2 应依托信用风险分类管理，共享交流眼镜企业的抽查检查、经营者关联信息等信用信息，对存在严重失信行为的企业在登记注册、备案等环节发布风险提示。

7.3 应建立跨域信息共享协调机制，定期召开工作会议，解决信息共享中存在的问题。

8 信用风险防控

8.1 应指导企业建立健全信用风险预警机制，定期开展自查自检，梳理、查找信用违规风险点，对信用风险发生的可能性、严重性、潜在性等进行分析、评估。

8.2 应对以下信用风险进行监测，包括但不限于：

- a) 宏观政策风险；
- b) 监管制度风险；
- c) 眼镜行业风险；
- d) 眼镜生产安全风险；
- e) 经营管理风险；
- f) 生产服务质量风险；
- g) 社会舆情风险；
- h) 供应商信用及产品质量风险；
- i) 客户信用风险；
- j) 股东和法人等信用相关方风险。

8.3 应建立跨区域信用风险分类结果互认机制，按附录 A 的规定开展信用评价，分为优秀、较好、一般、较差和差 5 个等级，两地结果不一致时应按约定规则转化等级后进行认定，并落实下列措施：

- a) 实行差异化监管：对信用评价结果为优秀的企业实行无感监管；对信用评价结果为较差和差的企业提高抽查比例，约谈企业法定代表人或主要负责人，督促其落实合规管理主体责任；
- b) 优化行政审批服务：对信用评价结果为优秀的企业在办理行政审批、资质认定等环节提供快速办理、容缺受理、免现场核查等便利化服务；
- c) 推行守信激励：将经营主体信用评价结果应用于公共服务、荣誉表彰、金融信贷服务等。将信用等级为“优秀”的经营主体名单推送共享给相关部门，在政府质量奖、知识产权奖等荣誉评定时提供参考。

8.4 应选取监督检查、知识产权、举报投诉等与信用风险监管力度高的重点指标，综合分析、科学研判区域性、行业性整体信用风险状况，及早发现高风险区域和隐患，采取定向抽查检查、专项检查、行政指导等措施加强监管和服务，防范化解风险隐患。

8.5 应建立跨域联合执法机制，对企业跨区域违法违规行为开展联合调查取证。对查处的违法违规行为应统一处罚标准和裁量角度，确保执法公正。

9 信用修复

9.1 应对企业经营管理过程中出现的失信行为，采取有效的控制、处置措施，降低失信行为对相关方造成的不良影响，进行信用修复。

9.2 应受理企业提出的信用修复申请，受理条件应符合表 1 的规定。

表1 信用修复受理条件

序号	企业类型	申请条件
1	失信企业	1. 被列入经营异常名录； 2. 行政处罚公示； 3. 严重违法失信名单； 4. 其他失信信息。
2	被列入经营异常目录的企业	1. 补报未报年份年度报告并公示； 2. 已经履行即时信息公示义务； 3. 已经更正其隐瞒真实情况、弄虚作假的公示信息； 4. 依法办理住所或者经营场所变更登记，或者当事人提出通过登记的住所或者经营场所可以重新取得联系。
3	提前终止行政处罚公示失信信息的企业	1. 已经自觉履行行政处罚决定中规定的义务； 2. 已经主动消除危害后果和不良影响； 3. 未因同一类违法行为再次受到市场监督管理部门行政处罚； 4. 未经营异常名录和严重违法失信名单中。
4	被列入严重违法失信名单满一年的企业	1. 已经自觉履行行政处罚决定中规定的义务； 2. 已经主动消除危害后果和不良影响； 3. 未再受到市场监督管理部门下列行政处罚： a. 责令停产停业，责令关闭、限制从业； b. 降低资质等级、吊销许可证件或营业执照； c. 对自然人处于1万元以上、对法人或者其他组织处于10万元以上的罚款； d. 对自然人、法人或其他组织作出没收违法所得和非法财物价值总额达到c款所列数据的行政处罚。

9.3 两地市场监管部门应开展信用修复协同联审，实行“在线受理、协同审核、结果互认”。

10 评价与改进

10.1 评价

- 10.1.1 应每年对跨域信用合规共建工作进行评估，总结经验，查找问题。
- 10.1.2 应定期对眼镜企业信用合规情况进行监督检查，并将结果纳入信用档案。
- 10.1.3 应联合行业协会定期开展行业自律监督，对企业信用合规管理进行评估。
- 10.1.4 应鼓励社会公众、媒体对企业信用行为进行监督，受理举报投诉。

10.2 改进

应根据评估结果，调整完善共建机制、政策措施及评价指标。

附 录 A
(规范性)
企业信用评价指标

A.1 企业信用评价指标应符合表 A.1 的规定。

表 A.1 企业信用评价指标

序号	一级指标	二级指标	分值	时效期限	备注
1	经营状况异常	存在未按照规定公示年度报告的、未依照规定公示有关信息的、公示信息隐瞒真实情况或弄虚作假的、通过登记的住所或者经营场所无法联系的等情形,被依法列入经营异常名录。符合其中任意一项	-0.5分	即时	浙企信用监管平台或江苏省相关信用平台
2	严重失信	受到市场监督管理部门较重行政处罚、根据法院列严建议书和判决书、有履行能力但拒不履行、逃避执行、列入经营异常名录届满3年仍未履行相关义务的	评为信用“差”	当年	信用系统可以自动抓取
3	行政检查发现问题	检查结果为当场整改	-0.3分/次	当年	“互联网+监管”平台或江苏省相关执法平台
4		检查结果为责令改正	-0.5分/次	当年	
5	本年度行政处罚	未履行法定义务,被处以警告处罚的	-0.8分	当年	如同一违法行为受到两项或两项以上的行政处罚的,不累计扣分,以最高扣分项记。
6		未履行法定义务,被处以罚没处罚的	-1分	当年	
7		未履行法定义务,被处以罚款处罚,罚没款在5万元(包含5万元)以上的	-2分	当年	
8		未履行法定义务,自受到行政处罚之日起1年内受到2次行政处罚的	-3分	当年	
9		未履行法定义务,1年内受到同一部门3次及以上行政处罚的	-5分	当年	
10		被移送司法机关处理、责令关闭、吊销执照	评为信用“差”	当年	
11	本年度监督抽检不合格	生产环节监督抽检不合格次数	-0.8分/次,最高-4分	当年	
12		流通环节监督抽检不合格次数	-0.5分/次,最高-4分	当年	
13	投诉举报	本年度投诉举报达到3~5次	-0.4分	当年	12315平台
14		本年度投诉举报达到5~10次	-1分	当年	
15		本年度投诉举报达到10次以上	-2分	当年	

16	生产安全事故	发生较大以上生产安全事故	评为信用“差”	三年内	需人工录入
17	信用信息异议	非生产主体责任导致抽检不合格	完全修复	即时	
18		投诉举报不属实	扣除对应投诉举报次数后，重新计分	即时	
19	信用修复	经营状况异常	对应异常记录消除的，修复50%	即时	修复后仍保留记录
20		抽检不合格存在生产主体责任，经整改取得合格检测报告	修复50%	即时	
21		投诉举报属实，经整改解决问题的	对应投诉举报次数减半计数，重新计分	即时	
22	质量认证	除生产经营必须取得的认证认可外，因企业发展需要，积极取得ISO 9000 质量管理体系、ISO 14000 环境管理体系、ISO 45001 职业健康管理体系等其他认证证书的	+0.5分/件，最多+2分	当年	自主申报
23	荣誉表彰	获评A、AA、AAA级守合同重信用企业	依次+0.5分、+1分、+2分	当年	
24		获评省创新中小企业、省专精特新中小企业、省隐形冠军、国家级专精特新“小巨人”	依次+0.5分、+1分、+2分、+3分	当年	
25		获评市级、省级、国家级高新技术企业	依次+0.5分、+1分、+2分	当年	
26		其他县市级以上荣誉	酌情加分	当年	
27	行业引领	主导制定团体标准、地方标准、行业标准、国家标准	依次+0.5分、+1分、+2分、+3分	当年	
28		参编团体标准、地方标准、行业标准、国家标准	依次+0.2分、+0.5分、+1分、+1.5分	当年	
29	知识产权	取得外观专利、实用新型专利、发明专利	依次+0.1分/件、+0.5分/件、+1分/件，最高+3分	当年	
30	企业公共信用评价结果	参照企业公共信用评价结果等级：优秀、良好、中等、较差、差	优秀+1分、良好+0.5分，其余不赋分	当年	信用浙江或江苏省相关信用平台

A.2 评价应以自然年为周期，每年对照表 A.1 中指标情况对企业进行逐项计分，至当年 12 月 31 日，根据年度内累计计分情况确定信用等级。

A.3 评价等级划分应符合下列规定：

- a) 年度最终分 11 分（含）至 12 分的，评价等级为“优秀”；
- b) 9 分（含）以上且不足 11 分的，评价等级为“较好”；
- c) 5 分（含）以上且不足 9 分的，评价等级为“一般”；

- d) 2分（含）以上且不足5分的，评价等级为“较差”；
 - e) 不足2分的，评价等级为“差”；
 - f) 取得经营资质未满半年的主体不参与等级评定，年度评价结果显示“最终分（无等级）”。
- A.4 扣分项应实时更新，结果变动应通知至企业法定代表人或主要负责人。
- A.5 加分项应由企业根据实际情况自主申报，并提供佐证材料。加分最多不超过5分，总分不应超过12分。

参 考 文 献

- [1] 《中华人民共和国公司法》
- [2] 《中华人民共和国商标法》
- [3] 《中华人民共和国专利法》
- [4] 《中华人民共和国产品质量法》
- [5] 《企业信息公示暂行条例》
- [6] 《眼镜制配计量监督管理办法》