



中华人民共和国国家标准

GB/T 36302—2018

电子商务信用 自营型网络零售平台 信用管理体系要求

E-commerce credit—Requirements of integrity management system for the
seller-managed retailing transaction platform

2018-06-07 发布

2018-10-01 实施

国家市场监督管理总局
中国国家标准化管理委员会 发布

目 次

前言	III
引言	IV
1 范围	1
2 术语和定义	1
3 管理体系构成	1
4 方针、目标和策划	2
4.1 方针	2
4.2 目标	2
4.3 目标实现策划	2
5 管理实施	2
5.1 信息发布管理	2
5.2 产品质量管理	3
5.3 服务质量管理	3
5.4 顾客权益保障	3
6 评估与改进	3
6.1 评估	3
6.2 改进	4
参考文献	5

前 言

本标准按照 GB/T 1.1—2009 给出的规则起草。

本标准由全国社会信用标准化技术委员会(SAC/TC 470)提出并归口。

本标准起草单位:中国标准化研究院、安徽共生物流科技有限公司、合肥金维思特智能科技有限公司、北京众联享付科技股份有限公司、成都集客宝电子商务有限公司、四川泉辉科技有限公司、茂泰(福建)鞋材有限公司、晋江成昌鞋业有限公司、成都万家和家政服务有限公司、新疆维吾尔自治区标准化研究院、武汉船用机械厂、杭州市标准化研究院、深圳标准技术研究院、北京京东世纪贸易有限公司、淘宝(中国)软件有限公司、中大信(北京)信用评价中心有限公司、河北省标准化研究院。

本标准主要起草人:叶如意、余业强、宁继荣、杨钧、邵清东、李秀娣、张韧、李尧、冯利君、周道华、李云胜、罗显发、庄辉煌、程航、李向华、赵燕、许应成、杜佳、潘瑶、林竹盛、安彦红、龚月芳。

引 言

建立和完善电子商务信用标准体系是促进我国电子商务健康发展的重要保障。为促进广大自营型网络零售平台提升自身信用管理水平,降低失信风险,全国社会信用标准化技术委员会立项并制定本标准,从管理角度指导自营型网络零售平台建立和完善自身信用管理体系,监控自身网络零售信用状况和持续完善信用管理机制。

自营型网络零售平台建立和完善信用管理体系时可根据平台的服务对象、交易模式、商品种类等特点对本标准规定进行细化。

电子商务信用 自营型网络零售平台 信用管理体系要求

1 范围

本标准规定了自营型网络零售平台的信用管理体系构成、方针、目标和策划、管理实施、评估与改进等方面的要求。

本标准适用于自营型网络零售平台建立和完善信用管理体系。

注：“自营型网络零售平台”也可称为“自营型网络零售网站”。

2 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

2.1

电子商务信用 e-commerce credit

在电子商务交易中,交易方取得交易对方信任作为交易基础的能力。

注 1: 交易方取得和维持这种能力需以诚信经营、遵守交易承诺和约定、满足交易对方合理预期为条件。

注 2: 网络零售信用水平取决于顾客网购所承受的综合风险水平,在风险水平满足网购交易要求时,顾客满意水平可作为信用评价指标。

[GB/T 34057—2017,定义 3.1]

2.2

自营型网络零售 seller-managed online retailing

由卖方自主管理平台的网络零售商务活动。

2.3

自营型网络零售平台信用管理 integrity management for seller-managed online retailing

自营型网络零售平台为持续提升诚信经营能力和可信程度而开展的制定诚信经营目标、策划、实施、评估和改进等一系列管理活动。

3 管理体系构成

自营型网络零售平台信用管理体系包括以下三个方面:

a) 方针、目标和策划

自营型网络零售平台应确立适宜的诚信方针和可实现的诚信经营目标,并依此策划诚信管理活动。

b) 管理实施

自营型网络零售平台应在日常管理中融入诚信管理活动,形成制度并运行。

c) 评估和改进

自营型网络零售平台应定期对经营活动与诚信方针的符合性以及诚信目标完成情况进行评估,针对发现的问题制定改进及调整措施,并予以实施。

4 方针、目标和策划

4.1 方针

自营型网络零售平台最高管理者应制定并确保本平台网络零售的诚信方针：

- 适合于本平台的性质、规模、资源和管理水平；
- 体现本平台对顾客诚实守信的经营原则；
- 体现本平台全体参与的诚信服务原则；
- 体现本平台制定和调整诚信目标的原则；
- 体现本平台持续改进诚信管理和诚信服务的机制；
- 纳入本平台发展方针。

4.2 目标

4.2.1 目标内容

自营型网络零售平台应根据本平台诚信方针制定本平台向网购顾客兑现承诺、履行应尽义务、保障顾客权益的诚信目标，应包含以下方面的具体内容：

- 交易安全；
- 产品质量；
- 物流配送和售后服务；
- 隐私保护；
- 信息发布；
- 其他。

4.2.2 量化指标

自营型网络零售平台应根据诚信目标制定具体可测量的指标，确定一定时期内应达到的量值水平。诚信目标的指标可包括：网购体验满意度、质量满意度、退换货售后服务满意度、顾客投诉率、信息发布错误率等。

4.3 目标实现策划

自营型网络零售平台应结合本平台交易模式和出售商品特征，分析失信风险易发点，策划管理活动，把管理活动的具体要求、分工职责、资源保障等落实到文件，确保诚信服务目标的实现。策划内容应包括但不限于：

- 信息发布管理；
- 产品质量管理；
- 服务质量管理；
- 顾客权益保障；
- 评估与改进。

5 管理实施

5.1 信息发布管理

5.1.1 信息发布要求

自营型网络零售平台发布信息应真实、客观、清晰、准确、合规、有效、可识别和可验证，满足顾客了

解商品主要属性的需求,并建立信息纠错机制,及时发现与纠正已发布的错误信息。

注:自营型网络零售网站发布信息可参见 GB/T 29622—2013 的相关内容。

5.1.2 信息发布内容

自营型网络零售平台应发布网购顾客关注的信息,可包括以下内容:

- 平台基本情况(资质、备案等);
- 产品描述(含必要的安装、拆卸、维修等服务信息);
- 支付和物流配送服务;
- 价格和服务收费;
- 售后服务(如退换货);
- 个人信息和隐私保护;
- 信息安全;
- 第三方评价和政府行政监管信息(如工商、质检、征信机构相关监管或评价);
- 促销活动规则;
- 其他。

5.2 产品质量管理

自营型网络零售平台应采取供应商选择、质量检验、市场反馈、动态管理等多种手段联合监管和控制进货质量,对发现存在质量问题的商品应停止销售,除退换货外,必要时应采取召回或补偿措施。平台应把产品因其自身特点需要的安装、维修、拆卸等服务纳入产品质量管理。

5.3 服务质量管理

自营型网络零售平台应对各类服务措施加以监控,确保服务质量达到诚信服务目标要求。应纳入诚信管理的服务包括但不限于:

- 网购配套服务(如:线上支付、物流配送、线下货到付款、在线咨询等);
- 售后服务(退换货、顾客权益申诉受理、补偿等)。

5.4 顾客权益保障

5.4.1 顾客评价管理

自营型网络零售平台应鼓励顾客对产品、品牌和平台服务进行评价,并完整展示合法的评价信息、杜绝虚假交易和假冒顾客评价,避免评价信息对顾客产生误导。

5.4.2 顾客投诉处理

自营型网络零售平台应设立畅通便捷的顾客投诉渠道,发现因自身责任导致顾客利益受损的,或按照平台诚信经营目标应该对顾客予以补偿的,应采取赔偿或补偿措施。当顾客向相关行政管理部门或第三方公立机构进行投诉时,平台应出示相关交易记录协助裁决。

6 评估与改进

6.1 评估

自营型网络零售平台应定期评估诚信经营目标完成情况和所采取管理活动的效果;评估宜采取内部评估与专业第三方评估相结合的方式。

6.2 改进

自营型网络零售平台应针对评估过程中发现的问题制定改进措施,在管理文件、资源保障、职责分工等中调整,以保持信用管理体系的持续改进。

参 考 文 献

- [1] GB/T 29622—2013 电子商务信用 卖方交易信用信息披露规范
 - [2] GB/T 34057—2017 电子商务信用 网络零售信用基本要求 消费品零售
-

中 华 人 民 共 和 国
国 家 标 准
电 子 商 务 信 用 自 营 型 网 络 零 售 平 台
信 用 管 理 体 系 要 求
GB/T 36302—2018

*

中 国 标 准 出 版 社 出 版 发 行
北 京 市 朝 阳 区 和 平 里 西 街 甲 2 号 (100029)
北 京 市 西 城 区 三 里 河 北 街 16 号 (100045)

网 址 : www.spc.org.cn

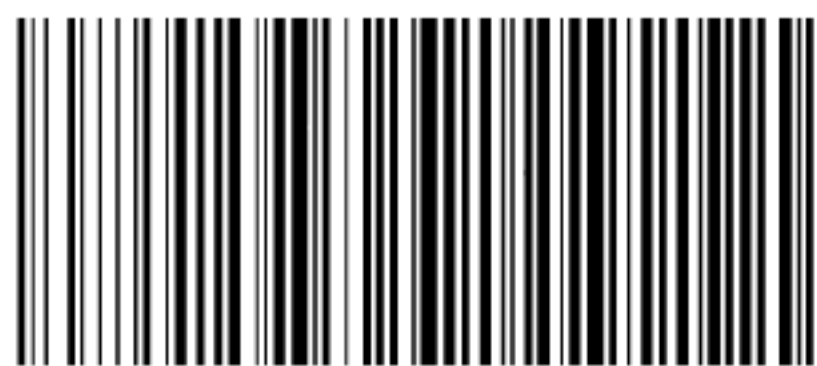
服 务 热 线 : 400-168-0010

2018 年 6 月 第 一 版

*

书 号 : 155066 · 1-60069

版 权 专 有 侵 权 必 究



GB/T 36302—2018