

团 体 标 准

T/QYZL XX—XXXX

农产品电子商务服务平台 入驻商户管理规范

Agricultural products electronic commerce platform — Management standard for
entry merchants

(征求意见稿)

XXXX—XX—XX 发布

XXXX—XX—XX 实施

清远市质量管理协会 发布

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。

本文件由清远市质量管理协会提出并归口。

本文件起草单位：佛冈县电子商务协会、清远市德诚标准化研究院、清远市地礼驿站三农服务有限公司、广东省高资堂农业发展有限公司、广州德生智能信息技术有限公司。

本文件主要起草人：朱翠娟、陈友平、何业兴、黄敏华、何少敏、骆杏仪。

本文件为首次发布。

农产品电子商务服务平台 入驻商户管理规范

1 范围

本文件规定了农产品电子商务服务平台对入驻商户的基本要求、资质管理、交易管理、日常维护管理。

本文件适用于农产品电子商务经营者对入驻商户的管理。

2 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。

GB/T 31524 电子商务平台运营与技术规范
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

3 术语和定义

GB/T 31524、GB/T 35409 界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

农产品 agricultural products

农业中生产的物品，如高粱、稻子、花生、玉米、小麦以及各个地区土特产等。按加工程度不同，可分为初级农产品、初加工农产品、深加工农产品以及精深加工农产品。

3.2

入驻商户 entry merchants

在电子商务活动中，进入电子商务平台开展商品交易的商户。

4 基本要求

4.1 入驻商户应遵守相关法律法规。

4.2 平台经营者应与入驻商户签订入驻协议，约定双方的权利和义务。

5 资质管理

5.1 基础资质

入驻商户应提供以下基础资质材料：

- a) 营业执照或营业执照登载信息或其他合法经营证照;
- b) 银行开户证明或相关信息;
- c) 法定代表人和/或商户负责人和/或商户联系人身份证(正反面);
- d) 产品检验合格证明。

5.2 经营资质

5.2.1 食用农产品资质

- 5.2.1.1 自产自销的食用农产品, 商户需提供种植证明或土地承包证明或由村民委员会、乡镇政府等出具产地证明。
- 5.2.1.2 经营采购的食用农产品, 商户需提供供货者提供的销售凭证、销售者与供货者签订的食用农产品采购协议。
- 5.2.1.3 经营生鲜禽蛋产品, 商户需提供养殖证明和《动物防疫条件合格证》。
- 5.2.1.4 经营猪肉产品, 商户需同时提供《生猪定点屠宰证》和《肉品品质检验合格证明》。
- 5.2.1.5 经营其它动物肉产品, 商户需同时提供《动物防疫条件合格证》和《肉品品质检验合格证明》。

5.2.2 食品类许可

- 5.2.2.1 生产并销售《食品生产许可证管理办法》规定的商品, 入驻商户应提供《食品生产许可证》。
- 5.2.2.2 销售其他生产商生产的《食品生产许可证管理办法》规定的商品或提供餐饮服务, 入驻商户应提供与其经营主体业态相符的《食品经营许可证》。

5.3 品牌资质

入驻商户经营品牌农产品, 应提供相关的证明材料, 证明材料的类别包括但不限于:

- a) 商标注册证明、品牌特许经营证明、品牌销售授权证明等文件;
- b) 无公害产品、绿色食品、有机产品、农产品地理标志(三品一标);
- c) 国家地理标志保护产品及其它荣誉称号等。

5.4 扶贫产品资质

入驻商户经营扶贫农产品, 应提供县级扶贫服务中心或县级以上扶贫单位出具的扶贫证明和精准帮扶的建档立卡贫困户明细。

6 交易管理

6.1 信息发布

6.1.1 产品图片展示应符合下列要求:

- a) 至少 5 张主图: 包括 1 张完整的产品图, 4 张核心细节图, 尺寸为 800px×800px, 大小为 500k 以内。
- b) 1 套产品详情页: 尺寸为 750px 的宽度, 高度则根据商品本身实际情况而定; 大小宜单张 500K, 连体图片 3M 以内。

6.1.2 应展示产品明确的出货时间、送达时间和供应量。

6.1.3 其它信息展示应符合 GB/T 35411 的规定。

6.2 发票

入驻商户应及时向客户提供符合交易所需的发票，发票应符合国家相关法律法规的要求。

6.3 物流

6.3.1 入驻商户按照承诺的服务时间发货，完成或配合物流企业完成商品运输和配送；特殊类产品（如鲜活、冷冻等农产品）应按照相关规定执行。

6.3.2 入驻商户应明确物流费用及承担人，并在相应显著位置予以明示。

6.4 售后

6.4.1 退换货

6.4.1.1 入驻商户提供的商品或者服务不符合质量要求的，消费者可以依照国家规定、当事人约定退货，或者要求入驻商户履行更换、修理等义务。入驻商户应当承担运输等必要费用。

6.4.1.2 对于由物流原因造成的商品破损、丢失等，入驻商户在规定时间内完成退换货或与消费者协调达成一致的处理方案，并承担相应的运费。

6.4.1.3 特殊产品的退换货如有特殊规定的，应在相关页面显著区域予以明示。

6.4.2 投诉处理

6.4.2.1 入驻商户至少配备一名专职线上客服人员，及时处理售前售后工作，并积极配合平台经营者处理客户投诉工作。

6.4.2.2 对于存在争议的投诉处理，入驻商户应配合平台经营者尽快与消费者进行协调，形成或明确处理方案，保障双方的合法权益。

6.4.2.3 对于无法协调的投诉纠纷处理，平台经营者应明确告知交易各方进一步处理纠纷的途径，并配合向相关管理部门举证。

7 日常维护管理

7.1 入驻商户资质材料发生变化时，应及时更新。

7.2 平台经营者应对已入驻商户的资质进行不少于1次/年的形式审核。

7.3 平台经营者应建立入驻商户黑名单制度，对存在伪造经营资质证明材料行为的入驻商户，应明确禁止准入或予以清退；涉嫌违法的，反馈相关执法部门处理。

7.4 平台经营者应定期对入驻商户开展培训，培训内容包括但不限于法律法规、经营管理、客户服务等。

参 考 文 献

- [1] DB44/T 1126—2013 电子商务企业物流及服务流程及操作规范 自营物流
-