

# 中华人民共和国信用行业标准 企业信用评价体系/信用管理体系 /资质等级评价委托合同书

(2017 年版)

信用服务合同编号: [20 ] 号

委托单位 (甲方): \_\_\_\_\_

评价机构 (乙方): \_\_\_\_\_

代理机构 (丙方): \_\_\_\_\_

法律责任: 评价机构对证书和报告及铭牌的真实性和合法性承担法律责任; 委托单位对其所提供资料的真实性承担要求暂停或撤销引起的责任。

全国信用服务机构自律联盟政策与法务部 监制



机构经营，政府机关和协会等一律不得从事信用行业中带有经营性质和营利性质的行为。

2.1.6 2013年5月17日，国家发改委、人民银行、中央编制办针对全国地级市以上机构联合下发的《关于在行政管理事项中使用信用记录和信用报告的若干意见的通知》（发改财金〔2013〕920号），要求各级政府、各相关部门应将相关市场主体所提供的信用记录或信用报告作为其实施行政管理的重要参考。对守信者，应探索实行优先办理、简化程序、“绿色通道”和重点支持等激励政策；对失信者，应结合失信类别和程度，严格落实失信惩戒制度。各级政府、各相关部门应结合地方和部门实际，在政府采购、招标投标、行政审批、市场准入、资质审核等行政管理事项中依法要求相关市场主体提供由第三方信用服务机构出具的信用记录或信用报告。

2.1.7 2007年3月23日国务院办公厅《关于社会信用体系建设的若干意见》（国办发〔2007〕17号）

2.1.8 中华人民共和国政府信息公开条例（国务院令 第492号）

2.1.9 国务院《关于加快发展服务行业的若干意见》（国发〔2007〕7号）

2.1.10 国务院办公厅《国务院办公厅转发监察部等部门关于清理评比达标表彰活动意见的通知》（国办发〔2006〕102号）

2.1.11 中纪委转发工信部、监察部等13部委《工程建设领域项目信息公开和诚信体系建设工作实施意见》（中纪发〔2011〕16号）

2.1.12 中华人民共和国公司法（第五条）：公司从事经营活动，必须遵守法律、行政法规，遵守社会公德、商业道德，诚实守信，接受政府和社会公众的监督，承担社会责任。

2.1.13 中华人民共和国消费者权益保护法（第六条）：保护消费者的合法权益是全社会的共同责任。国家鼓励、支持一切组织和个人对损害消费者合法权益的行为进行社会监督。

2.1.14 中华人民共和国宪法（第二十七条第二款）：一切国家机关和国家工作人员必须依靠人民的支持，经常保持同人民的密切联系，倾听人民的意见和建议，接受人民的监督，努力为人民服务。

2.1.15 中华人民共和国刑法（第二百二十九条、二百二十五条）：提供虚假证明文件罪；出具证明文件重大失实罪。虚假证明文件罪是指承担资产评估、验资、验证、会计、审计报告、资信评估、信用评级、法律服务等职责的中介组织及其人员故意提供和使用虚假证明文件（包括各类假认证、假评级、虚荣誉、假报告、假证书、假铜牌等）情节严重的行为。

2.1.16 IB/T E-315:9002 国际信用管理体系标准（国际通用标准）

2.1.17 IB/T ICS9001-2015 信用管理体系标准（中华人民共和国信用行业标准）

2.1.18 IB/T ISO9001-2008 质量管理体系标准（国际通用标准）

2.1.19 GB/T 23791-2009 企业质量信用等级划分通则（部标）

2.1.20 GB/T CSR8000 企业社会责任管理体系标准（行业标准）

2.1.21 GB/T OMS8000 个人职业道德管理体系标准（行业标准）

2.1.22 XB/T GOVS1800 地方政府信用评价标准（中华人民共和国信用行业标准）

2.1.23 XB/T GOVS1700 行政机关信用评价标准（中华人民共和国信用行业标准）

2.1.24 XB/T CCS2900 企业信用评价体系标准（中华人民共和国信用行业标准）

2.1.25 XB/T CCIS3600 中国公共信用信息系统信用信息公示内容和格式规范

2.1.26 XB/T CIQS1800 信用行业等级资质评价标准（行业标准）

2.1.27 GB/T CCA9002: 2008 工商企业信用评价标准

- 2.1.28 GB/T CCA9002-2009 品牌信用评价体系标准
- 2.1.29 XB/T CCIMS 清洗保洁行业企业资质评价体系标准
- 2.1.30 品牌信用评价管理规范（行业规范）
- 2.1.31 信用管理体系规则（行业规范）
- 2.1.32 信用评价体系规则（信用评级行业规范）
- 2.1.33 行政机关信用评价规范指引（信用服务行业规范）
- 2.1.34 网络信用评估规范（信用服务行业规范）
- 2.1.35 信用双评级再评级规范（信用服务行业规范）
- 2.1.36 信用从业人员职业道德规范（信用服务行业规范）
- 2.1.37 信用服务行业经营自律标准（信用服务行业规范）
- 2.1.38 社会信用服务机构合作框架协议（信用服务行业规范）

## 2.2 信用管理知识

### 2.2.1 什么是信用评价？

信用评价俗称“信用评估”、“信用评级”、“资信评级”，是指由第三方信用服务机构根据独立、客观、公正的原则，通过科学的信用评价体系标准和信用基准性评价指标体系（信用评价评分技术标准），对影响经济主体（主权国家、地方政府、行政机关、金融机构、投标企业、工商企业、个人等）的风险因素进行综合考察，评价其按时偿付债务的能力和意愿，并用简单明了的符号或分数表示出来。根据评级覆盖的时间长短，可将评级服务分为短期（1年以内）和长期（3年以内）信用评级；根据评级是否受委托而进行，可将评级分为主动评级与被动评级。根据不同的评级对象和目的，信用评级主要分为以下七类：

#### **(1)、主权国家信用等级评价**

主权国家信用评级是指由专门的第三方信用机构依据中国信协《主权国家信用评级规范指引》通过科学的主权国家信用评级标准和方法对主权国家的中央银行或政府偿还债务的能力和意愿加以分析评定，并以一定的符号表示其风险的大小。通常，一个国家的信用等级反映的是一种“主权上限”，例如一个国家的信用等级为AA级，则该国内所有公司发行的外币债务最高级别不能超过AA级。

#### **(2)、地方政府信用等级评价**

地方政府信用评级是指由专门的第三方信用机构通过科学的XB/T GOVS2900地方政府信用评级标准和方法对主权国家的地方政府政务诚信制度、公务员诚信管理和教育的绩效以及地方政府债券能力、诚信施政水平、守信践诺机制、社会信用奖惩联动机制、地方社会信用体系的推进、信用信息和信用产品的推动运用等进行综合信用评级，并将其评价结果用一定的符号表示出来。例如：A级信用政府，表示地方政府的诚信度较高。

#### **(3)、行政机关信用等级评价**

行政机关信用评级是指由专门的第三方信用机构依据中国信协《行政机关信用评级规范指引》通过科学的XB/T GOVS27000行政机关信用评级标准和方法对主权国家的政府行政机关的自身诚信制度建设、公共服务能力、信息公开的监督机制、守信践诺机制、“阳光政务”公信建设、公务员道德建设等进行综合信用评级，并将其评价结果用一定的符号表示出来。例如：AA级信用机关，表示行政机关的诚信度很高。

#### **(4)、企业综合信用等级评价**

工商企业信用评级是指由第三方信用服务机构依据《工商企业信用评级准则》对企业的近期信用状况开展调查，通过科学的《XB/T CCS2900—2015 企业信用评级体

系标准》，按照《工商企业信用评价评分及细则》对企业一定期间的信用状况及意愿进行分析与评价，将其评价结果用一定符号来表示，例如：AAA 级信用企业，表示工商企业的信用能力极好。

#### **(5)、企业投标信用等级评价**

投标企业信用评级是指由第三方专业信用评价机构依据《信用等级分类评价规范》对企业的综合信用状况开展调查，通过科学的 XB/T CCS2900-2015 企业信用评价标准》，按照《企业信用基准性评价指标体系》对企业的组织制度建设情况、诚信从业基础条件、从业守信情况、从业荣誉情况、从业业绩情况和未来特定期间的结论性财务分析报告等进行综合信用评价，颁发信用等级证书和信用报告，评价结果用一定符号来表示，例如：AAA 级信用企业，表示投标企业的信用能力非常强。

#### **(6)、企业债项信用评级**

企业债项信用评级是指第三方信用管理机构根据金融工具（贷款、债券、资产证券化、商业票据等）的具体品种、信用担保与抵押、债务偿还的优先顺序等方面，结合对其发行者的分析，评定某一金融工具的综合信用等级。许多债务工具的发行，必须以独立的信用评级为前提，信用评级的结果，常常被用来作为债务工具定价的依据。

#### **(7)、金融机构信用评级**

金融机构信用评级是指第三方信用评价机构运用科学的金融机构信用评价标准和技术指标体系，运用定性和定量的分析对金融机构进行的评级，包括对商业银行评级、保险公司评级、担保公司评级、基金公司评级、证券公司的评级等，并将其评价结果用一定符号来表示。例如：可用 AAA 级表示企业还本付息能力非常强。

#### **(8)、网络企业信用评级**

网络企业信用评级是指第三方信用服务机构依据《网络信用评价规范》，通过科学的《XB/T NCS1700:2015 网络信用评估体系标准》行业标准，按照《网络信用基准性评估指标体系》对金互联网企业网络行为进行的评估，颁发网站信用等级证书，并将其评价结果用一定符号来表示。例如：可用 AAA 级表示网络信用能力非常强。

### **2.2.2 什么是信用认证？**

信用认证俗称“信用管理认证”、“信用管理体系认证”，是指由第三方专业信用评价机构或信用认证机构依据《国务院社会信用体系建设规划纲要（2014-2020 年）》、《国务院关于加快我国社会信用体系建设的若干意见》规定和《信用管理体系规则》依法对组织的背景环境、法律地位、信用承诺与信用监督制度、信用风险防范机制、信用管理部门设立、信用管理制度建设、产品和服务信用管控情况以及信用管理控制运行机制是否符合科学的《IB/T ICS9001-2015 信用管理体系标准》要求的综合评定行为。信用认证根据不同的评定对象和目的，主要分为四大类：国际信用管理体系、质量信用管理体系、产品质量安全信用管理体系、品牌信用管理体系等。

信用认证旨在提高和保证组织的安全性可靠性及信用管理水平和识别失信风险与防范信用风险能力，帮助组织建立符合《ICS9001:2015 信用管理体系标准》要求的信用管理制度及信用管理控制流程的可测量可实现和信用认证范围覆盖的产品/服务符合国家相关法律法规要求，强化企业在申请政府资金支持、发债、借款、担保、投资、融资、资质审核、政府采购竞标、投标人资格审查、评标定标、合同签订、产品进出口、产品销售、市场营销、公共服务等债权债务信用交易及生产经营活动中的综合竞争力。

根据申请组织的信用风险状况、信用管理制度、信用管理控制等运行情况（1~3 个月），按照《信用管理基准性评定指标体系》经审核组审核出具审核结论，颁发信用

管理体系证书并依法公示，接受外部监督和社会约束。

申请信用认证的各类组织必须对自己的单位提出具体的信用管控要求，而且要求组织对自己的信用承诺严格执行，不欺骗利益关系人。所有的政府部门、行政机关、银行部门、公益组织、社会团体、金融机构、征信机构、评级机构、认证机构、企业和个人都可以进行信用认证。

在国内外“信用认证”大于“质量认证”是社会信用经济的共识。美国最新一项“信用与质量调查”发现，当前消费者看重的是很讲信用的企业，高达95%的消费者在看重产品质量的同时，更加看重企业的信用，对于消费者来说，通过信用认证比质量认证来得更实用。信用认证是检验一个组织是否真正安全可靠国际标准，获得国际标准认可的信用证证书表示政府公共服务信用水平或企业信用能力非常强。

### 2.2.3 信用认证与信用评级的区别是什么？

他们的主要区别是信用认证比信用评级对组织的信用状况要求更高，信用管理制度比信用评级要求更具体且信用管控可测量可实现，评价程序比信用评级更复杂更严格，安全性诚信程度比信用评级更可靠。

信用认证关注组织法律地位是否真实，关注组织安全信用状况是否可靠，关注组织信用承诺是否履行，关注组织信用管理部门是否合规，关注组织信用管理制度是否完整，关注组织信用管理控制是否有效，关注组织信用管理控制是否可测量可实现，关注组织信用风险是否满足顾客和法律法规要求，关注组织识别失信风险和防范信用风险的能力是否达到标准要求。

信用评级是对评级对象的信用意愿和一定时期内信用状况的综合评价，他们的最大区别是信用评级对企业的信用安全状况、信用管理部门、信用管理制度、信用管理控制及信用管理控制运行机制没有做出具体要求，也没有将组织信用承诺和监督组织信用承诺的履行及如何防范信用风险做出具体要求。

### 2.2.4 信用认证的十大好处

(一)、识别与降低失信风险和防范信用危机。可以防止企业呆帐、坏账、过失、非正常竞争、内部涉密、员工离职等带来的经济损失和法律风险，识别、降低、预防事前、事中、事后信用风险，这些问题都是企业经营中最头疼的问题，也是经营活动中难以避免的问题。

(二)、政府部门和金融机构风险管理的需求。

(三)、利用非价格因素提高同业竞争能力。利用非价格因素强化企业在申请政府资金支持、发债、借款、担保、投资、融资、资质审核、政府采购竞标、投标人资格审查、评标定标、合同签订、产品进出口、产品销售、市场营销、公共服务等债权债务信用交易及生产经营活动中的综合竞争力，提供满足顾客安全可靠可信需求的产品和服务，开拓占领同行业市场，打造中国国际品牌。

(四)、扩大产品和服务销售渠道及销售量。扩大产品和服务销售渠道及销售量，实现安全营销、信用营销、优质优价、同行业中率先获得 ICS9001 质量信用管理体系证书，获得巨大利润。

(五)、直接提高产品质量安全信用度，积累信用资产。可以低成本、有效地提高企业安全性可信度和积累无形信用资产，减少市场开拓难度，提升品牌广告可信度，快速提高产品销售额。信用认证是企业经济发展的一种无形的推动力，和企业拥有的“商标”一样，都是一种无形资产，信用认证对企业的长远发展具有巨大的促进作用。

(六)、表明尊重消费者权益和对社会负责。进行信用认证表明企业尊重消费者权

益，表明企业对社会负责，表明企业响应国家信用政策；通过信用认证推动企业信用承诺的履行结果，更是提高企业信誉，树立良好形象，塑造信用品牌。同时，保护企业也保护消费者的合法权益。

(七)、建立起服务于组织的信用管理制度。可以建立起服务于消费者、供应商、采购商、产品与服务、销售与财务信用管理控制的企业信用管理制度。我国的企业没有合规的信用管理部门，没有完整的信用管理制度，没有可测量的信用管控工具，而市场经济发达国家的企业都有信用管理部门和具体的信用管理制度及可实现的信用管控系统，信用管理部门的一个很大的职能就是来协调产品与服务、销售与财务信用管控的。

(八)、建立起服务于组织可持续发展的信用危机应对机制和信用信息沟通机制。组织中出现的很多问题都是因为组织内部信用信息的“上传下达”不通畅有关，组织越庞大，级层越多，信用信息传递越不通畅，特别是对组织发展起着决定作用的各种“投诉信息”、“建议信息”和“管控信息”由于其往往涉及到组织内部人员的利益，易被组织内各个级层根据自己的利益而曲解和堵留。决策信息下达与反馈渠道不通畅，会减少组织的执行力。

“投诉信息”、“建议信息”和“管控信息”上传不通畅，会使组织丧失解决问题时机和发展的机遇。“投诉信息”、“建议信息”和“管控信息”能为企业的发展带来机遇，国外很多企业信用管理专家把这类信用信息看作战略性信用信息，看作是对企业发展起决定作用的信用信息，认为如何形容其重要性都不过分。

(九)、迅速提高知名度，缩小与同等知名度品牌的同类产品差异化。企业的发展不能没有特色，至少必须给消费者一个你的产品和服务与同类产品的不同处。由于我国信用政策与法规不完善，社会信用监督体系刚刚起步，我国的企业以信用来与同类产品差异化还需要经历从“空喊”到“落实”的过度。

①.顾客在挑选商品时，有“可信赖，有保障”的需求。

②.在信用经济时代，所有的政府部门、团体和个人都必须高举诚信的招牌。特别是企业，如果不诚信经营，其发展的路也将会是越走越艰难。在我国，信用认证产品就逐步由“奢侈品”变成“必需品”。

③.为了提高综合竞争力和降低交易成本及防范各类信用风险，政府部门、团体、企业和个人对信用认证产品有着强烈的需求。这是一种本能的需求。

(十)、塑造政府、团体和企业诚信形象，带动产品和服务结构调整，推动产品和服务安全信用及质量信用提高，增强自身实力。塑造信用品牌形象，降低交易成本，提升信用管理能力，创建良好的市场竞争环境，减少市场开拓难度。

### 2.2.5 信用认证与质量认证的区别是什么？

信用认证的关注的焦点：关注组织法律地位的真实性；关注组织信用安全状况的可靠性；关注组织信用承诺和监督组织信用承诺的履行结果；关注组织信用管理制度的完整性；关注组织的信用管理控制；关注组织信用管理控制的可测量可实现；关注组织信用风险满足顾客和法律法规要求，关注组织识别失信风险与防范信用风险的能力。

质量认证的关注的焦点：关注企业身份的真实性；关注产品生产和服务过程的控制和管理（不可测量）；关注产品和服务满足顾客和法律法规要求。

## 3 相关信用产品和信用服务范围

### 3.1 信用认证服务

信用管理级别：一星级（A）      二星级（AA）      三星级（AAA）

四星级 (AAAA)  五星级 (AAAAA)

- 3.1.1 ICS9001 企业信用管理体系 ( 企事业单位  地方政府/行政机关)
- 3.1.2 ICS9001 质量信用管理体系 ( 技术辅导  培训  管控手册)
- 3.1.3 ICS9001 服务信用管理体系 ( 技术辅导  培训  管控手册)
- 3.1.4 ICS9001 品牌信用管理体系 ( 技术辅导  培训  管控手册)
- 3.1.5 ICS9001 产品安全信用管理体系 ( 技术辅导  培训  管控手册)
- 农产品  肉制品  乳制品  饮料产品  食品  保健食品  药品
- 保健品  医疗产品  保健用品  酒类产品  化妆品  美容产品
- 母婴用品  家电产品  眼镜产品  节能环保产品  儿童玩具
- 建材产品  其他
- 3.1.6 CSR8000 企业社会责任管理体系 ( 辅导  培训  手册)
- 3.1.7 OMS8000 个人职业道德管理体系 ( 报告  手册)
- 3.1.8 IB/T E-315:9002 国际信用管理体系 ( 辅导  培训  信用管理手册)
- 信用管理级别:  A 级  AA 级  AAA 级  AAAA 级  AAAAA 级
- 3.1.9 其他信用认证 \_\_\_\_\_  技术辅导  培训  管控手册

**(1)、产品作用:** 旨在提高和保证组织的可信度, 提高组织的信用管理水平, 加强组织的自身信用管理制度建设和防范各类信用风险, 提升公信力, 提高竞争力, 打造国际品牌。

**(2)、营销案例:** 快速直接证明组织或产品可信度。①.企业信誉代言人, 例如: ■ 某某品牌在同行业中率先获得 ICS9001 国际信用管理体系证书; ■ 本企业获得 ICS9001 国际信用管理体系证书; ■ ICS9001 国际信用管理体系证书企业。 ②.产品推广应用, 例如: ■ 某某护肤品在同类产品中率先获得 ICS9001 质量信用管理体系证书; ■ 在同类产品中某某保健食品率先获得 ICS9001-2015 产品质量安全信用管理体系证书■ 热烈庆祝我公司在同行业中率先获得 ICS9001 农产品质量安全信用管理体系证书。

**(3)、信用认证标志:** 可按全球统一标准印刷在产品说明书、产品内包装、产品外包装、宣传手册、促销传单等各类媒介上, 增加信任度, 提高销售量; 可按全国统一规范打在电视、报纸、杂志、网络、会展、活动等各类媒体广告上, 增加广告亮点, 吸引消费者眼球, 提高综合竞争力。

## 3.2 品牌信用评价

- 3.2.1 CCS1900 315 标志 ( 单项  两项  多项)
- 3.2.2 CCS1900 315 品牌 (315 知名品牌  315 著名品牌  315 驰名品牌)
- 3.2.3 CCS1900 中国品牌 (中国知名信用品牌  中国著名信用品牌  中国驰名信用品牌)

## 3.3 信用评价服务

- 3.3.1 GOVS1800 地方政府信用评级 ( A 级  AA 级  AAA 级)
- 3.3.2 GOVS1700 行政机关信用评级 ( A 级  AA 级  AAA 级)
- 3.3.3 CCS2900 企业综合信用评级 ( A 级  AA 级  AAA 级  AAAA 级  AAAAA 级)

3.3.4 CCS2900 企业投标信用评级(A级 AA级 AAA级 AAAA级 AAAAA级)

3.3.5 CCS2900 重合同守信用企业 (A级 AA级 AAA级 AAAA级 AAAAA级)

3.3.6 CCS2900 质量·服务诚信单位 (A级 AA级 AAA级 AAAA级 AAAAA级)

3.3.7 CCS2900 中国\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_行业 (A级 AA级 AAA级) 诚信单位

3.3.8 CCS2900 重质量守信用企业 (A级 AA级 AAA级)

3.3.9 CCS2900 重服务守信用企业 (A级 AA级 AAA级)

3.3.10 CCS2900 诚信经营示范单位 (A级 AA级 AAA级)

3.3.11 CCS2900 中国信用示范企业

3.3.12 CCS2900 个人信用评价 (中国诚信企业 中国诚信职业经理人 中国诚信项目经理 中国诚信之星)

3.3.12 其他分类评价: \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

### 3.4 企业资质服务

3.4.1 信用行业企业国家等级资质 国家一级 国家二级 国家三级

3.4.2 清洗保洁行业国家等级资质 国家一级 国家二级 国家三级

3.4.3 物业管理行业国家等级资质 国家一级 国家二级 国家三级

3.4.4 园林绿化行业国家等级资质 国家一级 国家二级 国家三级

3.4.5 商标信用等级评价证书/商标安全信用管理体系证书 AAA级 AA级 A级

3.4.6 环保企业信用评价证书 AAA级 AA级 A级

3.4.7 环保企业信用管理体系证书 一星级(A) 二星级(AA) 三星级(AAA)

3.4.8 环保企业信用评价报告 (说明: 2017年10月2日起接受申请)。

### 3.5 信用报告服务

3.5.1 基本信用报告  3.5.2 标准信用报告  3.5.3 综合信用报告

3.5.4 职业信用报告  3.5.5 专项信用报告  3.5.6 融资信用报告

3.5.7 投标信用评价报告  3.5.8 信贷资信评估报告

3.5.9 信息真实性鉴定报告 (文书 证书 报告 资料)

### 3.6 立信单位认证

3.6.1 XB/T CCIS3600 国家一级立信示范单位

3.6.2 XB/T CCIS3600 国家二级立信示范单位

3.6.3 XB/T CCIS3600 国家三级立信示范单位

3.6.4 XB/T CCIS3600 国家一级立信单位

3.6.5 XB/T CCIS3600 国家二级立信单位

3.6.6 XB/T CCIS3600 国家三级立信单位

3.6.7 XB/T CCIS3600 信用档案建立 (企业 个人)

- 3.6.8 XB/T CCIS3600 征信报告/调查报告/信用报告
- 3.6.9 XB/T CCIS3600 公共信用评级 ( A 级  报告  资料 )
- 3.6.10 CCIS3600 公共信用评级 ( A 级  报告  资料 )
- 3.6.11 CCIS3600 国家一级立信网站
- 3.6.12 CCIS3600 国家二级立信网站
- 3.6.13 CCIS3600 国家三级立信网站
- 3.6.14 CCIS3600 国家一级立信示范网站
- 3.6.15 CCIS3600 国家二级立信示范网站
- 3.6.16 CCIS3600 国家三级立信示范网站
- 3.6.17 CCIS3600 中国 A 级信用网站
- 3.6.18 CCIS3600 中国 AA 级信用网站
- 3.6.19 CCIS3600 中国 AAA 级信用网站

**3.8 自愿性国际标准认证代理** ( 国际通用版,  国内单用版)

- 3.8.1 IB/T ISO 9001 国际质量管理体系认证 ( 辅导  培训  管理手册)
- 3.8.2 IB/T ISO14001 环境管理体系认证 ( 辅导  培训  管理手册)
- 3.8.3 IB/T OHSAS18001 职业健康安全管理体系认证 ( 辅导  培训  管理手册)
- 3.8.4 IB/T ISO22000 食品安全管理体系认证 ( 辅导  培训  管理手册)
- 3.8.5 IB/T ISO27001 信息安全管理体系认证 ( 辅导  培训  管理手册)
- 3.8.6 IB/T HACCP 食品卫生安全管理体系认证 ( 辅导  培训  管理手册)
- 3.8.7 IB/T SA8000 社会责任管理体系认证 ( 辅导  培训  管理手册)
- 3.8.8 IB/T CE 认证 ( 技术辅导  培训)
- 3.8.9 IB/T UL 认证 (美国) ( 技术辅导  培训)
- 3.7.10 IB/T CSA 认证 (加拿大) ( 技术辅导  培训)
- 3.7.11 IB/T PSE 认证 (日本) ( 技术辅导  培训)
- 3.7.12 环保标志认证  一星级  二星级  五星级
- 3.7.13 其它认证 \_\_\_\_\_ ( 技术辅导  培训)
- 3.7.14 认证检测 \_\_\_\_\_ ( 技术辅导  培训)

**4 甲方的权利义务**

4.1 在本合同签署后五个工作日内按照中华人民共和国信用行业标准提交资料清单要求向乙方提供所需全部资料 (包括但不限于单位概况资料、资质证明文件、经营材料、财务报表等), 并对其提供资料的真实性、合法性、完整性和准确性负责。如甲方提交资料不全、不符或提供虚假资料造成评价活动的结果偏差的, 甲方应承担由此引起的全部后果。

4.2 甲方应按照合同规定及时支付申请费、审核费、复审费、审前辅导费、监督审核费、系统费、交通费及住宿费等相关费用。

4.3 甲方应积极配合乙方的相关工作, 乙方将通过查阅甲方提供的相关资料、现场调研、

电话访谈等形式获取评价所需的相关信息。

4.4 乙方必须尊重甲方拥有的或被授权使用的相关知识产权，未经甲方的书面许可，乙方不得擅自使用甲方拥有的或被授权使用的相关知识产权。

4.5 甲方在评价结果做出后发生重大涉及经营、财务等影响企业信用的行为时，应及时向乙方通报。否则，乙方有权对相关的信用产品或服务做出暂停乃至撤消的决定。

4.6 甲方须接受乙方的评价方法、评价结果，以及根据变更事项和跟踪评价后对已经获得的信用等级的修正。

4.7 甲方应按照中华人民共和国法律、行政法规的相关规定，在合法范围内合理使用乙方提供的信用信息和信用产品，如使用不当产生的后果由甲方自行承担。

4.8 如甲方对评价结果持有异议，在收到信用产品后的 15 个工作日内可向乙方提出一次性复评要求，并提供必要的补充资料。

4.9 在相关的信用产品有效期内，甲方应将信用管理体系的变化及时通知乙方，并对此可能引起的增加审核或提前复评做出安排。

4.10 遵守《信用管理体系规则》《信用评价体系规则》及相关国家及行业标准的相关规定，保持、扩大、缩小、暂停、撤消和注销的要求，发生暂停、撤消或注销情况时，须及时主动向乙方上交相关的信用产品，不得以任何借口拖延或无故保留相关的信用产品。

## 5 乙方的权利义务

5.1 乙方在法律允许的范围内设定合理的程序并严格按照程序接受甲方的申请。

5.2 乙方应明确告知甲方信用认证流程、信用认证规则和信用认证公开文件。

5.3 乙方对甲方所提供的涉及商业秘密的信用评价资料负有保密义务，为甲方严守商业机密。对评价过程中接触到的有关甲方经营、管理与技术、财务、合同等方面的资料与信息予以保密。

5.4 乙方在收到甲方报送的评价资料后，对甲方信用情况根据《ICS9001-2015 信用管理体系标准》《CCS9002-2015 企业信用评价体系标准》《CCIS3600-2015 中国公共信用信息公示系统信用信息内容和格式规范》等进行科学、客观、公正的评价，对信用评价决定负责。如乙方存在违反《信用服务行业经营自律标准》和《信用从业人员职业道德准则》的情况，甲方可向乙方仲裁委员会部门投诉，管理部门将根据情况及相关规定处理。

5.5 乙方在收到甲方书面复评要求及补充资料后五个工作日内进行复评，复评结果做出后，乙方可不再受理甲方对复评结果的任何异议。

5.6 乙方享有提供该项服务过程中所涉及的评价方法、评价报告的自有知识产权。

5.7 经甲方同意，且评价结果不作为商业机密，乙方可予公开或公布。

5.8 审核合格后，应及时办理批准甲方取得或保持注册资格的手续，颁发《信用管理体

系证书》或《企业信用评价证书》和《信用报告》及《信用铭牌》等，发布信用公示，信用证书的有效性需经年度审核确认保持。

5.9 负责处理甲方提出的投诉、申诉与争议。

5.10 为甲方有偿提供相应的信用顾问服务、信用管理咨询服务及征信档案服务。

## 6 审核时间安排：

6.1 评价审核时间预定为\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日，具体时间根据乙方工作进度与审核员工作进度等情况确定。

6.2 甲方获准注册后，在信用证书有效期内，按每年度进行监督审核及根据国家相关规定执行不定期稽查。

6.3 由于甲方信用管理体系或信用评价体系变化所引起的增加审核的频次或提前复评，由双方商议确定，提前复审所增加的费用由甲方承担。

## 7 评价费用及付款时间、方式：

7.1 按照信用服务行业公平竞争规范—《信用管理体系规则》和《信用评价体系规则》价格规定执行。审核费用支出范围仅限于调查、审核、注册、备案、知识产权、数据维护、信用监督和结果证书及信用铭牌等费用。

7.2 评价审核费用不包含复审所增加的费用，复审人员车机票费由甲方报销，为减轻甲方经济负担乙方安排复审人员不超过 2 人。

7.3 本次评价综合服务费用优惠为（人民币）\_\_\_\_\_元整（¥：\_\_\_\_\_元）。

7.4 本合同指定收款账户如下：

开户银行：兴业银行北京安华支行 单位全称：北京中美华盛国际信用评价事务所（普通合伙） 银行帐号：321140 10010019 3799
--

7.5 如甲方未能及时交纳上述评价综合服务费用，则乙方有权暂时停止评价活动安排，且本次评价综合服务费用仍由甲方承担。

7.6 本条款仅限申请信用认证的组织，需另增加现场审前辅导费 2500 元/日/人，审前辅导费、交通费和食宿费及相关信用管控系统按实际支出费用由甲方报销；需订购信用防伪标签按评估另行计算。

7.7 甲方需乙方提供信用法律顾问服务，需另行订立信用法律顾问服务合同。

7.8 经复审核，如不能一次通过，经整改后再进行复审。经整改三次仍未通过评价注册资格，则不退回本次评价综合服务费用和相关费用。

## 8 信用证书的组成：

8.1 企业信用证书由证书正文、说明及证书使用规定和信用报告组成。信用报告包括委托单位法定文件、信用机构的法定文书、结论通知及特别规定事项。

8.2 企业信用证书有效期限 叁 年。

8.3 甲方可根据需要申请英文版、繁体版证书每份收取人民币 100 元；其他语种的版本每份收取人民币 300~500 元；信用报告或信用管理手册英文版需另行收费。

## 9 证书年度审核：

9.1 信用证书保持：信用证书有效期内甲方应每年接受监督审核。年审后盖有审核单位年检章或粘贴防伪年检合格标志方为有效。

9.2 证书年度审核费：(1).信用管理体系类 1200 元；(2).企业信用评价类 580 元；(3).个人信用评价类 380 元；(4).其他类 580 元。

9.3 由于甲方严重违背评价的相关约定或发生重大投诉，可能严重影响到甲方持续符合信用管理体系标准或信用评价体系标准时，信用机构将依据《ICS9001-2015 信用管理体系标准》或《CCS2900-2015 企业信用评价体系标准》或《CCIS3600-2015 中国公共信用信息系统信用信息内容和格式规范》等相关条款给予信用预警或风险提示，并重新审核，乙方将适当增加审核费用。

## 10 风险

10.1 甲方建立的信用管理体系或信用评价体系如果不符合《ICS9001-2015 信用管理体系标准》或《CCS2900-2015 企业信用评价体系标准》适用条款的要求，将承担不能通过评价或暂停或撤消信用证书的风险。

10.2 甲方在合同期内隐瞒重要信息、提供虚假信息可能导致被撤消证书的风险。

10.3 甲方应承担因信用证书误用或信用标志使用不当而引起的乙方损失。

10.4 对评价过程中，因乙方责任对甲方造成的损失，损失按信用评价或评价综合费用额赔偿，造成甲方重大损失的，甲方有权利用法律手续维权。

## 11 合同的终止、违约、通知方式

11.1 信用证书的有效性需经年度审核确认保持，否则合同自然终止失效。

11.2 本合同签订后，如一方违反合同，使本合同无法履行，则应赔偿另一方因此而造成的经济损失（赔偿金额为本次信用评价综合费用）。

11.3 在本合同执行期间要求或允许的通知不论以何种方式传递，均自被通知一方实际收到时起生效（实际收到指被通知人的法定地址或住所或其指定的通讯地址范围）。一方变更通讯地址或通讯方式，未通知另一方，对此造成的一切后果变更方承担责任。

## 12 可分性

若本合同中任何条款被认定为无效，该条款不影响其它条款的法律效力。

## 13 保密

乙方不得将甲方经营、管理与技术、财务、合同信息以任何方式泄露给第三方，但下列情况除外：合同签署前乙方得到的消息；甲方已公开的资料；法律另有要求时；国家主管部门或有管辖权的司法机构及仲裁机关做出判决、裁定、裁决等司法文书要

求时。

## 14 争议处理

凡因执行本合同所发生的或与本合同有关的一切争议，双方应通过友好协商解决；如协商不能解决，应提交北京市海淀区人民法院以诉讼方式解决。

## 15 合同的变更和解释、法律适用、生效条件及其他

15.1 本合同的解除、终止或者本合同有关条款的无效均不影响本合同关于合同的解释、违约责任、法律适用、责任限制、补偿及争议解决的有关约定的效力。

15.2 本合同的订立、效力、解释、履行和争议的解决均适用《中华人民共和国合同法》、《反不正当竞争法》和相关法律法规。

15.3 如果本合同任何条款根据适用的现行法律被确定为无效或无法实施，本合同的其他所有条款将继续有效。此种情况下，双方将以有效的约定替换该约定，且该有效约定应尽可能接近原约定和本合同相应的精神和宗旨。

15.4 对本合同的理解与解释应依据合同目的和文本原义及业界通行的理解和国际惯例进行，并且应当将本合同各条款及有关附件作为一个整体来理解和解释。本合同内的标题不应影响本合同的解释。

15.5 订立本合同所依据的法律、行政法规、规章发生变化，本合同应变更相关内容；订立本合同所依据的客观情况发生重大变化，致使本合同无法履行的，经甲乙双方协商同意，可以变更本合同相关内容或者终止合同的履行。

15.6 在本合同有效期内，因乙方上市、被收购、与第三方合并、名称变更等事由，甲方同意乙方可以将其在本合同中的权利和/或义务转让给相应的乙方权利/义务的承受者，但乙方应保证甲方在本合同中的权益不会因此而受到不利影响。

15.7 甲、乙双方应本着诚实信用的原则履行本合同。任何一方在履行中采用欺诈、胁迫或者暴力的手段，另一方均可以终止本合同并有权要求对方赔偿损失。

15.8 本合同的有关条款或者约定若与双方以前签署的有关条款或者甲方的有关陈述不一致或者相抵触的，以本合同为准。

15.9 未经双方协商一致，本合同项下的权利义务不可转移、许可给第三方，除非一方进行重组、合并或者名称变更，但应通知另一方。

15.10 本合同复印件、传真件、扫描件同原件内容符合甲乙双方同意认可，具有原件相同法律效力。

15.11 本合同未定事宜，经双方平等协商，在双方当事人共同认可的前提下，予以补充、或者修改。补充或者修改部分与本合同具有同等法律效力。但是甲乙双方对协议的任何补充或者修改必须以双方签字认同后形成书面文字形式方可生效。

## 16 特别提醒：法律责任事项

16.1 乙方对信用证书、信用报告及信用铭牌内容的真实性和合法性承担法律责任。因乙方原因，导致甲方无法使用信用证书、信用报告及信用铭牌，乙方承担因此造成甲方的所有损失。

16.2 甲方因使用乙方信用证书、信用报告及信用铭牌被工商、质监、公安、司法等国家行政监管部门鉴定为非法的，或被同行、竞争对手提起诉讼法院判决为虚假的，由此造成的一切经济损失和法律责任由乙方全部承担。

**17 本合同生效日期：**

本合同自签订之日起，经甲乙双方单位盖章后生效。

**18** 本合同壹式二份，甲方持壹份，乙方持壹份，具有相同法律效力。

**19 本合同电子版（扫描件）具有本合同相同的法律效力。**

**20** 本合同补充条款：

**甲 方（盖 章）**

**乙方或丙方（盖 章）**

**名 称：**

**名 称：**

**通讯地址：**

**通讯地址：**

**邮 编：**

**邮 编：**

**电 话：**

**电 话：**

**邮 箱：**

**邮 箱：**

**签 约 人：**

**签 约 人：**

**签署日期：**                    年    月    日

**签署日期：**                    年    月    日