|  |  |
| --- | --- |
| ICS | 03.080.12 |
| CCS | A12 |

|  |
| --- |
| SB |

中华人民共和国国内贸易行业标准

SB/T XXXXX—XXXX

移动电子商务服务类商品经营规范

Specification for operation of mobile e-commerce service commodity

(点击此处添加与国际标准一致性程度的标识)

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](#_Toc65663571)

[1 范围 1](#_Toc65663572)

[2 规范性引用文件 1](#_Toc65663573)

[3 术语和定义 1](#_Toc65663574)

[4 移动服务类商品销售商经营管理要求 2](#_Toc65663575)

[5 移动服务类商品平台服务商经营管理要求 5](#_Toc65663576)

[附录A（资料性） 《电子商务消费品质量检查采样》工作单采单编号 7](#_Toc65663577)

1. 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。

本文件由中华人民共和国商务部归口。

本文件由xxxx负责具体技术内容的解释。

本文件起草单位：

本文件主要起草人：

本文件及其所替代文件的历次版本发布情况为：

——本文件为首次发布。

移动电子商务服务类商品经营规范

* 1. 范围

本文件规定了移动服务类商品销售商经营管理要求和平台服务商经营管理要求。

本文件适用于服务类商品，在电子商务营销模式下，由在线销售商于电子商务平台服务商提供的营销平台上（以下简称：平台服务商），对潜在移动客户发出指令的营销活动。

本文件不适用于实物类商品在电子商务营销模式下的移动营销活动，也不适用于自助式移动数字产品。

* 1. 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。

SB/T11157-2016 电子商务商贸服务标价通用技术要求

* 1. 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

移动服务类商品 mobile e-commerce service commodity

移动服务商品

在线销售商于电子商务平台服务商提供的营销平台上，对使用移动设备终端的客户或消费者发出服务商品销售指令，持移动设备终端客户或消费者接受的服务商品。

移动服务类商品服务业态 service mode of mobile e-commerce service commodity

包括以人力劳动服务为主的服务业态和以货品为中心的匹配服务业态。

人力劳动服务为主的服务业态 Human labor service-oriented service

客户或消费者获得的服务是以无实物类商品为服务载体进行的服务商品销售活动。包括但不限于：美容美发服务业、洗浴服务业、家政服务业、人像摄影服务业、住宿服务业。

货品为中心的匹配服务业态 Goods-centered matching service

客户或消费者获得的服务是以有实物类商品为载体完成的服务商品销售。销售形式可有仓储、物流配送活动。包括但不限于：仓储服务业、物流配送服务业、再生资源回收服务业、饮食服务业、印章服务业、洗染服务业、家电维修服务业、检验检测服务业、租赁服务业。

移动服务类商品销售商 retailer of mobile e-commerce service commodity

服务商/销售商

在电子商务平台服务商提供的服务平台上开展对移动设备终端客户或消费者销售服务类商品的组织或个人。

移动服务类商品平台服务商 service provider of mobile e-commerce service commodity platform

平台服务商

为移动服务类商品在线销售商、配送服务商、支付服务商和客户或消费者提供电子商务交易服务平台，具有管理机构和管理制度的组织。

移动电子商务平台客户 customer of mobile e-commerce platform

客户或消费者

在电子商务平台服务商提供的服务平台上通过移动设备终端购买服务类商品的组织或个人（自然人）。

数据脱敏 data desensitization

对某项敏感信息通过一定的规则进行数据变形，实现敏感信息和隐私数据的可靠保护。

* 1. 移动服务类商品销售商经营管理要求

移动服务类商品服务标价应符合SB/T11157-2016的要求。

* + 1. 移动服务类商品营销服务合同管理要求

移动服务类商品销售商应保证价格引导下的购销合同要约和承诺。一经移动电子商务客户或消费者使用移动终端设备操作“确认”，即为移动服务类商品销售服务商与移动电子商务平台客户或消费者合同“成功”。如适用，服务商和客户或消费者合同约定的内容，包括但不限于：服务业态类型、服务品名、服务编号、服务地点、等级或规格、价格监管、主项服务内容、辅项服务内容、服务响应模式、服务标准管理、标志或标识管理、装运管理、保险管理、理赔管理、付款管理、分包管理、在线销售商履约延误管理、违约终止合同管理、争议解决管理。

* + 1. 移动服务类商品服务管理要求
       1. 以人力资源服务为主的服务业态管理要求

移动服务类商品销售服务商应保证价格引导下以人力资源服务为主的购销合同约定。如适用，服务商和客户或消费者合同约定的内容包括，但不限于：服务业态类型、服务品名、服务编号、服务地点、服务等级或规格、单位、价格、监管、主项服务内容、辅项服务内容、服务响应模式、服务标准管理、标志或标识管理、保险管理、理赔管理、付款管理、分包管理、在线销售商履约延误管理、违约终止合同管理、争议解决管理。

* + - * 1. 服务业态类型

应是以人力资源服务为主的服务业种类之一。

* + - * 1. 人力服务品名

应根据服务业态，对人力服务活动进行命名。具体业态为3.2.1规定的服务业态名称之一。

* + - * 1. 人力服务编号

应对人力服务商派出的执业服务者和被服务者均应进行服务编号。

* + - * 1. 服务地点

应标明实体店服务地点全称或简写名称。标注时应按国家行政区划命名标准标注国别、省、地（市）级、县级名称。

* + - * 1. 服务等级或规格

应标明执业服务者为被服务者提供的服务质量等级或规格。包括但不限于：星级、等级。

* + - * 1. 单位

应标明服务价格包含的单位。如：次、天。

* + - * 1. 价格

服务结算价格的总称。包括：服务零售价、服务批发价和其它事先约定（如：团购）的价格形式。服务价格应以阿拉伯数字标注，价格单位应以人民币元作为结算单位，精度保留两位。如：人民币XXXX.XX元。

* + - * 1. 监管

应标明监制和填写责任人或单位的总称。包括：监管电话、服务标价监管人或单位的名称。

* + - * 1. 人力主项服务内容

应为客户或消费者在相应业态下提供的主要服务项目。

* + - * 1. 配套辅项服务内容

应在4.3.1.10条款下，配以可进行的次要服务项目。

* + - * 1. 服务响应模式

标明服务者为被服务者提供的服务响应方式应包括但不限于：人力服务响应时间、服务响应速度、服务响应频率、响应距离。

* + - * 1. 服务标准管理

在线销售服务商提供的人力职业技能及企业服务规范的服务标准应不得低于已有的实体经济规定的同业态推荐性国家标准或推荐性行业标准。无国家、行业推荐性标准时，企业标准的安全、卫生、环保标准不得低于实体经济相应业态的标准。

* + - * 1. 标志/标识管理

在线销售服务商应建立企业标志/标识管理制度。对企业商品、服务标识进行管理。

* + - * 1. 保险管理

在线销售服务商应建立人力资源服务者和被服务者保险管理制度并加以实施。

* + - * 1. 理赔管理

在线服务商应建立服务偏离管理制度。对客户提出且提供的服务符合4.3.1.13要求的应给予理赔服务，理赔形式包括但不限于：货币赔偿、退款赔偿、重做赔偿（包括：重做倍数赔偿）。

* + - * 1. 付款管理

在线销售服务商可先服务后收费，也可先收费后服务。可接受网络支付、也可服务现场收费。

* + - * 1. 分包管理

以人力技术资源服务为主的服务不应分包。

* + - * 1. 团购管理

在线服务商应建立企业团购管理制度。包括但不限于：团购响应人数下限或团购人数上线、团购响应时间期限、团购响应速度、团购响应数量、团购服务期限。团购服务质量应与零售一致。

* + - * 1. 在线服务商履约延误管理

服务商应建立履约延误管理制度，并在线声明。履约过程中，遇妨碍履约服务时，对不可抗力应及时通知客户拖延的原因，在线服务商可不赔付误期赔偿费；无正当理由延误服务的，应按声明的公平服务制度赔付误期赔偿费。

* + - * 1. 违约终止合同管理

对于客户或消费者提出合同之外要求和不符合4.3.1.13条款要求的，服务商可不提供服务。

* + - * 1. 争议解决管理

合同实施或与合同有关的一切争端应通过双方协商解决。如果协商开始后双方规定的时间内不能解决，争端可提交仲裁。仲裁应符合国家法定要求。

* + - 1. 以货品为中心的匹配服务的服务业态管理要求

移动服务类商品销售服务商应保证在价格引导下以货品为中心的匹配服务购销合同约定。如适用，服务商和客户或消费者合同约定的内容包括但不限于：服务业态类型、服务品名、服务编号、服务地点、服务等级或规格、单位、价格、监管、主项服务内容、辅项服务内容、服务响应模式、服务标准管理、标志/标识管理、保险管理、理赔管理、付款管理、分包管理、团购管理、在线销售商履约延误管理、违约终止合同管理、争议解决管理。

* + - * 1. 服务业态类型

应是以货品为中心的匹配服务为主的服务业种类之一。

* + - * 1. 服务品名

应根据服务业态，对货品为中心的匹配服务活动进行命名。具体业态为3.2.2规定的服务业态名称之一。可简写。

* + - * 1. 服务编号

服务商自用、派出的执业服务者和被服务者均应进行服务编号。

* + - * 1. 服务地点

应符合本文件4.3.1.5的要求。

* + - * 1. 服务等级或规格

可符合本文件4.3.1.6的要求。

* + - * 1. 单位

应标注服务价格包含的单位。如：次、克、千米、份、件。

* + - * 1. 价格

应符合本文件4.3.1.8的要求。

* + - * 1. 监管

应符合本文件4.3.1.9的要求。

* + - * 1. 货物或人力主项服务内容

应符合本文件4.3.1.10的要求。

* + - * 1. 货物或人力辅项服务内容

在4.3.2.10条款下，配以可进行的次要服务项目。

* + - * 1. 货物或人力服务响应模式

服务者为被服务者提供的服务响应方式应包括但不限于：人力服务响应时间、服务响应速度、服务响应频率、响应距离；货物服务响应时间、服务响应速度、服务响应频率、响应距离。

* + - * 1. 服务标准管理

在线销售服务商提供的人力职业技能、货物管理、企业服务规范的服务标准应不得低于已有的实体经济规定的同业态推荐性国家标准或推荐性行业标准。无国家、行业推荐性标准时，企业标准的安全、卫生、环保标准不得低于实体相应业态的标准。

* + - * 1. 标志/标识管理

在线销售服务商应建立企业标志/标识管理制度，并实施。

* + - * 1. 包装和装运管理

应提供商品运至客户目的地所需要的包装。并按照商品特性进行装运。

* + - * 1. 储藏或保管管理

对客户或消费者保管的货品应建立储藏或保管制度，并实施。

* + - * 1. 保险管理

在线销售服务商应建立企业服务人员、服务对象管理内容的保险管理制度。其中，货品保险以客户为受益人。

* + - * 1. 理赔管理

在线服务商应建立服务偏离管理制度并实施。对客户或消费者提出且提供的服务符合本文件4.3.2.13要求的应给予理赔服务。理赔形式包括但不限于：货币赔偿、退款赔偿、重做赔偿（包括：重做倍数赔偿）、投保价值赔偿。

* + - * 1. 付款管理

在线销售服务商应可先收取费用。可接受网络支付、也可服务现场收费；客户可一次性付清、也可分期付清；服务商可收取服务履约保证金，并在服务到期退还给顾客。

* + - * 1. 分包管理

以货品为中心的匹配服务为主的服务，可分包。但应获得客户或消费者同意。

* + - * 1. 在线销服务商履约延误管理

应符合本文件4.3.1.20的要求。

* + - * 1. 违约终止合同管理

对于客户或消费者提出合同之外要求和不符合4.3.2.13条款要求的，服务商可不提供服务。

* + - * 1. 争议解决管理

应符合本文件4.3.1.21的要求。

* 1. 移动服务类商品平台服务商经营管理要求
     1. 平台服务商管理要求

平台服务商应与在线销售商签订在线销售移动服务类商品监督管理合同。监督管理合同约定的内容包括但不限于4.3.1和4.3.2的内容。

移动平台服务商应监督以人力资源服务为主的移动服务商服务工作。包括移动服务商执行4.3.1.1 —4.3.1.22条款时的一致性检查。检查不符合时，应给与纠正。

移动平台服务商应监督以人力资源服务为主的移动服务商服务工作。包括移动服务商执行4.3.2.1 —4.3.2.23条款时的一致性检查。检查不符合时，应给与纠正。

* + 1. 平台服务商应向在线销售商服务提供的服务工作

当发现在线销售商签订执行移动服务类商品执行本文件4.3.1.13或4.3.2.13困难时，应有能力提供标准咨询技术服务。

当发现在线销售商签订执行移动服务类商品执行包装和装运管理4.3.2.15困难时，应有能力提供设备服务或设备咨询服务。

* + 1. 平台服务商应保证电子商务经营服务数据安全以及服务平台安全

移动平台服务商应管理在线销售商的交易信息以及相关的个人信息。应符合以下要求：

1. 个人信息的获取或使用需经个人授权，未经授权不应获取或使用；交易信息的获取需经交易双方或多方协商授权，未经授权不应获取；
2. 个人信息和交易信息未经脱敏处理不应直接用于商业用途；
3. 经在线销售商许可，其数据经脱敏处理可使用，使用的情形包括但不限于：转让、复制、传输、加工。未经在线销售商许可，其数据不得使用；
4. 向第三方披露个人信息、交易数据应被记录，记录内容包括：披露的个人信息内容、披露方和时间，第三方包括：流通行政主管部门、流通行政执法部门、司法部门；
5. 和个人信息有关的临时数据文件应该在指定时间内，在有记录的条件下删除或销毁；
6. 在互联网上传输的个人信息，应在传输前加密。

移动商品平台服务商应管理数据安全，应符合以下要求：

1. 数据机密性：应隔离不同在线销售商的数据，使其仅对数据拥有者可访问；
2. 数据完整性：应保证平台上所有原始数据的修改应得到授权；
3. 数据可靠性：应具备数据鉴别能力，保证平台上数据真实、可靠；
4. 数据安全存储：应具备永久保存在线销售商数据的能力。应异地备份数据，不应使数据丢失，并提供恢复数据处理操作的能力；
5. 数据可访问性：与在线销售商的服务合同中应包含数据授权访问协议；
6. 数据可审核性：应对所有管理操作提供日志记录，以便事中监督和事后审计。

移动商品平台服务商应管理平台运行安全，应符合以下要求：

1. 评估、处置安全风险，实现风险防控；
2. 保证平台适时不间断运行；当平台间断时，转为人工服务；
3. 应建立、实施、运行、监视、评审、保持和改进信息安全管理；
4. 应建立、实施、运行、监视、评审、保持和改进信息技术服务管理。
6. （资料性）  
   《电子商务消费品质量检查采样》工作单采单编号

| 任务类别 | | 流通行业管理 | 流通行政执法 | 流通社团组织 |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 商品名称 | |  |  |  |
| 商品采样平台名称及网址\* | |  |  |  |
| 商品销售商名称及网址\* | |  |  |  |
| 商品销售商商标 | |  |  |  |
| 商品销售商邮政编码\* | |  |  |  |
| 商品销售商联系电话\* | |  |  |  |
| 商品销售商电子邮箱 | |  |  |  |
| 商品采样时间\* | |  |  |  |
| 商品采样地点\* | |  |  |  |
| 采样数量（不低于两件）\* | |  |  |  |
| 采样费用\* | |  |  |  |
| 采样照相记录\* | |  |  |  |
| 受检商（产）品详细信息 | 产品商标\* |  |  |  |
| 产品邮政编码\* |  |  |  |
| 产品单位完整名称\* |  |  |  |
| 产品联系地址\* |  |  |  |
| 产品电子邮箱 |  |  |  |
| 企业执照\* |  |  |  |
| 依据的标准\* |  |  |  |
| 生产日期\* |  |  |  |
| 保质期（使用有效期）\* |  |  |  |
| 生产许可证号\* |  |  |  |
| 产品联系电话\* |  |  |  |
| 产品电子邮箱 |  |  |  |
| 规格型号 |  |  |  |
| 产品认证 |  |  |  |
| 产品管理体系认证 |  |  |  |
| 采样单位信息 | 采样单位名称 |  |  |  |
| 邮政编码 |  |  |  |
| 单位地址 |  |  |  |
| 联系人 |  |  |  |
| 联系电话 |  |  |  |
| 传真/E-mail |  |  |  |
| 抽样人员（甲签字）: 采样人（乙签字）:  采样日期： 采样日期：  抽样单位（公章）  年 月 日   1. 标\*处为必填信息   此单一式三份 | | | | |

