

附件 2

浙闽赣皖四省边际城市互联网信息服务主体信用评价规范

（征求意见稿）

前 言

本文件按照 GB/T1.1—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》给出的规则起草。

本文件由衢州市信用和营商环境促进会提出并归口。

本文件起草单位：衢州市互联网信息办公室、新华社中国经济信息社、南平市互联网信息办公室、上饶市互联网信息办公室、黄山市互联网信息办公室、衢州市营商环境建设办公室

本文件主要起草人：

引 言

随着移动互联网、大数据、云计算、人工智能等新一代信息技术的快速发展，互联网信息服务行业进入了快速发展期，微博、微信、新闻客户端等新媒体所具有的及时性、开放性、移动性等特征改变了人们的阅读习惯和信息获取方式，丰富了人们的网络生活，但同时也带来了非法网络公关、虚假宣传等违规失信行为，严重侵害了人们的合法权益，亟待加强网络信用建设予以规范。

浙江衢州、福建南平、江西上饶、安徽黄山共处浙闽赣皖四省交界处，地域相接、生态相依、文脉相连、人缘相亲，对网络信用协作共建有着迫切的需求和良好的基础。构建浙闽赣皖四省边际城市网络信用共建机制，为四地网信部门搭建一个交流经验、互相借鉴、共谋发展的平台，能够有效打破网络信用服务地域壁垒，扎实推动四地网络信用信息共享、联合奖惩、服务创新、信用修复等工作，为四地网络信用协作共建注入强劲动力。

编制浙闽赣皖四省边际城市互联网信息服务主体信用评价规范团体标准是浙闽赣皖四省边际城市网络信用共建机制的重要内容，旨在“以评促建，以评促优”，引导四地互联网信息服务主体依法履行主体责任，积极践行社会主义核心价值观，从而推动四地网络信用建设。

浙闽赣皖四省边际城市互联网信息服务主体信用评级规范

1 范围

本文件规定了互联网信息服务主体信用评价的术语和定义、评价原则、评价主体和对象、评价方法、评价流程、数据管理、评价结果应用等内容。

本文件适用于浙江衢州、福建南平、江西上饶、安徽黄山的互联网信息服务主体信用评级，其他城市和企业的互联网信息服务主体信用评级也可参考使用。

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。凡是注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；凡是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 信用 基本术语

GB/T 34830.1 信用信息征集规范 第1部分：总则

3 术语和定义

GB/T 22117 界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

互联网信息服务 Internet Information Services

通过互联网向上网用户提供信息的服务活动。

注：引自《互联网信息服务管理办法》。

3.2

信用主体 Subject of Credit

参与信用活动的个人或组织 (3.6)

[来源: GB/T 22117—2018, 2.4]

3.3

互联网信息服务主体 Subject of Internet Information Services

提供、使用互联网信息服务 (3.1) 的单位、个人或社会组织。

3.4

信用评价 Credit Assessment

对互联网信息服务 (3.1) 主体在某一时期的信用状况进行记录、分析和评估, 并用特定符号标明其信用状况的活动。

[来源: GB/T 22119—2017, 3.2, 有修改]

3.5

评价主体 Subject of Assessment

开展互联网信息服务 (3.1) 主体信用评价 (3.4) 的组织 (3.6)。

3.6

组织 Organization

对责任、权限和关系做出安排并有明确目标, 由人和设施结合而成的实体或团体。

[来源: GB/T 36000—2015, 3.22]

4 评价原则

4.1 依法依规原则

评价活动应按照法律法规、规范性文件的要求进行。

4.2 客观公正原则

评价活动应保证数据真实有效，可核实验证，实事求是、公平公正地确定评价结果。

4.3 公开规范原则

评价方法应依法依规进行公示，评价程序应规范。

4.4 科学合理原则

评价方法应结构清晰、层次分明，各项指标设置合理、有机配合，能够反映互联网信息服务主体的真实信用状况。

5 评价主体和要求

评价主体一般是地级市互联网信息办公室。评价对象一般为地级市辖区内的互联网信息服务主体。

6 评价方法

6.1 指标设置原则

6.1.1 代表性原则，即评价指标可以反映信用主体的信用状况

6.1.2 科学性原则，即评价指标不重复、不交叉、相互协调

6.1.3 可行性原则，即评价指标简单易懂，评价数据易于采集、应用。

6.2 指标体系

互联网信息服务主体信用评价指标体系分为实体信用、主动承诺守信、基础守信行为、2A级守信行为正面评价、3A

级守信行为正面评价、失信行为负面评价等一级指标。实体信用分为网络信息服务主体真实性、网络信息服务主体信用档案等二级指标；2A级守信行为正面评价分为基础守信行为、导向和影响力、表彰奖励、总编辑制度、经研究认定的其他情形等二级指标；3A级守信行为正面评价分为基础守信行为、表彰奖励、总编辑制度、新闻服务资质、经研究认定的其他情形等二级指标；失信行为负面评价分为B级失信行为、C级失信行为、D级失信行为等二级指标。互联网信息服务主体信用评价指标体系见图1。

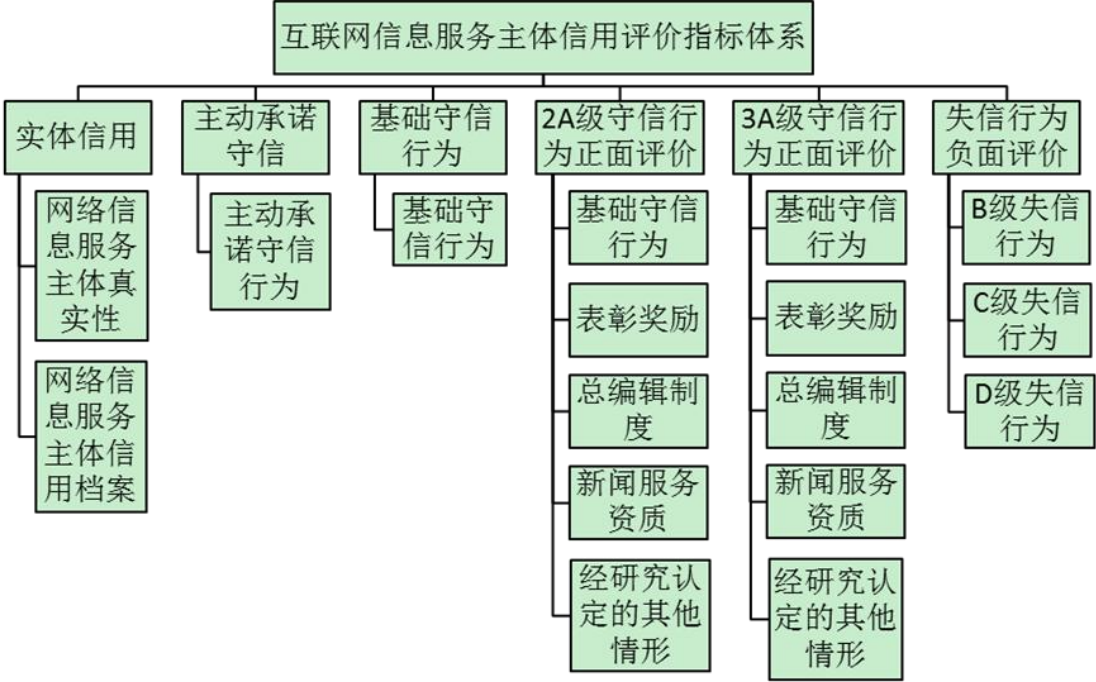


图1 互联网信息服务主体信用评价指标体系框架

6.3 评价指标

互联网信息服务主体信用评价指标与评价内容见表1。

表1 互联网信息服务主体信用评价指标

一级指标	二级指标	三级指标	指标内容	分值	代号
实体信用	网络信息服务主体真实性	网络信息服务主体主办者	注册地址、主办者姓名	100	A1
		网络信息服务主体法人	注册主办者手机号、住	100	A2

		联系方式	址、邮箱地址		
		网络信用服务主体标识码	网址（微信账号、微博账号、头条账号）	50	A3
		网络信息服务主体备案地	网站备案信息（微信、微博、头条号不填）	50	A4
		网络信息服务主体接入地	接入端口服务商（微信、微博、头条号不填）	50	A5
		网络信息服务业务运营地	业务开展及实体机构所在地	50	A6
	网络信息服务主体信用档案	历史违法违规记录	没有被司法部门调查或诉讼记录	50	A7
		统一社会信用代码	组织机构代码证、营业执照信息	50	A8
主动承诺守信	主动承诺守信行为	同意签署并公示《网络信息服务信用承诺书》	签署并在网络运营平台公布《互联网信息服务信用承诺书》	50	A9
基础守信行为	基础守信行为	A 级连续无失信行为	连续 3 月以上无失信行为	10	A10
2A 级守信行为正面评价	基础守信行为	2A 级连续无失信行为	连续 6 月以上无失信行为	20	A11
	导向和影响力	网络信息服务主体影响力排行榜	连续 6 个月入选属地网站、媒体影响力综合排行榜前十或专业排行榜前五名	20	A12
	表彰奖励	获市级以上表彰或奖励	市级网信部门或其他部门表彰奖励	20	A13
	总编辑制度	是否建立总编辑制度	设立总编辑制度	5	A14
			有互联网新闻信息服务管理制度	5	A15
			有与服务相适应的编辑人员	5	A16
			有与服务相适应的内容审核人员	5	A17
	经研究认定的其他情形	主动配合网信部门开展网络宣传管理工作	主动配合网信部门开展网络宣传管理工作	30	A18
3A 级守信行为正面评价	基础守信行为	3A 级连续无失信行为	连续 1 年以上无失信行为	70	A19
	表彰奖励	省级、国家级表彰奖励	省级以上表彰奖励	50	A20
			国家级表彰奖励	70	A21
	总编辑制度	是否建立总编辑制度	设立总编辑制度	10	A22
			有健全的互联网新闻信息服务管理制度	10	A23

			有与服务相适应的专职编辑人员	10	A24
			有与服务相适应的专职内容审核人员	10	A25
			有与服务相适应的技术保障人员	5	A26
			有健全的信息安全管理制度和安全可控的技术保障措施	5	A27
	新闻服务资质	新闻服务资质	获得《互联网新闻信息服务许可》	70	A28
	经研究认定的其他情形	主动配合网信部门开展网络宣传管理工作	主动配合网信部门开展网络宣传管理工作	50	A29
失信行为负面评价	一般失信B级	未经许可开展服务	未经许可或超越许可范围开展互联网信息服务	-10	A30
		不履行报备手续	更改备案信息、业务内容、服务项目、网站网址及其他基础实体信用数据,未向网信部门或其他主管部门备案的	-10	A31
		违反承诺	违反信用承诺,造成不良影响的	-10	A32
		不履行合同义务	连续 12 个月内发生 1 次以上 3 次以下(含 3 次)未按合同、协议约定的方式和期限履行义务,被投诉至相关部门并经网信部门认定属实的	-10	A33
		一般性内容违规	转载或发布信息稿源不规范,歪曲、篡改标题原意和新闻信息内容,造成不良影响的。	-10	A34
			转载互联网信息违反著作权相关法律法规的规定,被举报并经核查属实,或对著作权人的合法权益造成损害,造成不良影响的	-10	A35
			被举报传播违法违规	-10	A36

			信息,并经网信部门认定属实的		
			连续6个月内2次以上因内容违法违规被网信部门责令限期改正的	-10	A37
	较重失信 C级	行政管理措施	制作、复制、发布、传播法律、行政法规禁止的信息内容,造成较严重社会影响,被网信部门采取约谈、警告、责令限期改正、停止更新等行政管理措施的	-20	A38
		履行合同义务	连续12个月内无特殊原因发生3次以上未按合同、协议约定的方式和期限履行义务,被投诉至相关部门,并经网信部门认定属实的;	-20	A39
		记录期内再次发生失信行为	被认定为一般失信B级后,信用记录有效期结束之日起,3个月内再次发生失信行为的。	-20	A40
	严重失信 D级	行政处罚	因违反互联网信息内容管理相关法律法规,被网信部门单独或会同有关部门处以关闭网站、吊销相关业务许可证或者吊销营业执照、撤销许可或者取消备案的行政处罚的	-30	A41
		行政处罚	因违反互联网信息内容管理相关法律法规,被网信部门单独或会同有关部门处以上述第一项以外的行政处罚且拒不履行或限期未按要求履行的;	-30	A42
		严重违规并造成恶劣影响	通过网络编造、发布、传播违背社会公德、商业道德、诚实信用等信息,或者故意为编造、发布、传播违背社会公德、商业道德、诚实信	-30	A43

			用等信息提供技术、设备支持或者其他服务，严重破坏网络空间传播秩序，损害社会公共利益和人民群众合法权益，造成恶劣社会影响的；		
		其他情形	违反法律、行政法规规定，失信情节严重的其他情形；	-30	A44
		反面典型案例通报	被省级以上网信部门作为典型案例通报批评的；	-30	A45
		记录期内再次发生失信行为	被认定为较重失信 C 级后，信用记录有效期结束之日起，3 个月内再次发生失信行为的。	-30	A46

6.4 计分方法

守信 A 级信用分按式（1）计算：

$$E_A = \sum_{i=1}^{10} A_i \cdots \cdots \cdots (1)$$

式中：

E_A ——守信 A 级信用分；

A_i ——第 i 个三级指标分值。

守信 2A 级信用分按式（2）计算：

$$E_{2A} = E_A + A_{11} + \sum_{i=12}^{18} A_i \cdots \cdots \cdots (2)$$

式中：

E_{2A} ——守信 2A 级信用分；

A_{11} ——第 11 个三级指标分值；

A_i ——第 i 个三级指标得分。

守信 3A 级信用分按式（3）计算：

$$E_{3A} = E_{2A} + A_{19} + \sum_{i=20}^{29} A_i \cdots \cdots \cdots (3)$$

式中：

E_{3A} ——守信 3A 级信用分；

A_{11} ——第 19 个三级指标分值；

A_i ——第 i 个三级指标得分。

一般失信 B 级信用分按式（4）计算：

$$E_B = 500 + \sum_{i=30}^{37} A_i \cdots \cdots \cdots (4)$$

式中：

E_B ——一般失信 B 级信用分；

A_i ——第 i 个三级指标得分。

较重失信 C 级信用分按式（5）计算：

$$E_C = 420 + \sum_{i=38}^{40} A_i \cdots \cdots \cdots (5)$$

式中：

E_C ——较重失信 C 级信用分；

A_i ——第 i 个三级指标得分。

严重失信 D 级信用分按式（6）计算：

$$E_D = 360 + \sum_{i=38}^{46} A_i \cdots \cdots \cdots (6)$$

式中：

E_D ——严重失信 D 级信用分；

A_i ——第 i 个三级指标得分。

6.5 信用等级设置

互联网信息服务主体信用等级分为六个等级，从高到低分别是守信 3A 级、守信 2A 级、守信 A 级、一般失信 B 级、较重失信 C 级、严重失信 D 级。

6.5.1 守信 A 级（560 分）

同时具备下列条件的，认定为守信 A 级：

——坚持正确舆论导向，促进形成积极健康、向上向善的网络文化，维护国家利益和公共利益的；

——如实向网信部门提供网络信息服务主体主办者、备案地、接入地、运营地、法人姓名、身份证号、统一社会信用代码等信息的；

——连续 3 个月运营服务良好、无失信行为的；

——主动签订并公布《互联网信息服务信用承诺书》的。

6.5.2 守信 2A 级（600—670 分）

在获得守信 A 级的基础上，连续 6 个月无失信行为，并同时具有下列情形之一的，认定为守信 2A 级：

——排名网站或新媒体影响力排行榜前列的；

——获得市级以上网信部门或其他主管部门表彰奖励的；

——设立总编辑制度，有互联网信息服务管理制度，有与服务相适应的新闻编辑人员、内容审核人员的；

——经研究认定，其他应被认定为 2A 级的。

6.5.3 守信 3A 级（720—960 分）

在获得守信 2A 级的基础上，连续 1 年无失信行为，并同时具有下列情形之一的，认定为守信 3A 级：

——获得省级以上网信部门或其他主管部门表彰奖励的；

——设立总编辑制度，有健全的互联网信息服务管理制度，有与服务相适应的专职新闻编辑人员、内容审核人员和技术保障人员，有健全的信息安全管理制度和安全可控的技

术保障措施的；

——获得国家互联网信息办公室颁发的《互联网新闻信息服务许可》；

——经研究认定，其他应被认定为 3A 级的。

6.5.4 一般失信 B 级

具有以下情形之一的，认定一般失信 B 级：

——未经许可或超越许可范围开展互联网信息服务的；

——更改备案信息、业务内容、服务项目、网站网址及其他基础实体信用数据，未向网信部门和其他主管部门备案的；

——违反信用承诺，造成不良影响的；

——连续 12 个月内发生 1 次以上 3 次（含 3 次）以下未按合同、协议约定的方式和期限履行义务，被投诉至相关部门，并经网信部门认定属实的；

——转载或发布信息稿源不规范、歪曲、篡改标题原意和新闻信息内容，造成不良影响的；

——转载互联网信息违反著作权相关法律法规的规定，被举报并经核查属实，或对著作权人的合法权益造成损害，造成不良影响的；

——被举报传播违法违规信息，并经网信部门认定属实的；

——连续 6 个月内 2 次以上因内容违法违规被网信部门责令限期改正的。

6.5.5 较重失信 C 级

具有下列情形之一的，认定较重失信 C 级：

——制作、复制、发布、传播法律、行政法规禁止的信息内容，造成较严重社会影响，被网信部门采取约谈、警告、责令限期改正、停止更新等行政管理措施的；

——连续 12 个月内无正当理由发生 3 次以上未按合同、协议约定的方式和期限履行义务，被投诉至相关部门，并经网信部门认定属实的；

——被认定为一般失信 B 级后，信用记录有效期结束之日起，3 个月内再次发生失信行为的。

6.5.6 严重失信 D 级

具有下列情形之一的，认定为严重失信 D 级：

——因违反互联网信息内容管理相关法律法规，被网信部门或会同有关部门处以关闭网站、吊销相关业务许可证或吊销营业执照、撤销许可或者取消备案的；

——因违反互联网信息内容管理相关法律法规，被网信部门或会同有关部门处以上述第一项以外的行政处罚且拒不履行或限期未按要求履行的；

——通过网络编造、发布、传播违背社会公德、商业道德、诚实信用等信息，或故意为编造、发布、传播违背社会公德、商业道德、诚实信用等信息提供技术、设备支持或者其他服务，严重破坏网络空间传播秩序，损害社会公共利益和人民群众合法权益，造成恶劣社会影响的；

——违法法律、行政法规规定，失信情节严重的其他情形；

- 被省级以上网信部门作为典型案例通报批评的；
- 被认定为较重失信 C 级后，信用记录有效期结束之日起，3 个月内再次发生失信行为的。

7 评价流程

7.1 启动评价

评价主体组织开展互联网信息服务主体信用评价，评价流程见图 2。

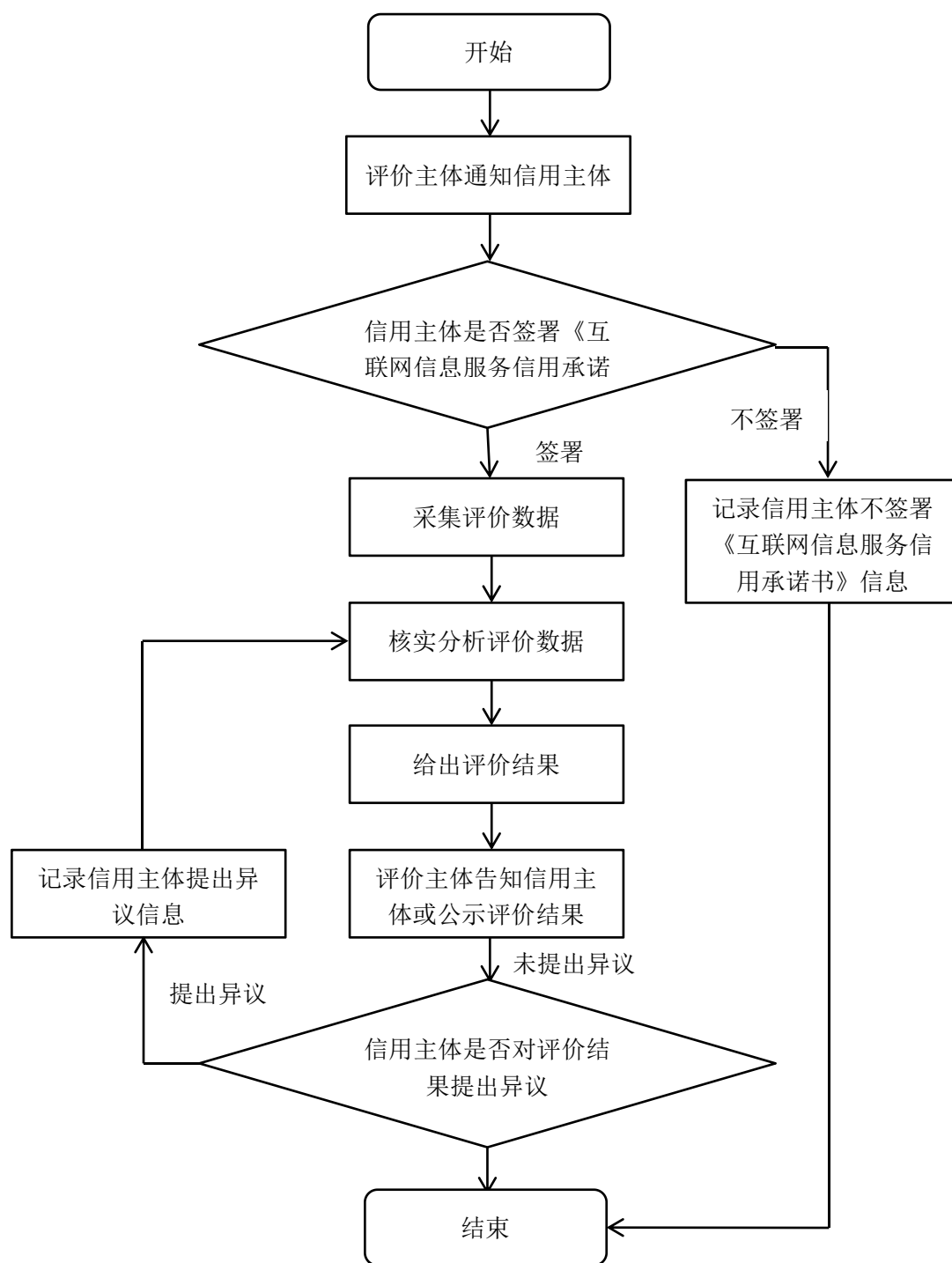


图2 互联网信息服务主体信用评价流程

7.2 签署《互联网信息服务信用承诺书》

互联网信息服务主体签署《互联网信息服务信用承诺书》，承诺依法诚信办网、加强用户信用管理、保护网民合法权益、抵制有害信息等，以及违法失信后将自愿接受约束

和惩戒。

7.3 数据采集

7.3.1 评价数据

评价数据主要包括以下八个方面：

- a) 行政管理部门颁发的证书、证明文件、获奖表彰、证明，出具的检查通报、调查结果；
- b) 互联网信息服务主体提供的文件档案、历史档案等；
- c) 已生效的判决书或仲裁判决书、行政处罚决定书；
- d) 网信部门及相关执法部门签发的日常巡查记录、约谈记录、责令限期整改通知书、通报批评等失信行为记录；
- e) 经有关职能部门或机构查证并做出处理决定的文书或文件；
- f) 经媒体披露、投诉举办并认定属实的失信行为认定文书或文件；
- g) 信用评价机构信用评价的文书或文件；
- h) 其他具有法律效力的文书或文件。

7.3.2 采集路径

采集路径主要包括以下三个方面：

a) 信用主体自报。互联网信息服务主体在规定时间内按照评价指标要求提交相应的佐证材料，以其提交材料中所反映的实际情况作为相应指标的评价依据。佐证材料的内容和形式以实际评价工作需要为准，包括但不限于制度文件、案例、图片等；

b) 相关部门和单位提供。由相关部门和单位按照评价

指标要求协助提供相应的佐证材料，以其提交材料中所反映的实际情况作为相应指标的评价依据。佐证材料的内容和形式以实际评价工作需要为准，包括但不限于制度文件、情况说明等；

c) 公开数据查询。渠道包括相关部门和单位网站及其所发布的报告等。数据采集原则上以信用主体以及相关部门和单位提供数据为准，如果信用主体以及相关部门和单位未能提供相关数据，则以查询到的公开数据进行辅助评价。

7.4 核实分析评价数据

对采集到的原始数据核实验证，清洗、剔除或更正问题数据并记录留痕，确保评价数据的准确、可追溯。

评价数据的核实验证方式包括但不限于：

——函电确认；

——数据分析；

——交叉验证。

7.5 给出评价结果

评价主体根据第 6 章评价方法计算出评价结果。

7.6 评价结果公示

评价主体应定期公布或告知互联网信息服务主体评价结果。公布内容包括但不限于互联网信息服务主体的自然人或组织机构名称、信用代码或组织机构代码、守信或失信原因。

7.7 异议处理

7.7.1 互联网信息服务主体认为数据与事实不符或有

异议的，可以向评价主体提出书面异议申请，并提交相关证据材料。评价主体应当在收到异议申请之日起 10 个工作日内进行核查，在 5 个工作日内完成核查，并将处理结果告知申请人。

7.7.2 异议数据核实完毕后，若需更正的，应当及时予以更正。异议数据无法核实的，应当予以删除，并记录删除原因。

7.7.3 异议处理期间，异议数据应当进行标识，但不影响评价结果。

8 数据管理

8.1 基本要求

评价主体应按照法律、法规、规章，遵循客观、公正、准确、及时的原则，建立数据获取、更新、归集、发布、应用等分类管理工作机制。

评价主体应对属于个人隐私、企业商业秘密或法律、法规、规章明确规定不得公开的信息，采取安全保密措施。

8.2 信用记录有效期

互联网信息服务主体守信和失信行为信用记录有效期，从该守信和失信行为被认定之日起开始计算。

守信行为信用记录有效期为 3 年；B 级失信行为信用记录有效期为 6 个月；C 级失信行为信用记录有效期为 1 年；D 级失信行为信用记录有效期为 2 年。

9 评价结果应用

相关部门和单位应依据互联网信息服务主体信用等级，

坚持“激励为主、惩戒为辅”的原则，逐步形成守信者“处处守信、事事方便”、失信者“溢出失信、处处受制”的互联网信息服务主体信用联合奖惩机制。

参考文献

- [1] GB/T 22116—2008 企业信用等级表示方法
- [2] GB/T 22117—2018 信用基本术语
- [3] GB/T 22119—2017 信用服务机构 诚信评价业务规范
- [4] GB/T 34830.1—2017 信用信息征集规范 第1部分：总则
- [5] GB/T 34830.2—2017 信用信息征集规范 第2部分：内容
- [6] GB/T 36000—2015 社会责任指南
- [7] GB/T 36444—2020 公共信用信息标准总体架构
- [8] GB/T 23794—2023 企业信用评价指标
- [9] 中华人民共和国网络安全法（中华人民共和国第十二届全国人民代表大会常务委员会第二十四次会议）
- [10] 关于推进社会信用体系建设高质量发展促进形成新发展格局的意见（中共中央办公厅 国务院办公厅）
- [9] 关于加快建设全国统一大市场的意见（中共中央 国务院）
- [10] 关于印发《全国公共信用信息基础目录（2022年版）》和《全国失信惩戒措施基础清单（2022年版）》
- [11] 互联网信息服务管理办法（2011修订）（国务院 2011年）
- [12] 互联网新闻信息服务管理规定（国家网信办 2017年）
- [13] 网络信息内容生态治理规定（国家网信办 2019年）

[14] 非经营性互联网信息服务备案管理办法（2024 修订）
（工信部 2024 年）