ICS 01.040.01
A 10
备案号:38479—2013

SB

中华人民共和国国内贸易行业标准

SB/T 10821—2012

网络团购企业管理规范

Management specification for online group purchase

2012-12-20 发布　　2013-06-01 实施

中华人民共和国商务部　　发布

目　　次

前言 …… Ⅰ
1　范围 …… 1
2　规范性引用文件 …… 1
3　术语和定义 …… 1
4　基本行为要求 …… 2
5　平台经营者对商户的筛选及管理要求 …… 2
6　网络团购信息发布要求 …… 3
7　团购客户服务要求 …… 4
8　团购信用管理要求 …… 4
9　网站信息公开要求 …… 5
10　可持续发展要求 …… 5
参考文献 …… 6

前　言

本标准按照 GB/T 1.1—2009 给出的规则起草。

本标准由全国商业自动化标准化技术委员会提出。

本标准由中华人民共和国商务部归口。

本标准起草单位：中商流通生产力促进中心有限公司。

本标准主要起草人：王德利、张春红、杜树叶、周毅。

网络团购企业管理规范

1 范围

本标准规定了从事专业网络团购或含有团购交易的电子商务平台经营活动的行为规范，法律法规另有规定的除外。

标准适用于专业网络团购经营企业、含有团购业务的网络购物企业、团购商户、网络团购第三方评估机构和政府网络购物监管部门等，不适用于房地产网络团购。

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。

SB/T 10519 网络交易服务规范

SB/T 10693—2012 网络购物术语

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

网络团购 online group purchase

通过互联网渠道，聚集一定数量的消费者，通过组团的形式，以合理价格购买同一种商品或服务的商业活动。

3.2

网络团购交易平台 transaction system of online group purchase

在网络团购交易活动中为交易双方或多方提供交易撮合及相关服务的信息网络系统。

3.3

网络团购交易平台经营者 operating enterprise of online group purchase

在工商行政管理部门登记注册并领取营业执照，取得经营性网站资质并备案，从事网络团购交易平台(引用 3.2)运营并为交易双方提供服务的法人和其他组织(以下简称“团购平台经营者”)。

3.4

网络团购商户 trader of online group purchase

在网络团购交易平台(引用 3.2)上提供团购商品或服务的法人和其他组织(以下简称“商户”)。

3.5

先行赔付 compensate in advance

商户应承担责任但不履行赔偿约定时，消费者向团购平台经营者提出赔偿申请，团购平台经营者先行向消费者赔偿，再对商户进行追偿的行为。

[参考 SB/T 10693—2012 3.6.6]

4 基本行为要求

4.1 基本资质要求

建立网络团购交易平台应合法合规，不得非法运营。团购平台经营者应满足以下基本要求：

a） 办理工商登记注册并领取营业执照；

b） 办理《中华人民共和国电信与信息服务业经营许可证》即 ICP 证；

c） 特殊团购行业的具备相应资质证书，如经营药品、音像等；

d） 具备团购信息、商品和服务的审查、管理能力；

e） 具备信用管理能力。

4.2 运营管理要求

4.2.1 团购平台经营者应在网站主页面醒目位置公开营业执照登载的信息或者其营业执照的电子链接标识。

4.2.2 团购平台经营者开展促销活动应遵守《反不正当竞争法》及《关于禁止有奖销售活动中不正当竞争行为的若干规定》等相关规定。

4.2.3 团购平台经营者应与消费者签订网络团购消费合同（用户注册协议），包括配送方式、支付形式、退换货方式、退款条件、售后服务等内容。

4.2.4 团购平台经营者应加强自律，建立消费者权益保证金制度，宜使用第三方支付方式，保障网络交易安全。

4.2.5 当团购商品存在质量问题或商户没有兑现团购服务项目时，只要用户理由正当而且举证充分，团购平台经营者应支持先行赔付。

4.2.6 团购平台经营者与商户达成的商品或服务的约定应尊重消费者利益。

4.2.7 团购人数设置不应超过商户承受负荷，以免造成服务拥挤而降低服务质量。

4.2.8 不应降低商品时效性，不应拖延物流发货时间或服务提供时间。

4.2.9 不应以低价抢购商品之名，骗取用户团购商品或服务。

4.2.10 团购平台经营者应建立信息安全保护制度，应确保商户商业秘密及消费者个人信息数据的安全。

4.2.11 不得盗取、贩卖、公开当事人交易记录、名单等涉及商户商业秘密及消费者个人信息的数据。

4.2.12 团购平台经营者应审查、记录、保存网站上发布的团购相关信息内容。保存期限应符合国家相关规定。

4.2.13 团购平台经营者应有数据备份、故障恢复机制，确保网络交易数据和资料的完整性和安全性。

5 平台经营者对商户的筛选及管理要求

5.1 对商户的筛选

团购平台经营者应维护网络团购交易秩序，负有对商户筛选及管理的责任，并保证所有商品或服务来自正规商户。所合作的商户应符合以下条件：

a） 法定注册登记的从事商品或服务交易的法人或其他组织；

b） 具备提供团购服务的规模与能力，具有良好的资信；

c） 经团购平台经营者批准，取得交易资格；

d） 不涉及国家法律明令禁止的服务内容（如黄、赌、毒）；

e) 具备所在行业及所提供服务、产品的经营资质(如质检报告、医疗机构执业许可证等)。

5.2 对商户的管理

5.2.1 团购平台经营者应建立商户主体身份和经营资格审查登记制度,建立登记档案并定期核实更新。团购平台经营者不得为无营业执照的商户提供服务。

5.2.2 团购平台经营者应对团购项目进行严格的事前审核备案,保障团购产品或服务质量,考查确认商品库存、发货速度、物流体系、服务能力等关键因素。

5.2.3 团购平台经营者应与商户签订网站进入经营合同,明确双方团购交易进入和退出、商品和服务质量安全保障、消费者权益保护等方面的权利、义务和责任。

5.2.4 团购平台经营者应对商户发布的信息进行审核,禁止发布不符合法律法规、政策规定的内容。

5.3 对商户的交易监督

团购平台经营者应监督商户合规参与团购交易,商户应遵守以下要求:

a) 自觉遵守团购平台经营者的章程、交易规定,接受团购交易平台经营者的监督;

b) 守法、履约、公平买卖;

c) 保证提供产品或服务信息的真实性,并承担相应责任;

d) 接受平台经营者的监督管理。平台经营者行使管理职权时,可按照平台经营者规定的权限和程序对商户进行调查,商户应配合;

e) 主动配合团购平台经营者就消费者投诉所进行的调查;

f) 当销售商品存在缺陷时,商户应积极配合有关部门进行缺陷产品的调查评估和召回工作(参考SB/T 10519 的相关规定)。

6 网络团购信息发布要求

6.1 商品信息发布原则

团购商户应保证其商品或服务信息完整、准确、清晰,团购平台经营者应对商户发布的信息真实性进行审核。团购商品或服务信息应详细,包括名称、种类、质量、性能、品牌、产地或服务地点、价格、运费、配送方式或服务方式、支付形式、退换货方式,以及商户的资质、信誉等信息。网络团购平台商品或服务信息应符合以下原则:

a) 发布的产品或服务不应隐瞒关键信息;

b) 不应发布假冒商品信息;

c) 不应隐含“附加条件”;

d) 不应设置“变相收费”和“商品信息误导”陷阱;

e) 不应利用虚假的团购人数造成热抢的假象;

f) 不应抬高原价,制造虚假折扣;

g) 产品或服务描述应与实际情况一致,不应夸大宣传。

6.2 商品质量审核

平台经营者应制定网上发布商品信息审核准入制度,包括:

a) 强制性认证的商品应有强制性认证证书;

b) 应有符合规定的商品合格证、使用说明书、产地和生产厂商或经销商名称;

c) 实施生产许可管理的商品应公布生产许可证;

d) 进口商品应公布相关检验报告;

e) 不应发布无产地、厂名、生产日期以及不按规定标明材料或成分、不符合包装要求的商品信息。

6.3 团购信息修改

商户不应随意修改未到期团购活动的交易规则、限制性条款及价格。如需修改必须经过团购平台经营者的审批。但应至少提前7日以短信或电子邮件等有效方式,通知所有交易者并在其网站进行公布,交易者可以选择接受或者不接受。

7 团购客户服务要求

7.1 消费辅助

7.1.1 团购平台经营者应设有专业的客服团队,并对客服人员进行培训,加强客服人员的整体素质。

7.1.2 团购平台经营者应建立完善的售前咨询制度、售后服务制度,对消费者消费过程中遇到的问题提供必要的帮助,并通过售后用户反馈监管商户服务。

7.1.3 团购平台经营者应建立投诉处理制度,为消费者提供及时的疑难解答与反馈。当消费者的合法权益受到损害时,团购平台经营者应积极协助消费者维护自身合法权益。

7.1.4 针对用户的提问或投诉,应及时、热情处理。

7.2 退换货事宜

7.2.1 消费者收到的货物不符、货物破损或检测属商品质量自身问题,团购平台经营者应及时办理退换货事宜;特殊团购行业的,商户应及时办理退换货事宜,团购平台经营者应对其进行协调和监督(商户明确规定不支持退换货的特殊商品除外),由此产生的物流费用应由团购平台经营者或商户承担。

7.2.2 团购平台经营者应遵守《消费者权益保护法》及《关于加强网络团购经营活动管理的意见》中关于退货、退款的相关规定,不得排除消费者依法拥有的退货、退款等权利。

7.2.3 团购商品应享有与实体店同类商品相同的三包服务(包修、包换、包退),特别说明的除外。

7.2.4 团购券或优惠券等期限应合理,团购平台经营者宜通过短信或邮件等有效方式在团购券或优惠券过期之前进行提醒。

7.2.5 团购平台经营者以预收款方式销售团购商品或服务,不应设定过期未消费预付款不退或者限定款项只能退回网站账户等限制,特别说明的除外。但消费金额不宜折现,可退还第三方支付平台。

7.3 消费凭证开具

7.3.1 团购平台经营者应为消费者提供符合国家有关规定或者商业惯例的有效消费凭证。

7.3.2 如果消费者需要发票,收取款项方应依照《中华人民共和国发票管理办法》以及实施细则的规定开具发票,不应以任何理由拒绝。

7.4 消费调解

7.4.1 团购平台经营者应实施网络统一货物凭证制度,加大网上解决团购纠纷的可能性。

7.4.2 团购平台经营者宜成立专业消费纠纷调解部门。

7.4.3 团购平台经营者宜开展网上投诉、网上调解等。

8 团购信用管理要求

8.1 信用服务

8.1.1 第三方信用服务机构可对团购平台经营者开展信用评估服务,促进消费者真实直观地了解团购

平台经营者的信用状况。

8.1.2 团购平台经营者应完善内部信用管理制度。

8.1.3 团购平台经营者应为商户提供公平、公正的信用评估服务，对商户的信用情况客观、公正地进行采集与记录，建立商户信用披露制度。

8.1.4 信用评级报告应遵循一定的格式要求，方便消费者进行比较。信用等级的划分可参考国家出台的相关标准的规定。

8.2 信息披露

8.2.1 团购平台经营者应及时发布商户的基本情况，包括：企业概况、服务范围、联系方式等。

8.2.2 依据《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》的规定，团购平台经营者应建立网络交易平台管理规章制度，并在网站上完整地公布。包括：交易规则、交易安全保障、消费者权益保护、不良信息处理等规章制度。

8.2.3 应定期或不定期对涉及违法经营或侵犯消费者权益的商户按照事先公布的程序在网站上进行公示。

9 网站信息公开要求

团购平台经营者应公开以下最新服务文档：

a) 交易条款，包括免责条款、争议处理、隐私保护、特殊说明等；

b) 承诺服务，包括正品承诺、物流安全承诺、商品质量承诺、支付安全承诺等；

c) 购物说明，包括团购购物流程、团购常见问题等；

d) 积分说明，包括赠送积分类商品、积分获得途径、积分的使用及规则、积分查询说明；

e) 团购券或优惠券使用说明；

f) 会员制度，包括会员级别、要求、待遇等；

g) 配送方式，包括上门自提、快递运输、EMS 等配送方式的说明；

h) 支付方式，包括货到付款、在线支付、邮局汇款、公司转账、发票制度等；

i) 售后服务，包括退换货政策、退换货流程，售后返修商品运费规则、退款说明等。

10 可持续发展要求

团购平台经营者宜促进企业可持续发展，宜做到以下要求：

a) 加强企业管理及文化建设，提升企业综合服务能力，提升消费者对网络团购的信任程度；

b) 定位目标用户，培育消费者的理性消费，依据目标客户的喜好有针对性的发起团购活动，并进行市场细分；

c) 高度认识消费者、商户和团购平台之间的联系与问题，并形成处理规范；

d) 保障消费者合法权益，注重消费者评价并建立完善的消费者评价服务体系；

e) 严格兑现服务承诺，促进企业自律及行业诚信建设；

f) 加强自身的技术平台建设，增强系统的安全性、稳定性、易操作性，开发更多更实用的应用，提升用户体验；

g) 提高用户忠诚度，发展团购企业品牌效应，增强品牌影响力。

参 考 文 献

[1] 《消费者权益保护法》
[2] 《反不正当竞争法》
[3] 《关于禁止有奖销售活动中不正当竞争行为的若干规定》
[4] 《中华人民共和国发票管理办法》
[5] 《第三方电子商务交易平台的服务规范》(中华人民共和国商务部公告 2011 年第 18 号)
[6] 《关于加强网络团购经营活动管理的意见》(国家工商行政管理总局工商市字〔2012〕39 号)
[7] 《关于网上交易的指导意见(暂行)》(中华人民共和国商务部公告 2007 年第 19 号)
[8] 《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》(国家工商行政管理总局令 2010 年第 49 号)

中华人民共和国国内贸易
行业标准
网络团购企业管理规范
SB/T 10821—2012
*
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(100013)
北京市西城区三里河北街16号(100045)
网址 www.spc.net.cn
总编室:(010)64275323 发行中心:(010)51780235
读者服务部:(010)68523946
中国标准出版社秦皇岛印刷厂印刷
各地新华书店经销
*
开本 880×1230 1/16 印张 0.75 字数 14 千字
2013年6月第一版 2013年6月第一次印刷
*
书号:155066·2-24990 定价 16.00 元

如有印装差错 由本社发行中心调换
版权专有 侵权必究
举报电话:(010)68510107

SB/T 10821-2012

打印日期:2013年6月25日 F009