**《平台经济企业诚信经营规范》**

**团体标准编制说明**

平台经济是以互联网平台为主要载体，以数据为关键生产要素，以新一代信息技术为核心驱动力，以网络信息基础设施为重要支撑的新型经济形态。平台经济作为一种创新型的商业模式正在迅猛崛起，已经成为产业转型升级的新龙头和推动经济增长的新引擎。

我国平台经济快速发展，在经济社会发展全局中的地位和作用日益突显。伴随着平台经济的快速发展，消费欺诈、竞价排名、用户歧视、数据泄露、恶性竞争甚至金融诈骗等现象屡见不鲜。平台经济中的欺诈、失信乱象，严重损害了人民群众合法权益，扰乱网络营商环境，也为经济社会发展带来了诸多风险和挑战。加强平台经济领域信用建设，营造良好的营商环境，是促进平台经济规范健康发展的内在要求。推动平台经济领域信用建设，保障平台经济健康发展，需要国家、社会、企业、网民等多主体参与、共同发力，形成合力。

**一、工作简况**

包括任务来源、主要参加单位和工作组成员及分工、主要工作过程等。

《国务院办公厅关于促进平台经济规范健康发展的指导意见》（国办发〔2019〕38号）、国家发展改革委等部门印发《关于推动平台经济规范健康持续发展的若干意见》（发改高技〔2021〕1872号），要求深入推进互联网创新发展，积极发展“互联网+服务业”。推动行业自律，督促平台企业依法合规经营，鼓励行业协会牵头制定团体标准、行业自律公约。发挥行业协会作用，引导互联网企业间加强对严重违法失信名单等相关信用评价互通、互联、互认，推动平台企业对网络经营者违法行为实施联防联控。

通过调研，目前平台经济方面还没有相关国家标准、团体标准，相较于平台经济的快速发展，严重滞后。为发挥我会社会影响力，拟向协会申报编制《平台经济企业诚信经营规范》团体标准，为平台经济赋能高质量发展保驾护航。

**二、标准编制原则**

编制标准遵循的主要原则。

制定该团体标准主要遵循以下原则和依据：

1．科学性原则

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》的要求和规定编写本标准内容。同时，参考 GB/T 20000.1《标准化工作指南》以及《服务标准化工作指南》等相关标准化文件资料，力求使信用标准化工作符合客观规律，遵循科学性原则。

2．系统性原则

本标准遵循体系化的原则，按照社会信用标准体系架构确定的框架基础，结合平台经济企业实际情况，旨在引导平台经济企业建立和遵循诚信经营的原则，保护消费者合法权益，促进公平竞争，维护市场秩序，推动平台经济健康发展。

3．适用性原则

本标准的制定，遵循国家标准的制定程序和要求，加强平台经济企业诚信经营的规范和管理，涉及平台经济企业、平台内经营者以及平台内使用者三类主体。

**三、标准主要内容的确定**

适用范围或主要技术内容：

**范围：**本标准主要是针对平台经济企业实施诚信管理体系的原则和方法，规定了平台经济企业环境、领导作用、策划、支持、管理实现、检查与分析和持续改进的要求。

制定本标准的目的，是为了规范平台经济企业信用风险的防范，控制和转移的相关管理技术、业务操作及制定相关的制度安排。帮助各类型和规模的平台经济企业建立运行有效的诚信管理体系，通过诚信管理体系的有效运行，帮助平台经济企业平衡和协调处理社会关系，担当社会责任，进而实现持续提高平台经济企业诚信水平的目标。

建立《平台经济企业诚信经营规范》团体标准，第一，平台经济企业可以通过标准的实施，构建自身的诚信管理体系。二是平台经济企业通过开展标准的实施应用，可以基于建立的诚信管理体系，开展平台经济企业诚信管理体系认证。三是在标准实施当中，可用于指导行业组织和第三方机构对诚信管理体系进行审核，平台经济企业也可以开展标准的自我评价。

**主要技术内容：**1.标准实施适用的范围；2.规范性引用文件；3.术语和定义；4.分类和命名；5.诚信管理原则和基本要求；6.诚信管理体系；7.领导作用；8.诚信管理机制；9.信用调查；10.评价指标及评价方法；11.信用评价;12.信用报告;13.信用档案建立;14.授信管理;15.商账管理；16.社会责任；17.检查与分析；18.信用修复；19.守信激励；20.持续改进机制；21.附录。

**四、与国际、国外同类标准水平的对比情况**

与国际、国外同类标准水平的对比情况，国内外关键指标对比分析或与测试的国外样品、样机的相关数据对比情况。

我国目前尚未制定专门针对职业信用、背景调查相关的国家标准和行业标准、团体标准。

目前已发布或正在起草的或与相关的标准有：

GB/T31950-2023 企业诚信管理体系 要求

GB/T42507-2023 从业人员信用档案建设与管理要求

GB/T19001 质量管理体系要求

GB/T23794 企业信用评价指标

GB/T29467 企业质量诚信管理实施规范

GB/T38253-2019 家居用品企业诚信管理体系要求

DB33/T2511-2022互联网平台企业竞争合规管理规范

DB33/T927-2020平台经济企业用工服务指南

DB12/T1211-2023共享经济灵活就业人员管理与服务机构服务规范

**五、与国内相关标准的关系**

美国平台经济起步较早，目前以脸书（Facebook）、亚马逊（Amazon）、网飞（Netflix）、谷歌（Google）四家互联网平台企业为主要核心力量，在全球都有很大的影响力，加之高科技公司在云计算、大数据、人工智能等领域的领先地位，保证了美国在平台经济领域的绝对优势。中国是世界上平台经济较发达国家，规模仅次于美国。日本平台经济规模相比于中美两国整体偏小，一方面没有跨国大型平台公司做支撑，另一方面国内市场较小。韩国平台经济以跨国互联网平台为主，发展较慢。

平台经济从产生到现在短短数十年，在规模和影响方面发生了翻天覆地的变化，已深刻改变了全球产业布局、人类活动方式乃至全球竞争格局，呈现出以下趋势性特征：

第一、平台经济规模庞大。平台公司由于网络效应的存在，当积累到一定用户数量后，会呈现井喷式发展，其规模也会比传统公司大很多。

第二、平台经济发展快速。互联网平台发展呈加速态势。据阿里研究院数据，在当地市场的用户渗透率从0攀升到50%，亚马逊花费14年，淘宝花费9年，爱奇艺花费6年，而腾讯和滴滴仅用3年。

第三、平台经济吸纳就业能力强。平台经济存在跨边网络效应，积累一方用户的同时，也吸引着商品和服务提供者入场。如滴滴平台为社会提供了大量就业机会，2017年6月至2018年6月，共有3066万人（含专车、快车、顺风车、代驾、豪华车司机和车主）在滴滴平台获得收入。

第四、平台经济分工细化。平台经济初期主要聚焦于商业、社交等资源配置不合理领域，针对传统领域供需匹配不畅和交易成本太高等痛点而产生。随着平台经济进一步发展，向传统经济模式不断渗透，更多场景搬上互联网平台。

第五、多元生态化发展趋势明显。平台往往从本身核心业务出发，或为巩固核心业务优势地位，或为增加用户粘性，倾向于引入多边或多样化场景，例如将社交、直播引入购物环节等。

第六、平台与平台之间竞争越来越激烈。平台具有网络效应，在平台起步阶段培养用户粘性以获得足够多的用户至关重要，加之平台生态化发展趋势明显，现在平台与平台之间的竞争演变成生态竞争。

第七、平台的国际化发展特征明显。现在的知名平台企业，虽总部具有国别性质，但平台的国家属性已十分模糊。各平台公司在某一地区达到市场饱和后，开始寻求更大规模市场，于是收购国外同类型公司，或者直接出国开展业务。

平台经济在全世界能迅速发展起来，源于其自身独特的优势，如在降低交易成本、提高交易效率，促进交易双方信息透明，深化社会分工，提高社会福利等方面，都有着积极的推动作用。但是，任何事物都具有双面性，平台经济在带来诸多优势和便利的同时，也存在一些问题。一是平台的监管问题。由于是借助网络进行业务推广，平台经济存在着难以有效监管的问题，而且很多平台还是跨国运营的，这就给传统的属地监管方式带来了挑战。平台的交易方式有时也难以监管到位，比如平台公司是基于大数据算法而进行个性化推荐，从而容易形成大数据杀熟、信息茧蛹等现象。二是数据问题。平台经济依托网络而进行交易，形成了大量的交易数据，但是对这些交易数据的归属问题一直难以界定。三是平台垄断问题。平台经济借助互联网快速发展，往往容易因为先发优势快速占领市场，而对其他的竞争者形成排他性优势，从而形成行业垄断地位，反过来又降低了社会的整体经济福利。此外，平台经济也存在法律缺位、从业者保护等问题。

**六、重大分歧意见的处理经过和依据**

说明标准编制过程中是否存在重大意见分歧及对重大分歧的处理经过和依据。

无

**七、其他**

如标准涉及专利，应有明确的知识产权说明；实施标准的要求和措施建议等。

无

《平台经济企业诚信经营规范》团体标准编写组

2024年6月