

DB33

浙 江 省 地 方 标 准

DB33/T XXXXX—XXXX

电子商务平台入驻商户管理基本要求

General principles for management of operators on the E-commerce platform

(报批稿)

XXXX - XX - XX 发布

XXXX - XX - XX 实施

浙江省质量技术监督局

发布

目 次

前 言	II
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 基本要求	1
5 资质管理	2
6 交易管理	3
7 培训管理	4

前 言

本标准按照GB/T 1.1—2009给出的规则起草。

本标准由浙江省商务厅提出并归口。

本标准起草单位：浙江方圆检测集团股份有限公司、阿里巴巴(中国)网络技术有限公司、淘宝(中国)软件有限公司、杭州市标准化研究院、杭州市标准化学会。

本标准的主要起草人：黄时炜、童艳、陈洪波、郑希俊、李秀娣、杨军、徐刚、张飞南、陈佩利、张婷、李南阳、郎铖。

电子商务平台入驻商户管理基本要求

1 范围

本标准规定了电子商务平台经营者对入驻商户的基本要求、资质管理、交易管理、培训管理。本标准适用于电子商务平台经营者对入驻商户的管理。

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，仅所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 18811	电子商务基本术语
DB33/T XXXX	电子商务平台交易产品信息发布基本要求

3 术语和定义

GB/T 18811界定的以及下列术语和定义适用于本标准。

3.1

电子商务平台经营企业 operating enterprise of E-commerce platform

在电子商务活动中为交易双方或者多方提供网页空间、虚拟经营场所、交易撮合、信息发布等服务，供交易双方或多方独立开展交易活动的法人或者其它组织。以下简称平台经营者。

3.2

电子商务平台入驻商户 operators on the E-commerce platform

除电子商务第三方平台以外，通过互联网等信息网络销售商品或者提供服务的自然人、法人或者其它组织。以下简称入驻商户。

4 基本要求

4.1 协议

平台经营者应与入驻商户签订入驻协议，约定双方的权利和义务。

4.2 管理

平台经营者应根据《中华人民共和国产品质量法》、《中华人民共和国消费者权益保护法》、《网络交易管理办法》等法律法规，建立并明示招商流程和入驻商户管理制度，督促商家建立退换货、投诉处理等相关流程，加强对商户的管理，提升平台服务质量，保护消费者权益。

4.3 监督

- 4.3.1 平台经营者应建立针对入驻商户的监督管理机制。
- 4.3.2 对入驻商户因违反法律、法规和平台规定，平台经营者应当配合有关管理部门进行协助调查。
- 4.3.3 造成消费者损失的行为，平台经营者应督促入驻商户根据法律法规、有关规定给予消费者先行赔偿。

4.4 其它

- 4.4.1 平台经营者应要求入驻商户自觉遵守法律法规、诚信经营和平台隐私保护相关政策，保护消费者个人隐私信息。
- 4.4.2 有特殊管理规定的产品应遵守相关领域法律法规的要求。

5 资质管理

5.1 商户

5.1.1 新入驻商户

平台经营者应对新入驻商户的经营资质进行形式审查，要求入驻商户提供真实有效的资质证明。经营资质证明文件包括但不限于营业执照、统一社会信用代码、银行开户证明、商标注册证等，并存档备。

5.1.2 已入驻商户

平台经营者对已入驻商户的经营资质应开展定期或不定期的形式审核。

5.1.3 清退处理

平台经营者应建立入驻商户黑名单制度，对存在故意伪造经营资质证明材料、质量证明文件等行为的入驻商户，应明确禁止准入或予以清退；涉嫌违法的，反馈相关执法部门处理。

5.2 商品

5.2.1 平台经营者应要求入驻商户提供包括但不限于商标注册证明、品牌特许经营证明、品牌销售授权证明等文件。

5.2.2 应要求入驻商户确保销售的商品质量符合国家法律法规和相关标准的规定要求。在商品入驻和上架时应查验相关质量证明文件，如产品检测报告、质检合格证等。属于国家实施工业产品生产许可证管理产品目录的应提供生产许可证书，属中国强制产品 CCC 认证目录的需提供 3C 认证证书。销售进口商品的，应要求入驻商户应提供每批产品的报关证明、检验检疫证明等文件。

5.2.3 发现入驻商户存在下列问题，平台经营者应监督入驻商户做限期整改或做下架处理，必要时采取召回措施：

- a) 经营资质证明材料已过期或作废；
- b) 质量证明文件不符合国家要求，或与实际销售产品不符；
- c) 商品被政府执法部门检验不合格。

5.3 评估

5.3.1 平台经营者应建立入驻商户评估制度并对入驻商户开展定期评估，评估工作可由平台经营者开展，也可委托第三方评估机构开展。

5.3.2 对入驻商户的评估应包括商品质量、服务质量和和管理质量三方面：

- a) 商品质量：包括执法部门抽检情况、消费者质量投诉等方面的评估；

- b) 服务质量：包括售后服务、投诉处理、物流配送等方面的评估；
- c) 管理质量：包括店铺管理、商品描述、客服管理等方面的评估。

5.3.3 对于评估不符合要求的入驻商户应按 5.1.3 要求处置。

6 交易管理

6.1 信息发布

交易产品信息发布应符合DB33/T XXXX-XXXX 《电子商务平台交易产品信息发布基本要求》中所规定的各项要求。

6.2 促销

6.2.1 平台经营者应对入驻商户发布的广告、宣传、促销信息进行技术审核，内容应真实、全面、合法、清晰、易懂，对商品特征和功能用途、服务内容应如实描述，不应使用虚假、片面、含糊，易引起误解的语音、文字、图片或影像。

6.2.2 平台经营者应要求入驻商户在促销活动中明确告知消费者，内容包括：促销方式、促销期限、促销商品和服务范围、附加性条件等促销规则。

6.2.3 平台经营者应对入驻商户的促销价格进行跟踪，入驻商户的促销价格变动应符合平台的有关规定，不得变相提高价格，不得做出不利于消费者的促销变更。

6.3 发票

平台经营者应要求入驻商户及时提供符合交易所需的发票。发票应符合国家相关法律法规的要求。

6.4 物流

6.4.1 平台经营者应提供物流信息系统接口供入驻商户使用，以满足消费者对物流过程的查询跟踪需求。

6.4.2 平台经营者应要求入驻商户按照承诺的服务时间发货，完成或配合物流企业完成商品运输和配送，并有相应的提示机制；特殊类产品应按照相关规定执行。

6.4.3 平台经营者应要求入驻商户明确物流费用及承担人，并在相应显著位置予以明示。

6.5 退换货

6.5.1 入驻商户提供的商品或者服务不符合质量要求的，消费者可以依照国家规定、当事人约定退货，或者要求入驻商户履行更换、修理等义务。没有国家规定和当事人约定的，消费者可以自收到商品之日起七日内退货；七日后符合法定解除合同条件的，消费者可以及时退货，不符合法定解除合同条件的，可以要求入驻商户履行更换、修理等义务。入驻商户应当承担运输等必要费用。

6.5.2 消费者有权自收到商品之日起七日内退货，且无需说明理由，但下列商品除外：

- a) 消费者定作的；
- b) 鲜活易腐的；
- c) 在线下载或者消费者拆封的音像制品、计算机软件等数字化商品；
- d) 交付的报纸、期刊。

6.5.3 除 6.4.2 所列商品外，其他根据商品性质并经消费者在购买时确认不宜退货的商品，不适用无理由退货。消费者退货的商品应当完好。入驻商户应当自收到退回商品之日起七日内返还或提示平台经营者返还消费者支付的商品价款。退回商品的运费由消费者承担；另有约定的，按照约定执行。

6.5.4 对于由物流原因造成的商品破损、丢失等，平台经营者应督促入驻商户在规定时间内完成退换货处理，并承担相应的运费；经消费者在购买时确认不宜退货的商品，平台经营者可协助入驻商户与消费者协调达成一致的处理方案。

6.5.5 特殊产品的退换货如有特殊规定的，应在相关页面显著区域予以明示。

6.6 投诉处理

6.6.1 平台经营者应建立投诉处理制度，受理消费者关于商品质量、物流、售后服务等方面的投诉，及时处理或移交入驻商户处理，对处理情况进行跟踪和管理。

6.6.2 对于存在争议的投诉处理，平台经营者应负责协调消费者和入驻商户，尽快形成或明确处理方案，保障消费者和入驻商户双方的合法权益。

6.6.3 对于无法协调的投诉纠纷处理，平台经营者应明确告知交易各方进一步处理纠纷的途径，并配合向相关管理部门举证。

7 培训管理

7.1 平台经营者应定期对入驻商户开展培训。

7.2 入驻商户的培训内容可包括但不限于：

- a) 法规规范：包括国家、行业、地方有关电子商务经营管理的法律法规、规章制度和相关标准，电子商务平台自身的管理制度；
 - b) 经营管理：商品描述方式、企业宣传方式、销售技巧、品质管理、店铺布局规划等提升入驻商户经营管理水平的理论和实践经验；
 - c) 客户服务：客服人员的沟通技巧、工作技巧、对客户需求的认知能力等客服人员的基本技能。
-