

江西腾标认证有限公司

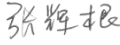
企业供应商服务认证技术规范

受控状态：（)

文件编号：CTS TBSC086-2026

版本号：B/2

编制：技术部

审核：张辉根 

批准：周春阳 

1 范围

本标准规定了企业供应商服务认证的规范性要求，包括服务要求、管理要求和服务认证评价等内容。

本标准适用于认证机构实施企业供应商服务认证活动，也适用于各类向企业（采购方）提供产品或服务的供应商组织（含制造型企业、贸易型企业、服务型企业等）规范其自身的服务行为，或寻求相关方对其符合性的确认。

2 规范性引用文件

下列文件对于本文件的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件，仅注日期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 19001—2016 质量管理体系 要求

GB/T 19004—2011 追求组织的持续成功 质量管理方法

GB/T 19012—2021 质量管理 顾客满意 组织投诉处理指南

GB/T 24421.2—2009 服务业组织标准化工作指南 第2部分：标准体系

GB/T 27400—2020 合格评定 服务认证技术通则

GB/T 27205—2019 合格评定 服务认证方案指南和示例

GB/T 27207—2020 合格评定 服务认证模式选择与应用导则

GB/T 36000—2015 社会责任指南

GB/T 35770—2017 合规管理体系 指南

3 术语和定义

3.1 企业供应商服务

指供应商组织向采购方（企业客户）提供其生产所需的物料、产品或服务，并涵盖从需求响应、订单确认、生产排程、物流配送、质量保障、技术支持到售后服务的全链条专业化服务过程。

3.2 服务接触点

在企业供应商服务过程中，供应商组织与采购方发生直接互动或间接影响的具体环节，如商务沟通、资质审核、订单确认、交付签收、质量检验、对账结算、投诉处理等。

3.3 服务特性

企业供应商服务过程中固有的、可被采购方体验感知的特征，如可靠性、稳定性、响应性、协同性、经济性。

4 服务要求

4.1 业务接洽与准入

4.1.1 供应商组织应具备合法经营资质，在首次接洽时应主动提供营业执照、生产许可、体系认证、第三方检测报告等必要资质文件。采购方体验感知：他们非常专业，一上来就把所有资质都准备好了，省了我们很多事。

4.1.2 应建立明确的客户服务联系人机制，并配备专业的销售、技术等对接人员。采购方体验感知：我们有专属的销售经理和技术支持，沟通效率很高。

4.1.3 报价流程应清晰透明，报价单应包含完整的规格、交期、价格条款、付款方式及质保信息。采购方体验感知：报价单很清晰，没有隐形条款，价格透明。

4.1.4 应配合采购方的供应商准入审核，如现场验厂、样品测试、小批量试制等。采购方体验感知：他们非常配合我们的验厂流程，沟通很顺畅。

4.2 订单处理与交付保障

4.2.1 供应商组织应确保对采购方下达的订单在约定的时间内（如 24 小时）完成确认，并回复明确的交期。采购方体验感知：订单确认响应很快，交期回复明确。

4.2.2 应严格按照合同约定的交期、数量、规格进行生产和交付。采购方体验感知：每次都能按我们要求的交期准时到货，从没有延误过。

4.2.3 应提供必要的物流状态跟踪信息，支持采购方实时查询。采购方体验感知：他们能提供发货通知和物流轨迹，我们可以实时追踪。

4.2.4 应具备应急交付能力，在采购方遇到紧急需求时能快速响应。采购方体验感知：我们有一次紧急要货，他们加班加点帮我们完成了交付，非常给力。

4.3 产品质量与履约绩效

4.3.1 供应商组织应确保交付的实物产品或服务稳定、可靠，满足合同约定的技术规格和质量标准。采购方体验感知：他们供的货质量一直很稳定，我们几乎不用额外抽检。

4.3.2 应随货提供必要的质量证明文件，如合格证、质保书、出厂检验报告等。采购方体验感知：到货的质保书和报告都齐全，有问题我们也能追溯。

4.3.3 应建立质量问题快速响应机制，对采购方提出的质量投诉，应在承诺的时间内（如 48 小时）给出处理方案。采购方体验感知：质量有问题向他们反馈，响应非常快，问题解决得也很及时。

4.3.4 应主动进行持续改进，降低不良品率，提升产品一致性和可靠性。采购方体验感知：他们每年都在改进，产品质量越来越好。

4.4 商务协同与信息沟通

4.4.1 供应商组织应建立与采购方的定期沟通机制，如周例会、月报等，及时通报订单执行和产能情况。采购方体验感知：他们每月都会提交业务报告，产能和交付情况一目了然。

4.4.2 对可能影响交付的问题（如原材料短缺、设备故障等），应主动、提前预警。采购方体验感知：有一次他们原材料可能出现问题，提前一个月就通知了我们，我们得以调整采购计划。

4.4.3 账务结算清晰、透明，发票开具及时、准确。采购方体验感知：每个月的对账单都很清楚，发票也开得很及时。

4.5 持续关系与价值共创

- 4.5.1 供应商组织应在项目或合同期内保持稳定的服务团队，确保服务的一致性。采购方体验感知：负责我们业务的销售经理和技术人员几乎没有变动过，合作很顺畅。
- 4.5.2 应主动参与采购方的技术研讨、联合研发或降本增效活动。采购方体验感知：他们主动派技术专家和我们一起来搞研发，帮我们解决了几个技术难题。
- 4.5.3 应配合采购方完成年度供应商绩效评价，并对评价反馈提出改进计划。采购方体验感知：年底评优后，他们针对我们的反馈制定了下一年度的改进计划，很负责。

5 管理要求

5.1 通用要求

5.1.1 组织应建立并保持满足 GB/T 19001 要求的企业供应商服务体系，确保其实施和保持，并持续改进其有效性。组织应：

- a) 结合供应商服务接触理论，识别关键服务环节，建立服务总蓝图；
- b) 确定服务提供的准则和方法；
- c) 确保可获得必要的资源和信息；
- d) 监视、测量和分析；
- e) 实施必要的改进措施。

5.1.2 针对影响服务符合性的外包过程（如物流外包、部分工序外协加工等），组织应建立并实施控制程序。

5.2 特定要求

5.2.1 企业治理与管理目标

组织应明确其作为供应商的业务定位与核心优势，并建立包含采购方视角的管理目标，包括但不限于：

- a) 满意指标：采购方综合满意度；重大客户合同续约率；
- b) 质量指标：一次交付合格率（应不低于设定阈值，如 99%）；产品/服务抽检合格率；因质量问题导致的退换货率；
- c) 交付指标：按时交付率（应为 100%）；订单确认及时率；紧急订单满足率；
- d) 合规与安全指标：因违法违规受到的行政处罚数（应为 0）；重大安全生产事故数（应为 0）；重大知识产权纠纷数（应为 0）。

5.2.2 组织管理与能力建设

组织应具备满足作为优质供应商的综合服务能力，包括但不限于：

- a) 资质与信誉：具备合法经营资质，商业信誉良好，通过相关管理体系认证（如质量、环境、职业健康安全等）；
- b) 人才队伍：拥有一支专业化的销售、技术、生产、质量管理、物流管理等团队。关键岗位人员应具备相应执业资格；
- c) 技术装备：配备满足客户需求的生产设备、检验设备及信息化管理系统（如 ERP、MES）。

5.2.3 营销与客户准入管理

组织应建立并实施营销与客户准入管理制度，包括但不限于：

- a) 客户画像与开发：明确目标客户群体，制定标准化的客户开发流程；
- b) 资质与样品管理：建立标准化的资质文件、样品管理流程，确保能快速响应采购方的准入要求；
- c) 报价与合同管理：建立标准化的报价审批流程和合同评审制度，确保商务条件清晰、合法合规。

5.2.4 订单履行与交付管理

组织应建立并实施订单履行与交付管理制度，包括但不限于：

- a) 订单管理：制定标准化的订单接收、评审、确认、排产、发货流程，确保信息在各部门间高效流转；
- b) 生产调度：建立基于 ERP 的生产排程系统，确保产能与交期匹配；
- c) 物流与运输管理：建立标准化的物流服务标准和承运商管理制度，确保运输过程安全、准时、可追踪；
- d) 应急响应：制定应急交付预案，对由于各种原因导致的交付瓶颈有明确的对策。

5.2.5 产品质量与服务保证

组织应建立并实施产品质量与服务保证制度，包括但不限于：

- a) 质量策划与控制：实施从原材料入厂、生产过程、成品出厂的全程质量控制；
- b) 测量与检验：配备必要的检测设备和人员，建立产品检验标准和流程；
- c) 不合格品管理：建立不合格品隔离、标识、评审、处置和纠正预防措施流程；
- d) 客户投诉处理：建立标准化的客户投诉受理、分析、处理和反馈流程。

5.2.6 客户关系与商务协同

组织应建立并实施客户关系与商务协同管理制度，包括但不限于：

- a) 客户档案管理：建立重要客户的档案，记录关键人员、历史订单、技术偏好、合作情况等；
- b) 定期沟通与报告：建立与客户的定期沟通和报告机制；
- c) 协同改进：主动参与或组织与客户的联合质量改进、降本增效、技术研讨会等。

5.2.7 信息与数据安全

组织应建立并实施信息与数据安全管理制度，包括但不限于：

- a) 保密管理：与员工签订保密协议，对接触到的客户信息、技术图纸、商务数据严格保密；
- b) 系统安全：确保 ERP、CRM 等系统的安全，防止数据泄露或篡改。

5.2.8 投诉与纠纷处理

组织应建立并实施投诉与纠纷处理机制，包括但不限于：

- a) 在承诺的期限内完成投诉的调查、核实、处理与反馈；
- b) 所有投诉应有完整记录，并用于趋势分析和改进。

5.2.9 供应链合规与社会责任

组织应建立并实施供应链合规与社会责任管理制度，包括但不限于：

- a) 合规经营：确保自身经营及对客户的所有承诺符合法律法规要求；
- b) 社会责任：遵守劳工权益、环境保护等方面的社会责任，并引导其上游供应商履行社会责任。

6 服务认证评价

6.1 认证准则

6.1.1 服务要求测评准则

6.1.1.1 第4章给出的企业供应商服务要求，其服务特性的测评应依据附录A表A.1给出的测评工具实施。

6.1.1.2 服务认证审查员基于表A.1实施服务要求（即服务特性）体验测评时：

a) 表A.1是根据第4章的4.1~4.5要求，赋权量化构建的服务特性体验测评表，设定满分为100分；

b) 测评内容为明显的“是，否”判断时，可用直接判断法，判定得分和不得分；

c) 测评内容除了b)情形外，给出基于李克特5点式量表的体验系数 α ，如下：

1) 远低于预期： $0 \leq \alpha \leq 0.2$ ；

2) 低于预期： $0.2 < \alpha \leq 0.4$ ；

3) 符合预期： $0.4 < \alpha \leq 0.6$ ；

4) 高于预期： $0.6 < \alpha \leq 0.8$ ；

5) 远高于预期： $0.8 < \alpha \leq 1.0$ 。

d) 用表A.1中给定的每一项测评内容的分值乘以该项确定的体验系数 α 后求和，得出服务特性测评基础分；

e) 将服务特性测评基础分乘以体验否决系数E，得出服务特性测评分。其中，体验否决系数 $E=\{0, 1\}$ ，当服务过程中发生下列任一情况时 $E=0$ ，否则 $E=1$ ：

1) 评价期间，因供应商责任导致核心客户停产或重大经济损失的；

2) 评价期间，因供应商产品质量问题引发重大安全事故或公共舆论事件的。

f) 评价服务内容不含评价表中部分内容时，可提前说明，按以上评分方法得出总分后按比例换算最后分值。

6.1.1.3 服务特性测评活动，其总分由计算每人（次）测评分的均值获得。

6.1.2 管理要求审核准则

6.1.2.1 第5章给出的管理要求，应依据附录B表B.1给出的审核工具实施。审核应包括GB/T 19001标准要求的质量管理体系，以及本标准第5章规定的内容。

6.1.2.2 获得认证机构所颁发且有效的质量管理体系认证证书的组织，可由认证机构评估风险后决定是否免除其GB/T 19001标准要求的质量管理体系的评价。

6.1.2.3 企业供应商服务的管理要求审核通常采用管理体系审核的要求和方法。

6.1.2.4 企业供应商服务的特定管理要求（5.2）的审核工具可参照 GB/T 19004-2011 标准给出的成熟度模型，采用五级定性成熟度水平的评价方法。表 1 给出了管理要求如何与成熟度水平相对应的通用模型示例。

表 1 管理成熟度水平通用模型表格

关键要素	管理成熟度水平				
	一级	二级	三级	四级	五级
特定要求	基本水平				最佳实践

6.1.2.5 根据表 B.1 给出的管理要求审核工具实施第 5 章的管理要求的成熟度评价。

6.2 认证结果

6.2.1 结果分级

服务认证结果分为三个等级，从低至高依，分为 3 个等级，如表所示。

6.2.2 等级判定

认证结果的等级判定应综合考虑服务特性测评得分和服务管理审核成熟度等级，具体判定规则如下：

序号	服务特性测评得分	服务管理审核成熟度等级	认证级别
1	60-79	二级及以上	AAA
2	80~90	三级及以上	AAAA
3	90 及以上	四级及以上	AAAAA

附录 A

表 A.1 企业供应商服务要求测评表

序号	评价项目（分值）	评价子项目（分值）	评价内容（基于采购方视角体验）	给定分值	体验系数 α	评价得分
1	4.1 接洽与准入 (20.0)	4.1.1 资质文件完备性 (5)	资质文件齐全，主动提供，无需我们催促。	1.0		
2		4.1.2 响应专业度 (5)	商务和技术人员响应及时、专业。	1.0		
3		4.1.3 报价透明度 (5)	报价单清晰透明，不含隐形费用。	1.0		
4		4.1.4 样品质量 (5)	样品质量好，与量产一致。	1.0		
5		4.1.5 验厂配合度 (5)	配合验厂积极，流程顺畅。	1.0		
6		4.1.6 合同规范性 (5)	合同条款清晰，权责明确。	1.0		
7		4.1.7 首次沟通印象 (5)	首次沟通就展现出很强的专业性和合作意愿。	1.0		
8		4.1.8 保密协议签署 (5)	能主动签署保密协议。	1.0		
9		4.1.9 技术交流能力 (5)	能提供专业的技术交流和支 持。	1.0		
10		4.1.10 整体准入体验 (5)	整体准入阶段的体验良好。	1.0		
11	4.2 订单与交	4.2.1 订单确认	订单确认非常及时。	1.0		

	付 (20.0)	及时性 (5)				
12		4.2.2 交期回复准确性 (5)	交期回复准确，后不随意变更。	1.0		
13		4.2.3 交付准时性 (5)	能按约定日期准时到货。	1.0		
14		4.2.4 交付数量准确性 (5)	数量准确，无短少。	1.0		
15		4.2.5 包装完好性 (5)	产品包装完好，能有效保护产品。	1.0		
16		4.2.6 物流查询便利性 (5)	物流信息可实时查询。	1.0		
17		4.2.7 发货通知及时性 (5)	发货前能及时通知，并预估到货时间。	1.0		
18		4.2.8 应急交付能力 (5)	紧急订单能满足，有能力应对突发需求。	1.0		
19		4.2.9 单据完整性 (5)	随货单据齐全，包括送货单、质检报告等。	1.0		
20		4.2.10 整体交付体验 (5)	对交付环节的整体体验满意。	1.0		
21	4.3 质量与绩效 (20.0)	4.3.1 产品质量稳定性 (5)	产品质量非常稳定，批次差异小。	1.0		
22		4.3.2 质保文件齐全 (5)	每批次都有合格证、质保书。	1.0		
23		4.3.3 投诉响应速度 (5)	质量问题投诉后响应很快。	1.0		
24		4.3.4 问题处理效率 (5)	质量问题的处理（退换货、赔偿）高效。	1.0		
25		4.3.5 改善主动性 (5)	能主动分析问题根因并提供8D报告等。	1.0		

26		4.3.6 服务配合度 (5)	配合我们的来料检验和现场审核。	1.0		
27		4.3.7 质保期服务 (5)	质保期内服务及时、到位。	1.0		
28		4.3.8 产品一致性 (5)	量产产品与确认样保持一致。	1.0		
29		4.3.9 不良率低 (5)	来料不良率很低，几乎无需筛选。	1.0		
30		4.3.10 整体质量体验 (5)	对质量服务的整体体验满意。	1.0		
31	4.4 沟通与协同 (20.0)	4.4.1 沟通渠道便利 (5)	有多种沟通方式，联系方便。	1.0		
32		4.4.2 信息反馈主动性 (5)	主动反馈订单进展和潜在问题。	1.0		
33		4.4.3 问题预警及时 (5)	对可能出现的交期、质量问题能提前预警。	1.0		
34		4.4.4 对账结算清晰 (5)	对账单和发票清晰、准确。	1.0		
35		4.4.5 账单时效性 (5)	对账和开票的时效性满足要求。	1.0		
36		4.4.6 反馈响应速度 (5)	对商务问题的响应速度快。	1.0		
37		4.4.7 技术支持能力 (5)	能提供及时的技术支持。	1.0		
38		4.4.8 定期沟通机制 (5)	有定期沟通机制（如周报、月会）。	1.0		
39		4.4.9 问题解决态度 (5)	解决问题的态度积极、诚恳。	1.0		
40		4.4.10 整体沟通体验 (5)	对沟通与协同的整体体验满意。	1.0		

41	4.5 关系与共创 (20.0)	4.5.1 长期合作意愿 (5)	表现出强烈的长期合作意愿。	1.0		
42		4.5.2 团队稳定性 (5)	客户服务团队稳定，人员不轻易变动。	1.0		
43		4.5.3 主动降本 (5)	主动提出降本方案，分享价值。	1.0		
44		4.5.4 创新提案 (5)	能提出技术、工艺、材料等方面的创新提案。	1.0		
45		4.5.5 联合开发意愿 (5)	愿意投入资源进行联合开发。	1.0		
46		4.5.6 绩效改进落实 (5)	能认真对待我们反馈的绩效评价，并落实改进。	1.0		
47		4.5.7 信息保密严格 (5)	对我们的技术和商务信息严格保密。	1.0		
48		4.5.8 投诉响应及时 (5)	投诉后响应及时，处理到位。	1.0		
49		4.5.9 品牌信任度 (5)	合作中对该供应商产生了信任。	1.0		
50		4.5.10 推荐意愿 (5)	愿意将该供应商推荐给其他同行。	1.0		
总分	100	—	—	50.0	—	—

附录 B

表 B.1 企业供应商服务管理成熟度等级描述

考核要求	评定等级及评定要求				
	一级	二级	三级	四级	五级
5.2.1 企业治理与目标	组织未建立明确的供应商服务管理目标，或目标不可测量。公司管理粗放。	组织明确了供应商服务的管理目标，各项目标可测量。初步明确了各岗位职责。	组织在相关职能和层次上建立并实施了目标。KPI分解到部门，并系统收集分析。	各项目标如期实现。管理层依据KPIs进行决策。能识别服务过程中的系统性风险。	提供3年以上KPI数据并进行对比。能根据数据预测趋势并推动服务模式创新（如推出VMI模式、供应链金融）。
5.2.2 组织管理与能力建设	缺乏系统的客户服务培训。人员多靠经验，缺乏标准作业流程。	建立了初步的培训制度。开始使用ERP系统基础模块。	建立了覆盖全员的能力管理体系。有标准化的培训教材，覆盖销售、技术、生产等。	满足第三级要求。具有科学的员工满意度测评，员工满意度与销售绩效关联分析。	满足第四级要求。建立了员工满意度与客户满意度的相关性分析。企业是行业供应链管理标杆。
5.2.3 营销与客户准入	未建立标准化的营销与客户准入流程。报价、样品管理随意。	建立了初步的客户准入流程。有标准的报价单模板。	建立并实施了标准化的营销与客户准入管理制度（SOP）。有标准化的客户开发流程、报价审核流程。	满足第三级要求。并能利用数据分析（如不同渠道获客成本）优化营销策略。	满足第四级要求。服务策划实现预测性分析，能主动预警客户潜在需求并提供定制化方案。
5.2.4 订单与交付管理	未建立标准化的订单管理流程。生产排程混乱，交付经常延迟。	建立了初步的订单管理流程。有基本的生产计划。	建立并实施了标准化的订单与交付管理程序（SOP）。有标准	满足第三级要求。并能利用数据分析（如交付准时率趋势）优化生产调	满足第四级要求。交付管理实现数字化、智能化（如AI预测订单、智能

			化的订单评审、生产派工、发货确认流程。	度和物流方案。	调度）。
5.2.5 质量与服务保证	未建立系统性的质量控制体系。问题处理主要靠个人经验，无系统记录。	建立了初步的质量控制流程。有基本的出厂检验。	建立并实施了标准化的质量与服务保证制度（SOP）。有标准化的来料、过程、成品检验流程。	满足第三级要求。并能进行质量趋势分析，系统优化质量控制点。	满足第四级要求。质量管理实现数据驱动，能预测潜在质量风险并主动干预。
5.2.6 客户关系与协同	未建立客户关系管理制度。与客户的沟通被动，无定期联络。	建立了初步的客户档案。有基本联系方式。	建立并实施了标准化的客户关系与协同管理制度（SOP）。有标准化的客户档案管理、定期沟通机制。	满足第三级要求。并能进行客户满意度趋势分析，系统提升客户体验。客户续约率上升。	满足第四级要求，并能提供行业最佳实践。客户关系管理实现预测性分析，主动预警客户流失风险。
5.2.7 信息与数据安全	未建立信息与数据安全管理制度。客户信息记录混乱。	建立了初步的信息保密制度。	建立并实施了标准化的信息与数据安全管理制度（SOP）。客户信息实行分级管理。	满足第三级要求。信息安全管理实现数字化、自动化。	满足第四级要求。数据安全达到行业最高标准。
5.2.8 投诉与纠纷处理	未建立投诉与纠纷处理机制。	建立了投诉处理程序。	建立并实施了标准化的投诉与纠纷处理程序，明确流程和时限。投诉台账完整。	满足第三级要求。并能进行投诉趋势分析，找出系统性问题并采取预防措施。	满足第四级要求，投诉几乎为零，成为行业处理规范。
5.2.9 供应链合规与责任	未建立供应链合规与社会责任管理制度。	建立了初步的合规管理制度。	建立并实施了标准化的供应链合规与社会责任管理制度。	满足第三级要求。并能定期分析和改进合规与社会责任绩效。	满足第四级要求。供应链合规与社会责任管理达到卓越水平，成为行

					业引领者。
5.2.10 服务改进与知识管理	未建立系统性的服务改进措施。项目做完就结束。	建立了初步的服务改进措施，对明显问题进行了总结。	建立并实施了标准化的服务改进与知识管理制度。定期召开客户服务复盘会。	满足第三级要求。并能提供跨客户案例库复用案例，显著提升首次合作成功率。	满足第四级要求，并建立了完善的持续改进文化，使服务质量在行业中处于引领地位。知识资产成为核心竞争力。

表 B.2 企业供应商服务管理要求成熟度对应分值

特定管理要求	总分值	成熟度分值				
		一级	二级	三级	四级	五级
5.2.1 企业治理与目标	10	2	4	6	8	10
5.2.2 组织管理与能力建设	10	2	4	6	8	10
5.2.3 营销与客户准入	10	2	4	6	8	10
5.2.4 订单与交付管理	10	2	4	6	8	10
5.2.5 质量与服务保证	10	2	4	6	8	10
5.2.6 客户关系与协同	10	2	4	6	8	10
5.2.7 信息与数据安全	10	2	4	6	8	10
5.2.8 投诉与纠纷处理	10	2	4	6	8	10
5.2.9 供应链合规与责任	10	2	4	6	8	10
5.2.10 服务改进与知识管理	10	2	4	6	8	10
合计	100	20	40	60	80	100

B.3 在实施企业供应商服务管理要求的成熟度评价时：

- a) 根据表 B.1 对 5.2.1~5.2.10 的成熟度水平进行逐一评价，如某一条达不到一级成熟度要求，则该条不得分；
- b) 将各条成熟度得分累加后，得出管理成熟度总分；
- c) 管理成熟度总分乘以管理成熟度否决系数 M ，得出管理成熟度最终得分。其中，管理成熟度否决系数 $M=\{0, 1\}$ ，当发生下列任一情况时 $M=0$ ，否则 $M=1$ ：

- 1. 5.2.1~5.2.10 中，同时有超过 3 项成熟度无法达到一级水平；
- 2. 5.2.4、5.2.5 中任意一项成熟度无法达到一级水平。

d) 根据管理成熟度总分，管理要求分级规则如下：

- 3. 20 分（含）~38 分，一级，单项条款得分应不低于“1”分；
- 4. 38 分（含）~59 分，二级，单项条款得分应不低于“2”分；
- 5. 59 分（含）~80 分，三级，单项条款得分应不低于“3”分；
- 6. 80 分（含）~90 分，四级，单项条款得分应不低于“3”分；
- 7. 90 分（含）~100 分，五级，单项条款得分应不低于“3”分。