ICS 点击此处添加ICS号

点击此处添加中国标准文献分类号

|  |
| --- |
|       |

SB

中华人民共和国国内贸易行业标准

SB/T XXXXX—XXXX

|  |
| --- |
|       |

第三方网络零售平台为入驻商户

提供的基本服务

Basic service of third-party online retail service platform
providing to merchant

|  |
| --- |
|  |
|       |

XXXX - XX - XX发布

XXXX - XX - XX实施

中华人民共和国商务部   发布

目  次

[前言 II](#_Toc429669574)

[1　范围 1](#_Toc429669575)

[2　规范性引用文件 1](#_Toc429669576)

[3　术语和定义 1](#_Toc429669577)

[4　平台对商户的服务 2](#_Toc429669580)

[4.1　入驻服务 2](#_Toc429669581)

[4.2　交易服务 2](#_Toc429669582)

[4.3　争议协调服务 3](#_Toc429669583)

[4.4　信息与技术服务 3](#_Toc429669584)

[4.5　培训服务 4](#_Toc429669585)

[4.6　促销活动服务 4](#_Toc429669586)

[参考文献 6](#_Toc429669587)

前  言

本标准按照GB/T 1.1—2009 给出的规则起草。

本标准由中华人民共和国商务部提出并归口。

本标准起草单位：中国互联网络信息中心（CNNIC）、北京京东世纪贸易有限公司、苏宁云商集团股份有限公司、亚马逊中国、北京当当网信息技术有限公司、国美在线

本标准主要起草人：

第三方网络零售平台为入驻商户提供的基本服务

1. 范围

本规范规定了在中华人民共和国境内从事第三方网络零售平台交易的平台为其入驻商户提供的基本服务，包括入驻服务、交易服务、售后服务责任分担、信息与技术服务、培训服务、促销活动服务等。

本标准适用于第三方网络零售平台。

1. 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 24661.2—2009 第三方电子商务服务平台服务及服务等级划分规范 第2部分：企业间（B2B）、企业与消费者间（B2C）电子商务服务平台

1. 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

* 1.

**第三方网络零售平台 third-party online retail service platform**

基于通信技术和信息技术，由供方（商户）、需方（消费者）之外的第三方为供需双方提供网络零售交易活动的平台 ，以下均简称为平台。

注：平台能够提供多种标准接口，将服务提供者提供的服务集成起来，且能够转换多种类型数据。

参考[GB/T 24661.2-2009，定义 3.2]

* 1.

**入驻商户 merchant settled on third-party online retail service platform**

通过第三方网络零售平台进行经营活动的法人、法人委派的行为主体或其他组织机构，以下均简称为商户。

参考[SB/T 10518-2009，定义2.8]

1. 平台对商户的服务

平台应对其入驻的商户提供以下基本服务：商户入驻服务、商品交易服务、平台售后服务责任分担、平台信息与技术服务、平台使用培训服务、促销活动服务等。

1. 商户入驻服务：平台为招募入驻商户提供的计划、规则、系统、合约等服务；
2. 平台交易服务：平台为保证入驻商户销售活动的正常开展所提供的服务，包括：信用服务、定价服务、竞价服务、磋商服务、订单服务、交易管理服务、支付与结算服务、物流业务服务、广告服务等；
3. 平台售后服务责任分担：平台为商户和消费者之间的交易活动建立的售后服务机制；
4. 平台信息与技术服务：平台为商户的经营活动提供的保障服务，包括：安全服务、数据交换服务、信息采集与处理服务、信息发布服务、信息搜索服务、信息定制服务等；
5. 培训服务：为促使商户了解国家政策法规、平台规则、系统使用方法而提供的辅导；
6. 促销活动服务：平台为了扩大商品的销售量而组织商户开展的推介活动。
	1. 入驻服务
7. 平台应在网站公开年度入驻标准，在标准中需明确招商计划、招商标准，及商户申请入驻时所需提供的资质文件、注册信息等相关数据和资料；
8. 平台需向商户明确审核流程，提供审核进度查询服务，并在规定的时间内完成审核工作；如在审核过程中出现问题，平台需与商户及时沟通，协助其完成入驻申请；
9. 平台应在入驻页面明示联系方式，为商户提供在线或电话咨询服务，解答商户疑问，指导商户完成入驻；
10. 平台应在入驻页面明确并公示各入驻流程办理时间。
	1. 交易服务
11. 平台应本着公平、公正、公开的原则提供合法、规范的交易服务，维护商户有序的竞争环境、反对垄断，对商户履行告知、释疑与协商的义务。平台的交易服务内容应包括：

——信用服务：平台运营商为商户记录信用情况并提供信用等级查询；

——定价服务：商户自行定价，原则上最后交易价格与最初的定价相同；

——竞价服务：提供公开、公正、公平的竞拍服务；

——磋商服务：平台为供需双方提供交流、洽谈工具；

——订单服务：为交易双方提供交易单证流转、管理等相关的服务；

——交易管理服务：记录每笔交易发生的详细信息，以供商户后续操作；

——支付与结算服务：在交易活动中提供产品或服务的支付和结算；

——物流业务服务：为商户提供商品运送服务或服务接口；

——广告服务：提供广告发布、宣传等服务。

1. 商户可根据自身情况，自主选择平台提供的有偿服务，具体服务内容由双方约定；
2. 对于有偿服务，平台需向商户明确服务项目及收费明细，在规定的服务期内不得调整收费标准；如需根据市场环境变化调整收费标准，需在网站提前公示，在与商户签订的下一服务合同期方可执行，双方协商一致的情况除外。
	1. 争议协调服务
3. 当商户因在平台上进行交易活动而与消费者发生争议时，平台应积极协助取证和协调纠纷解决，提供网上交易纠纷处理机制和解决渠道；
4. 平台应协助商户受理消费者咨询、解决服务纠纷。平台需要掌握商户在售商品和售后服务的相关信息，以便于消费者直接向平台进行咨询时平台能够予以回复；出现平台无法处理的情况时，平台应及时与商户沟通，以取得相应的回复或解决方案；
5. 对于向商家收取保证金的平台，必须建立合法、合理的保证金管理制度，对商户履行告知、释疑与协商的义务；
6. 当商户违反对消费者服务承诺导致消费者投诉及索赔，且在消费者直接要求商户处理未果的情况下，平台可以先行赔付，再依据相关法律法规、政策，或平台服务条款、保证金管理制度等向商家追偿损失；
	1. 信息与技术服务
7. 平台应遵守国家相关法律、法规、制度与标准，建设、运行、维护交易平台系统。平台的信息与技术服务内容应包括：

——安全服务：加强网络基础设施、软硬件、数据库管理系统等安全技术防护，保证系统和信息安全；

——数据交换服务：平台和商户之间的数据传输、转换和处理；

——信息采集与处理服务：平台采用人工或自动方式对产品或服务信息进行采集、分析和处理；

——信息发布服务：商户发布产品或服务的相关信息和自身相关信息；

——信息搜索服务：为促进交易提供面向消费者信息搜索的功能，并对搜索的排序条件进行明示；

——信息定制服务：根据商户需求，平台通过邮件、客户端等方式为商户提供个性化的信息服务。

1. 平台运营者应保障其服务平台上各类软硬件设施的正常运行，不断改进技术，对平台功能及服务进行更新、升级，不断提升平台性能和交易效率；
2. 平台应尽力维护系统的安全稳定，及时处理网络安全事故，如病毒木马、网络攻击、信息内容泄露等，平台应及时发布网络安全事故通报，提醒和协助商户采取应急处理措施；
3. 平台拥有随时对服务进行开发升级的权利，但应承担提前告知、解释说明的义务，避免因服务更新、升级导致的服务变更或中断而给商户带来不便及损失；
	1. 培训服务
4. 平台运营商应定期为商户举办各种培训活动，使其能够熟练使用平台提供的服务；
5. 在培训活动以外，平台应为商户提供与平台相关的咨询服务，如果商户在使用电子商务交易平台及其他各项服务过程中遇到问题，平台应提供及时、详尽的指导和培训，对提出的意见和建议积极做出回复；
6. 平台需在网站上向商户提供免费的线上和线下服务咨询。线上形式包括文档、图片、视频以及在线咨询服务；线下需要设置7\*8小时商户服务热线。
	1. 促销活动服务
7. 在组织由平台统一部署的促销活动时，平台应在网站向商户公示促销规则，规则应包括活动费用、促销形式、折扣力度、促销商品或赠品的种类等，并同意商户根据经营情况自主选择是否参与；
8. 平台应维护系统稳定运行，保证促销活动顺利开展。

参 考 文 献

[1] 第三方电子商务交易平台服务规范.

[2] 互联网信息服务管理办法.

[3] 网上商业数据保护指导办法.

[4] 网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法.

[5] 电子商务基本术语

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_