

# DB44

## 广东省地方标准

DB 44/T XXXX—2018

### 电子商务企业管理与服务规范

Specification for management and service of E-commerce enterprises

点击此处添加与国际标准一致性程度的标识

(征求意见稿)

2018 - XX - XX 发布

2018 - XX - XX 实施

广东省质量技术监督局

发布

## 前 言

本标准根据GB/T 1.1-2009给出的规则起草。

本标准由广东省电子商务标准化技术委员会提出并归口。

本标准起草单位：汕头市电子商务协会、广东省汕头市质量技术监督标准与编码所、广州市标准化研究院、广东省电子商务协会。

本标准主要起草人：

本标准首次发布。

## 引 言

本标准以在广东省境内具备营业执照（或同等效力证照）的电子商务企业为评价对象，包括自营平台、第三方平台以及第三方平台上的商家，不包括为电子商务企业提供相关服务的企业。

本标准的应用实施，可以对我省电子商务企业进行规范管理，提升电子商务企业服务质量，有效促进我省电子商业企业的发展。为保障本标准的实施力度，建议各级电子商务主管部门会同有关职能部门，对电子商务企业进行分类管理。发挥相关部门在资源配置中的作用，对电子商务模式发展进行规范引导，引导电子商务产业健康有序的发展，从而促进行业自律，促进电子商务诚信体系建设。同时应加强本标准的培训宣贯和电子商务相关知识的宣传，定期提供相关教育培训与技术指导，积极培养本地电子商务人才，鼓励企业引进外来人才。

本标准发布实施后将根据电子商务产业发展趋势与变化不断进行修订、调整和完善。

# 电子商务企业管理与服务规范

## 1 范围

本标准规定了电子商务企业经营管理与服务规范的术语与定义、电子商务企业分类、管理要求、服务要求。

本标准适用于从事电子商务生产经营、交易及服务活动的企业。

本标准不适用于为电子商务企业提供相关服务的企业。

## 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 34827 电子商务信用 第三方网络零售平台交易纠纷处理通则

GB/T 35408-2017 电子商务质量管理 术语

GB/T 35409 电子商务平台商家入驻审核规范

GB/T 35411 电子商务平台产品信息展示要求

GB/T 36311 电子商务管理体系 要求

SB/T 11132 电子商务物流服务规范

## 3 术语与定义

GB/T 35408-2017界定的术语和定义适用于本文件。为了方便实用，以下重复列出GB/T 35408-2017中的某些术语与定义。

### 3.1

**电子商务** E-commerce

通过信息网络进行产品和服务交易的经营性活动。

[GB/T 35408-2017，定义 2.1.1]

### 3.2

**电子商务企业** E-commerce enterprise

通过互联网等信息网络从事销售商品或者提供服务的社会经济组织。

注：本标准所提及的电子商务企业不包括为电子商务企业提供相关配套服务的企业。

### 3.3

**电子商务平台** E-commerce platform

在电子商务中为交易双方或多方提供网页空间、虚拟经营场所、交易及交易撮合、信息发布、资金支付等部分或全部服务的信息网络系统。

示例：第三方电子商务平台、自营电子商务平台。

[GB/T 35408-2017, 定义 2.1.2]

### 3.4

**跨境电子商务** cross-border E-commerce

通过电子商务平台进行产品进出口的电子商务。

[GB/T 35408-2017, 定义 2.1.3]

## 4 电子商务企业分类

### 4.1 交易型电子商务企业

利用信息网络开展商品交易、服务交易的电子商务企业,含自建网络交易平台销售自己产品的企业。

### 4.2 第三方平台型电子商务企业

运营电子商务第三方平台的企业,主要为其它企业提供网页空间、虚拟经营场所、交易撮合、信息发布等服务。

## 5 管理要求

### 5.1 基本原则

企业在电子商务经营活动中应遵循自愿、平等、公平、诚信的原则。

### 5.2 企业要求

5.2.1 具备统一社会信用代码的营业执照（或同等效力证照）以及与经营业务有关的许可证。

5.2.2 遵守行规行约，依法履行纳税义务。

5.2.3 具有与业务范围相适应的管理人员、服务人员、经营场所、设施设备等。

5.2.4 建立电子商务管理体系，体系应符合 GB/T 36311 的规定。内容应包括但不限于：

- a) 企业运营、财务、安全、技术及监管等组织架构和相应的风险控制机制；
- b) 完善的产品质量追溯体系；
- c) 知识产权内部审查机制；
- d) 电子商务在线争议解决机制，制定争议解决规则；
- e) 信用评价体系及不良信用记录情节严重者失信联动惩戒机制；
- f) 服务质量评价机制；
- g) 信息安全管理机制；
- h) 体系持续改进机制。

5.2.5 定期对员工进行职业道德、服务质量、岗位技能等培训，推进持证上岗。

5.2.6 涉及跨境电子商务活动的企业应符合相关的法律、法规和行业规范的要求。

## 6 服务要求

### 6.1 交易型电子商务企业

#### 6.1.1 基本要求

为保证交易型电子商务企业交易的正常运行，企业应提供必要且可靠的基础环境和服务，包括但不限于：

- a) 有知识产权或客户信息安全保障措施，未经授权不得向任何第三方泄露；
- b) 有保障交易正常运营的计算机信息系统、交易流程和安全环境；
- c) 提供支付服务的服务商应具备相应的资质和运营条件；
- d) 自建或者委托的物流服务体系能够满足业务和规模实际需求，物流服务应符合 SB/T 11132 的规定；
- e) 自建网络交易平台的企业应提供可通过关键词对整个平台的商品(服务)信息进行搜索的服务；
- f) 自建网络交易平台的企业应为消费者提供交易服务评价渠道并公开评价记录，允许消费者对产品、服务、物流、交易过程等进行评价。

#### 6.1.2 服务过程

##### 6.1.2.1 售前服务

交易前的服务内容应包括但不限于：

- a) 建立明确、详实的企业信息和服务规则，置于网站首页显眼位置，方便网上用户查阅，应包括但不限于：运营资质、企业地址、联系方式、服务条款、投诉机制、物流服务的承诺事项、售后保修服务、交易规则；
- b) 维护商品销售和服务信息，包括但不限于：客户服务信息、会员信息、商品信息、广告信息、订货合同信息、营销信息、订单数据、配货信息、退换货信息、申诉、投诉管理、商品入库和出库信息、商品账目、财务数据；
- c) 执行产品（服务）质量标准控制程序，严格把控商品（服务）质量并明示产品质量信息；
- d) 产品信息展示应符合 GB/T 35411 的规定；
- e) 服务信息展示内容应真实可靠，禁止虚假广告或误导客户。

##### 6.1.2.2 售中服务

交易中的服务内容应包括但不限于：

- a) 在交易平台上明示商品（服务）价格和配送价格，涉及跨境交易还需标明税费；
- b) 订单确认和服务响应时间应在显著位置公开，并按规定履行；
- c) 为消费者提供多种通道的咨询服务，配置专职客服人员，及时响应消费者的咨询；
- d) 监督配送过程和保护消费者的信息；
- e) 商品（服务）订单应在规定的时间内完成；
- f) 允许消费者或其委托者当场验货，并要求收件人在配送交接单据上签字。

##### 6.1.2.3 售后服务

交易后的服务内容应包括但不限于：

- a) 客服人员应及时、正确解答客户提出的有关商品和服务等售后问题；
- b) 提供退换货服务，公布退换货制度，内容包括商品（服务）退换货政策、退换货流程等；
- c) 设置专门处理消费者申诉和投诉的客服专员，并按规定履行销售承诺的服务条款，在承诺时间内协调解决消费者的投诉或建议，处理流程应公开，处理过程应有记录保存；
- d) 定期对消费者进行回访，回访方式可为电子邮件、电话、传真、短信等。

## 6.2 第三方平台型电子商务企业

### 6.2.1 基本要求

为保证第三方平台型电子商务企业交易的正常运行，企业应提供必要且可靠的基础环境和服务，包括但不限于：

- a) 有可靠的交易服务机制，充分保证网络交易的顺畅和交易安全；
- b) 有知识产权或客户信息安全保障措施，未经授权不得向任何第三方泄露；
- c) 有保障平台交易正常运营的计算机信息系统、交易流程和安全环境；
- d) 提供可通过关键词对整个平台的商品（服务）信息进行搜索的服务；
- e) 有建立商家入驻审核制度，有专职机构或人员负责平台用户的资质审核与备案，平台对商家的审核要求应符合 GB/T 35409 的规定；
- f) 提供支付服务的服务商应具备相应的资质和运营条件；
- g) 自建或者委托的物流服务体系能够满足业务和规模实际需求，物流服务应符合 SB/T 11132 的规定；
- h) 为消费者提供交易服务评价渠道并公开评价记录，允许消费者对产品、服务、物流、交易过程等进行评价。

### 6.2.2 服务过程

#### 6.2.2.1 售前服务

交易前的服务内容应包括但不限于：

- a) 建立明确、详实的平台信息和服务规则，置于网站首页显眼位置，方便网上用户查阅，应包括但不限于：平台运营资质、联系地址、联系方式、服务条款、配送范围、投诉机制、商家和消费者注册制度、平台交易规则；
- b) 维护平台运营信息管理系统，包括但不限于：商家入驻和变更信息、消费者信息、营销活动信息、广告信息、商品信息、订单管理信息、信用评价管理信息、物流信息、申诉投诉管理信息、财务数据；
- c) 为消费者提供产品、卖家和平台的相关信息，包括商品（服务）信息描述，平台和商家主体身份验证等；
- d) 禁止虚假广告，及时清除过期广告，确保广告的时效性；
- e) 对平台内的商品或者服务信息进行检查监控并能及时向有关部门报告违法信息。

#### 6.2.2.2 售中服务

交易中的服务内容应包括但不限于：

- a) 为入驻商家、消费者使用平台和顺利完成交易提供的交互式支持服务；
- b) 为订单的提交、确认和取消提供相应的服务支持；
- c) 为交易的支付、结算提供相应的服务支持；
- d) 为入驻商家或消费者提供物流配送服务。

### 6.2.2.3 售后服务

交易后的服务内容应包括但不限于：

- a) 为消费者提供与所售商品（服务）相关的售后保障服务；
  - b) 提供申诉和投诉的客服渠道，由专员负责，渠道畅通、响应及时；
  - c) 履行销售承诺的服务条款，及时有效调解交易纠纷，处理过程应符合 GB/T 34827 的规定；
  - d) 定期对商家和消费者进行回访，回访方式为电子邮件、电话、传真、短信等。
-