

ICS

A

备案号:

SB

中华人民共和国国内贸易行业标准

XX/T XXXXX—XXXX

媒体购物 术语

Media shopping terminology

(征求意见稿)

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	
1 范围	1
2 规范性引用文件.....	1
3 通用术语	1
4 专业术语.....	2
5 其他术语.....	12
参考文献	18
中文索引.....	19
英文索引.....	24

前 言

本标准根据GB/T 1.1-2009给出的规则编写。

本标准由中国商业联合会提出。

本标准由中华人民共和国商务部归口。

本标准主要起草单位：中国商业联合会媒体购物专业技术委员会、XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX、

本标准主要起草人：XXX、XXX、XXX、XXX

媒体购物 术语

1 范围

本标准规定了媒体购物行业涉及到的通用术语和专业术语，包括但不限于广播购物、电视购物、网络购物、报刊购物、手机终端购物等要求。

本标准适用于媒体购物活动中，从事技术交流、语言交流的各方参与者使用。

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/T18016 零售业态分类

GB/T24359-2009 第三方物流质量要求

GB/T27922-2011 商品售后服务评价体系

SB/T10519-2009 网络交易服务规范

SB/T10693-2012 网络购物 术语

SB/T10965-2013 媒体购物经营要求

3 通用术语

3.1

媒体 media

传播与交换信息的载体。

3.2

媒体购物 media shopping

运用媒体获取商品信息，并以未谋面的方式确认采购的行为，包括但不限于广播购物、电视购物、邮购、网络购物、电话购物、移动购物、报纸（刊）购物等活动。

3.3

零售业 retail industry

以向消费者销售商品为主，并提供相关服务的行业。

3.4

零售业态 retail formats

零售企业为满足不同的消费需求进行相应的要素组合而形成的不同经营形态。

3.5**有店铺零售 store-based retailing**

是有固定的进行商品陈列和销售所需要的场所和空间,并且消费者的购买行为主要在这一场所内完成的零售业态。

3.6**无店铺零售 non-store selling**

不通过店铺销售,由厂家或商家直接将商品递送给消费者的零售业态。

3.7**直销 direct selling**

采用销售人员直接与消费者接触,进行推介,以达到销售其产品或服务目的的零售业态。

3.8**厂家直销中心 factory outlets center**

有生产商直接设立或委托独立经营者设立,专门经营本企业品牌商品,并且多个企业品牌的营业场所集中在一个区域的零售业态。

3.9**产品 products**

企业生产或销售的有形产品,其质量水平符合相关标准和法律法规要求,允许在中华人民共和国和国境内销售。

3.10**商户 merchants**

租用电子商务平台进行经营活动的法人、法人委派的行为主体、其他组织机构或自然人。

3.11**广播购物 radio broadcast shopping**

主要通过广播为消费者介绍商品信息,并通过消费者电话订购,由运营者以邮寄的方式送达消费者的一种零售业态。

3.12

电视购物 TV shopping

以电视为主向消费者进行商品推介展示的渠道，取得订单并通过物流配送送达消费者的零售业态。

3.13**网络购物 on line shopping**

以互联网发布信息为主向消费者进行商品展示，并网上下单订购、支付完成购买后通过物流配送，送达消费者的零售业态。

3.14**邮购 mail order**

以邮寄商品目录为主向消费者进行商品推介展示的渠道，并通过邮寄的方式将商品送达给消费者的零售业态。

[GB/T18016-2004, 4.2.2]

3.15**电话购物 telephone shopping**

主要通过电话完成销售或购买活动的一种零售业态。

[GB/T18016-2004, 4.2.6]

3.16**移动购物 mobile terminal shopping**

主要通过移动终端完成下单、支付购买活动的一种零售业态。

3.17**报纸（刊）购物 newspaper shopping**

以报纸、刊物等平面媒体为主要渠道向消费者介绍商品信息，并通过邮寄的方式将商品送达消费者的零售业态。

4 专业术语**4.1****商品 goods**

以进入市场流通的企业产品。

4.2**商品供应商 Commodity Suppliers**

为媒体购物销售商、消费者提供具有一定性能和使用要求的产品的经营者。

4.3

商品质量 the quality of the goods

商品具有满足明确和隐含需要的能力的特性和特征的总和。

4.4

商品检验 Commodity Inspection

商品的生产方、购买方或者第三方在一定条件下，借助于某种手段和方法，按照合同、标准或国内外有关法律、法规、惯例，对商品的质量、规格、重量、数量、包装、安全及卫生等方面进行检查，并做出合格与否或通过验收与否的判定。

4.5

商品合格率 Commodity Rate

商品供应商提供一批商品，按照指定的相关标准检测，合格产品占产品总数的百分比。

4.6

不合格商品 unqualified products

商品存在危及人身、财产安全的不合理的危险，或者不符合有关保障人体健康和人身、财产安全的国家标准或行业标准；不具备商品应当具备的使用权性能；不符合在商品或其包装上注明采用的产品标准，或者不符合以产品说明、实物样品等方式表明的质量状况。

4.7

商品说明书 Descriptive Literature

生产者向消费者全面、明确地介绍商品名称、用途、性质、性能、原理、构造、规格、使用方法、保养维护、注意事项等内容而写的准确、简明的文字材料。

4.8

商品质量合格证 Product Quality Certification

证明商品符合标准要求的证明标识，包括合格证书、合格标签和合格印章。

4.9

假冒伪劣商品 sham and shoddy commodities

含有一种或多种可以导致普通大众误认的不真实因素的商品。假冒伪劣商品可以分为假冒商品和劣质商品两种类型。假冒伪劣商品是假冒伪劣的物质产品，不包括精神产品。其特征是：具有不真实性因素和社会危害性。

4.10

三无商品 No Product

无生产日期、无质量合格证以及无生产厂家的商品。

4.11

生产许可证 Production Certificate

为保证商品的质量安全，按照国家主管商品生产领域质量监督工作的行政部门制定并实施的，控制产品生产加工企业生产条件的监控制度，获得的商品生产许可证明。

4.12

质量保证期 warranty period

商品生产商对商品承诺的失去自身功能的最低保证期限。

4.13

安全使用期 safe use period

确保消费者安全使用商品的时间期限。

4.14

警示标志 warning signs

提醒消费者在使用商品时应该警惕、注意的信息，包括图示、文字、符号等。

4.15

商品广告 advertisement

为销售商品的需要，通过在电视、网络、广播、报刊等一定形式的媒体，公开向社会公众传递商品信息的宣传手段。

4.16

广告诉求点 advertising appeals

某商品或服务在广告中所强调的、企图劝服或打动广告对象的传达重点。

4.17

短片广告 video advertising

由广告公司制作的5分钟或10分钟单片广告。

4.18

涉性广告 sexual advertising

宣传壮阳、提高性功能的医疗、药品、保健品、医疗器械等不良广告。

4.19

叫卖式宣传 propaganda advertising

以“叫卖式”夸张配音、语调、动作等宣传商品。

4.20

虚假广告 false advertising

广告内容是虚假的或者是容易引人误解的,一是指商品宣传的内容与所提供的商品或者服务的实际质量不符,另一就是指可能使宣传对象或受宣传影响的人对商品的真实情况产生错误的联想,从而影响其购买决策的商品宣传。

4.21

违法广告 illegal advertising

广告行为人由于实施了违反我国广告法律,行政法规的广告违法活动,使广告受众的合法权益受到损害并依照我国民法规范而承担法律后果的广告的总称。

4.22

呼叫中心 call center

充分利用现代通讯与计算机技术,如 IVR(交互式语音 800 呼叫中心流程图应答系统)、ACD(自动呼叫分配系统)等等,可以自动灵活地处理大量各种不同的电话呼入和呼出业务和服务的运营操作场所。

4.23

自建呼叫中心 In - House Call Center

使用到呼叫中心的用户(政府或企业)自己投资建设的呼叫中心,其目的在于利用呼叫中心来开展自身业务,自建呼叫中心一般只用于处理与自身业务与服务相关的呼叫业务,并不对第三方厂商提供呼叫中心服务。

4.24

外包呼叫中心 Out Sourcing Call Center

有关的用户将自身的呼叫相关业务外包给第三方的呼叫业务提供商(呼叫中心),一般要支付一定的外包费用的呼叫中心。

4.25

呼叫中心托管服务 Application Service Provider

企业把呼叫中心系统交给专业公司来建设和管理。而企业自身把稀缺的人力和财力资源集中到核心业务上,有关呼叫中心的建设、维护、升级改进等工作都由提供呼叫中心托管服务的专业公司来负责。

4.26**呼叫中心设备租赁业务 call center equipment leasing business**

企业全部或部分租用第三方提供的呼叫中心系统设备及应用软件来构建呼叫中心,此呼叫中心设在客户方,租赁方按租赁时间付费给出租方,当合同结束时,租赁行为自行解除。

4.27**电话放弃率 Abandon Rate**

系统已经接通,但在座席应答之前就挂机或下线的电话呼叫占全部接通电话呼叫的比率。

4.28**放弃的呼叫 Abandoned call**

系统已经接通,但是在座席应答之前被来电者终止的电话呼叫。

4.29**放弃呼叫成本 Abandoned call cost**

由于放弃的呼叫而造成收入的损失。

4.30**超长在线时间 Above hold time**

一个来电的在线时间超过了这个呼叫中心或机构的平均电话在线时间。

4.31**自动呼叫分配 Automatic Call Distributor**

呼叫中心采用的电话呼叫设备,按先后顺序将来电均匀地分配给座席。

4.32**应用链接 Application Bridge**

自动呼叫分配与用户数据库之间的链接。

4.33**基于应用的呼叫路由 Application-based Call Routing (ACD)**

通过应用来传输和跟踪呼叫。

4.34**ACD 回叫信息 ACD Call Back Messaging**

ACD 功能允许呼叫者给座席留下信息而不是等待一个空闲座席。通过这种方法可以在话务量的波峰

和非波峰时段对座席工作量进行平衡。在特殊的应用中，该功能还可以为呼叫者提供持机等待选项。

4.35

ACD 有条件路由 ACD Conditional Routing

能够在系统和呼叫中心内监控各种参数，并且在信息的基础上智能的发送呼叫。

4.36

ACD 数据直接呼叫路由 ACD Data Directed Call Routing -

ACD 在信息数据库提供的数据库基础上处理呼叫的能力。

4.37

IVR 交互式语音应答 Interactive Voice Response -

可以使来电者利用电话按键（如果语音识别技术得到应用的话，还可以通过发出语音指令），进入企业数据库，来获取或更新数据、或进行交易、或路由他们的呼叫。还可称为语音应答系统（VRU）。

4.38

物流企业 logistics enterprise

从事物流基本功能范围内的物流业务设计及系统运作，具有与自身业务相适应的信息管理系统，实现独立核算、独立承担民事责任的经济组织。

[GB/T18354-2006, 定义2.16]

4.39

物流网络 logistics enterprise

物流过程中相互联系的组织、设施与信息的集合。

[GB/T18354-2006, 定义2.22]

4.40

第三方物流 third party logistics

独立于供需双方，为客户提供物流运营服务的模式。

4.41

第三方物流服务质量 third party logistics service quality

第三方物流服务满足明示的、通常隐含的或必须履行的需求与期望的程度。

4.42

货到付款 cash on delivery (C. O. D.) 代收货款

物流服务企业代媒体购物经营者从消费者收缴应收货款项的有偿服务，消费者可以验货后再付款。

4.43**在途退件 return of goods in transit**

未曾妥投而退回且尚未入库的商品。

4.44**拒收件 protest for payment goods**

消费者拒收而退回的商品。

4.45**自退件 returning faulty goods**

消费者因质量问题退回的商品。

4.46**维修件 repairing goods**

消费者要求协助维修而退回的商品。

4.47**回单 receipting documents**

完成商品交付后，消费者在媒体购物经营者提供的签收单据上按约定的要求签字，并由物流服务企业返还给媒体购物经营者的票据。

4.48**支付 pay**

付出款项。

4.49**支付工具 tools of payment**

资金清算和结算过程中的一种载体，是记录和授权传递支付和信息发起者的合法金融机构账户证券，或是支付发起者合法签署的可用于清算和结算的金融机构认可的资金凭证。

4.50**在线支付 online payment**

卖方与买方通过因特网上的电子商务网站进行交易时，银行为其提供网上资金结算服务的一种业务。

4.51

网银支付 online banking payment

直接通过登录网上银行进行支付的方式。

4.52**第三种支付 third party payment**

通过银行签约、并具备一定实力和信誉保障的第三方独立机构提供的交易支持平台。

4.53**网络支付 network payment**

网络购物双方使用电子支付手段通过网络进行货币支付或资金流转的行为。

4.54**远程支付 long-distance payment**

通过远程发送支付命令或

4.55**网上银行 online banking**

合法金融机构中通过因特网为客户提供金融服务的电子交易平台。

4.56**电子钱包 electronic purse**

用于零售或者其他支付的可重新充值的多用途预付卡。

【GB/T 18811—2002 定义 3.34】

4.57**电子优惠券 electronic coupons**

由购物网站设立的一种电子购物抵价券，买家凭抵价券享受购物优惠。

4.58**分期付款 Pay by Instalments**

买卖双方在成交时签订契约，买方对所购买的商品和劳务在一定时期内分期向卖方交付货款。

4.59**邮局汇款 mail remittance**

客户在邮局办理汇款业务后，邮局接受汇款人的汇款委托后，并以投递取款通知单的方式，通知收款人支取汇款的业务。

4.60**公司转账 company transfer**

不直接使用现金,而是通过银行将款项从付款账户划转到收款账户完成货币收付的一种银行货币结算方式。

4.61**售后服务 after-sale services**

企业对客户在购买商品之后提供的与商品属性相符合的多种形式的服务的总称。

4.62**生产型企业 products corporation**

有自己的产品,并建立了销售系统的生产企业。

4.63**销售服务型企业 sales corporation**

自己不生产产品,只销售其他企业产品的商业企业。

4.64**评价体系 appraisal system**

评价指标的总称,有一整套具体的评价只是构成。

4.65**价格保护 price protection**

消费者在订单签收前,自我申请的一种因商品价格波动,下单后出现商品降价行为,需要按照提交申请时商城售价支付,或通过余额形式返还差价的保护政策。

4.66**退货处理周期 returns processing cycle**

自接收到问题商品之日起为客户退货处理完成的时间。

4.67**换货处理周期 replacement processing cycle**

自接收到问题商品之日起为客户完成换货的时间。

4.68**正常维修处理周期 the normal repair process cycle**

自接收到问题商品之日起公司规定的为客户您处理完成正常维修的时间。

4.69

广电类运营商 Radio and TV operators

具有广电背景，以电视台为主导，或以电台为主导实现产品零售的运营主体。

4.70

非广电类运营商 Non Radio and TV operators

没有广电背景，需要购买电视时段发布产品广告来实现产品零售的运营主体。

4.71

信息广告模式 information advertising model

以电视广告叫卖产品的电视购物模式，通常经营的产品品类较少，品牌知名度较低的非常规消费品，但广告集中度较高。

4.72

家庭购物模式 Home shopping model

以经营平台为主的电视购物模式，主要面向家庭观众，销售家庭生活常用产品，通常以品牌类产品为主。

4.73

时段电视购物 Time-TV shopping

选择电视频道的某些时段来播出电视购物广告，实现产品零售的电视购物方式。

4.74

频道电视购物 Channels-TV shopping

将拥有的整个频道的资源全部用于电视购物广告播出，实现产品零售的电视购物方式。

4.75

电视直销 TV home Shopping

由广告公司制作单片，再有厂商方或者电视购物平台公司购买电视时段，通过电视媒体发布商品信息广告以及公布相应的热线电话号码，由话务员进行“一对一”的产品讲解及推荐，并通过物流公司送货上门、收回货款的销售模式。也称为单片销售。

4.76

家庭购物 Home shopping

以电视台的专门购物频道为平台，24小时全天候不间断的以直播或录播的方式播出商品信息，以教买不叫卖的理念来播出节目，将信息性、娱乐性与知识性结合在一起，提供给观众全新的视听享受和多样选择的销售模式。也称现代电购模式。

4.77

网购（网络购物） online shopping

以消费者为主体进行的一种位于流通环节末端的电子商务。

4.78

团购 group purchase

多个消费者为增强与商家的议价能力而联合起来求的最优价格的一种团体购物方式。

4.79

买家 buyer

网络购物过程中的买方。

4.80

卖家 supplier

网络购物过程中的卖方。

4.81

拍（买） buy

指点击购买的操作。

4.82

起拍价 initial bidding price

卖家设置的初始拍卖价格。

4.83

在线竞拍 online auction

以在网络中通过竞价买卖商品的交易模式。

4.84

在线抢拍 online fight for auction

在卖方规定的时间点上以速度为竞拍要素的网络竞拍方式。

4.85

网上商城 online malls

利用电子商务的各种手段，以减少中间环节和运输成本为目的的开设虚拟商店。

4.86**网上店铺（网店）online shops**

具备发布商品信息、支持交易进程、实现支付并完成交易全过程的虚拟商店。

4.87**订单详情 details of order**

买家用来随时核对所购的物品信息的订单记录。

4.88**店铺推荐 shop recommend**

位于每件商品介绍页面的底部或者在店铺最中间的推荐位上的信息。店铺推荐商品数量由卖家自行选择。

4.89**上传 upload**

通过互联网把文件从一台电脑传送到其他电脑或把信息从终端设备传送到服务器的过程。

4.90**批量上传 batch upload**

自动将所有带发布的商品信息成批上传到网站上“已上传商品”文件夹的过程。

4.91**下载 download**

通过互联网把文件从其他电脑传送到本地电脑或把信息从服务器传送到终端设备的过程。

4.92**卖家发货 supplier delivery**

买家付款以后，卖家提示

4.93**代发 On behalf of the consignor**

买卖交易形成后，由非卖方

4.94

在线代理商 online agent

网购中代表厂商进行组织

4.95**客服 customer service**

网购网站为买方提供售前、售后服务的一方。

4.96**购物车 shopcart**

在网购过程中装在待结账商品的虚拟容器。

4.97**先行赔付 compensate in advance**

经营者不履行赔偿约定时，消费者向市场主办单位提出赔偿申请，并由市场主办单位对经营者进行追偿行为。

4.98**加价幅度 the rate of increase**

起拍价基础上每次加价的最低金额。

4.99**系统自动代理加价 system automatically agent a premium**

卖家再发布商品时是网购系统自动代理加价幅度的相关设置，以后卖家不能在自行设置加价的幅度。

4.100**抗抵赖性 non-repudiation**

防止一次通信中涉及到得相关实体不承认参加通信的全部或部分过程的一种机制。

5 其他术语**5.1****电子商务 E-business**

基于互联网技术和网络通信手段进行货物或服务交易，并提供相关服务的商业形态。按照交易主体的不同具体细分为：企业（或其他组织机构）之间（business to business,简称B2B）、企业（或其它组织机构）和消费者之间（business to consumer,简称B2C）、消费者之间（consumer to consumer,简称C2C）。

5.2

B2C(I)——网上商厦 web mall

提供给企业（或其它组织机构）法人或法人委派的行为主体在互联网上独立注册开设网上商店，出售食物或义工服务给消费者的由第三方经营的电子商务平台。

5.3

B2C(II)——网上商店 web store

企业（或其它组织机构）法人或法人委派的行为主体在互联网上独立注册网站、开设网上商店，出售实物或提供服务给消费者的电子商务平台。

5.4

B2B(I)——网上交易市场 web trade market

提供给企业（或其它组织机构）法人或法人委派的行为主体间进行实物和服务交易的由第三方经营的电子商务平台。

5.5

B2B(II)——网上交易 web business

企业（或其他组织机构）法人或法人委派的行为主体在互联网上建立的网站，向其他企业（或其他组织机构）法人或法人委派的行为主体提供实物和服务的电子商务平台。

5.6

C2C ——网上个人交易市场 web market for consumers

提供给个人在网上进行实物和服务交易的由第三方经营的电子商务平台。

5.7

OTO ——线上到线下商业模式 Online To Offline”

OTO 商业模式即“线上到线下”，就是把线上的消费者带到现实的商店中去，在线支付购买线下的商品和服务，再到线下去享受服务。

参考文献

- [1] 《中华人民共和国广告法》 主席令 8 届 24 号
- [2] 《中华人民共和国消费者权益保护法》 主席令 8 届 11 号
- [3] 《广播电视广告播出管理办法》国家广播电影电视总局令第 61 号
- [4] 《广电总局关于加强电视购物短片广告和居家购物节目管理的通知》国家广播电影电视总局发第 71 号
- [5] 《关于整顿广播电视医疗咨询服务和电视购物节目内容的通知》
- [6] 《关于进一步加强广播电视医疗和药品广告监管工作的通知通知》
- [7] GB7718-2011 食品安全国家标准预包装食品标签通则
- [8] SB/T10518-2009 电子商务模式规范
- [9] SB/T10693-2012 网络购物术语

中文索引

A

ACD 回叫信息·····	4.34
ACD 数据直接呼叫路由·····	4.36
ACD 有条件路由·····	4.35
安全使用期·····	4.13

B

B2B (II) ---网上交易·····	5.5
B2B(I)---网上交易市场·····	5.4
B2C (II) ---网上商店·····	5.3
B2C(I)---网上商厦·····	5.2
报纸(刊)购物·····	3.17
频道电视购物·····	4.74
不合格商品·····	4.6

C

C2C ---网上个人交易市场·····	5.6
产品·····	3.9
厂家直销中心·····	3.8
超长在线时间·····	4.30

D

代发货·····	4.93
第三方物流·····	4.40
第三方物流服务质量·····	4.41
第三种支付·····	4.52
电话放弃率·····	4.27
电话购物·····	3.15
店铺推荐·····	4.88
电视购物·····	3.12
电视直销·····	4.75
电子钱包·····	4.56
电子商务·····	5.1
电子优惠券·····	4.57
订单详情·····	4.87
短片广告·····	4.17

F

放弃的呼叫·····	4.28
放弃呼叫成本·····	4.29
非广电类运营商·····	4.70
分期付款·····	4.58

G

公司转账·····	4.60
购物车·····	4.96
广播购物·····	3.11
广电类运营商·····	4.69
广告诉求点·····	4.16

H

呼叫中心·····	4.22
呼叫中心设备租赁业务·····	4.26
呼叫中心托管服务·····	4.25
换货处理周期·····	4.67
回单·····	4.47
货到付款·····	4.42

I

IVR 交互式语音应答·····	4.37
------------------	------

J

基于应用的呼叫路由·····	4.33
价格保护·····	4.65
加价幅度·····	4.98
假冒伪劣商品·····	4.9
家庭购物·····	4.76
家庭购物模式·····	4.72
叫卖式宣传·····	4.19
警示标志·····	4.14
拒收件·····	4.44

K

抗抵赖性·····	4.100
客服·····	4.95

L

零售业·····	3.3
零售业态·····	3.4

M

买家·····	4.79
卖家·····	4.80
卖家发货·····	4.92
媒体·····	3.1
媒体购物·····	3.2

O

OTO ---线上到线下商业模式·····	5.7
-----------------------	-----

P

拍(买)·····	4.81
批量上传·····	4.90
评价体系·····	4.64

Q

起拍价·····	4.82
----------	------

S

三无商品·····	4.10
上传·····	4.89
商户·····	3.10
商品·····	4.1
商品供应商·····	4.2
商品广告·····	4.15
商品合格率·····	4.5
商品检验·····	4.4
商品说明书·····	4.7
商品质量·····	4.3
商品质量合格证·····	4.8

涉性广告	4.18
生产型企业	4.62
生产许可证	4.11
时段电视购物	4.73
售后服务	4.61

T

团购	4.78
退货处理周期	4.66

W

外包呼叫中心	4.24
网购(网络购物)	4.77
网络购物	3.13
网络支付	4.53
网上店铺(网店)	4.86
网上商城	4.85
网上银行	4.55
网银支付	4.51
违法广告	4.21
维修件	4.46
无店铺零售	3.6
物流企业	4.38
物流网络	4.39

X

系统自动代理加价	4.99
下载	4.90
先行赔付	4.97
销售服务型企业	4.63
信息广告模式	4.71
虚假广告	4.20

Y

移动购物	3.16
应用链接	4.32
有店铺零售	3.5
邮购	3.14
邮局汇款	4.59

远程支付·····	4.54
-----------	------

Z

在途退件·····	4.43
在线代理商·····	4.94
在线竞拍·····	4.83
在线抢拍·····	4.84
在线支付·····	4.50
正常维修处理周期·····	4.68
支付·····	4.48
支付工具·····	4.49
质量保证期·····	4.12
直销·····	3.7
自动呼叫分配·····	4.31
自建呼叫中心·····	4.23
自退件·····	4.45

英文索引

A

Abandon Rate	4.27
Abandoned call	4.28
Abandoned call cost	4.29
Above hold time.....	4.30
ACD Call Back Messaging.....	4.34
ACD Conditional Routing.....	4.35
ACD Data Directed Call Routing.....	4.36
advertisement.....	4.15
advertising appeals.....	4.16
after-sale services.....	4.61
Application-based Call Routing (ACD)	4.33
Application Bridge.....	4.32
Application Service Provider.....	4.25
appraisal system.....	4.64
Automatic Call Distributor.....	4.31

B

batch upload.....	4.90
buy.....	4.81
buyer.....	4.79

C

call center.....	4.22
call center equipment leasing business.....	4.26
cash on delivery (C.O.D.)	4.42
Channels-TV shopping.....	4.74
Commodity Inspection.....	4.4
Commodity Rate.....	4.5
Commodity Suppliers.....	4.2
company transfer.....	4.60
compensate in advance.....	4.97
customer service.....	4.95

D

Descriptive Literature.....	4.7
details of order	4.87

direct selling·····	3.7
download·····	4.91

E

E-business·····	5.1
electronic coupons·····	4.57
electronic purse·····	4.56

F

factory outlets center·····	3.8
false advertising·····	4.20

G

goods·····	4.1
group purchase·····	4.78

H

Home shopping·····	4.76
Home shopping model·····	4.72

I

illegal advertising·····	4.21
information advertising model·····	4.71
In - House Call Center·····	4.23
initial bidding price·····	4.82
Interactive Voice Response·····	4.37

L

logistics enterprise·····	4.38
logistics enterprise·····	4.39
long-distance payment·····	4.54

M

mail order·····	3.14
mail remittance·····	4.59
Media·····	3.1

media shopping	3.2
merchants	3.10
mobile terminal shopping	3.16

N

network payment	4.53
newspaper shopping	3.17
No Product	4.10
Non Radio and TV operators	4.70
non-repudiation	4.100
non-store selling	3.6

O

On behalf of the consignor	4.93
online agent	4.94
online auction	4.83
online banking	4.55
online banking payment	4.51
online fight for auction	4.84
online malls	4.85
online payment	4.50
online shopping	3.13
online shopping	4.77
online shops	4.86
Online To Offline	5.7
Out Sourcing Call Center	4.24

P

pay	4.48
Pay by Instalments	4.58
price protection	4.65
Product Quality Certification	4.8
Production Certificate	4.11
products	3.9
products corporation	4.62
propaganda advertising	4.19
protest for payment goods	4.44

R

Radio and TV operators	4.69
radio broadcast shopping	3.11
receipting documents	4.47
repairing goods	4.46
replacement processing cycle	4.67
retail formats	3.4
retail industry	3.3
return of goods in transit	4.43
returning faulty goods	4.45
returns processing cycle	4.66

S

safe use period	4.13
sales corporation	4.63
sexual advertising	4.18
sham and shoddy commodities	4.9
shop recommend	4.88
shopcart	4.96
store-based retailing	3.5
supplier	4.80
supplier delivery	4.92
system automatically agent a premium	4.99

T

telephone shopping	3.15
Time-TV shopping	4.73
the rate of increase	4.98
the normal repair process cycle	4.68
the quality of the goods	4.3
third party logistics	4.40
third party logistics service quality	4.41
third party payment	4.52
tools of payment	4.49
TV home Shopping	4.75
TV shopping	3.12

U

unqualified products	4.6
upload	4.89

V

video advertising.....4.17

W

warning signs.....4.14
warranty period.....4.12
web business.....5.5
web mall.....5.2
web market for consumers.....5.6
web store.....5.3
web trade market.....5.4

