

ICS 03.100.01

CCS A 16

T/DGBDA

团 体 标 准

T/DGBDA 001—2024

东莞市建筑装饰行业诚信建设规范

Integrity Construction specification for Dongguan building decoration industry

2024-6-20发布

2024-7-15实施

东莞市建筑装饰协会 发布

目 次

前 言	I
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 行业诚信建设	2
5 企业主体诚信建设	4
6 企业主体信用评价	5
附录 A （规范性）东莞市建筑装饰行业企业主体信用评价否决项	7
附录 B （规范性）东莞市建筑装饰行业企业主体信用评价指标	8

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。本文件发布机构不承担识别专利的任务。

本文件由东莞市建筑装饰协会提出并归口。

在执行过程中的意见和建议，请及时反馈给东莞市建筑装饰协会。

地址：东莞市莞城街道天宝路12号天宝建材设计城A座5楼1单元505、506室。

本文件起草单位：东莞市建筑装饰协会、东莞市土木建筑学会、东莞市定制家居行业协会、东莞市美达装饰设计工程有限公司、东莞市附城东城装修设计工程有限公司、冠恒建设集团有限公司、广东莞匠装饰工程有限公司、东莞市卓意实业有限公司、广东汇能装饰设计工程有限公司、东莞市江桦装饰有限公司、广东一叶建设工程有限公司、广东睿泽建设工程有限公司、广东高雅广告装饰工程有限公司、东莞市东浩建材有限公司、广东大圣装饰工程有限公司、东莞市鲁班装饰工程有限公司、广东大喜装饰设计工程有限公司、广东质鼎集团有限公司、广东卓别建设工程有限公司。

本文件主要起草人员：黄焯明、刘铎瀛、邓冠华、刘伟、雷伟良、钟锡田、叶惠洪、叶桂连、陈家乐、蔡燕如、郑金伙、莫锐辉、冯桂青、蒋亚兰。

东莞市建筑装饰行业诚信建设规范

1 范围

本文件规定了东莞市建筑装饰行业诚信建设的有关术语及定义，并明确了行业诚信自律建设、建筑装饰企业主体诚信建设和企业主体信用评价的相关内容等。

本文件适用于行业性社会团体对建筑装饰企业开展的诚信教育培训、企业主体信用评价等诚信建设相关活动，也适用于建筑装饰企业自主开展诚信建设工作。

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 22116 企业信用等级表示方法

GB/T 31950—2015 企业诚信管理体系

3 术语和定义

3.1

诚信 integrity

企业信守相关承诺的思想、意识和行为，是企业基于信用和践行信用，并将诚实守信融入生产经营各环节的意愿、能力和实践的持续改善过程。

[来源：GB/T 31950—2015，3.1，有修改]

3.2

诚信方针 integrity policy

由企业最高管理者就企业的诚信价值正式表达的总体意图和方向，是为采取措施以及建立诚信目标和诚信指标提供的基本方案。

[来源：GB/T 31950—2015，3.1，有修改]

3.3

诚信目标 integrity objective

企业依据诚信方针规定所要实现的诚信目的。诚信目标通常是可量化、可操作和在一定期限内可实现的，是对客户和其他相关利益方需求的响应。

3.4

诚信建设 integrity Construction

行业性社会团体、企业主体依据诚信方针和诚信目标确立相应的承诺，以信用法律法规和相关标准体系为基础，持续推进企业的诚信制度建设、诚信文化建设，落实企业信用经营情况评价，并建立守信激励和失信惩戒机制等，促使诚实守信成为企业的自觉行为的一系列过程。

3.5

信用 credit

在经济领域，信用等同于交易信用，是交易各方在信任的基础上，不用立即付款或担保就可以获得资金、物资或服务的能力。这种能力以在约定期限内履约为条件，并可使用货币单位直接度量。

[来源：GB/T 22117--2018，2.1，有修改]

3.6

企业 company

从事建筑装饰行业，包括但不限于装饰材料生产和经销、建筑装饰设计、公共建筑装饰装修工程、家庭住宅装饰装修工程、建筑幕墙工程以及特殊建筑装饰工程的法人和其他营利性组织。

3.7

企业信用 company credit

企业履行承诺的意愿和能力，尤其是偿还到期债务的意愿和能力。

[来源：GB/T 22117--2018，2.6，有修改]

3.8

信用评价 credit rating

对企业主体在某一时期的信用状况进行记录、分析和评估，并形成信用评估结果的活动，也特指行业性社会团体或具有资质的第三方机构根据信用评估指标，采取问卷、访谈、文献等方法对企业主体进行科学评价，并以一定的符号表示其信用等级的一种有组织的活动。

3.9

信用评价报告 credit rating report

在对企业进行信用评价后出具的，能够真实、客观反馈企业在评估周期内信用状况的评价报告。

4 行业诚信建设

4.1 通则

东莞市建筑装饰协会作为建筑装饰领域的行业性社会团体之一，应发挥在行业诚信建设中的作用，建立健全诚信建设各项管理机制、准则，加强会员企业诚信宣传教育和培训，联合第三方评价机构或自行组织专业队伍开展企业信用经营情况评价等，促进行业诚信建设水平提升。

4.2 诚信建设管理应用

东莞市建筑装饰协会应建立健全会员企业信用评价应用机制,并积极协助市场监督管理局等相关政府部门,将信用评价结果应用于资质审批、执业资格注册、资质资格取消等审批审核事项的管理。

4.3 行业诚信自律建设

东莞市建筑装饰协会应根据国家有关法律法规制定行业诚信自律公约,规范行业内相关企业的经营行为,维护本行业的社会声誉和会员企业的合法权益,促进企业诚信经营,营造信用良好的市场环境。

4.4 信用信息交换共享机制建设

东莞市建筑装饰协会应以需求为导向,在保护隐私、责任明确、数据及时准确的前提下,建立信用信息交换共享机制,并适当公开工程建设项目信息和相关信用信息,为会员企业提供多层次、全方位的诚信信息服务。

4.5 行业内部信用争议处理规则

东莞市建筑装饰协会应积极制定和落实行业内部信用争议处理规则,协助会员合法合规合理处理信用争议事件,缓和矛盾与规范市场秩序。

4.6 从业人员职业道德准则

东莞市建筑装饰协会应制定和落实行业从业人员职业道德准则,以职业道德形式明确从业人员诚信服务要求,维护消费者权益,推动行业诚信建设。

4.7 诚信档案管理机制

东莞市建筑装饰协会应建立会员企业诚信档案管理机制,全面掌握包含政府监管信息、银行信贷信息、行业评价信息、媒体评价信息、企业运营信息、市场反馈信息等内容在内的企业诚信信息。

4.8 行业质量检查制度及实施

东莞市建筑装饰协会应制定行业质量检查制度,并按制度组织开展行业质量检查或参与相关政府部门或单位组织的行业质量检查,借此督促企业主体信用履约。

4.9 行业领域诚信问题专项治理

东莞市建筑装饰协会应定期开展诚信专项教育、企业主体信用评价或其他治理活动。联合市场监督管理局等相关政府部门,针对拖欠工程款、违法转包分包、申报资质资格弄虚作假、工程质量不符合行业标准或合同约定等问题开展专项治理,树立行业诚信风尚。

4.10 市场准入退出制度建设

东莞市建筑装饰协会应协助政府及有关部门完善市场准入退出制度,加大对发生重大工程质量、安全责任事故或有其他重大失信行为的企业及负有责任的从业人员的惩戒力度。

4.11 诚信奖惩机制建设

4.11.1 守信主体的奖励和激励

东莞市建筑装饰协会应加大对守信行为的表彰和宣传力度。按规定对诚信企业和模范个人给予表彰,通过新闻媒体广泛宣传,营造守信光荣的舆论氛围。

4.11.2 失信主体的约束和惩戒

东莞市建筑装饰协会应根据前款（见4.3）制定的行业诚信自律公约对会员进行约束并监督会员遵守。对违规的失信者，按照情节轻重，实行在行业内进行失信信息公布、警告、行业内通报批评、公开谴责、协助移交相关政府部门处理等惩戒措施，且不能参与行业内关于技术成果评定、质量评定等评比达标表彰活动。

5 企业主体诚信建设

5.1 通则

企业主体诚信建设以过程为基础，企业的最高管理者和管理层应明确诚信建设在企业中的地位和价值，并提供诚信建设所需的人力资源、物资资源、组织资源以及文化资源等各类资源，确保诚信建设过程的顺利推进。

5.2 诚信建设策划

5.2.1 明确诚信方针

企业最高管理者应确保诚信方针与企业的宗旨相适应，同时，能获得企业管理团队和员工的认可，并能满足对客户和其他利益相关方的承诺。

5.2.2 确定诚信目标

企业最高管理者应制定能满足客户及其他利益相关方需求的目标。该目标应能指导企业诚信建设的全过程，且与诚信方针保持一致，并确保目标可测量。

5.2.3 识别诚信建设要素

企业最高管理者应识别诚信建设的各方面要素，包括但不限于人力资源管理、客户和其他相关利益方需求识别、诚信文化环境建设、社会责任履行、诚信风险管理以及建立持续改进机制等。

5.3 诚信建设要素实现

企业应根据前款（见5.2.3）所提及的诚信建要素，将诚信建设各要素贯穿在企业生产经营和管理中，确保诚信建设要素得到有效落地，营造守信发展的良好环境。

5.3.1 人力资源管理

企业应制定明确规则以对诚信建设负责人和相关执行人员的行为进行奖惩和规范，并充分识别诚信建设工作落实相关的人力资源影响因素，制定匹配的支持措施，动态监控诚信建设工作开展情况及持续优化。

5.3.2 客户和其他相关利益方需求识别

企业应采取访谈、观察、资料分析等多种手段有效识别客户和其他相关利益方需求，在坚持诚信为本的原则下，采取必要的措施满足客户和其他相关利益方需求，持续提高服务品质。

5.3.3 诚信文化环境建设

5.3.3.1 企业应在各类教育和培训中进一步充实诚信教育内容，大力开展诚信教育活动以及专题培训，引导员工对标信用评价指标有关要求落实经营管理，树立重信守诺的企业形象。

5.3.3.2 企业应采取多种方式，在办公环境、企业员工生活区等各类场所以及企业网站、微信公众号等线上平台开展诚信建设，营造重信守诺的氛围。

5.3.3.3 企业应定期公布自身的经营状况、财务状况、重大项目进展等信息，持续加强企业信息的披露和公示，提高企业的透明度，增强企业的社会公信力。

5.3.4 社会责任履行

企业应做好员工的薪资、劳动福利、安全等方面的保障，依法履行纳税等义务，主动关注社会问题和公益事业，积极参与公益活动，履行企业社会责任，树立良好的企业形象。

5.3.5 诚信风险管理

企业应有效识别可能存在的与企业诚信相关的风险，包括但不限于政策风险、产品风险、经营管理风险、舆情风险等，并采取有效措施进行应对。

5.3.6 持续改进

企业应定期对诚信管理体系进行评估和改进，确保体系的有效性和适应性。鼓励员工提出改进意见和建议，促进企业的诚信建设水平持续提升。

5.4 支持和资源

企业应从内部提供诚信建设所需的各类资源，且在必要的情况下寻求外部条件的支持，确保企业诚信建设的顺利推进。

5.4.1 人力资源

5.4.1.1 企业在推进诚信建设过程中，应结合前款（5.3.1）人力资源管理要素实现要求，明确诚信体系建设的主要负责人和执行人员，且应通过培训、交流学习等方式确保相关人员掌握企业诚信体系建设所需要的知识和技能。

5.4.1.2 企业应提供培训或其他适当的方式，推动企业人员理解诚信体系建设的重要性，清楚自身在诚信建设中的角色定位，明确自身需要遵守的诚信建设要求及相应奖惩规定等。

5.4.2 基础设施设备

企业应能提供诚信建设所需的基础设施设备，包括但不限于培训场地、企业文化墙、宣传栏以及电子信息设施设备等。

5.4.3 知识分享

企业应明确诚信建设所需的知识，包括但不限于诚信建设相关法律法规文件、案例等，并采取适当方式进行分享和传播。

6 企业主体信用评价

6.1 通则

东莞市建筑装饰企业信用评价由东莞市建筑装饰协会或信用评价组织方委托的具有资质的第三方评价机构组织实施。信用评价一般1-3年进行一次，应体现企业信用在市场中的变化和时效性。在实施信用评价前，要先参考附录A的指标项对企业的信用评价资格进行认定，包括企业是否存在合同违约且未妥善处理、被列入失信人执行名单等，存在其中一项情况的企业主体不具备信用评价资格。在此基础上，参照附录B的指标项，根据企业提交的材料和相关主体反馈信息进行履约基础、履约能力、履约行为的分析并形成企业信用评价报告。

6.2 信用评价基本原则

信用评价应遵循客观性原则、独立性原则、公平性原则和公正性原则。

6.3 信用评价流程

信用评价包含受理、信息核实、初评阶段、等级确定、反馈与复核、结果公示等六个环节。每个环节密不可分，形成一个完整的评价流程。

6.4 信用评价方法

东莞市建筑装饰企业主体信用评价应采用定性与定量相结合的方法,重点对企业经营状况、市场能力、公共信用等内部因素进行考察和评价,并关注宏观及区域经济环境、行业发展趋势等外部环境因素对企业信用的影响。

6.5 信用评价信息管理

信用评价机构应当对信用评价过程中涉及的数据和信息进行合法获取和使用,对从受评主体直接获取的资料进行保密,以充分保护相关受评主体的合法权益。

6.6 信用等级符号及含义

6.6.1 企业主体信用状况应参照 GB/T 22116 的规定确定等级。

6.6.2 企业主体信用等级按照由高到低划分为 A、B、C、D 四个等级。

a) A级(90分及以上):企业履约基础扎实,履约能力和履约行为很强,表明企业在评估周期内信用风险很低;

b) B级(75-89分):企业履约基础较扎实,履约能力和履约行为较强,表明企业在评估周期内信用风险较低;

c) C级(60-75分):企业履约基础不扎实,履约能力和履约行为较弱,表明企业在评估周期内信用风险较高;

d) D级(59分及以下):企业履约基础很差,履约能力和履约行为很弱,表明企业在评估周期内信用风险很高。

6.7 信用评价的指标内容及指标体系

东莞市建筑装饰行业企业主体信用评价的内容主要包括企业履约基础、企业履约能力、企业履约行为三个一级指标。具体信用评价指标详见附录B。

6.8 信用评价报告

信用评价报告应当至少包括概述、正文、结论、意见和附录等内容,并注重于报告中对企业主体完善自身诚信建设提出具科学性、合法合规性和操作性建议。

6.9 评价结果发布

信用评价结果将统一在东莞市建筑装饰协会指定的媒体发布,包括但不限于东莞市建筑装饰协会网站、微信公众号等。信用评价结果应包含信用评价简介、参评企业名称、参评企业信用等级等主要内容。

附录 A
(规范性)

东莞市建筑装饰行业企业主体信用评价否决项

一级指标	三级指标	指标说明
企业履约能力	安全事故	企业在近三年内出现一般及以上安全生产事故。
企业履约行为	行政监管	企业在评估周期内存在 1 次及以上被市场监管、环保、住建、税务等行政部门处罚的记录且未处理。
	司法信用	企业在评估周期内存在 1 次及以上人民法院的裁判且未执行。
	异常状态	企业在评估周期内因经营异常被市场监管部门列入异常经营名单且未采取有效措施。
	合同履行	企业在评估周期内出现 1 次及以上未能按照合同约定的行为。如存在拖欠工程款、违法转包分包等严重违反合同约定的行为，且未进行妥善处理。

附录 B

(规范性)

东莞市建筑装饰行业企业主体信用评价指标

一级指标	二级指标	三级指标	评分说明	分值
企业履约基础 (15分)	经营年限及资质 (7分)	经营年限	考察企业连续经营的年限。其中，10年以上的，得2分；每少1年，扣0.2分，扣完为止。	2
		企业资质	考察企业是否具备施工总承包资质和专业承包资质。其中，具有一项或以上一级资质，得5分；具有一项得二级，得4分；具有一项三级，得3分；不符合上述情况，不得分。 注：如企业同时具备多项级别资质的，按照最高赋分。	5
	领导层及股东背景 (8分)	从业年限	考察企业中层及以上管理人员的从业（行业）年限。其中，平均年限为10年以上的，得3分；每少1年，扣0.3分，扣完为止。	3
		专业技术	考察企业中层以上管理人员中具有注册建造师、专业工程师等人员占员工总数的比例。其中，占比在30%或以上，得3分；每降低1个百分点，扣0.1分，扣完为止。	3
		股东背景	考察企业的股东实力。其中，企业的股东具有大型企业背景，得2分；具有中型企业背景，得1.5分；具有小型企业背景，得1分；具有微型企业背景，得0.5分；具有自然人背景，得0.2分。	2
企业履约能力 (55分)	企业内部治理 (23分)	治理结构	考察企业的组织结构设置情况。其中，组织结构设置及运行合理有效，得2分；组织结构设置或运行良好，得1.6分；组织结构设置或运行一般，得1.2分；不符合上述情况，不得分。	2
		人力资源管理	考察企业的人员招聘、培训、考核、晋升等人力资源管理情况。其中，人力资源管理完善，得2分；良好，得1.6分；一般，得1.2分；不符合上述情况，不得分。	2
		项目管理	考察企业是否具有项目管理制度、流程、方法等。其中，项目管理完善，得3分；项目管理良好，得2.4分；项目管理一般，得1.8分；不符合上述情况，不得分。	3
		质量管理	考察企业获得质量管理体系认证（ISO9000）以及在工程设计阶段、施工阶段、竣工验收等方面的情况。其中：1）质量管理认证体系方面，获得认证的，得3分；未获得认证的，不得分；2）其他质量管理方面，质量管理完善的，得1分；良好的，得0.8分；一般的，得0.6分，不符合上述情况的，得0分。	4

		安全管理	考察企业获得安全管理体系认证（OHSAS18001 或 ISO45001）以及在安全生产、员工健康、应急预案、安全培训等方面的管理。其中：1）安全管理体系认证方面，获得认证的，得 3 分；未获得认证的，不得分；2）其他安全管理方面，安全管理完善的，得 1 分；良好的，得 0.8 分；一般的，得 0.6 分；不符合上述情况，不得分。	4
		环保管理	考察企业在环境管理体系认证（ISO14001）以及环保材料使用、污染识别与控制、绿色材料使用、环保培训以及等方面情况。其中：1）环境管理体系认证方面，获得认证的，得 3 分；未获得认证，不得分；2）其他环保管理方面，环保管理完善的，得 1 分；良好的，得 0.8 分；一般的，得 0.6 分；不符合上述情况的，得 0 分。	4
		诚信管理	考察企业内部诚信制度建设、诚信管理人员设置、诚信文化环境建设以及诚信风险管理等情况。其中，诚信管理状况完善，得 4 分；良好，得 3.2 分；一般，得 2.4 分；不符合上述情况的，不得分。	4
	市场拓展和 创新能力 （12 分）	专利	考察企业近五年获得专利（含发明专利、软著专利、著作专利、实用新型专利等）数量。其中，每获得 1 项得 0.2 分，加满 2 分为止。	2
		工法	考察企业近五年获得的工法（墙面装饰工法、地面装饰工法、天花板装饰工法等）的数量。其中，每获得 1 项得 0.5 分，加满 2 分为止。	2
		研发人员 比例	考察研发人员占企业人员总数（专职）的比例。其中，研发人员比例占人员总数（专职）的比例在 25% 及以上，得 4 分；每降低 1 个百分点，扣 0.2 分，扣完为止。	4
		研发投入	考察上一年度研发投入占总收入的比例。其中，上一年度研发投入占总收入比例在 3% 以上，得 4 分；每降低 0.1 个百分点，扣 0.2 分，扣完为止。	4
	财务能力 （20 分）	总资产 规模	考察上一年度企业的总资产规模。其中，上一年度总资产规模在 5 千万以上，得 5 分；每少 100 万，扣 0.1 分，扣完为止。	5
		净资产占 总资产 比例	考察上一年度企业的净资产占总资产的比例。其中，净资产占总资产比例在 30% 以上，得 5 分；每降低 1 个百分点，扣 0.2 分，扣完为止。	5
		营业收入 增长率	考察企业上一年度营业收入的增长情况。其中，营业收入增长率在 10% 以上，得 5 分；每降低 0.2 个百分点，扣 0.1 分，扣完为止。	5
		偿债能力	考察企业的债务比率、现金比率、流动比例、速动比例等对偿债能力进行综合评价。其中，企业偿债能力强，得 5 分；良好，得 4 分；一般，得 3 分；不属于上述情况，得 0 分。	5

企业履约行为 (30分)	公共信用 (14分)	行政监管	考察企业获得市场监管、环保、住建、税务等行政部门的奖励及处罚情况。其中，每获得一次奖励得1分，最高不超过4分；若存在处罚情况但能及时处理的，视情况赋0-1分。	4
		行业评价	考察企业获得行业性社会团体及具有资质第三方机构的信用评价、技术成果评定、质量评定等情况。其中，每获得一次奖励或表彰，得1分，最高不超过4分。	4
		司法信用	考察企业是否存在人民法院的裁判信息以及执行情况。其中，未存在裁判，得2分；存在裁判且执行的，视情况赋0-2分。	2
		异常状态	考察企业近两年是否因经营异常被市场主管部门列入异常经营名单。其中，未被列入异常经营名单，得2分；被列入异常状态但已采取改进措施的，视情况赋0-1分。	2
		失信记录	考察企业近两年是否存在失信记录且未进行信用修复。其中，未存在失信记录，得2分；存在失信记录但已进行信用修复的，视情况赋0-1分。	2
	相关方履约 (12分)	融资信用	考察企业在银行、保险、投资、担保等融资机构的信用记录。其中，融资信用记录良好，得3分；若出现融资信用不良记录（如逾期还款等），视情况赋0-2分。	3
		合同履行	考察企业按合同履约的情况。其中，企业能按照合同履约，得5分；若存在未按合同履约的行为，除出现否决项（附录A）的行为外，视情况赋0-4分。	5
		工资发放	考察企业是否及时发放员工工资。其中，每月能及时发放工资，得2分；存在拖欠工资发放情况的，视情况赋0-1分。	2
		社保及公积金购买	考察企业是否为所有员工购买社保和公积金。其中，能够为所有员工购买社保和公积金，得2分；存在未购买社保和公积金情况的，视情况赋0-1分。	2
	公益参与 (4分)	公益捐赠	考察企业进行公益捐赠的数额。其中，每捐赠1万元得0.5分，最高得2分。	2
		公益活动开展	考察企业自行组织或参与政府/公益组织等相关单位组织的助学、助老、助困等各类公益活动的次数。其中，每组织或参与1次得0.5分，最高得2分。	2
一票否决说明：具备信用评价资格的企业主体在评价过程中提供虚假信息的，取消其评价资格。				

备注：如无特殊说明，指标的考察周期均指一个评估周期内。

参考文献

- [1]GB/T 19000 质量管理体系 基础和术语
- [2]T/CBDA 12—2018 中国建筑装饰行业企业主体信用评价标准
- [3]SB/T 11235—2023 人像摄影服务机构诚信评价规范
- [4]GB/T 23794—2023 企业信用评价指标